

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

---

**Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y  
Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023**

---

**Línea de Investigación:**  
Relaciones Humanas y Laborales.

**Autor:**  
Reyes Mendez, Frank Deiver

**Jurado evaluador:**  
Presidente: Flores Rodríguez, Luis Alberto  
Secretaria: Fiestas Dejo, Iris Paola  
Vocal: Rossi Ortiz, Ricardo Gabriel

**Asesor:**  
Rossi Valverde, Ricardo Manuel.  
**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-1424-8261>

**TRUJILLO, PERÚ  
2023**

**Fecha de sustentación:** 2024/06/17

# REP\_Administración\_ReyesMendez, Frank\_Tesis\_AnalisisPerc...

## INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Exclude assignment template Activo

Excluir coincidencias < 3%



Dr. Ricardo Manuel Rossi Valverde

DNI: 18123559

## Declaración de originalidad

Yo, Ricardo Manuel Rossi Valverde, docente del Programa de Estudio de Administración de Pregrado de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis titulada: "Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023", cuya autoría pertenece a Reyes Méndez, Frank Deiver, dejo constancia lo siguiente:

- El documento tiene un índice de similitud de 0%, así lo consigna el reporte emitido por el software Turnitin el día 27/05/2024.
- He revisado con detalle la tesis y dicho reporte, donde no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad Privada Antenor Orrego.

Trujillo, 25 de mayo del 2024.

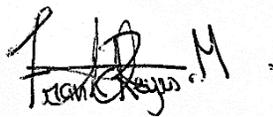


---

Rossi Valverde, Ricardo Manuel

DNI: 18123559

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1424-8261>



---

Nombres y Apellidos:

Reyes Méndez, Frank Deiver

DNI: 71281718

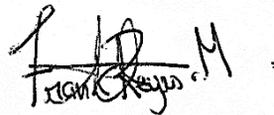
## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En base a la normativa establecida por la universidad privada Antenor Orrego respecto a las disposiciones del reglamento de grados y títulos, presento ante ustedes mi trabajo de investigación titulado: Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

Esta investigación está desarrollada con la finalidad de obtener el título profesional de administrador, logrando obtener el grado de licenciado en la carrera de administración.

Tengan ustedes miembros del jurado mi mayor consideración y agradecimiento por el dictamen que se haga merecedor y justo de acuerdo a su evaluación.



---

Reyes Mendez, Frank Deiver.

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi mayor fortaleza en todo momento, a mis padres, quienes son mi motivación y han sido mi fuente de apoyo durante estos cinco años de carrera profesional, a mi familia por sus buenos deseos y consejos los cuales sirvieron para continuar y lograr uno más de mis objetivos.

Reyes Mendez, Frank Deiver.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por darme salud y permitirme culminar mi carrera, por brindarle salud a mis padres, ya que sin ellos no hubiera sido posible el cumplimiento de esta meta, a mi asesor Ricardo Rossi Valverde por la paciencia y orientación estos dos últimos ciclos definitivos en mi vida profesional.

Reyes Mendez, Frank Deiver.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo evaluar si existen diferencias significativas en la percepción del onboarding entre estudiantes de administración y economía de una universidad privada en Trujillo en 2023. Para esto, se utilizó la prueba Z debido a que la muestra superaba los 30 participantes, sumando un total de 104 estudiantes, distribuidos equitativamente entre 52 de administración y 52 de economía, todos ellos en el IX y X ciclo de sus respectivas carreras. Los resultados indicaron que sí existen diferencias significativas en la percepción del onboarding entre estudiantes de administración y economía, lo que sugiere que la carrera profesional influye en esta percepción. Sin embargo, no se encontraron diferencias significativas en la percepción del onboarding entre hombres de administración y hombres de economía, ni entre hombres y mujeres dentro de cada carrera (administración y economía). Esto sugiere que el sexo no es una variable influyente en la percepción del onboarding entre los estudiantes de estas disciplinas. La investigación no enfrentó limitaciones relevantes y se logró aplicar el instrumento de manera satisfactoria a la población estudiada. Se recomienda, como una mejora, que el jefe de recursos humanos realice un acompañamiento cercano con el personal nuevo y que se desarrolle un proceso de onboarding adecuado, dado los múltiples beneficios que su correcta implementación puede traer.

**Palabras claves:** Onboarding, estudiantes universitarios, administración, economía.

## **ABSTRACT**

This study aimed to evaluate whether there are significant differences in the perception of onboarding among students of business administration and economics at a private university in Trujillo in 2023. For this purpose, the Z-test was used, as the sample size exceeded 30 participants, totaling 104 students, with 52 students from business administration and 52 from economics, all in the ninth and tenth semesters of their respective programs.

The results indicated that there are significant differences in the perception of onboarding between business administration and economics students, suggesting that the academic program influences this perception. However, no significant differences were found in the perception of onboarding between male business administration students and male economics students, nor between male and female students within each program (business administration and economics). This suggests that gender is not an influential variable in the perception of onboarding among students of these disciplines.

The research did not face significant limitations and successfully applied the instrument to the studied population. It is recommended, as an improvement, that the head of human resources closely monitor new employees and develop an appropriate onboarding process, given the multiple benefits that its proper implementation can bring.

