



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Feedback y Engagement en los trabajadores de la Empresa Global Sales Solution, Ate 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

Vargas Grandez, Wendy Vanesa

**ASESOR:**

Dr. Navarro Tapia, Javier

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**  
**GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS  
N° 146 (D) - 2018-II-UCV Lima Ate /EP- ADM

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N° 594 - 2018-II-UCV Lima Ate/EP-ADM de la Escuela Profesional de Administración acuerdan:

**PRIMERO.** -

Aprobar pase a publicación ( )  
Aprobar por unanimidad (x)  
Aprobar por mayoría ( )  
Desaprobar ( )

La tesis presentada por el (la) estudiante **VARGAS GRANDEZ VANESA WENDY**, denominado:

**“FEEDBACK Y ENGAGEMENT EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA GLOBAL SALES SOLUTION, ATE 2018”**

**SEGUNDO.** - Al culminar la sustentación, el (la) estudiante **VARGAS GRANDEZ VANESA WENDY**, obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	Dieciséis	Aprobado por Unanimidad

Presidente (a): Mg. ALONSO LÓPEZ, ALFREDO

Firma

Secretario: Mg. VARGAS MERINO JORGE

Firma

Vocal: DR. NAVARRO TAPIA JAVIER

Firma



Mg. Iris Katherine Gonzales Figueroa  
Coordinador de Escuela  
UCV – Lima Ate



C.c: Archivo  
Escuela Profesional de Administración Archivo

Somos la universidad de los  
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mí querido abuelo quien siempre me inculco ir tras mis sueños, quien desde siempre fue mi principal motivación. A mis padres que siempre confiaron en mí y estuvieron en todo momento sujetando mi mano para no darme por vencida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre quien fue mi mano derecha en todos estos años de estudio, sin ella no hubiera podido llegar hasta aquí.

A mi papá por ser un hombre insistente, guerrero y por la confianza que deposito en mí.

A mi mejor amiga Martha Sánchez, por ser desde siempre, fuente de inspiración y modelo de superación ante cualquier adversidad.

Al Mg. Navarro Tapia Félix, por ser un ejemplo de profesional y apoyarme en el desarrollo de esta investigación.

Wendy Vanesa Vargas Grandez (Autor)

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Wendy Vanesa Vargas Grandez estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 73738493, con la tesis titulada: Feedback y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, ate 2018, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 4 de diciembre del 2018.



**Wendy Vanesa Vargas Grandez**

**DNI: 73738493**

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Feedback y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018”. La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administrador.

Durante la exposición se irá presentando los términos adecuados que demostrarán mi tesis, y recibiré con asentimiento vuestras sugerencias, la cual me permitirá mejorarla, con el fin de que sea de utilidad para los que deseen continuar un estudio de esta naturaleza.

Por lo cual anhelo que aparte del escrito que tienen en su poder, mostrar una exposición idónea y lograr la ansiada aprobación.

Autor:

Wendy Vanesa Vargas Grandez

## INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de Autenticidad	vi
Presentación	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
 <b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Realidad Problemática	14
1.2 Trabajos previos	16
1.3 Teorías relacionadas al tema	22
1.3.1 Feedback	22
1.3.1.1 Definiciones de Feedback Laboral	22
1.3.1.2 Modelos de Feedback	23
1.3.1.2.1 Modelo Grow	23
1.3.1.2.2 Set Go	24
1.3.1.3 Dimensiones de Feedback Laboral	24
1.3.1.3.1 Pensamiento Crítico	24
1.3.1.3.2 Inteligencia emocional	25
1.3.1.3.3 Mejora Continua	25
1.3.1.4 Medición del Feedback Laboral	25
1.3.2 Engagement	26

1.3.2.1 Definiciones de Engagement Laboral	26
1.3.2.2 Importancia del Engagement	26
1.3.2.3 Dimensiones del Engagement	27
1.3.2.4 Medición del Feedback Laboral	28
1.3.2.5 Relación entre el Feedback y el Engagement Laboral	29
1.4 Formulación del problema	30
1.5 Justificación del estudio	31
1.6 Hipótesis	32
1.7 Objetivos	33
<b>II.MÉTODO</b>	
2.1 Diseño de investigación	35
2.2 Variables, Operacionalización	37
2.2.1 Variables	37
2.2.2 Operacionalización	38
2.3 Población y muestra	41
2.3.1 Población	41
2.3.2 Muestra	41
2.4 Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	
2.4.1 Técnica	42
2.4.2 Instrumento	42
2.4.3 Validez	43
2.4.4 Confiabilidad	45
2.5 Métodos de análisis de datos	46
2.6 Aspectos éticos	47



<b>III. RESULTADOS</b>	48
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	65
<b>V. CONCLUSIONES</b>	68
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	71
<b>VII. REFERENCIAS</b>	73
<b>ANEXOS</b>	77

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Operacionalización de las Variables	38
Tabla 2. Operacionalización de las Variables	40
Tabla 3. Técnica e instrumento de recolección de datos	42
Tabla 4. Juicio de Expertos	43
Tabla 5. Validez del contenido por indicador	44
Tabla 6. Alfa de Cronbach – Feedback	45
Tabla 7. Alfa de Cronbach – Engagement	46
Tabla 8. Medidas descriptivas de las variables	48
Tabla 9. Dimensión 1 Pensamiento Crítico	48
Tabla 10. Dimensión 2 Inteligencia Emocional	50
Tabla 11. Dimensión 3 Mejora Continua	51
Tabla 12. Prueba de normalidad	53
Tabla 13. Tabla cruzada de Feedback y Engagement Laboral	55
Tabla 14. Coeficiente de correlación por Rangos de Spearman	55
Tabla 15. Prueba de Hipótesis General	56
Tabla 16. Tabla cruzada de Feedback y Engagement	57
Tabla 17. Prueba de correlación entre Pensamiento Crítico y Engagement	57
Tabla 18. Tabla cruzada de Inteligencia Emocional y Engagement	60
Tabla 19. Prueba de correlación de Inteligencia Emocional y Engagement	60
Tabla 20. Tabla cruzada de Mejora Continua y Engagement Laboral	61
Tabla 21. Prueba de correlación de Mejora Continua y Engagement	62

## Resumen

La presente investigación titulada: Feedback y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018. Tuvo como objetivo general definir si existe relación entre el feedback y el engagement laboral de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

El diseño de la investigación responde a un diseño no experimental, transeccional correlacional. La población estuvo conformada por 35 colaboradores de la Empresa Global Sales Solution, pertenecientes a la campaña Movistar México, la muestra fue censo. La técnica empleada para recolectar información fue encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron los siguientes: Cuestionario elaborado por mi persona.

Se estableció el coeficiente de correlación Rho de Spearman entre el Feedback y Engagement en los colaboradores de la empresa GSS, Ate 2018, en donde el valor de  $p=0.000$  el cual resulta menor a 0.05. Asimismo, el coeficiente de correlación es de 0.983, el cual corresponde a una correlación positiva alta.

**Palabras clave:** Feedback, Engagement, Pensamiento Crítico, Inteligencia Emocional, Mejora Continua.

### Abstract

The present investigation entitled: Feedback and Engagement in the Works of the company Global Sales Solution, Ate 2018. I had as general objective describe the relationship between the that exists between Feedback and Engagement in the Works of the company Global Sales Solution, Ate 2018.

The design of the research responds to a non-experimental, transectional correlational design. The population was formed by 35 employes to the Global Sales Solution Company, belonging to the compaing Movistar Mexico, the sample was census. The technique used to collect information was a survey and the data collection instruments were as follows: Questionnaire developed by myself.

Was established between Feedback and Engagemnt Spearman Rho correlation coefficient in wirkers in global Enterprise Solution Sales, Ate 2018, where the value of  $p = 0.000$  which is less than 0.05. Also, the correlation coefficient is 0.983, which corresponds to a high positive correlation.

*Key works: Feedback, Engagement, Critical Thinking, Emotional Intelligence, Continuous Improvement.*

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## **1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA**

En la actualidad, el tema de la retroalimentación dirigida a los colaboradores es considerada de fundamental importancia debido a que la misma contribuye con el incremento en el rendimiento de los trabajadores, lo que conlleva al desarrollo organizacional, sin embargo, no todas las organizaciones cuentan con un coach a la mano, lo que ocasiona que la actitud colectiva sea de poco rendimiento. Se debe tener en cuenta que la retroalimentación va impartida por un coach, que puede ser el jefe o un tercero, este será quien analice y determine las falencias que puede estar aquejando al colaborador, la finalidad de un Feedback, es identificar los puntos a mejorar o cambiar del desarrollo de funciones que tiene el trabajador con el objetivo de, siendo mejoradas, el desempeño y compromiso del colaborador incrementa y conlleva al crecimiento mutuo.

Debido a que vivimos en un mundo totalmente globalizado las organizaciones deben estar siempre a la vanguardia de los cambios y ponerse a la par de la actual tecnología para mantenerse a flote, las mejores organizaciones a nivel mundial llevan un cronograma de feedbacks que se realizaran ya sea en el transcurso del mes o del año, lo cual facilita la realización de las actividades lo que contribuirá con el mejor rendimiento de los colaboradores.

En los últimos años hemos visto que las organizaciones tienen más en cuenta la aplicación de un buen feedback con el fin de obtener el compromiso de los colaboradores, ya que todos sabemos que un trabajador comprometido con su trabajo tendrá mejores resultados que un

trabajador que realiza sus actividades solo por presión u obligación, por lo tanto estos temas ya pasaron de ser temas netamente psicológicos del colaborador, a temas relacionados con el comportamiento de los jefes y subordinados, del ambiente en que laboran, entonces influyen tanto factores internos como externos.

A nivel nacional a través de encuestas realizada según el diario Gestión, indica que el 87% de empresas considera como principal problema dentro de las empresas la carencia del compromiso en sus trabajadores, en el Perú específicamente, el 50% de ejecutivos, tiene como talón de Aquiles, el clima y la poca de empatía, es desde este punto entonces, que las organizaciones vienen desarrollando planes de acción para mejorar y eliminar esta debilidad con el fin de obtener un mejor rendimiento laboral.

En este contexto la empresa Global Sales Solution, teniendo como talón de Aquiles el compromiso de sus colaboradores y siendo una empresa que brinda servicios, para ser rentable necesita del compromiso máximo de los trabajadores para obtener los mejores resultados y ser rentables, aclarando que un colaborador con mejores resultados en las ventas que realiza obtendrá una remuneración mayor a los trabajadores menos comprometidos, entonces GSS, está en busca de alternativas de mejora y tienen como opción la ejecución de un buen feedback así fortalecer y enriquecer la información que maneja el colaborador para así, este obtenga mayores y mejores resultados de los que viene obteniendo.

## 1.2. Trabajos Previos

### A nivel Internacional

Veliz (2016) en su tesis “*Feedback positivo para el mejoramiento del coaching y liderazgo*”. Estudio para lograr el grado de Licenciada en Psicología Industrial de la Universidad Rafael Landívar. La meta general fue identificar los elementos de la retroalimentación para mejorar el programa de entrenamiento y liderazgo en la planta productora. Las teorías empleadas en la investigación fueron la de Zeus y Skiffington. El método empleado es de diseño correlacional, así mismo para su fiabilidad se utilizaron tablas y graficas de barras. La población de 62 persona entre ellas jefes y supervisores, la muestra es la misma. Por lo tanto, como conclusión se determinó que la retroalimentación es un auxiliar efectivo del aprendizaje en los alumnos.

De acuerdo a los resultados obtenidos entendemos que la retroalimentación si es un factor de aprendizaje efectivo, además que brindar feedback consecutivos es recomendable para obtener mejores resultados y lograr mayor efectividad con las actividades a realizar.

Borrego (2016) en su investigación *El Compromiso en la empresa:*

*Precedente y efectos laborales.* Investigación desarrollada para tener el grado de Doctora de la Universidad de Huelva. Su fin principal es buscar la relación de las variables del compromiso en el traabajo de la UPAO. Las teóricas empleadas en la investigación fueron la de Conger y Kanungo La metodología que se empleó para la investigación fue correlacional, con 346 colaboradores de la Universidad española, la muestra es la misma. Así mismo se recolecto datos con la técnica de la escala CWEQ- II y de la escala de pasión. Se utilizó cuatro cuestionarios que recogen información sobre



variables sociodemográficas básicas. Por lo tanto, se concluye La pasión armoniosa se relacionó positivamente con la satisfacción profesional.

Por los datos recabados podemos percibir que la satisfacción laboral se relaciona significativamente con el engagement, esto hace referencia que no solo los aspectos personales del colaborador influyen con el compromiso que pueda presentar en la organización, así entendemos que es de suma importancia tener al personal motivado para obtener sus mejores resultados.

Granados (2015) en su investigación titulada *Compromiso laboral en la gestión humana de la contraloría*. Argumento para obtener la Especialidad en Administración Pública de la UNAD. Su fin principal fue definir el ras de compromiso en los colaboradores del departamento RR.HH, así iniciar con el desarrollo de acciones según el impacto de la investigación. El diseño que presenta la tesis es correlacional con un enfoque cuantitativo. La población es de 100 tutores y una muestra de 63 personas. Para los fines de la investigación se realizó mediante el método cuantitativo, así mismo se utilizó la escala UWES. Por lo tanto, se concluyó que las investigaciones dieron un alto ras de compromiso con relación a la respuesta “casi siempre”.

La presente investigación resalta la importancia de realizar constantes mediciones del nivel del compromiso que estén presentando los colaboradores, por el simple hecho de que contribuirá con la obtención de mejores resultados.

García (2013) en su estudio. *Conexión del compromiso y la rotación de los trabajadores en una cafetería, de Veracruz, México*. Investigación para tener el título de Licenciado de Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. Su meta es verificar la relación del compromiso

y la rotación del personal en pastelería Oro. Las teóricas empleadas en la investigación fueron de Abraham Maslow, Frederick Herzberg y David McClelland. La metodología de la investigación de diseño correlacional de corte longitudinal, contó con todo el personal de la empresa para la muestra. Así mismo se recolecto datos con la técnica hipotético – deductivo. Se llegó a una conclusión de que el compromiso y la rotación del personal no se relación en la cafetería, en el periodo de octubre a marzo de los años 2012 y 2013.

Con esta investigación se ha identificado no hay conexión alguna entre el compromiso de los colaboradores hacia su trabajo con la rotación que existe en la organización, por lo tanto, sabemos que la rotación del personal viene siendo influido por algún factor más como la satisfacción del trabajador ya sea con el salario que recibe o con las actividades que realiza.

Cuevas (2011) en su estudio *Valuación del compromiso en colaboradores de un comercial*. Informe para obtener la Maestría de la UNAL Posgrado de Psicología. Tuvo como meta identificar la valoración del empeño como estrategia para obtener de la complacencia del trabajador y el crecimiento de la organización. La teórica utilizada en la investigación fue de Barbara Fredrickson. La metodología empleada es de diseño correlacional y transversal, con una población de 93 empleados que representa el 15% del total de 600 empleados. Para los fines de la investigación se realizó por medio del método aleatorio simple. Así mismo se hizo uso la versión de salanova schaufeli, Llorens, Peiro y Grau con una respuesta tipo Likert. Por lo tanto, se concluyó, que los colaboradores que participaron en la encuesta están en cargos jerárquicos por lo tanto se encuentran comprometidos con las actividades que realizan y con la mentalidad centrada lo que favorece a la organización porque son menos vulnerables a renunciar.

Esta investigación da a conocer que los colaboradores de la menciona empresa se encuentran totalmente comprometidos con la organización lo cual contribuye con el crecimiento mutuo, ya que un colaborador comprometido obtiene mejores resultados en las actividades que realiza.

### **A nivel Nacional**

Ortiz (2017) en su investigación de *Conexión del Feedback laboral con el empeño de los trabajadores de agricultura del Perú*. Estudio para tener el grado de Licenciado en Administración de la Universidad de Lima. Tenía con fin identificar la influencia de la retroalimentación en el gusto de los trabajadores de la dirección de Agricultura. Las teóricas empleadas en la investigación fueron de Gibson. La metodología empleada es no experimental y correlacional, con una población de 775 empleados de un ayuntamiento y la muestra con 94 trabajadores. Para la realización de la investigación se hizo uso del cuestionario Job Feedback Survey. Así mismo de acuerdo al estadístico de fiabilidad según el Alpha de Cronbach de 0.73 a 0.87. Concluyendo que el feedback positivo se tiene relación con el engagement laboral.

Por la investigación realizada entendemos entonces que la retroalimentación si se relaciona con la satisfacción del personal, por lo que es importante que los jefes dediquen su tiempo a realizar cronogramas de desarrollo de retroalimentación para mantener cómodos o satisfechos a su personal.

Kenichi (2017) en su investigación titulada *Relación de la depreciación y bienes en el trabajo con el engagement laboral*. Tesis para lograr el grado de Licenciado en Psicología de la PUCP. Su fin fue identificar la coexistencia entre los recursos y las demandas con el compromiso

laboral. La metodología de la tesis es de conformidad, 88 operarios de una organización y la muestra es la misma. Para los fines de la investigación se hizo uso del UWES-9 diseñada por Schaufeli y Bakker. De acuerdo al estadístico de fiabilidad alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de  $r=0.88$ , por lo tanto, mediante estadísticas realizadas se evidencia que si hay relación del engagement laboral con el control y soporte social. Por lo tanto, se evidencia que si existe relación del compromiso laboral con el control y soporte social. En conclusión las variables no se relacionan.

Por lo tanto identificamos que el compromiso en el trabajo si tiene relación con el ámbito exterior de la empresa, es decir la carga laboral y los problemas emocionales del mismo trabajador, por lo tanto el compromiso se debe ver en todas las áreas de la empresa.

Sotelo (2016) en su investigación titulada *Compromiso y estrés laboral en el docente de la escuela de psicología de la universidad privada atenor Orrego, Trujillo*. Investigación para lograr la maestría en Administración de Recursos Humanos. El objetivo general fue analizar si el compromiso laboral tiene relación con el estrés en el trabajo en los docentes de la escuela de psicología. El método empleado es correlacional y diseño descriptivo, con una población de 210 docentes y una muestra de 45 docentes con más de tres a más años de experiencia. Para fines de la investigación se utilizaron cuestionarios de compromiso en el trabajo UWES. Se utilizó la fiabilidad mediante el Cronbach de 0.896. Entonces concluimos que no existe apego negativo entre el compromiso y los factores del estrés laboral.

Sabemos que el estrés es un factor de desempeño de los colaboradores, así como también que el compromiso en los mismos es sumamente importante debido a que con el apoyo de ellos obtendremos mejores resultados.

Bobadilla, Callata & Caro (2015) en su investigación titulada *Compromiso organizacional y cultura: Rol de la orientación cultural*. Tesis realizada para tener el título de Mag. En Manejo de personal de la UPC, que tuvo el objetivo de identificar el compromiso laboral es influido por los tipos de cultura. El tipo de la investigación es de diseño correlacional, explicativo no experimental y transaccional, población conformada por 219 colaboradores de 9 sedes de la organización a nivel global, la muestra es la misma. Para los fines de la investigación se realizó mediante el método de consistencia interna con el coeficiente Alfa de Cronbach. Se utilizó la fiabilidad y significación con un resultado de 0,66. Se evidenció que la cultura Organizacional si tiene conexión en los colaboradores.

Entonces entendemos que mientras exista una cultura organizacional adecuada, el personal tendrá mayor compromiso con las actividades que realice.

Flores, Fernández, Juárez, Merin & Guimet (2015) en su tesis *Engagement en el trabajo: Análisis de fiabilidad en profesionales de la docencia en Lima*. Estudio para lograr el licenciamiento en Management de la UNSAM. Su fin fue visualizar la validez de la UWES. La metodología es correlacional, explicativa, con una población de todos los profesores de inicial de la ciudad de Lima y la muestra es la misma. Para el logro de la investigación fue necesario el uso de la metodología de análisis factorial confirmatoria. Por lo tanto, se concluyó que la UWES tiene

las propiedades psicométricas esenciales, así como también respeta la estructura y la versión de 9 ítems que contribuye con la mejora de los índices de ajustes.

Tras la investigación realizada podemos decir que la escala de compromiso en el trabajo, es un método útil y factible de utilizar, que se usa con el objetivo de lograr un mejor resultado en la organización.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Feedback**

##### **1.3.1.1. Definiciones de Feedback Laboral**

Para Boud & Molloy (2015) “Indica que el feedback es un mecanismo por el cual la personas podrán descubrir si son exitosos con las actividades que realizan y si están listos para cumplir y superar las expectativas, especialmente enfocándonos en tres dimensiones, pensamiento crítico, Inteligencia emocional y Mejora continua” (p. 13)

Cuando nos referimos al termino Feedback, hacemos hincapié en el método que utilizan las personas para darle seguimiento a la actividad que realizan e identificar si están siendo exitosos o no, dándole prioridad a tres dimensiones.

Jauli y Reig (2014) Menciona que el retroalimentador como artista depende de la fuerza de su visualización para generar el prototipo. Tiene que estar seguro de que lo que quiere que se transforme sea lo mejor para el sujeto. (p, 49)

Al mencionar a un retroalimentador nos referimos a la persona encargada de brindar la retroalimentación ya sea a toda la organización o al personal seleccionado de cada área, el retroalimentador será la persona que guíe el colaborar hacia la meta principal y logre en conjunto su máximo desempeño.

Goldvarg y Perel (2016), Hacen referencia a que la palabra Feedback, está tomada de la lengua inglesa, y según la RAE tiene diversos significados. El que nos compete en mentor Coaching es el de la acción de dar respuesta, de reaccionar frente a un acontecimiento. (p, 140)

Lo que nos quiere decir es que el mentor coaching o el que llevara a cabo el feedback es la persona que dará respuesta y solución a algún acontecimiento que este impidiendo el crecimiento tanto de los colaboradores como de la empresa en sí.

### **1.3.1.2. Modelos de Feedback**

#### **1.3.1.2.1. Modelo Grow**

Modelo creado por Sir John Whitmore (como se citó en Coaching por valores, 2014) que indica que es una técnica para resolver problemas, con el establecimiento de objetivos y las siglas tienen como significado (Goals, Reality, Options, What, When y Who), distribuidos en diversos ítems tales como:

- Tener los objetivos del coaching, tanto a corto y a largo plazo.
- Estudiar una situación real y actual

- Apreciar y tener opciones y estrategias para posibles cambios
- Determinar Qué se va a hacer, Cuándo va a hacerse y Quién lo hará.

#### **1.3.1.2.2. Set Go**

Modelo planteado por Silverman (como se citó en Del tronco y García, 2018), indica que este modelo permitirá estructurar la conversación con tu interlocutor teniendo en cuenta lo siguiente:

- Descríbele lo que has visto que ha sucedido.
- Dale más detalles de lo que has visto.
- Pregúntale que piensa él, cuál es su opinión al respecto.
- Exponle cuál es tu objetivo para la próxima vez.
- Explora con alternativas para que alcance dicho objetivo.

#### **1.3.1.3. Dimensiones de Feedback Laboral**

##### **1.3.1.3.1. Pensamiento Crítico**

Según Iglesias (2017), “Nos referimos al pensamiento crítico como la habilidad y/o actitud de analizar y argumentar la lógica sobre los conocimientos y procesos vitales”.  
(p.3)

Esto quiere decir que el pensamiento crítico es tener lógica para pensar y argumentar las posibles decisiones o acciones a ejecutar dentro de una organización.



#### **1.3.1.3.2. Inteligencia Emocional**

Para Guell (2013) “Es razonar adecuadamente ante los sucesos emocionales, enlazar la inteligencia y la emoción, pero actuando lógicamente y fríamente ante los posibles problemas que pueda acontecer”. (p.13)

Lo que nos quiere decir es que inteligencia emocional se basa en el control de las emociones ante cualquier situación que se pueda presentar.