**Keywords:** Onboarding, university students, administration, economics.

## INDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. Formulación del problema.....	1
1.1.1. Realidad Problemática.....	1
1.1.2. Enunciado del problema .....	2
1.2. <b>Justificación</b> .....	3
1.2.1. Justificación teórica .....	3
1.2.2. Justificación metodológica.....	3
1.2.3. Justificación practica.....	4
1.2.4. Justificación social.....	4
1.3. <b>Objetivos</b> .....	4
1.3.1. Objetivo general .....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
<b>II. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.1.1. A nivel internacional .....	5
2.1.2. A nivel nacional .....	6
2.1.3. A nivel local .....	7
2.2. <b>Marco teórico</b> .....	7
2.2.1. VARIABLE: ONBOARDING.....	7
2.3. Marco conceptual.....	12
2.4. Hipótesis .....	13
2.5. Operacionalización de variable .....	15
<b>III. Material y métodos</b> .....	16
3.1. Material .....	16

3.1.1. Población.....	16
3.1.2. Muestra.....	16
<b>3.2. Métodos .....</b>	<b>18</b>
3.2.1. Diseño de contrastación .....	18
3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	19
3.2.3. Procesamiento y análisis de datos .....	20
<b>IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>22</b>
4.1. Análisis e interpretación de resultados .....	22
4.2. Discusión de resultados.....	31
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>35</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>36</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>37</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>40</b>
<b>Anexo 01:</b> Matriz de consistencia. ....	40
<b>Anexo 02:</b> Instrumento utilizado para evaluar la variable onboarding.....	46
<b>Anexo 03:</b> Juicio de expertos.....	48
<b>Anexo 04:</b> Prueba piloto mediante el programa SPSS 26 .....	66
<b>Anexo 05:</b> Cronograma de recolección de datos. ....	68
<b>Anexo 06:</b> Base de datos para prueba piloto .....	68

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Matriz de operacionalización.....	15
<b>Tabla 2.</b> Niveles de medición de la variable onboarding.....	22
<b>Tabla 3.</b> Niveles de medición de la carrera de Administración.....	23
<b>Tabla 4.</b> Niveles de medición de la carrera de economía .....	25
<b>Tabla 5.</b> Comprobación de diferencias significativas entre mujeres de administración y mujeres de economía.....	27
<b>Tabla 6.</b> Comprobación de diferencias significativas entre hombres de administración y hombres de economía.....	27
<b>Tabla 7.</b> Comprobación de diferencias significativas entre hombres de administración y mujeres de administración.....	28
<b>Tabla 8.</b> Comprobación de diferencias significativas entre hombres de economía y mujeres de economía.....	29

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Diseño de Investigación .....	18
<b>Figura 2.</b> Niveles de medición de la variable onboarding en administración .....	24
<b>Figura 3.</b> Niveles de medición de la variable onboarding en economía.....	26

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Formulación del problema**

#### **1.1.1. Realidad Problemática**

Toda persona al insertarse en el mercado laboral o profesional, inicia con deseos, anhelos y grandes expectativas sobre lo que será su primer día de trabajo, sin embargo, no todo es como parece, la gran mayoría inicia con grandes inseguridades, miedos e incluso algunas frustraciones, hasta llegar a pensar que le será imposible enfrentar los nuevos desafíos de su vida profesional.

Carulla (2021), manifiesta que el 75% de los nuevos egresados que inician su vida laboral no han tenido buenas experiencias en sus primeros meses de trabajo, y para el mencionado autor esto sería una causa principal de la rotación laboral dentro de las organizaciones, impidiendo la fidelización de los nuevos colaboradores como clientes internos.

Desde hace ya un tiempo, diferentes empresas de todo el mundo, utilizan el onboarding como estrategia de adaptación e integración del nuevo personal, con la finalidad que se sientan bien recibidos y conecten rápidamente con la organización. El onboarding es mucho más que un simple proceso de inducción o bienvenida, se ha convertido en una tendencia que implica mantenerse en constante interacción con los nuevos ingresos del personal, hasta lograr su completa integración (Gestión, 2020).

Una de las primeras empresas a nivel mundial que ha desarrollado un proceso de onboarding efectivo es Google, quienes con más de 85000 empleados ha implementado esta estrategia para una mayor retención y atracción de personal, pues de acuerdo a Bock (2015), gerente de recursos humanos de la compañía, el colaborador no tiene por qué tener una experiencia negativa en su primer día de trabajo, y tal como lo plasmó en su libro "Work Rules", debe haber un equilibrio entre la calidad de vida del empleado en la organización y su participación en el mercado.

Por otro lado, Apple recibe a sus trabajadores con un paquete corporativo que incluye los equipos de trabajo y un kit de bienvenida, además el gerente general de

la compañía destina un libro a cada nuevo ingreso con la finalidad de promover la interacción entre ambas partes.

A nivel nacional son muy pocas las empresas que reconocen al onboarding como uno de sus procesos dentro del área de recursos humanos, sin embargo, en aquellas que lo han considerado como un proceso clave, han obtenido mejores resultados en relación al rendimiento y desempeño de los colaboradores (ESAN, 2016).

Es preciso mencionar que, el término onboarding no es muy conocido en Perú, sin embargo, empresas como Banco Falabella tienen formulado un proceso de inducción, con el objetivo de informar a sus ingresantes detalles sobre la empresa y sus nuevas funciones; además, desde el año 2005, Felipe Flores gerente de recursos humanos de la compañía, implementó no solo un plan de bienvenida, sino diversas estrategias de integración y retención, logrando un óptimo desempeño laboral en los colaboradores y, en consecuencia, un notable crecimiento en todos los ámbitos (Gestión, 2015).

En ese sentido, teniendo en cuenta los diversos beneficios obtenidos en las organizaciones que han implementado y puesto en práctica un proceso de onboarding exitoso, se ha creído conveniente realizar esta investigación con la finalidad de determinar cuál es la percepción sobre el proceso de onboarding en los estudiantes de las carreras profesionales de Administración y Economía.

### **1.1.2. Enunciado del problema**

#### **Problema general**

En base a la problemática expuesta anteriormente se formula la siguiente interrogante, ¿Existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

#### **Problemas específicos**

**PE1:** ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023?

**PE2:** ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

**PE3:** ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

**PE4:** ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

**PE5:** ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023?

**PE6:** ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

## **1.2. Justificación**

### **1.2.1. Justificación teórica**

El presente proyecto de investigación se justifica, ya que, como aporte teórico se identificó y se profundizó las teorías, conceptos y posturas establecidas sobre la variable en estudio, proporcionando diversa información que fue de gran utilidad para conocimiento de los estudiantes o recién egresados al insertarse al mercado laboral, identificando un correcto cumplimiento del proceso de onboarding.

### **1.2.2. Justificación metodológica**

A nivel metodológico se facilitó instrumentos válidos y confiables, que proporcionan información sobre la situación actual del proceso de onboarding en los estudiantes dentro de la organización, así mismo, se determinó si existen

diferencias significativas del proceso de onboarding en la población a estudiar, información que fue útil para dar solución al problema planteado.

### **1.2.3. Justificación practica**

La justificación práctica implica que, al conocerse los niveles de percepción del onboarding en los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de la ciudad de Trujillo, permitió conocer a mayor profundidad la variable en estudio, ya que para muchos puede resultar desconocida, en ese sentido permitió que la institución profundice los conocimientos relacionados sobre la variable en la población.

### **1.2.4. Justificación social**

La justificación social se sustenta en el hecho de que, al tener conocimiento de los niveles de percepción del onboarding los estudiantes universitarios mejoren sus experiencias al ingresar al mundo laboral, o en el futuro puedan ser ellos quienes brinden oportunidad de trabajo a otros estudiantes y puedan cumplir con las expectativas de los nuevos colaboradores desarrollando un correcto proceso de onboarding en las organizaciones.

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar si existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

**OE1:** Hallar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**OE2:** Evaluar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**OE3:** Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**OE4:** Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**OE5:** Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**OE6:** Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

## **II. MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.2.1. A nivel internacional**

En una investigación realizada por Lucio (2020) titulada “proceso de inducción y desempeño laboral percibidos por usuarios internos del Hospital General Babahoyo, Ecuador, 2020”, tuvo como objetivo general “determinar la relación del nivel del proceso de inducción y el nivel del desempeño laboral en los colaboradores”, además utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 800 internos del hospital, quienes, al ser sometidos al cálculo muestral, se estimó 95 personas como muestra final, es preciso mencionar, que los instrumentos de investigación utilizados fueron dos cuestionarios para medir cada una de las respectivas variables. Las dimensiones consideradas para medir la variable proceso de inducción son: capacitación, aspectos normativos, seguridad del paciente e infraestructura del servicio. Finalmente se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman de 0,359, con un nivel estadístico altamente significativo, lo que demostró la asociación positiva de ambas variables.

De igual manera Quijije (2019) realizó una investigación titulada “El onboarding y su influencia para crear vínculos afectivos en los empleados hacia la marca empleadora”, tuvo como objetivo principal en su proyecto “analizar como una correcta implementación del Onboarding influye en la creación de vínculos o compromiso

afectivos con la marca empleadora”, así mismo, utilizó un enfoque cuantitativo experimental, en donde tuvo como población a 40 empleados de una empresa de servicios bancarios, quienes fueron evaluados por medio de un cuestionario y una encuesta online. En la presente investigación se estudiaron las siguientes dimensiones: proceso de incorporación, adaptación a la cultura organizacional y adaptación al cargo. Se obtuvo como resultado mediante la correlación de Pearson para comprobar la significancia encontrada que las cuatro dimensiones tuvieron correlaciones significativas con el compromiso afectivo.

Carrasco (2019) en su investigación titulada “Efecto del proceso de onboarding en la satisfacción laboral en colaboradores del área de servicio al cliente en una empresa de telecomunicaciones”, con el objetivo general de “describir el efecto del proceso de onboarding en la satisfacción laboral en colaboradores del área de servicio al cliente en una empresa de telecomunicaciones”. El tipo de investigación que se utilizó fue un enfoque cualitativo de tipo exploratorio teniendo como su muestra a 12 colaboradores de reciente ingreso, quienes fueron evaluados por medio de encuestas. Llegando a la conclusión que el periodo inicial es un momento crucial para aprender cómo tener éxito en una nueva organización, establecer una posición e identidad profesional y crear de esta forma un compromiso organizacional.

Caldwell y Peters (2018) realizaron una investigación titulada “New employee onboarding – psychological contracts and ethical perspectives”, quienes consideraron como objetivo general aclarar la importancia de la buena incorporación de los nuevos empleados como parte del contrato psicológico, concluyendo que este proceso está muy mal gestionado en muchas organizaciones, evitando la eficiencia y eficacia en la organización.

### **2.1.2. A nivel nacional**

Villalobos (2021) llevó a cabo una investigación denominada “el onboarding y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de alma Perú, Chiclayo, 2021”, con la finalidad de medir la relación entre el onboarding y el desempeño laboral en los colaboradores de dicha empresa, para lo cual, se utilizó un tipo de investigación correlacional con un diseño no experimental. A su vez la muestra estuvo conformada

por 30 colaboradores pertenecientes a la empresa de Chiclayo, a quienes se le aplicó dos cuestionarios a fin de recolectar datos necesarios para el estudio realizado. En esta investigación se estudiaron las siguientes dimensiones: preparación, integración. Orientación, compromiso y seguimiento. Se concluyó que, existe una relación positiva moderada, obteniendo un coeficiente de correlación  $r$  Pearson de 0.673, evidenciando una asociación significativa entre ambas variables.

### **2.1.3. A nivel local**

Aredo (2019) realizó una investigación titulada “la integración de personal y la productividad laboral de los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad”, consideró como objetivo general “determinar la relación entre las variables mencionadas en los colaboradores de GRTC”. El diseño de investigación utilizado por el autor fue no experimental de tipo correlacional, en la que se utilizó como población a 169 colaboradores, dichos colaboradores fueron a través de un cuestionario, y se obtuvo como resultado que existe una correlación alta y significativa entre las variables antes mencionadas con una  $r$  de Pearson de 0.766.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. VARIABLE: ONBOARDING**

#### **2.2.1.1. Definición de Onboarding**

Según Rosas, “El Onboarding lo que hace es justamente acelerar el proceso de adaptación e integración de esa nueva persona a la organización: lo hace ser más eficiente en más corto tiempo” (2015, p. 19).