#### **1.3.1.3.3. Mejora Continua**

Según Lander (2017)” la mejora continua se aplicará escalonada y ordenadamente a través de procesos de mejora, para que se involucren a todos los colaboradores de la empresa para así estar a la vanguardia de soluciones” (p.104)

Por lo tanto a lo que hace referencia es que la mejora se debe aplicar en toda la empresa, con el fin de obtener mejores resultados, debido a que se buscara siempre mejorar las falencias que se tiene.

#### **1.3.1.4. Medición del Feedback Laboral**

García, A. y Ovejero, A. (como se cita en Psicothema 2014), desarrollaron el Cuestionario Job Feedback Survey, en el que se evalúa las categorías del feedback mediante seis escalas distribuidas en ítems como, Positivos de la organización, Negativos de la organización, Positivos y Negativos de los compañeros, así como también positivos de la tarea y Negativos de la tarea. Dicho cuestionario tuvo un índice

de confiabilidad aceptable por lo que fue desarrollado con más de 90 trabajadores a nivel regional.

La fiabilidad, se delimitó por el Coeficiente Alpha de Cronbach y va de 0,73 a 0,87.

### **1.3.2. Engagement**

#### **1.3.2.1. Definiciones de Compromiso**

Hace referencia al compromiso en el trabajo lo positivo de la mente, relacionado a las actividades que se realizan con esfuerzo y dedicación. El compromiso hace referencia al estado afectivo que no se encuentra dirigido a un objeto, individuo o comportamiento para lo cual se deberá tener en cuenta el comportamiento, la lealtad y motivación. Alves, 2016, p.36)

#### **1.3.2.2. Importancia del Engagement**

Camps (2017) “es un elemento importante para el éxito de tu estrategia inbound y de tu negocio. Ya lo sabes, un usuario “engaged” será, además, el mejor promotor de tus productos y servicios” (p.04)

El engagement es de suma importancia ya que contribuye con el éxito de la estrategia planteada de la organización, así como también ayuda con el crecimiento de los colaboradores, para lograr su máximo rendimiento con las actividades que realicen.

### **1.3.2.3. Dimensiones del Engagement**

#### **1.3.2.3.1. Comportamiento Proactivo**

Según Bateman y Crant (como se cita en Arearh 2016), “es básicamente creer en el potencial de las personas que ayudan a su mejora en general. Los individuos que poseen esta conducta suelen anticiparse o detectar situaciones y hacen todo para prevenirlas.”

Prieto (2016), indica que el comportamiento proactivo hace referencia a que, “las personas proactivas toman sus decisiones antes que otros lo hagan por ellas, ven primero los problemas creando nuevas caminos para lograr los resultados definidos en su visión personal y profesional transformando las ideas en acciones Productivas.

Esto quiere decir que el comportamiento proactivo, es una actitud o reacción propia de cada persona, y se diferencian del resto porque son personas que se encuentran prevenidas para afrontar cualquier situación.

#### **1.3.2.3.2. Lealtad Organizacional**

Según Kleining (2017) “La lealtad es usualmente vista como una virtud, aunque sea una problemática. Está constituido centralmente por la perseverancia en una asociación con la cual una persona se ha comprometido intrínsecamente como un asunto de su identidad.” (p, 02)

Tankming (2015) Se refiere a que "los empleados se sienten bien y Satisfecho con el entorno laboral y el trabajo. En sí, aumentando así su lealtad a la organización, y llevar a cabo sus positivos compromiso con la organización.” (p.02)

Al mencionar Lealtad, hacemos referencia a cuando comprometido o cuando involucrado se encuentra el colaborador con la organización a la que pertenece, se identifica si el trabajador se siente parte fundamental de la empresa, siente como si fuera su propia empresa y sería incapaz de realizar alguna acción que perjudique a la misma

### **1.3.2.3.3. Motivación Organizacional**

Toda organización sea micro, pequeña o mediana empresa debe dar suma importancia a contar con el personal motivado, ya que esto contribuirá con la consecución de los objetivos muy aparte de que estos tendrán un ambiente más confortable. (Emprende Pyme, 2017, p. 59).

Un colaborador motivado siempre obtendrá mejores resultados, por lo tanto, en la actualidad todas las organizaciones, están enfocadas en mantener a sus Colaboradores totalmente motivados, para así obtener o llegar al objetivo planteado.

### **1.3.2.4. Medición del Engagement**

#### **1.3.2.4.1. SOCIALBAKERS**

Režá, homolka y maixner (2008), desarrollaron, el sistema de SocialBakers, ofrece análisis completo sobre la manera en que se desarrolla cada perfil. Su principal objetivo es ayudar tanto a las grandes como a pequeños empresas con el fin de obtener un mejor rendimiento con los recursos que invierten, consta de la siguiente formula:

$$\text{Engagement} = \frac{\text{\# of Likes + Shares + Comments on a given day}}{\text{Total \# of fans on a given day}} \times 100$$

### 1.3.2.5. Relación entre el Feedback y el Engagement

La correspondencia de las variables fueron argumentadas en diversos estudios entre ellas:

Motta (2017) afirman que el feedback tiene relación significativa con el compromiso laboral debido a que si se brinda una retroalimentación adecuada y correcta el colaborador tendrá un mejor compromiso con la organización para así lograr un mejor resultado y el alcance de los objetivos.

Olaechea (2017) Mediante encuestas realizadas afirma que la retroalimentación no interviene con el compromiso del trabajador, debido a que para que el personal este sumamente comprometido con su trabajo existen otros factores como la identidad que sienta con el trabajo que realice y el trato que reciba de sus superiores.

## **1.4. Formulación del Problema**

### **Problema General**

¿Cuál es la relación entre **Feedback** y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?

### **Problemas Específicos**

#### ***Problema Específico: 1***

¿Cuál es la relación entre Pensamiento Crítico y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?

#### ***Problema Específico: 2***

¿Cuál es relación entre Inteligencia Emocional y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?

#### ***Problema Específico: 3***

¿Cuál es la relación entre la Mejora Continua y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?

## **1.5. Justificación del estudio**

### **1.5.1. Justificación práctica**

Este temas se realiza con el fin de evaporar las inquietudes de los colaboradores en GSS, identificar cuan comprometidos se encuentran los mismos con el trabajo que realizan, y analizar o ver cuánto influye brindar un Feedback adecuado a los trabajadores en el compromiso de los mismos.

La principal razón por la cual se lleva a cabo esta investigación es para poder identificar si un Feedback adecuado influye en el compromiso de los trabajadores y en el rendimiento de los mismos.

### **1.5.2. Justificación teórica**

Esta tesis requiere que a través de la teoría y los conceptos de pensamiento crítico, inteligencia emocional e inquietud por la mejora, encontrar posibles causas para establecer soluciones a las situaciones reales que afectan notablemente a la empresa GSS en cuanto al alcance de objetivos, metas, influidos directamente por el compromiso de los mismo. Para con ello sugerir un nuevo mecanismo para la investigación que pretende incorporar conocimiento.

### **1.5.3. Justificación Metodológica**

Este estudio tiene como fin ser de utilidad para investigaciones posteriores, los procedimientos e instrumentos desarrollados en la presente investigación tiene la validez y confiabilidad requerida, lo cual permite su estandarización.

## **1.6. HIPÓTESIS**

### **1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL**

Existe relación entre el Feedback y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution 2018.

### **1.6.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

#### ***Hipótesis Específica: 1***

Existe relación entre el Pensamiento Crítico y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.

#### ***Hipótesis Específica: 2***

Existe relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.

#### ***Hipótesis Específica: 3***

Existe relación entre la Mejora continua y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.



## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. OBJETIVO GENERAL**

Describir la relación entre el Feedback y el Engagement laboral de los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.

### **1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

#### ***Objetivo Específico: 1***

Identificar la relación entre el pensamiento crítico y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.

#### ***Objetivo Específico: 2***

Identificar la relación entre la inteligencia emocional y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.

#### ***Objetivo Específico: 3***

Identificar la relación entre la mejora continua y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.

## **CAPÍTULO II**

### **MÉTODO**

## **2.1. Diseño de investigación**

### **2.1.1. Diseño**

#### **Diseño No experimental**

Para Balluerka & Vergara la investigación experimental (2012) está directamente relacionada a las ciencias positivo – naturales, persigue el objetivo de indagar la magnitud del efecto de las variables de tratamiento o variables independientes (p.17).

Para llevar a cabo esta investigación los trabajadores de la empresa GSS, contribuyeron con otorgar información real y actual y el tratamiento no tuvo ninguna manipulación.

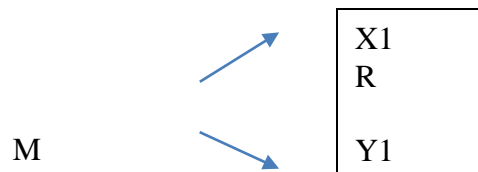
#### **Diseños transeccional - correlacional**

Ortiz (2013) indica que estos diseños analizan la relación de dos o más variables, son descripciones, de las relaciones de las variables individuales, sean estas puramente correlaciones o relaciones casuales (p.48)

Se denomina así debido a que se investiga la conexión entre dos variables, en tiempo y situación determinada y actitudes predominantes relacionándolos entre sí.

Se tomaron los datos en base a la hipótesis, se resumió para explicar la información de manera cautelosa, para seguidamente analizar los resultados y tener las generalidades que ayuden al entendimiento.

El esquema es:



**Donde:**

M: Representa a la población

X1: Feedback Laboral

Y1: Engagement Laboral R:

Relación entre las variables

### 2.1.2. Tipo.

Es de tipo Básica el fin es incrementar el conocimiento del individuo y evaluar procesos, es decir se trata de ampliar los conocimientos del investigador, mas no se crea ni inventa información.

### 2.1.3. Nivel de Investigación

Es correlacional – descriptivo, ya que se detallaran las variables, Hernández *et al.* (2010), señalan que: “Este nivel se diferencia de los descriptivos, ya que, mientras los demás se enfocan en desarrollar las variables individuales, a diferencia de los estudios correlacionales que analizan el grado de vinculación entre dos variables”

## **2.2. Variables, Operacionalización**

### **2.2.1. Definición conceptual**

#### **Variable 1: Feedback laboral**

El feedback laboral es considerado de suma importancia ya que al realizar esta acción se realiza con el fin de dar a conocer a los trabajadores la deficiencia o error que vienen cometiendo al desarrollar sus actividades y se brinda con el fin de corregirlas y en lo posible eliminarlas para de esta manera mejorar el rendimiento de los mismos.

Esta variable se mide por medio de un teste que tiene 20 cuestiones, basándose en las dimensiones de la comunicación interna (Pensamiento Crítico, Inteligencia Emocional, Mejora Continua) las cuales fueron aplicadas a los trabajadores de la Empresa GSS.

#### **Variable 2: Compromiso Laboral**

El compromiso laboral se considera primordial en la organización, ya que todos sabemos que un trabajador comprometido con sus labores siempre tendrá mejores resultados que un trabajador que solo cumple con sus funciones, si una organización quiere llegar a sus objetivos es primordial contar con el personal motivado y comprometido.