Este programa demuestra que las estrategias utilizadas dirigen a resultados favorables para las empresas, ya que, los miembros de la organización reciben una mayor satisfacción en su trabajo, por ende, tienen un mejor rendimiento, se comprometen más con la organización y reducen su estrés laboral. Estos resultados son siempre beneficiosos para las organizaciones, pues les permite tener una mayor ventaja competitiva frente a otras (Rosas, 2015).

Así mismo, Stein y Christiansen (2010) señalan que el onboarding es el proceso en el que los nuevos colaboradores socializan con la organización, además, se conoce

que cada colaborador nuevo que ingresa a la empresa desarrolla un papel de suma importancia para el cumplimiento de las metas y objetivos planteados por la organización.

Por otro lado, Benayas (2019) indica que el onboarding influye en gran medida en el tiempo de permanencia de los trabajadores en las empresas. A largo plazo, contribuye con una mejor experiencia del colaborador, obteniendo como resultado un menor índice de rotación, mientras que, en corto plazo, genera una mejor integración del nuevo empleado, crea nuevas relaciones laborales que favorecen el desarrollo de sus funciones, aportando así sus nuevos conocimientos para el cumplimiento de metas.

#### **2.2.1.2. Beneficios del Onboarding**

Según Rosas (2015) el onboarding brinda beneficios tanto para la organización como para el colaborador, en cuanto a la organización, genera un incremento en la productividad de la empresa, disminuye el índice de rotación de personal, hay una mayor capacidad de permanencia del talento humano y fomenta la integración del nuevo talento al área de trabajo. Así mismo, algunos de los beneficios para los colaboradores son: le permite desarrollar sus habilidades mostrando su mayor potencial, favorece grandemente a la reducción de la ansiedad laboral, crea un compromiso entre el colaborador y la empresa de forma rápida y le permite crear relaciones laborales estratégicas.

Modelos de medida del onboarding:

<b>Autores y año</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>
<b>Lucio (2020)</b>	Capacitación, aspectos normativos, seguridad del paciente e infraestructura del servicio.	20
<b>Villalobos (2021)</b>	Preparación, integración, orientación, compromiso y seguimiento	12
<b>Quijije (2019)</b>	Proceso de incorporación, adaptación a la cultura organizacional y adaptación al cargo.	16

### **2.2.1.3. Dimensiones**

Para este trabajo se utilizará el modelo de Villalobos (2021), quien citando a Rosas (2015), señala que parte de las etapas propuestas por el departamento de Recursos Humanos de la universidad de Charlotte, conforman las dimensiones consideradas en el proceso de onboarding.

#### **Preparación:**

Rosas, “Antes del primer día del empleado, un mes de anticipación es lo ideal, durante el cual se realizan actividades, para que se aclimate a la cultura, a las políticas y procedimientos de la institución” (2015, p. 31).

Se debe incluir un plan de bienvenida en el que tiene que ir detallado las horas de las actividades que se realizarán con el nuevo colaborador. Se tiene que informar con qué documentos se debe presentar a la empresa, con qué vestimenta deberá asistir, de igual manera, informarle sobre la mejor ruta de llegada a la empresa e inducirlo a formar parte de las redes sociales con las que cuenta la organización (Stein y Christiansen, 2010).

### **Integración:**

Villalobos (2021), señala en su tesis que el área de recursos humanos, deberá tener el programa de onboarding ya listo para ejecutarse en cuanto llegue el nuevo colaborador, este programa deberá realizarse de acuerdo al requerimiento del área que lo necesite, por ende, dichos procedimientos implementados en el programa deberán ser adaptados al puesto que se requiere y al colaborador.

Por otro lado, no se tiene que terminar necesariamente todo el proceso en el primer día, se tiene que dar tiempo al trabajador para que logre adaptarse de forma paulatina a la empresa. Es de suma importancia que éste, cubra sus expectativas en cuanto al trabajo, porque de acuerdo a ello, se realiza un seguimiento y monitoreo sobre su desempeño, es cuestión de tiempo para que se logre adaptar el nuevo talento humano a la cultura de la organización (Villalobos, 2021)

Según Stein y Christiansen (2010) en el primer día de integración del nuevo miembro de la empresa, se deben desarrollar las siguientes actividades: El jefe deberá conocer al nuevo colaborador personalmente y tener un breve diálogo para que se sienta en confianza, en este primer contacto con el jefe de área podrá estar acompañado por el jefe de recursos humanos, quienes serán los más indicados para darle la bienvenida, por consiguiente, se deberá presentar la organización, sus objetivos, su identidad de marca, así como también, hará un recorrido por todas las áreas de la empresa para identificar la cultura organizacional y familiarizarse con todos los colaboradores.

Otra estrategia utilizada por el área de recursos humanos sería las actividades de integración en donde participen los colaboradores del área, el nuevo colaborador y el jefe inmediato, además, una vez haya tenido contacto con los directivos de la empresa y demás trabajadores, se le asignará un compañero guía, quien tendrá la función de familiarizar al nuevo trabajador con los demás miembros del equipo de trabajo (Stein y Christiansen, 2010).

### **Orientación:**

La etapa de orientación en el proceso de onboarding, es más que la simple inducción a las funciones del puesto; en este punto tendrá que adaptarse y recibir toda la información necesaria para la ejecución de sus obligaciones. En ese sentido, se le dará a conocer los recursos, métodos y/o procedimientos que le serán de gran utilidad para que pueda ejercer manera óptima (Stein y Christiansen, 2010).

Rosas (2015), refiere que la etapa de orientación es darle la bienvenida al nuevo colaborador y orientarlo para que pueda lograr madurez social en la empresa, el objetivo de esta etapa es que el nuevo colaborador adquiera información necesaria para poder comenzar con el desarrollo de sus funciones, la duración de la orientación es de 1 semana, iniciando desde el primer día de trabajo en donde participará como punto central el nuevo colaborador, el área de recursos humanos, y el compañero de guía, quien será el encargado de hacer el recorrido por las áreas estratégicas de la empresa, así mismo, se le hace entrega de un kit de bienvenida, un regalo y la descripción del puesto.

### **Compromiso:**

Según Rosas la etapa de compromiso es “proporcionar información y capacitación necesaria para que el empleado se identifique y este satisfecho con la institución, con sus metas y las de la organización” (2015, p. 39).

Rosas (2015) nos dice que durante los primeros 06 meses, se logra fidelizar y comprometer al trabajador con la empresa.

El programa de onboarding se lleva a cabo con el fin de crear un compromiso entre el colaborador y la empresa, el compromiso dependerá en gran magnitud de qué tan bien se desarrollen las etapas anteriormente mencionadas (Villalobos, 2021).

Stein y Christiansen (2010) señalan que el compromiso del trabajador con la organización se dará cuando se encuentren relacionados tanto física, afectiva y de forma intelectual en el trabajo, llevando a cabo sus labores de la mejor manera, con responsabilidad y sin perder la energía con la que se comienza a trabajar en la nueva organización.

### **Seguimiento:**

Stein y Christiansen (2010) hacen mención que el guía asignado para el nuevo colaborador y el jefe inmediato deberán de estar pendientes del nuevo talento en todo el proceso del onboarding. Se dice que los nuevos colaboradores tienen un mejor desarrollo y son más productivos cuando son aceptados y guiados de forma correcta, logrando así que el colaborador tome los riesgos establecidos por la empresa con más seguridad y confianza, además, realizar un buen proceso de onboarding para la integración del nuevo personal servirá como un impulso para incentivar la socialización del nuevo colaborador con la empresa.

Para Rosas (2015) el seguimiento se da durante todas las fases del proceso de onboarding para observar el desarrollo del nuevo colaborador en la empresa, tiene el objetivo de supervisar la adaptación y el nivel del desempeño que muestra el colaborador.

Al llevar a cabo cada uno de las etapas del proceso de onboarding, se espera generar un lazo fuerte y mayor compromiso entre el nuevo colaborador y la organización, es muy importante que los nuevos talentos se sientan satisfechos en el lugar al que ingresan a trabajar y sobre todo sientan ser una pieza fundamental para el funcionamiento de la empresa (Stein y Christiansen, 2010).

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Onboarding:**

Según Rosas “El Onboarding acelera el proceso de adaptación e integración de una nueva persona a la empresa, es hacerlo más eficiente en un corto tiempo, ayudando a maximizar lo positivo y minimizar lo negativo” (2015, p. 19).

#### **Inducción:**

Según Orosco “Proceso encaminado a introducir o presentar a los nuevos empleados de una determinada organización, ofreciéndoles asistencia y apoyo; de manera que les permitan familiarizarse lo antes posible con ella y que conozcan entre otras cosas de la organización” (2001, p. 4).

Con la inducción se busca disminuir la ansiedad que tienen los nuevos colaboradores al ingresar el primer día de trabajo, brindándoles la información necesaria para que puedan desarrollarse manera eficiente y eficaz en la organización (Orozco, 2001).

### **Productividad:**

Es el uso adecuado de las de las capacidades y recursos de una empresa que brinda bienes o servicios, está relacionado con el nivel de conocimiento que tienen los colaboradores en el desarrollo de las distintas actividades que se llevan a cabo en la organización, contribuyendo así a crear una ventaja competitiva en ella (Nagles, 2006).

## **2.4. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

H<sub>1</sub>: Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

H<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

### **Hipótesis específicas**

HE1<sub>i</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.

HE1<sub>a</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.

HE2<sub>i</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.

HE2<sub>a</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.

HE3<sub>i</sub>: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE3<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE4<sub>i</sub>: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de administración y los estudiantes hombres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE4<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE5<sub>i</sub>: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE5<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE6<sub>i</sub>: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE6<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

## 2.5. Operacionalización de variable

Tabla 1. Matriz de operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	IMSTRUMENTO	ESCALA
ONBOARDING	Según Rosas, "El onboarding lo que hace es justamente acelerar el proceso de adaptación e integración de esa nueva persona a la organización, lo hacer ser más eficiente en más corto tiempo" (2019, p, 19)	La variable Onboarding será medida a través del cuestionario realizado por Villalobos (2021).	Preparación	Correo de bienvenida.	Cuestionario	Ordinal con 5 opciones de respuesta para los reactivos o ítems en una escala Likert.
			Integración	Plan de bienvenida Reunión de primer día.		
			Orientación	Información		
			Compromiso	Relaciones con compañeros. Cultura organizacional.		
			Seguimiento	Atención a requerimientos. Verificación de estado anímico.		

### **III. Material y métodos**

#### **3.1. Material**

##### **3.1.1. Población**

López (2004) sostiene que la población es el conjunto de sujetos u objetos de los cuales el investigador necesita descubrir alguna información, por su parte, Arias-Gomez (2016) considera a la población como “agrupación de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, que cumple con una serie de criterios predeterminado” (p. 201).

“Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados” (Hernández, 2014, p. 174).

Es así que la población estudiada, posee una serie de características, las cuales sirvieron para dar origen a los datos de la investigación.

En ese sentido, para el presente trabajo de investigación la población estuvo conformada, por 120 alumnos de la carrera de administración y 120 alumnos de la carrera de economía de una universidad privada de Trujillo, cuyas edades oscilan entre los 20 y 30 años de edad.

##### **3.1.2. Muestra**

La muestra es “un subgrupo de la población. Digamos que, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, 2014, p. 175).