Esta variable se mide a través de una prueba la cual tiene de 18 preguntas, basándose en las dimensiones (Comportamiento Proactivo, Lealtad y Motivación) desarrollado por los colaboradores

## 2.2.2 Operacionalización

Tabla 1 Operacionalización de las Variables

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALADE MEDICION
<p><b>Feedback</b></p> <p>Para Boud &amp; Molloy (2015) “Indica que el feedback es un mecanismo por el cual la personas podrán descubrir si son exitosos con las actividades que realizan y si están listos para cumplir y superar las expectativas, especialmente enfocándonos en tres dimensiones, pensamiento critico, Inteligencia emocional y Mejora continua” (p. 13)</p>	<p>La medición de la variable fue realizada a través de la aplicación del cuestionario, en base a la escala de Likert (desde 1= completamente de acuerdo hasta 5= completamente en desacuerdo). Este instrumento está compuesto por 20 ítems (cada dimensión está compuesta por 4 y 2 ítems).</p>	Pensamiento Crítico	Disposición Metal	
			Capacidad de Interpretación	Constante Comunicación
			Percepción	
			Compromiso Organizacional	
		Inteligencia Emocional	Eficacia del Liderazgo	
			Solución de problemas	
			Empatía	
			Recursos Laborales	
		Mejora Continua	Innovación Organizacional	Ordinal

Fuente: Elaboración propia en base a la validez de los instrumentos

Tabla 2

DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR	ESCALADE MEDICION
<p>Variable 2:</p> <p>Engagement</p> <p>Indica que el Work engagement es un estado positivo de la mente, relacionado a las actividades que se realizan con esfuerzo y dedicación. El compromiso hace referencia al estado afectivo y cognitivo que no se encuentra enfocado en un objeto, evento, individuo o comportamiento específico para lo cual se deberá tener en cuenta el comportamiento, la lealtad y motivación. Alves, 2016, p.36)</p>	<p>La medición de la variable fue realizada a través de la aplicación del cuestionario, en base a la escala de Likert (desde 1= completamente de acuerdo hasta 5= completamente en desacuerdo). Este instrumento está compuesto por 18 ítems (cada dimensión está compuesta por 3 y 2 ítems).</p>	Comportamiento Proactivo	Espíritu Emprendedor	Ordinal
			Transmisión de Valores	
			Constante Comunicación	
			Irritabilidad	
			Compromiso	
	<i>Lealtad</i>	Incentivos		
			Reconocimiento Laboral	
		<i>Ambiente Laboral</i>	Ambiente Laboral	

*Nota:* Las dimensiones de la variable Feedback fue tomada del Modelo de Boud & Molloy (2015) y las dimensiones de la variable Engagement fue tomada de la teoría de Alves (2016).

## **2.3. Población**

### **2.3.1. Población**

La población objetivo de este estudio está conformado por 35 teleoperadores de la campaña Movistar- México, pertenecientes a la empresa GSS. En la investigación se está considerando una población finita por lo tanto se aplica el estadístico censal, según, Rodríguez (2018), que indica que el estadístico censal es aquella tiene el objetivo de estudiar un grupo numeroso de individuos. (p, 6)

### **2.3.2. Muestra**

Hernández et. al. (2014) indica que dado que se hace uso de toda la población para el análisis, no es requerido aplicar ninguna fórmula para identificar la muestra, de esta forma el estudio será más preciso y convincente.

### **2.3.3. Unidad de análisis**

Se considera como unidad de análisis a cada colaborador de la Campaña Movistar México de la empresa Global Sales Solution.

### **2.3.4. Criterios de inclusión y exclusión**

#### **2.3.4.1. Inclusión**

Para el estudio se tomará en consideración a los trabajadores de la Empresa Global Sales Solution.



### 2.3.4.2. Exclusión

Para el estudio no se tomará en consideración a colaboradores que no pertenecen a la Campaña Movistar México, tampoco se tomará en cuenta aquellos que no desean participar del estudio.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnica

Para Bernal, (2000) La técnica idónea es la encuesta, pues nos dice que es una técnica para obtener información con más uso, este se fundamenta a través del cuestionario (p. 212)

### 2.4.2. Instrumento

El cuestionario será empleado pues con ellos tendremos lo que necesitamos en cuanto a información (Bernal, 2000, p. 212).

El cuestionario para la variable uno consta de 20 enunciados y para la variable dos 18 enunciados, seleccionados a través de 06 dimensiones, por otro lado cada interrogante tiene 5 respuestas, el teste no tiene condiciones de tiempo y es individual.

Tabla N° 3

Técnica e instrumento de recolección de dato

Variable	Técnica	Instrumento
	Encuesta	Cuestionario sobre feedback
Feedback Engagement	Encuesta	Cuestionario sobre Engagement

El Formato Likert mantiene 5 niveles de respuesta:

- Totalmente De acuerdo = 1
- En Desacuerdo = 2
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo = 3
- De acuerdo = 4
- Totalmente en Desacuerdo = 5

### 2.4.3. Validez

La herramienta fue validada por expertos, el resultado es el siguiente:

Tabla 4

Juicio de Expertos

<b>VALIDADOR</b>	<b>GRADO</b>	<b>RESULTADO</b>
Cervantes Ramón Edgar	Magister	Aplicable
Aramburú Geng Carlos	Magister	Aplicable
Bardales Cárdenas Miguel	Doctor	Aplicable

Según lo validado por los expertos, los cuestionarios son aplicables, lo que significa que los instrumentos: Proceso de selección y Desempeño laboral, si son óptimos para la medición correspondiente.

Tabla 5  
Validez de contenido por indicador

CRITERIOS	Validadores	Mg. Aramburú Geng, Carlos Abraham	Mg. Cervantes Ramón, Edgard	Mg. Bardales Cardenas, Miguel	Promedio por Indicador
	CLARIDAD		100%	100%	80%
OBJETIVIDAD		100%	100%	90%	96.67%
PERTINENCIA		100%	100%	100%	100%
ACTUALIDAD		95%	95%	100%	96.67%
ORGANIZACIÓN		100%	100%	100%	100%
SUFICIENCIA		95%	100%	100%	98.3%
INTENCIONALIDAD		95%	95%	100%	96.67%
CONSISTENCIA		100%	100%	100%	100%
COHERENCIA		95%	95%	75%	88.3%
METODOLOGÍA		100%	100%	100%	100%
			<b>PROMEDIO</b>		96.9%

Fuente: Elaboración Propia

#### 2.4.3.1. Validez de contenido

Para Suttleworth (2018) tiene el termino de validez natural ya que esta determina en qué situación la medida figura a cada elemento, es cualitativa y determina si algún elemento suma o disminuye valor a algún estudio.

#### 2.4.3.2. Validez de constructo

Para Suttleworth (2018), indica que esta validez resume si una prueba o experimento se encuentra a la medida o no. Hace referencia básicamente a si la definición de una variable es el significado teórico verdadero de un concepto.

#### 2.4.4. Confiabilidad de los instrumentos

Lo fidedigno de este estudio se evaluó mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, con un resultado de 0.894 para el cuestionario de Feedback Laboral y para el cuestionario del Engagement laboral 0.92 lo que deja notar que confiable para la medición de la comunicación interna y el recupero empresarial en GSS, 2018.

Variable 1= Feedback Laboral

Tabla 6

Alfa de Cronbach para el cuestionario

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,893	20

Según la Tabla N°6, el resultado obtenido de la fiabilidad de Alfa de Cronbach es de 0.893, se determina que los datos tienen consistencia interna alta.

Variable 2= Engagement Laboral

Tabla 7: Alfa de Cronbach para el cuestionario

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	18

Según la Tabla N°7, el resultado obtenido de la fiabilidad de Alfa de Cronbach es de 0.908, se delimita que los datos tienen una consistencia interna alta.

## 2.5. Métodos de análisis de datos

Para la este estudio, como primer punto se encausará lo recabado en el programa SPSS Statistics, el cual dejará tablas y figuras estadísticas. Asimismo, utilizaremos el estadístico de correlación Spearman, con el objetivo de examinar la correlación entre las variables Feedback y Engagement Organizacional.

Para la observación de los antecedentes se hizo la separación representativa, en el cual se ejecutó la exégesis para después presentar el fruto mediante gráficos y tablas, las cuales se realizarán para cada ítem, las gráficas dejaran notar el resultado final de todo lo obtenido en la unidad de análisis.

## 2.6. Aspectos éticos

Para esta investigación se consultó al Responsable de la Campaña, Movistar México, mostrándose conforme con la investigación que se realizará a los trabajadores, respetando la autonomía y anonimato de los encuestados.

- Autonomía: Tomar decisiones sin cometer abusos
  
- Beneficencia: Se pretende incrementar los beneficios al desarrollar este proyecto de investigación y disminuir riesgos.
  
- Justicia: Emplear procedimientos que sean razonables y que estos aseguren una correcta administración.
  
- No Maleficencia: Tratar con amabilidad a cada uno de los que participan del proyecto del estudio.

**CAPÍTULO III**  
**RESULTADOS**

### 3.1. Resultados estadísticos.

Tabla 8. Medidas descriptivas de las variables

		Estadísticos	
		Feedback	Engagement
N	Válido	35	35
	Perdidos	0	0
Media		3,74	3,77
Mediana		4,00	4,00
Moda		4	4
Desviación estándar		,701	,731
Varianza		,491	,534
Rango		2	2
Mínimo		3	3
Máximo		5	5
Suma		131	132

Interpretación: Según la tabla 8, la variable Feedback y la variable Engagement, del total de encuestados, nos muestra que las dos variables tienen medias diferentes por ende la desviación estándar también logra ser diferente en ambas variables.

Tabla 9. Dimensión 1: Pensamiento Crítico

		Pensamiento Crítico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	Porcentaje Frecuen
Válido	NI DE ACUERDO, NI EN				
	DESACUERDO	16	45,7	45,7	45,7
	DE ACUERDO	19	54,3	54,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia



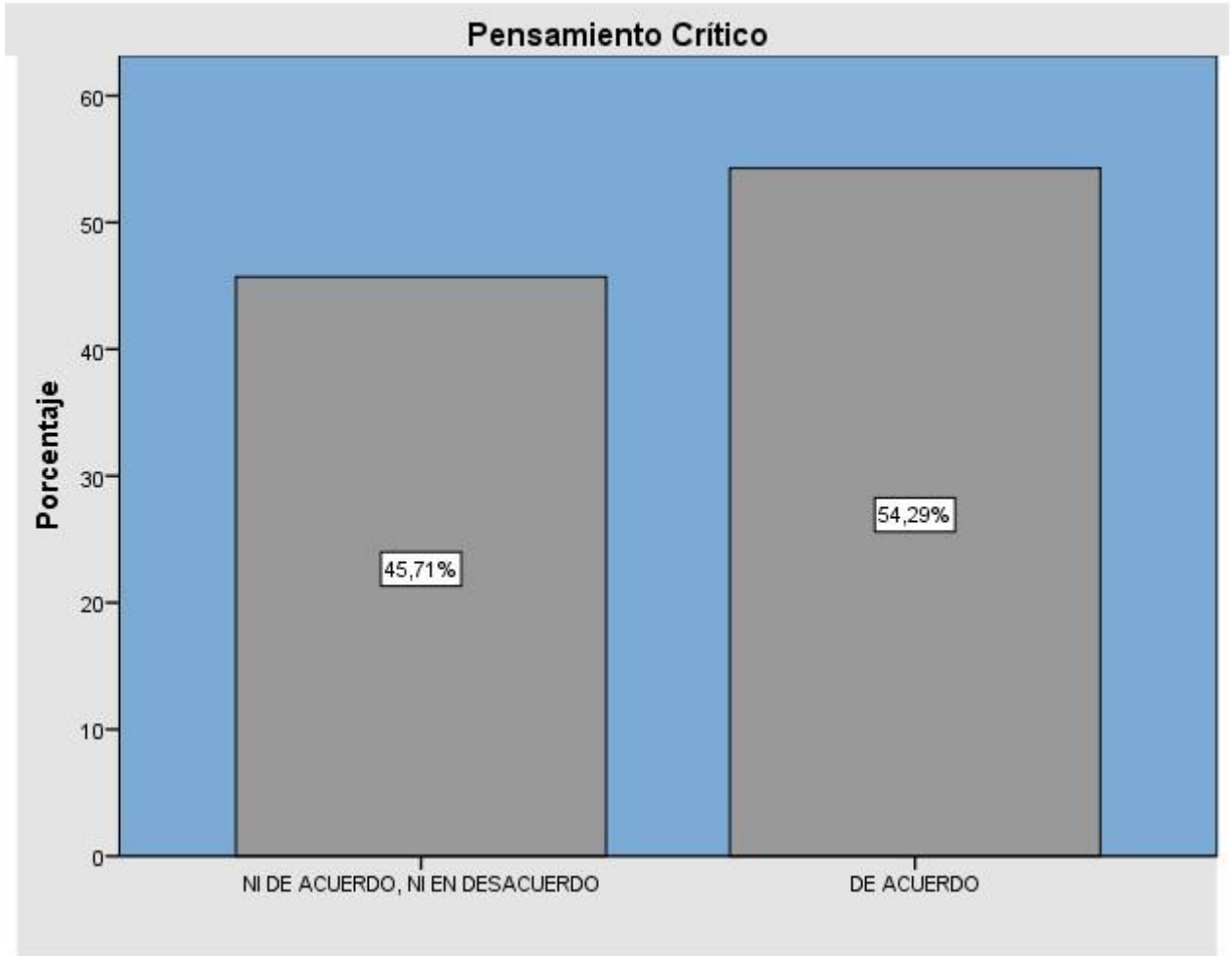


Figura 1.

Interpretación: La tabla 9 de la dimensión Pensamiento Crítico, con 35 personas encuestadas, obtuvo los siguientes resultados:

Que un 45.7% de los encuestados representado por 16 personas, respondieron que no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con el pensamiento crítico. Por otro lado el 54,.3% de los encuestados representado por 19 personas, respondieron que están de acuerdo con el pensamiento crítico brindado por la empresa.

**Tabla 10.** Dimensión 2: Inteligencia Emocional

		Frecuen	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	14	40,0	40,0	40,0
	DE ACUERDO	8	22,9	22,9	62,9
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

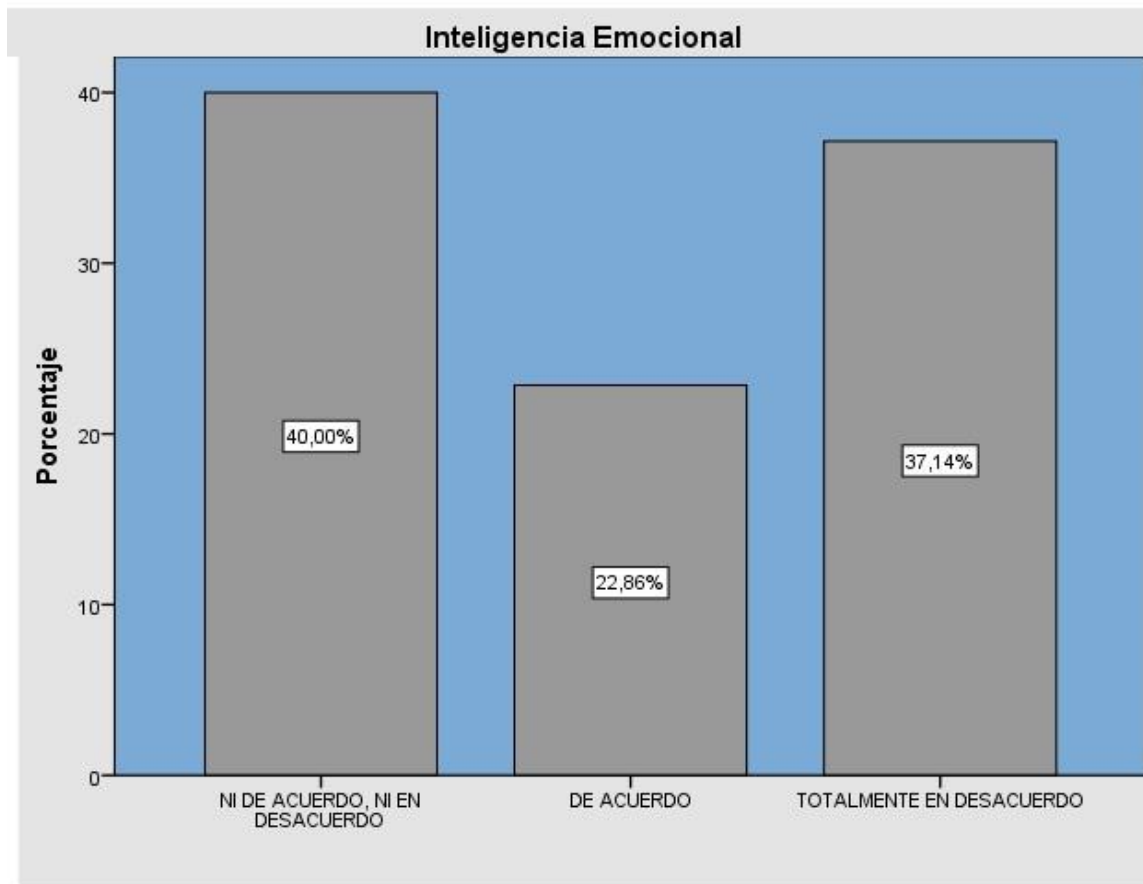


Figura 2.

Interpretación: Según la tabla 10 la dimensión número 2 (Inteligencia Emocional), obtuvo la siguiente muestra:

Que un 40% de los encuestados representado por 14 personas, indican que no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la inteligencia emocional que se percibe en la empresa GSS. Por otro lado el 22.9 % de los encuestados representado por 8 personas, respondieron que están de acuerdo con la inteligencia emocional presentada. Para finalizar el 37.1% de los encuestados representado por 13 personas, respondieron que están totalmente en desacuerdo con el tema relacionado a la inteligencia emocional.

**Tabla 11.** Dimensión 3: Mejora Continua

		<b>Mejora Continua</b>		Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	11	31,4	31,4	31,4
	DE ACUERDO	11	31,4	31,4	62,9
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

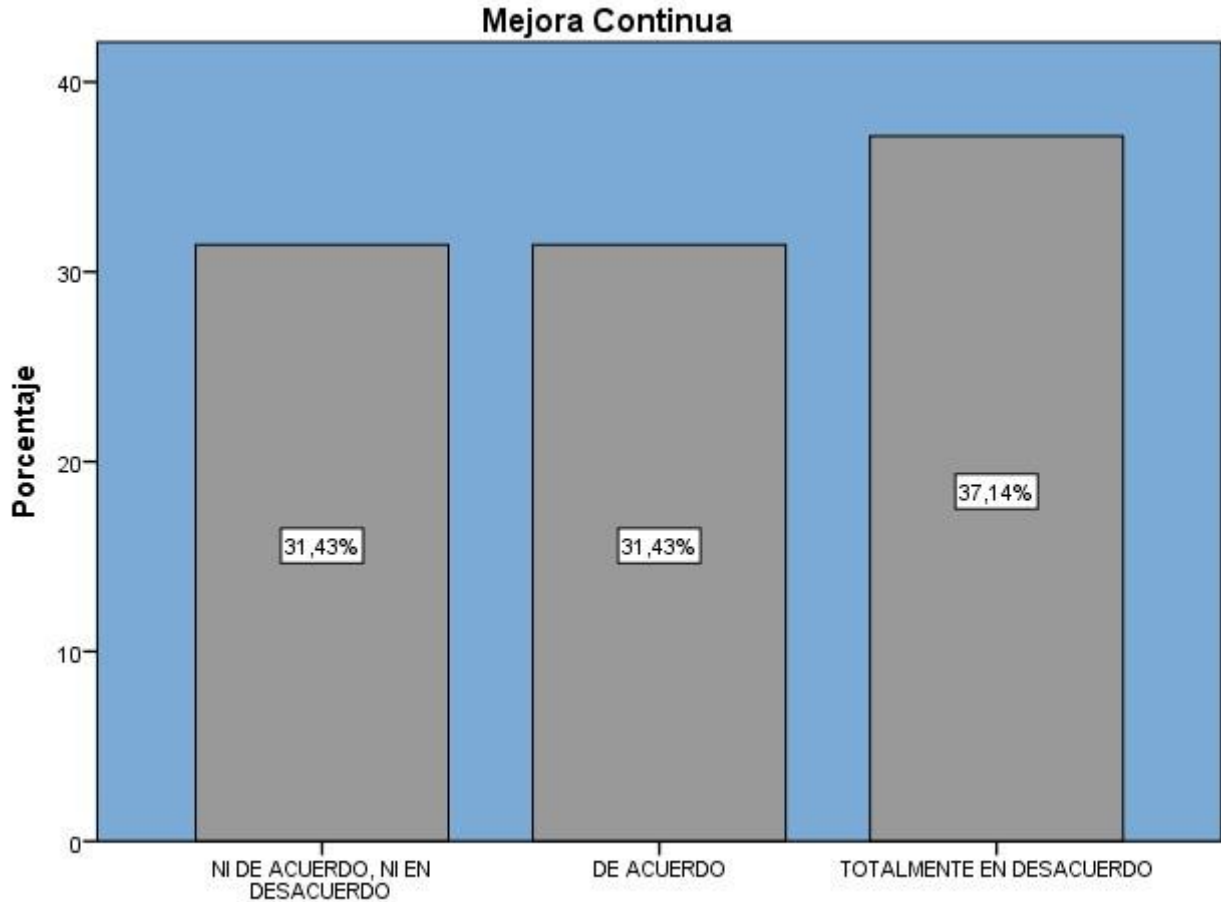


Figura 3.

Interpretación: Según la tabla 11, dimensión tres nombrada mejora continua en la empresa Global Sales Solution. Se obtuvo el siguiente resultado sobre los encuestados.

Que 31.4% de los encuestados representado por 11 personas, respondieron que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la mejora continua que se presenta en la empresa GSS, así como el 31.4% representado también por 11 personas, indicaron que se encuentran de acuerdo con la mejora continua presentada. Por otro lado el 37.1% representado por 13 personas indicaron que se encuentran totalmente en desacuerdo con la mejora continua que se presenta en la empresa GSS.

### 3.2. Prueba de Hipótesis

Prueba de normalidad

H0 la distribución estadística de la población es normal

H1 la distribución estadística de la población no es normal

Nivel de sig.i = error 5% =0.05 (95% Z=+/- 1.96)

Decisión:

Sig. e < sig. i → se rechaza la H0

Sig. e > sig. i → se acepta la H0

**Tabla 12.** Cuadro de prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov Smirno			Shapiro Wilk		
	Estadístic	Gl	Sig.	Estadístic	Gl	Sig.
Feedback	,256	35	,000	,788	35	,000
Engagement	,254	35	,000	,793	35	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la tabla 12, observamos los resultados en base a la normalidad de la muestra donde se pueden ver que los estadísticos son diferentes para cada variable. Es decir que la distribución estadística no es normal, se usó también la prueba de Shapiro- Wilk, ya que tenemos una población de 35 elementos, Así mismo el valor de significancia de la investigación dio como

obtención 0,00 lo que significa menor a la significancia de la investigación con el que se concluye diciendo que se acepta la hipótesis planteada H0.

Sig.e = 0.00 < 0.05 → rechazar H0

### **3.2.1 Tipificación de la investigación**

#### a. Las investigaciones paramétricas

Los estadísticos son paramétricos si cumplen las siguientes condiciones:

- Las variables deben ser cualitativas
- La muestra deber ser normal
- La varianza de las muestras o variables deben ser iguales

#### b. Las investigaciones no paramétricas.

Son estudios que no tiene condiciones, no es paramétrica. Para cumplir con este tipo de investigación solo se requiere de que una de las muestras sea diferente a la otra, de esta forma se estaría cumpliendo con lo establecido.

### **3.3 Prueba de Hipótesis general**

Prueba de hipótesis correlacional de Feedback y Engagement laboral

HG: Existe relación entre el Feedback y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution 2018.

Ho: No existe relación entre el Feedback y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution 2018.

H1: Existe relación entre el Feedback y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution 2018.