Se entiende por muestra a la parte más significativa y representativa de la población (López, 2004), además, Salinas refiere que “Una muestra está constituida por sujetos o unidades de observación, a partir de los cuales se hará inferencia al resto de la población no estudiada” (2004, p. 121).

Por ello, en el presente proyecto de investigación la muestra estuvo constituida por 104 alumnos de una universidad privada de Trujillo; es preciso mencionar que se utilizó un tipo de muestreo probabilístico, pues se seleccionaron a los objetos de estudio teniendo en cuenta el desarrollo de la siguiente formula:

$$n = [(Z) (p) (q) (N)] / [(E^{\wedge}) (N-1) + (Z^{\wedge 2}) (p) (q)]$$

En donde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

Z=Unidades de desviación estándar a un nivel de confianza de 95%=1,96.

p = Proporción de aceptación, se asume = 0.5

q=Proporción de rechazo = 1- p=0.5

E = Error máximo permitido es 0.05

Para hallar el tamaño de la muestra ajustada (n ajustado) se utilizó la siguiente formula:

$$n \text{ ajustado} = \frac{n}{(1+n/N)}$$

**La muestra de administración fue la siguiente:**

$$\frac{((1.96^2) * (0.5) * (0.5) * (120))}{((0.05^2) * (120-1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5))}$$

$$n = 91.6$$

n ajustado:

$$(103.91) / (1+103.91/120) = 52.$$

**La muestra de economía fue la siguiente:**

$$\frac{((1.96^2) * (0.5) * (0.5) * (120))}{((0.05^2) * (120-1) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5))}$$

$$n = 91.62$$

n ajustado:

$$(103.91) / (1+103.91/120) = 52.$$

Obteniendo como resultado una n total de 183.24 y una n ajustado de 104, el cual será la cantidad de alumnos a los que se les aplicó el instrumento.

Criterios de inclusión:

- Estudiantes de la carrera profesional de administración y economía de una universidad privada, durante el año 2023-02.
- Estudiantes hombres y mujeres que oscilen entre las edades de 20 y 30 años.
- Estudiantes que se encuentren cursando el ciclo de IX y X ciclo de su carrera profesional.

Criterios de exclusión:

- Estudiantes que no hayan empezado su vida laboral ni practicas pre profesionales.

### 3.2. Métodos

#### 3.2.1. Diseño de contrastación

El tipo de investigación de este estudio según los lineamientos establecidos por la Universidad Privada Antenor Orrego para la carrera de Administración fue:

##### **De acuerdo a la orientación o Finalidad: Básica**

La presente investigación es un tipo de investigación básica, puesto que, su principal centro de estudio es el objeto, de tal manera que al estudiarlo se generen nuevos enfoques, teorías o descubrimientos (Cívicos y Hernández, 2007).

##### **De acuerdo a la técnica de contrastación: Descriptivo**

“Cuando los datos solo permiten la descripción o identificación de algún fenómeno, generalmente cuentan con una sola variable, y puede contar con una o más poblaciones” (Alzamora de los Godos, 2011, p. 3).

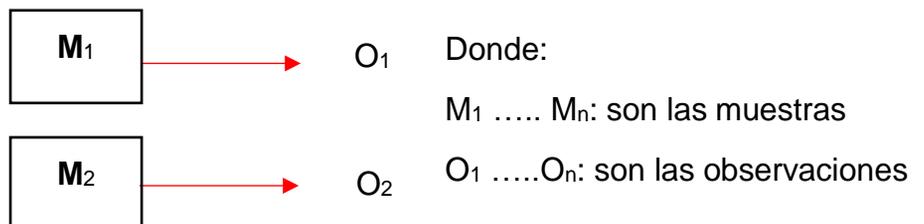
##### **De acuerdo a la manipulación de sus variables: No experimental**

La presente investigación es de diseño no experimental debido a que, los investigadores solo se limitaron a la observación de los fenómenos de manera natural, sin la necesidad de realizar alguna intervención o manipulación (Sousa et al., 2007).

##### **De acuerdo a la dimensión temporal en la que se recolectan datos:**

Diseño básico, no experimental, descriptivo, comparativo

##### **Ilustración 1. Diseño de Investigación**



### **3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos**

A fin de poder recolectar información acerca de la población en estudio se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se caracteriza por ser un procedimiento rápido que le permite al investigador recabar los datos sobre los sujetos que se desea evaluar (Casas et al, 2003), dicha información es conseguida mediante la aplicación de cuestionarios que contienen diversos reactivos o ítems relacionados con las variables en estudio.

“Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico, no olvidemos que todos los atributos, cualidades y variables deben ser medibles” (Hernández, 2014, p. 198).

#### **Instrumento 01: Cuestionario para medir la variable Onboarding.**

Con la finalidad de medir la variable onboarding, se utilizó el cuestionario elaborado por Villalobos (2021) en la ciudad de Chiclayo, el instrumento puede ser utilizado de forma individual o colectiva. La escala consta de 12 reactivos cada de ellos con cinco alternativas de respuesta utilizando la escala de tipo Likert. Además, presenta cinco dimensiones entre las cuales se encuentran, la preparación, la integración, orientación, compromiso y seguimiento, contando cada una de ellas con sus indicadores (Villalobos, 2021).

Se dio inicio determinando la validez del instrumento mediante la evaluación de 5 expertos ya que de acuerdo a Guilford (1954), para poder llevar a cabo una correcta validación de una escala es necesario contar con mínimo 5 expertos y como máximo 10. Los resultados mostraron que todos los ítems poseen un porcentaje de acuerdos que oscilan entre 86% y 100%.

Se dio inicio con una prueba piloto, para lo cual desde el día 03 hasta el 05 de setiembre del presente año se recolectó a través del formulario google form 30 encuestas, las cuales sirvieron como base para empezar la prueba piloto y determinar la consistencia interna del instrumento de investigación.