**Tabla 13.** Tabla cruzada de Feedback y Engagement laboral

Recuento		Engagement Laboral			Total
		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
Feedback	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	14	0	0	14
	DE ACUERDO	0	15	1	16
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0	5	5
Total		14	15	6	35

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 14. Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman

Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman	
Valor del Coeficiente r (positivo o negativo)	Significado
-0.7 a -0.99	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja

0.2 a 0.39 Correlación positiva baja

0.4 a 0.69 Correlación positiva moderada

0.7 a 0.990 Correlación positiva alta

Restrepo, L. y Gonzales, J. (2007)

Estrategia de la prueba:

Valor sig. :  $\alpha=0.05$  (95%,  $Z= \pm 1.96$ )

Criterios:

Sig.  $e < sig.$  i  $\square$  se rechaza la  $H_0$

Sig.  $e > sig.$  i  $\square$  se acepta la  $H_0$

Tabla 15. Prueba de Hipótesis General

		<b>Correlaciones</b>		
			Feedback	Engagement
<b>Rho de Spearman</b>	Feedback	Coeficiente de Correlación	1,000	,983**
		Sig. (Bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Engagement	Coeficiente de Correlación	,983**	1,000
		Sig. (Bilateral)	,000	.
		N	35	35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En la tabla 15, se analizó lo recabado, recolectado a través de la encuesta realizada a los colaboradores, se utilizó el software del spss 24. Obteniendo como resultado que el nivel de significancia para ambas variables es de 0,00 siendo menos que 0,05, de modo que se rechaza la



hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Asimismo se obtuvo de la prueba estadística Rho de Spearman entre las variables feedback y engagement laboral, una correlación de 0.983 dicho valor es considerada una correlación positiva alta según la tabla 12, finalmente se concluye que si hay conexión entre el Feedback y el compromiso en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution 2018

### **3.4. Prueba de Hipótesis Específicas**

#### **3.4.1. Hipótesis Específica 01**

HE: Existe relación entre el pensamiento Crítico y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

H0: No existe relación entre el pensamiento Crítico y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

H1: Existe relación entre el pensamiento Crítico y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

Valor significancia  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ )

Criterios:  $p < \alpha$  se rechaza  $h_0$   $p < \alpha$  se rechaza  $h_1$

Donde p es igual al valor de significancia (sig.)

**Tabla 16** Tabla cruzada de Pensamiento Crítico y Engagement Laboral**Tabla cruzada Pensamiento Crítico y Engagement Laboral**

		Engagement			Total
		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
Pensamiento Crítico	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	9	7	0	16
	DE ACUERDO	5	8	6	19
Total		14	15	6	35

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17.** Prueba de correlación entre Pensamiento Crítico y Engagement Laboral**Correlaciones**

			Pensamiento Crítico	Engagement
Rho de Spearman	Pensamiento Crítico	Coefficiente de correlación	1,000	,409*
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	35	35
Engagement	Engagement	Coefficiente de correlación	,409*	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	35	35

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según la tabla 17, se identifica que el nivel de significancia es de 0.15, siendo menor a 0.05, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). Demostrando que existe relación entre el pensamiento crítico y el engagement laboral en la empresa Global Sales Solution, ate 2018. Así mismo el coeficiente de correlación es de 0.409, es decir existe una correlación positiva muy baja.

### 3.4.2 Hipótesis Específica 02

HE: Existe relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

H0: No existe relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

H1: Existe relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.

Valor significancia  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ )

Criterios:  $p < \alpha$  se rechaza  $h_0$   $p < \alpha$  se rechaza  $h_1$

Donde  $p$  es igual al valor de significancia (sig.)

**Tabla 18** Tabla cruzada de Intelecto Emocional y Engagement Laboral**Tabla cruzada Inteligencia Emocional y Engagement Laboral**

		Engagement			Total
		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
Inteligencia Emocional	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	14	0	0	14
	DE ACUERDO	0	8	0	8
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	7	8	13
Total		14	15	8	35

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 19.** Correlación de Inteligencia Emocional y Engagement Laboral**Correlaciones**

			Inteligencia Emocional	Engagement
Rho de Spearman	Inteligencia Emocional	Coefficiente de correlación	1,000	,917**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Engagement	Coefficiente de correlación	,917**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Según la tabla 19, el nivel de significancia es de 0.00, lo cual es menor a 0.05. Lo que indica que se acepta la H1 y se rechaza la H0, esto quiere decir que existe match entre la inteligencia emocional y el engagement en la empresa Global Sales Solution, ate 2018. Por otra parte, el coeficiente

fue de, 0.917 indicando que es una correlación positiva alta de acuerdo a la tabla de coeficiente de Spearman.

### 3.4.3 Hipótesis Específica 03

HE: Existe relación entre la Mejora continua y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.

H0: No Existe relación entre la Mejora continua y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.

H1: Existe relación entre la Mejora continua y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018.

Valor significancia  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ )

Criterios:  $p < \alpha$  se rechaza  $h_0$   $p < \alpha$  se rechaza  $h_1$

Donde p es igual al valor de significancia (sig.)

**Tabla 20** Tabla cruzada de Mejora continua y Engagement laboral.

**Tabla cruzada Mejora Continua y Engagement Laboral**

		Engagement			Total
		NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
Mejora Continua	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	7	4	0	11
	DE ACUERDO	7	4	0	11
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	7	6	13
Total		14	15	6	35

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 21.** Correlación entre continua y engagement laboral

			Mejora Continua	Engagement Laboral
Rho de Spearman	Mejora	Coefficiente de correlación	1,000	,648**
	Continua	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Engage	Coefficiente de correlación	,648**	1,000
	ment	Sig. (bilateral)	,000	.
	Laboral	N	35	35

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Según la tabla 21, se obtuvo como resultado, que el valor de significancia es de 0.000, lo cual indica que es menor a 0.005, por consiguiente se valora más la hipótesis alterna(H1) y se deniega la hipótesis nula (H0). Por lo tanto se determina que existe relación entre la Mejora continua y el Engagement en la empresa Global Sales Solution 2018. Así mismo el coeficiente de correlación fue de 0.648, indicando que existe una correlación positiva moderada de acuerdo a la tabla de Spearman.

**CAPÍTULO IV**  
**DISCUSIÓN**

En la presente investigación se concluye que la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral) el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0). Asimismo, el coeficiente de correlación es de 0.983, el cual corresponde a una correlación positiva alta. Existe coincidencia con la investigación de Cuevas (2011) donde afirman que las dos variables tienen una relación significativa así también los resultados indican que los colaboradores se sienten comprometidos con sus respectivas funciones.

Todo esto se alinea con la teoría de Boud & Molloy (2015) en el que manifiestan que el feedback es un mecanismo por el cual las personas podrán descubrir si son exitosos con las actividades que realizan y si están listos para cumplir y superar las expectativas. En cuanto a Alves (2016) considera que el compromiso es algo positivo, relacionado a las actividades que se realizan con esfuerzo y dedicación, hace referencia al estado afectivo que no se encuentra enfocado en un objeto, individuo o comportamiento.

En la prueba de hipótesis 1, se define que la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor de  $p=0.015$  (sig. bilateral) el cual resulta mayor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Asimismo, el coeficiente de correlación es de 0.409, el cual corresponde a una correlación positiva moderada. La presente tesis tiene la similitud con la de Garcia (2013) la consideración como muestra a toda la población y la aplicación como instrumento el método hipotético deductivo. Se estableció la teoría de Iglesias (2017) en el que indica que el pensamiento crítico tiene una definición abstracta que hace referencia al razonamiento del conocimiento.

En la prueba de hipótesis 2, se culmina que la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral) el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la H1 y se



rechaza la  $H_0$ . Asimismo, el coeficiente de correlación es de 0.917, el cual corresponde a una correlación positiva alta. Hay una semejanza con la investigación de Borrego (2016) el cual indica que existe una relación positiva entre las variables de la pasión armoniosa y la satisfacción profesional, aceptando la hipótesis alternativa y rechazando la  $h_0$ . Se basó a la teoría de Guell (2013) en el que afirman que la inteligencia emocional es razonar adecuadamente ante los sucesos emocionales, enlazar la inteligencia y la emoción, pero actuando lógicamente y fríamente ante los inconvenientes que puedan acontecer.

En la prueba de hipótesis 3, se comprobó que la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral) el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ). Asimismo, el coeficiente de correlación es de 0.648, el cual corresponde a una correlación positiva alta. Hay similitud con la tesis de Ortiz (2017) el cual llego a la conclusión que el feedback positivo si tiene relación con el engagement en los trabajadores. Se estableció la teoría de Lander (2017) el cual indica que la mejora continua se aplica de poco a poco en los procesos de mejora, de tal modo que pueda involucrar a todas las personas de la organización y así buscar las mejores soluciones a los procesos que no funcionan.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**

De la investigación realizada se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Mediante los resultados obtenidos, se comprueba la hipótesis general el cual indica que existe relación entre el feedback y el engagement en los trabajadores de GSS, Ate 2018; puesto que el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral), el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0). El coeficiente de correlación es de 0.983, el cual corresponde a una correlación positiva alta. Por ende, se indica que la relación de ambas variables es directa, eso quiere decir que si se brinda un feedback adecuado el compromiso de los colaboradores mejorará.

Segundo: Se demostró que la hipótesis específica 1, el cual indica que existe relación entre el pensamiento crítico y el engagement en la empresa Global Sales Solution, ate 2018; dado que el valor de  $p=0.015$  (sig. bilateral), el cual resulta mayor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). El coeficiente de correlación es de 0.409, el cual corresponde a una correlación positiva moderada. Por lo tanto, se define que la relación de ambas variables es indirecta, eso quiere decir que el pensamiento crítico no influye en el engagement laboral.

Tercero: De igual modo, se demostró la hipótesis específica 2, el cual afirma que existe relación entre la inteligencia emocional y el engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018; dado que el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral), el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0). El 72 coeficiente de correlación es de 0.917, el cual corresponde a una correlación positiva alta. Por ende, se concluye que la relación de ambas variables es directa, es decir que si la inteligencia emocional, que abarca temas como la eficacia de liderazgo y la resolución de inconvenientes si influye con el engagement laboral.

Cuarto: De este modo, se comprobó la hipótesis específica 3, que denota la existencia de conexión entre la mejora continua y el engagement en la empresa Global Sales Solution, Ate 2018; dado que el valor de  $p=0.000$  (sig. bilateral), el cual resulta menor a 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0). El coeficiente de correlación es de 0.648, el cual corresponde a una correlación positiva alta. De tal modo, se concluye existe relación directa entre ambas variables, es decir que a medida que los colaboradores se adaptan al nuevo entorno del centro de trabajo se obtendrá un mejor compromiso por parte de los trabajadores.

**CAPÍTULO VI**  
**RECOMENDACIONES**

Primera: Dar a conocer a todos los colaboradores de la misión, visión, valores, objetivos y estrategias para que así todos estén direccionados a un mismo objetivo y así todos se sientan parte fundamental de la empresa.

Segunda: Se recomienda implementar talleres, capacitaciones para todos los colaboradores, con el fin de mejorar y ampliar los conocimientos y así dar oportunidad a que las personas desarrollen mejor sus habilidades comerciales, ello permitirá mejorar el ambiente dentro de la empresa, ya que el personal se sentirán motivados y satisfechos, el que se evidenciará en el cierre de gestión.

Tercero: Planificar actividades y dinámicas motivacionales, realizadas con el fin de fomentar el trabajo en equipo, así como retribuir con incentivos a todos los colaboradores que alcancen el total de sus objetivos planteados por el responsable de campaña, de esta manera se lograría una mayor productividad.

Cuarto: Se recomienda valorar la sugerencia de todos los trabajadores para mejorar la metodología de las capacitaciones brindadas ya que no siempre es captada o entendida en su totalidad por los mismos, al brindar una capacitación con la metodología adecuada tendremos mejores resultados durante la ejecución de las actividades.

Sexta: Por último, se recomienda que se realice un estudio más minucioso para identificar que es lo que afecta al compromiso de los trabajadores para así plantear nuevas y mejoradas alternativas de mejora y consecución del compromiso de los trabajadores para así lograr el alcance de los objetivos totales.

## REFERENCIAS

Alves. (2016) *Work Engagement en las organizaciones*. España: Grupo Planeta

Bobadilla, Callata & Caro. (2015). *Engagement laboral y cultura organizacional: El rol de la orientación cultural en una empresa global* (Tesis de Magíster). Universidad del Pacífico, Lima, Perú.

Borrego. (2016). *El Engagement en el trabajo: Antecedentes y resultados organizacionales* (Tesis Doctoral). Universidad de Huelva, Madrid, España.

Boud,D. y Molloy, E (2015). *El feedback en una educación superior y profesional*. Madrid-España: Narcea, S.A. de ediciones.

Camps,D (02 de Agosto de 2017). *InboundCycle* (Semana 1). P. 01.

Cuevas. (2011). *Evaluación del engagement en empleados de una empresa comercial* (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León Posgrado de Psicología, Nuevo León, México.

Flores, Fernández, Juárez, Merin & Guimet. (2015). *Entusiasmo por el trabajo (Engagement): Un estudio de validez en profesionales de la docencia en Lima, Perú* (Tesis de Licenciamiento). Universidad San Martín de Porres.

García. (2013). *Estudio de la relación entre el Engagement y la rotación de personal en una cadena de cafeterías, ubicadas en la ciudad de Xalapa - Enríquez, Veracruz, México* (Tesis de Maestría). Universidad Veracruzana, Veracruz, México. Gr anados. (2015). *Engagement laboral en la dirección de gestión de talento humano de la contraloría general de la república*. (Tesis Especialista en Gestión Pública). Universidad

Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Bogotá, Colombia.



Goaldvarg, D Perel,N. (2016). *Mentor Coaching en acción*. Buenos Aires: Granica.  
Guell,M( 2013). *¿Tengo inteligencia emocional?*. España: Grupo Planeta.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.).  
México: Mc Graw Hill.

Herrera, J. (2016). *Gerencia Proactiva: Mas allá de la vision empresarial* (1a ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Hinestroza Y Merlin,P.(2016). *Organizaciones saludables y procesos organizacionales e individuales, comprensión y retos*. Bogotá: Universidad del Rosario.

Iglesias, A (19 de Agosto de 2017). Tic Beat (Sema 3). P.02.

Jauli, I y Reig, E (2012). *Retroalimentación Positiva*. Madrid: Colección acción empresarial.

Kabalen,D (2013). *Análisis y pensamiento Crítico para la expression verbal*. Monterrey:  
Editorial Digital.

Kenichi. (2017). *Correlación de las Demandas y Recursos Laborales con el Work Engagement* (Tesis de Licenciamiento). Pontifica Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Kleinig, John, (2017), *Loyalty and loyalties: the contours of a problematic virtue*, Nueva York: Oxford University Press.

Merlin, P. y Hinestroza, G. (2016). *Organizaciones saludables y procesos organizacionales e individuales*. Bogotá: Editora Académica.

Moreno, A (15 de Marzo de 2014). Portafolio (Semana 2).p.01.

Nieto,N(20 de enero de 2018). NNP Coaching (Semanas 4).p.03.

Ortiz. (2017). Relación del Feedback laboral con la satisfacción en el trabajo del personal en una dirección regional de agricultura del Perú (Tesis de Licenciamiento). Universidad de

Lima, Lima, Perú.

Pallarés (septiembre 2016). Arearh (Semana 3).P.03.

Rodríguez del tronco, R, Rodriguez del tronco,J y Vico,N(2018). *Smart Feedback*. España: Lid.

Sotelo. (2016). Engagement y estrés laboral en el docente de la escuela de psicología de la universidad privada atenor Orrego, Trujillo (Tesis de Maestría). Universidad Privada Antenor

Orrego, Trujillo, Perú.

Suttleworth. (03 de enero del 2018). Explorable, Validez de contenido. P.01

Takming, 2015, The Impact of employee loyalty and organizational citizenship behavior on organizational performance: a case of Taiwan- Listed family business.

Tolosa, L (2017). *Técnicas de mejora continua en el transporte*. Barcelona: Marge Books.

Veliz. (2016). Retroalimentación (Feedback) positiva para el mejoramiento Del entrenamiento (coaching) y liderazgo (Tesis de Licenciamiento). Universidad Rafael Landivar, Guatemala.

Whitmore,J (2010). *Coaching for performance*. London: Nicholas Brealey Publishing.

## **ANEXOS**

## ANEXOS 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: Feedback Y Engagement En Los Trabajadores De La Empresa Global Sales Solution, Ate 2018						
AUTOR: Vanesa Vargas Grandez						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable 1: Feedback			
¿Cuál es la relación entre el Feedback y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?	Describir la relación entre el Feedback y el Engagement laboral de los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018	Existe relación entre el Feedback y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
			Pensamiento Crítico	Disposición Mental	1, 2	1. Totalmente de acuerdo 2 En desacuerdo. 3. Ni de acuerdo, l en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
Inteligencia Emocional	Capacidad de Interpretación	3, 4				
	Constante Comunicación	5, 6				
	Percepción	7, 8				
Empatía	9,10					
Recursos Laborales	11, 12					
	13,14					
	15,16					
	17,18					
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:				
¿Cuál es la relación entre el Pensamiento Crítico y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?	Identificar la relación entre el Pensamiento Crítico y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.	Existe relación entre el Pensamiento Crítico y el Engagement en la empresa Global Sales Solución, Ate 2018.				
¿Cuál es la relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?	Identificar la relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.	Existe relación entre la Inteligencia Emocional y el Engagement en la empresa Global Sales Solución, Ate 2018.				
¿Cuál es la relación entre la	Identificar la relación entre la	Existe relación entre el la Mejora Continua y el Enocagement en la emosea				

Mejora Continua y el Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solution, Ate 2018?	Mejora Continua y el Engagement en los trabajadores en la empresa Global Sales Solution en el año 2018.	Global Sales Solución, Ate 2018.	Mejora Continua	Innovación organizacional	19,20			
			Variable 2: Engagement					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración		
			Comportamiento Proactivo	Espíritu Emprendedor	1,2	1. Totalmente de acuerdo 2 En desacuerdo. 3.Ni de acuerdo, l en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente en desacuerdo		
				Transmisión de Valores	3,4			
				Constante Comunicación	5,6			
			Lealtad	Imitabilidad	7,8			
				Compromiso	9,10			
			Motivación	Incentivos	11,12, 13			
Reconocimiento Laboral	14, 15,16							
	Ambiente laboral	17, 18						
<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>		<b>POBLACION Y MUESTRA</b>		<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>				
El diseño que se seguirá responde a un diseño no experimental, transeccional correlacional – causal ya que se tomarán datos en tiempo determinado con el objetivo de determinar la correlación existente entre las variables de la investigación.		<b>POBLACION:</b> La población objetivo de esta investigación está conformada por un total de 80 teleoperadores de la campaña Movistar- México, pertenecientes a la empresa Global Sales Solutions.  <b>MUESTRA:</b> Está conformado por toda la población.		<b>Variable 1: Feedback</b>  <b>Técnicas:</b> Encuesta  <b>Instrumentos:</b> Cuestionario  <b>Autor:</b> Daniel Denison (2001)  <b>Año:</b> 2017		<b>Variable2: Engagement</b>  <b>Técnicas:</b> Encuesta  <b>Instrumentos:</b> Cuestionario  <b>Autor:</b> Calderón Melissa(2015)  <b>Año:</b> 2018		

## ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE FEEDBACK EMPRESARIAL

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
Pensamiento Crítico	Disposición Mental	1. Tu jefe esta siempre dispuesto a escuchar la opinión del grupo 2. Las capacitaciones brindadas están dictadas con una adecuada metodología	1. Totalmente de acuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
	Capacidad de Interpretación	3. Se adecua usted de manera rápida ante los cambios comerciales 4. Se realizan test de aseguramiento de la información, una vez terminada la capacitación	
	Constante Comunicación	5. El jefe apoya e involucra a aquellos que aportan ideas distintas 6. El jefe se asegura de que todos comprendan las tareas o funciones asignadas	
	Percepción	7. El jefe inmediato siempre identifica las motivaciones individuales y grupales necesarias 8. El jefe realiza revisión del desempeño del personal a su cargo y provee retroalimentación	
Inteligencia Emocional	Compromiso Organizacional	9. EL jefe formula estrategias considerando las fortalezas de la organización 10. Se realiza un seguimiento parametrado luego del feedback correspondiente	
	Eficacia del Liderazgo	11. El jefe desarrolla planes que contemplen las necesidades del personal a su cargo 12. Llegas tú a los objetivos planteados antes del tiempo establecido	

	<b>Empatía</b>	<p>15. Compartes tus ideas, sentimientos, razonamiento y conocimientos a través de la retroalimentación.</p> <p>16. El jefe fomenta la cooperación adecuada ante su personal</p>	<p>1. Totalmente de acuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente en desacuerdo</p>
Mejora Continua	Recursos Laborales	<p>17. Los implementos dados en las capacitaciones son los adecuados</p> <p>18. Se encuentra en buenas condiciones el material del trabajo</p>	
	Innovación	<p>19. Su líder siempre busca nuevas oportunidades de optimizar el trabajo</p> <p>20. Consideras que las ofertas brindadas son innovadoras para los clientes</p>	

## ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE ENGAGEMENT EMPRESARIAL

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valoración
Comportamiento Proactivo	Espíritu Emprendedor	1. Realizo mi trabajo de la manera más efectiva sin que esto signifique un costo mayor para la organización 2. Mi trabajo debe cumplir con las expectativas de mis superiores y por ende de la organización	1. Totalmente de acuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
	Transmisión de Valores	3. Mi trabajo debe cumplir con las expectativas de mis superiores y por ende de la organización 4. Las directivas y líderes ponen en práctica los valores de la empresa	
	Constante Comunicación	5. La comunicación es constante en los grupos virtuales 6. Estás de acuerdo con los focus group semanales	
Lealtad	Irritabilidad	7. Tu estado de ánimo depende mucho de las objeciones puestas por los clientes 8. Tus objetivos obtenidos son directamente proporcionales al trato recibido	
	Compromiso	9. Te sientes comprometido con los objetivos de la organización 10. Te sientes comprometido con el trabajo que realizas pese a trabajar bajo presión diariamente	
	Incentivos	11. Tu empleador te incentiva para lograr logras la totalidad de tus objetivos 12. Tu empleador propone dinámicas motivacionales 13. Los incentivos brindados son realmente proporcionales a tu rendimiento obtenido	
Motivación	Reconocimiento Laboral	14. El supervisor se preocupa por tu desempeño laboral y lo reconoce 15. Se brinda la oportunidad de realizar una línea de carrera dentro de la organización 16. Siento que el trabajo que realizo es valorado por mis superiores	
	Ambiente Laboral	17. Las instalaciones son adecuadas para el desempeño de tus labores 18. Mis compañeros de trabajo toman en cuenta mis opiniones	



### ANEXO 4: CUESTIONARIO DE FEEDBACK

Para cada ítem se considera la siguiente escala de respuesta:

- 1. Totalmente de acuerdo, 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo, 5. Totalmente en desacuerdo.**

FEEDBACK		1	2	3	4	5
Pensamiento Crítico	<b>Disposición Mental</b>					
	1	¿Tu jefe esta siempre dispuesto a escuchar la opinión del grupo?				
	2	¿2. Las capacitaciones brindadas están dictadas con una adecuada metodología?				
	<b>Capacidad de Interpretación</b>					
	3	¿Se adecua usted de manera rápida ante los cambios comerciales ?				
	4	¿Se realizan test de aseguramiento de la información, una vez terminada la				
	<b>Constante Comunicación</b>					
	5	¿El jefe apoya e involucra a aquellos que aportan ideas distintas?				
6	¿El jefe se asegura de que todos comprendan las tareas o funciones asignadas?					
Inteligencia Emocional	<b>Percepción</b>					
	7	¿El jefe inmediato siempre identifica las motivaciones individuales y grupales				
	8	¿El jefe realiza revisión del desempeño del personal a su cargo y provee retroalimentación?				
	<b>Compromiso Organizacional</b>					
	9	¿EL jefe formula estrategias considerando las fortalezas de la organización?				
	10	¿Se realiza un seguimiento parametrado luego del feedback correspondiente?				
	<b>Eficacia del Liderazgo</b>					
	11	¿El jefe desarrolla planes que contemplen las necesidades del personal a su cargo?				
12	¿Llegas tú a los objetivos planteados antes del tiempo establecido ?					
Mejora Continua	<b>Solución de Problemas</b>					
	13	¿El jefe atiende problemas de desempeño de sus colaboradores con inmediatez?				
	14	¿El jefe analiza la causa raíz ante un posible obstáculo laboral?				
	<b>Empatía</b>					
	15	¿Compartes tus ideas, sentimientos, razonamiento y conocimientos a través de la retroalimentación.?				
	16	¿ El jefe fomenta la cooperación adecuada ante su personal?				
Mejora Continua	<b>Recursos Laborales</b>					
	17	¿Los implementos dados en las capacitaciones son los adecuados?				
	18	¿ Se encuentra en buenas condiciones el material del trabajo?				
	<b>Innovación</b>					
19	¿Su líder siempre busca nuevas oportunidades de optimizar el trabajo?					
20	¿Consideras que las ofertas brindadas son innovadoras para los clientes ?					