Los resultados obtenidos fueron procesados en el programa SPSS 26 a fin de conocer la validez de constructo del instrumento, en ese sentido, de acuerdo a la medida de Kaiser, Meyer – Olkin sobre la adecuación de muestreo se evidencia un puntaje de 0.766, lo cual señala que el instrumento sea sometido a la prueba del análisis factorial. Por otro lado, se obtuvo la matriz de componente rotado la cual nos arrojó valores que oscilan entre .557 y .840, lo que indica que los enunciados utilizados en el cuestionario son válidos en constructo, sin embargo, el ítem número 2, obtuvo la puntuación al límite del .500 por lo que se creyó conveniente reformular el ítem.

Posteriormente se procedió a determinar la confiabilidad del instrumento mediante el estadístico alfa de cronbach, obteniendo un resultado de 0.909 lo que indica que el instrumento de medición administrada resulta ser altamente confiable y consistente en el tiempo, figuras se muestran en los anexos.

### **3.2.3. Procesamiento y análisis de datos**

A fin de analizar la información recolectada, se utilizó el formulario google, en donde se plasmó el cuestionario relacionado a nuestra variable en estudio, para posteriormente ser enviado y desarrollado por los estudiantes seleccionados como parte de la muestra, dichos resultados fueron descargados en el programa Microsoft Excel y procesados en el programa SPSS 26 a través de las herramientas estadísticas del mismo.

Por otro lado, con el objetivo de analizar ambas poblaciones se consideró el estadístico “prueba Z”, la cual es definida como “una prueba de significación utilizada para explorar la posible diferencia entre dos proporciones, o entre una proporción y un patrón” (Colimon. 2018, p. 130).

En ese sentido al tener una muestra de 104 objetos de estudio se utilizó la prueba Z, ya que, este método es utilizado cuando la muestra resulta ser mayor a 30. Además, en una prueba de 2 colas, se considera significativo (0.05) cuando el resultado de la prueba z se encuentra fuera del rango de -1.96 a 1.96, mientras que, los resultados serían significativos en 0.01 si Z se encuentra fuera del intervalo de -2.58 y 2.58 (Colimon, 2018).

$$Z = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{\sigma}{\sqrt{n}}}$$

Donde:

- $Z$  es el estadístico de la prueba Z para la media.
- $\bar{x}$  es la media muestral.
- $\mu$  es el valor de la media propuesto.
- $\sigma$  es la desviación estándar de la población.

#### IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se procederá a comprobar nuestro planteamiento de hipótesis general:  $H_1$ : Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

**Tabla 2.** Niveles de medición de la variable onboarding

Estudiantes de las muestras que valoraron el onboarding	Estadísticos para decisión						Nivel de significancia (a)	Decisión
	n	m	s	(s) <sup>2</sup>	Z <sub>0</sub>	Z <sub>tabulado</sub>		
De administración	55	47.51	9.49	90.14				Z <sub>tabulado</sub> < Z <sub>0</sub> Se rechaza
De economía	56	43.54	8.85	78.37	2.24	1.65	0.05	la hipótesis nula (H <sub>0</sub> )

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 1 mostrada anteriormente, se puede observar que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis  $H_1$ , en ese sentido se deduce que, “si existen diferencias significativas en el análisis de percepción del onboarding entre los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo.”

En la tabla 1 se muestran los niveles de percepción del onboarding de los estudiantes de las carreras profesionales de Administración y Economía del IX y X ciclo, de una universidad privada de Trujillo, para el ciclo 2023-02.

**Tabla 3.** Niveles de medición de la carrera de Administración

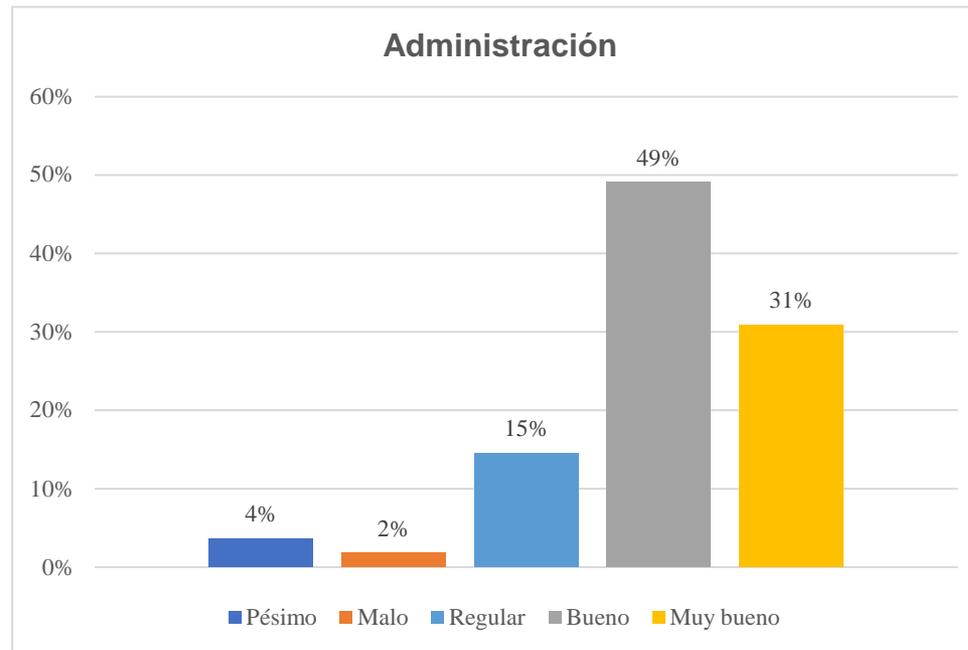
Intervalo de valoración	Nivel de valoración	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
12-22	Pésimo	2	4%
23-31	Malo	1	2%
32-41	Regular	8	15%
42-51	Bueno	27	49%
52-60	Muy bueno	17	31%
Total		55	100%

Fuente: elaboración propia.

En el siguiente gráfico 2 se ilustra la información proporcionada en la tabla 2.

Grafico 2

Niveles de percepción del onboarding en estudiantes de administración de IX y X de una universidad privada de Trujillo 2023 - 02



**Ilustración 2.** Niveles de medición de la variable onboarding en administración.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 y gráfico 2 mostrados anteriormente, se puede identificar que, el 31% de los estudiantes de la carrera de administración poseen un análisis de percepción muy bueno sobre la variable onboarding, mientras que, un 49% poseen un buen nivel de percepción, en tanto, el 15% lo percibe dentro de un nivel regular, sin embargo, un 2% y 4% lo percibe de manera malo y pésimo.

**Tabla 4.** Niveles de medición de la carrera de economía

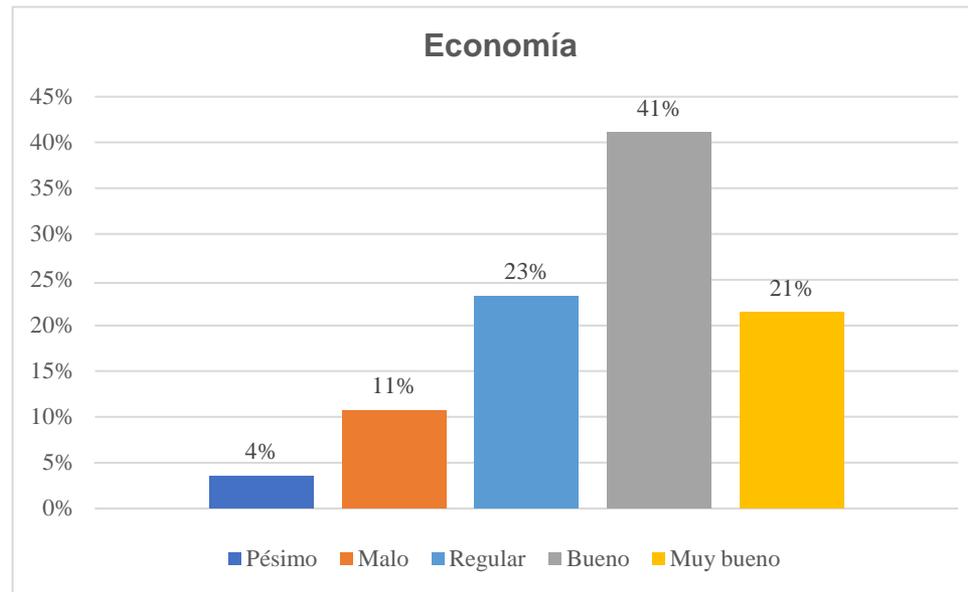
Intervalo de valoración	Nivel de valoración	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
12-22	Pésimo	2	4%
23-31	Malo	6	11%
32-41	Regular	13	23%
42-51	Bueno	23	41%
52-60	Muy bueno	12	21%
Total		56	100%

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente gráfico 3 se ilustra la información proporcionada en la tabla 3.

Gráfico 3

Niveles de percepción del onboarding en estudiantes de economía de IX y X de una universidad privada de Trujillo 2023 – 02



**Ilustración 3.** Niveles de medición de la variable onboarding en economía.

Fuente: Elaboración propia.

En la información mostrada anteriormente se evidencia que el 21% de los estudiantes de la carrera de economía consideran un nivel de percepción muy bueno sobre la variable onboarding, además, el 41% poseen un buen nivel de percepción, en tanto, el 23% lo percibe dentro de un nivel regular, sin embargo, un 11% y 4% señalan un análisis de percepción malo y pésimo.

**Tabla 5.** Comprobación de diferencias significativas entre mujeres de administración y mujeres de economía.

A continuación, se procederá a comprobar nuestro planteamiento de hipótesis específica HE3: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

Estudiantes de las muestras que valoraron el onboarding	Estadísticos para decisión							Decisión
	n	m	s	(s) <sup>2</sup>	Z10	Ztabulado	Nivel de significancia (a)	
Mujeres de administración	32	46.16	9.11	82.91	1.76	1.65	0.05	Ztabulado < Z10 Se rechaza la hipótesis nula (H10)
Mujeres de economía	26	41.64	9.95	98.99				

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 4 mostrada anteriormente, se puede observar que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica HE3i, por lo tanto, se comprueba que “si existen diferencias significativas en el análisis de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y en las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo.”

**Tabla 6.** Comprobación de diferencias significativas entre hombres de administración y hombres de economía.

A continuación, se procederá a comprobar nuestro planteamiento de hipótesis específica HE4<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

Estudiantes de las muestras que valoraron el onboarding	Estadísticos para decisión							Decisión
	n	m	s	(s) <sup>2</sup>	Z10	Ztabulado	Nivel de significancia (a)	
Hombres de administración	23	49.39	9.90	98.07				Ztabulado > Z10 Se acepta la hipótesis nula (H10)
Hombres de economía	30	45.39	7.34	53.88	1.61	1.65	0.05	

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 5 mostrada anteriormente, se puede observar que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica HE4<sub>i</sub>, en consecuencia, se deduce que, “no existen diferencias significativas en el análisis de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de administración y en los estudiantes hombres de economía de una universidad privada de Trujillo.”

**Tabla 7.** Comprobación de diferencias significativas entre hombres de administración y mujeres de administración.

A continuación, se procederá a comprobar nuestro planteamiento de hipótesis específica HE5<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

Estudiantes de las muestras que valoraron el onboarding	Estadísticos para decisión							Decisión
	n	m	s	(s) <sup>2</sup>	Z <sub>10</sub>	Z <sub>tabulado</sub>	Nivel de significancia (α)	
Hombres de administración	23	49.39	9.90	98.07				Z <sub>tabulado</sub> > Z <sub>10</sub> Se acepta la hipótesis nula (H <sub>10</sub> )
Mujeres de administración	32	46.16	9.