## ANEXO 5: CUESTIONARIO DE ENGAGEMENT LABORAL

Para cada ítem se considera la siguiente escala de respuesta:

- 1. Totalmente de acuerdo, 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4. De acuerdo, 5. Totalmente en desacuerdo.**

## ANEXO 6: JUCIO DE EXPERTOS

ENGAGEMENT		1	2	3	4	5
Comportamiento Proactivo	<b>Espíritu Emprendedor</b>					
	1	¿Realizo mi trabajo de la manera más efectiva sin que esto signifique un costo mayor para la organización?				
	2	¿Mi trabajo debe cumplir con las expectativas de mis superiores y por ende de la organización?				
	<b>Transmisión de Valores</b>					
	3	¿Mi trabajo debe cumplir con las expectativas de mis superiores y por ende de la organización?				
	4	¿Las directivas y líderes ponen en práctica los valores de la empresa?				
Lealtad	<b>Constante Comunicación</b>					
	5	¿La comunicación es constante en los grupos virtuales?				
	6	¿Estás de acuerdo con los focus group semanales?				
	<b>Irritabilidad</b>					
	7	¿Tu estado de ánimo depende mucho de las objeciones puestas por los clientes?				
	8	¿Tus objetivos obtenidos son directamente proporcionales al trato recibido?				
Motivación	<b>Compromiso</b>					
	9	¿Te sientes comprometido con los objetivos de la organización?				
	10	¿Te sientes comprometido con el trabajo que realizas pese a trabajar bajo presión diariamente?				
	<b>Incentivos</b>					
	11	Tu empleador te incentiva para lograr logras la totalidad de tus objetivos ?				
	12	¿Tu empleador propone dinámicas motivacionales?				
13	¿Los incentivos brindados son realmente proporcionales a tu rendimiento obtenido?					
Motivación	<b>Reconocimiento Laboral</b>					
	14	¿El supervisor se preocupa por tu desempeño laboral y lo reconoce?				
	15	¿Se brinda la oportunidad de realizar una línea de carrera dentro de la organización ?				
	16	¿Siento que el trabajo que realizo es valorado por mis superiores?				
	<b>Ambiente Laboral</b>					
	17	¿Las instalaciones son adecuadas para el desempeño de tus labores?				
18	¿Mis compañeros de trabajo toman en cuenta mis opiniones?					

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: CERVANTES RAMÓN, EDGAR F.  
Dr./Mg.
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV-Ate
- I.3. Especialidad del experto: Investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del Instrumento: VARGAS GROSUDEZ, Wendy Vanesa

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					95%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					95%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					95%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>94%</b>

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			

03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Ninguno

IV PROMEDIO DEVALORACION:

Ate, de junio del 2018

04/10/2018

94%

[Firma]

Firma de experto informante  
DNI 06614265

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**III. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: CERVANTES RAMÓN, EDGARDO F.  
 Dr./Mq..
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV-ATE
- I.3. Especialidad del experto: Investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: VARGAS GRANDEZ, Wendy Vanesa.

**IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21.40%	Bueno 41.60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					95%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y Claridad.					95%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					95%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					95%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					95%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>94%</b>

**ÍTEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE**

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			

03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de Investigación?

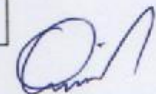
*ninguno.*

IV PROMEDIO DEVALORACION:

94%

Ate, de junio del 2018

*04/10/2018*



Firma de experto Informante

DNI -----*06614764*-----

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante Dr. / Mg Aremburui Gony Carlos Abreton  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente  
 I.3. Especialidad del experto: Administración  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento: Vargas Grande, Wendy Varona

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21.40%	Buena 41.60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						92%

### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			

11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

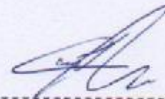
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Replantear algunas preguntas.

IV PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92%

Ate , de octubre del 2018



Firma de experto informante  
DNI 44075989





**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante Dr. / Mg Aramburu Gonz Carlos Abraham
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente
- 1.3. Especialidad del experto: Administración
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- 1.5. Autor del instrumento: Vargas Grande, Wendy Vargas

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21.40%	Bueno 41.60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>95%</b>

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			

11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:


¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Cambiar algunos términos en las preguntas.

IV PROMEDIO DEVALORACION:

957.

Ate , de octubre del 2018

  
-----  
Firma de experto informante  
DNI 74075454

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. BARDALES CARDENAS, MIGUEL  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UCV  
 I.3. Especialidad del experto: FINANZAS - PERSONAL - ORGANIZACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO  
 I.5. Autor del instrumento: VALEAS GRANDEZ, INEYDY VANESA

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					80
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						95%

**ÍTEM DE LA PRIMERA VARIABLE**

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			

03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11	✓			

12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

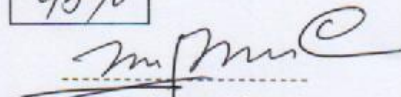
MODIFICAR TERMINOS

IV PROMEDIO DEVALORACION:

95%

Ate, de junio del 2018

14/10/2018



Firma de experto informante

DNI 08432636



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: D<sup>o</sup> / Mg BARDALIS GARDENOS, MIGUEL
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UCV
- I.3. Especialidad del experto: FINANZAS - PERSONAL - ORGANIZACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
- I.5. Autor del instrumento: VARGAS GRANDEZ, WENDY VANOSA

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						95%

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			

11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

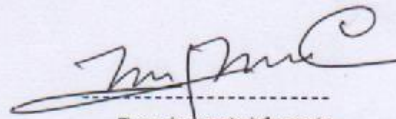
MODIFICAR GOMMINOS.

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

95%

Ate , de octubre del 2018

14/10/2018




Firma de experto informante

DNI 08437636

**ANEXO 7: RESULTADOS DEL TURNITIN**

Vanesa Vargas Grandez | FEEDBACK Y ENGAGEMENT
?



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Feedback y Engagement en los Trabajadores de la Empresa Global Sales Solution, AIG 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**  
Vargas Grandez, Wendy Vanesa

**ASESOR:**  
Dr. Navarro Lupin, Javier

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

**LIMA - PERÚ**  
2018

Resumen de coincidencias

30 %

1	repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	22 %	>
2	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	7 %	>
3	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
4	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
5	renati.sunedu.gob.pe <small>Fuente de Internet</small>	<1 %	>
6	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
7	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
8	Entregado a Universida... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
9	repositorio.uigv.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	<1 %	>

**ANEXO 8: BASE DE DATOS**

**Feedback**

Variable	FEEDBACK																			
Dimensiones	Pensamiento Crítico						Inteligencia Emocional						Mejora Continua							
Indicadores	Disposición Mental		Capacidad de Interpretación		Constante Comunicación		Percepción		Compromiso Organizacional		Eficacia del Liderazgo		Solución de Problemas		Empatía		Recursos Laborales		Innovación	
Preguntas	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20
PARTICIPANTES	1	4	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3
	2	4	4	4	4	1	1	4	5	5	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4
	3	3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
	6	3	3	3	4	1	1	3	5	3	4	2	3	2	5	3	4	5	4	3
	7	3	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2
	8	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4
	9	4	4	4	5	1	1	2	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	3	3
	10	4	4	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3
PARTICIPANTES	11	4	4	4	4	1	1	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4
	12	3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
	13	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
	14	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	15	3	3	3	4	1	1	3	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4
	16	3	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2
PARTICIPANTES	17	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4
	18	4	4	4	5	1	1	2	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	3
	19	5	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	20	4	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
	21	3	5	4	4	1	1	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4
PARTICIPANTES	22	3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
	23	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
	24	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	25	3	3	3	4	1	1	3	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4
	26	5	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2
	27	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4
	28	4	4	4	5	1	1	2	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	3
	29	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	30	5	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
	participantes	31	4	4	4	4	1	1	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4
32		3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
33		4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
34		4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
35		3	3	3	4	1	1	3	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4



# Engagement

Variable		ENGAGEMENT																	
Dimensiones		Comportamiento Proactivo						Lealtad						Motivación					
Indicadores		Espíritu		Transmisión de		Constante		Irritabilidad		Compromiso		Incentivos		Reconocimiento Laboral			Ambiente Laboral		
Preguntas		Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18
PARTICIPANTES	1	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
	2	4	3	3	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4	4	4
	3	3	4	3	2	5	4	3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3
	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
	6	3	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4	3	3
	7	5	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	5
	8	5	3	3	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
	9	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	3	3	4
	10	3	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3
PARTICIPANTES	11	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4	4
	12	3	3	4	3	2	5	4	3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3
	13	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	14	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
	15	3	3	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4	3
	16	5	5	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2
	17	5	5	3	3	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
	18	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	3	3
	19	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
PARTICIPANTES	20	3	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3
	21	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4	4
	22	3	3	4	3	2	5	4	3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3
	23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	24	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
	25	3	3	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4	3
	26	5	5	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2
	27	5	5	3	3	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
	28	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	5	4	4	4	3	3
	29	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
	30	3	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3
PARTICIPANTES	31	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4	4
	32	3	3	4	3	2	5	4	3	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3
	33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
	34	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
	35	3	3	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	2	4	5	4	3



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
 Versión : 09  
 Fecha : 23-03-2018  
 Página : 1 de 1

Yo, Javier Félix Navarro Tapia, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Ate, revisor(a) de la tesis titulada

"Feedback y Engagement en los trabajadores de la empresa Global Sales Solutions Ate, 2018" de la estudiante Wendy Vanesa Vargas Grandez constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Ate 04 de Diciembre del 2018

Firma

Javier Félix Navarro Tapia

DNI: 08814139

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### ANEXO 7: RESULTADOS DEL TURNITIN

Vanesa Vargas Grandez FEEDBACK Y ENGAGEMENT

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Feedback y Engagement en los Trabajadores de la Empresa (Global Sales Solution, Año 2015)

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**  
Vargas Grandez, Wendy Verónica

**ASESOR:**  
Dr. Santiago Tapia Zúñiga

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

**LIMA - PERU**  
2018

**Resumen de coincidencias**

**30 %**

1	repositorio.ucv.edu.pe	22 %
2	Entregado a Universidad...	7 %
3	Entregado a Universidad...	<1 %
4	Entregado a Universidad...	<1 %
5	renati.sunedu.gob.pe	<1 %
6	Entregado a Universidad...	<1 %
7	Entregado a Universidad...	<1 %
8	Entregado a Universidad...	<1 %
9	repositorio.uigv.edu.pe	<1 %



*[Handwritten Signature]*  
Dr. JAVIER NAVARRO TAPIA



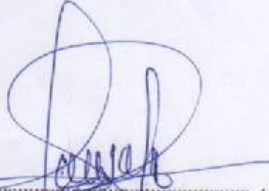
**ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS**


Código : F07-PP-PR-02.02  
 Versión : 09  
 Fecha : 23-03-2018  
 Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) WENDY VANESA VARGAS GRANDEZ cuyo título es: FEEDBACK Y ENGAGEMENT EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA GLOBAL SALES SOLUTION ATE, 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) Dieciséis (letras).

Lima, Ate 04 de diciembre del 2018

  
 Mg. ALONSO PÉREZ ALARCO  
 PRESIDENTE

  
 Mg. JORGE ALBERTO JORGON HERANO  
 SECRETARIO

  
 Dr. JAVIER NAVARRO TAPIA  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Programa de estudios de Administración

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Wendy Vanesa Vargas Grandez

---

TÍTULO DE LA TESIS:

FEEDBACK Y ENGAGEMENT EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA GLOBAL SALES SOLUTION, ATE 2018

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

---

SUSTENTADO EN FECHA: 04 de diciembre de 2018

NOTA O MENCIÓN: 16



*[Handwritten signature]*

DR. JAVIER NAVARRO TAPIA  
NOMBRE Y FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN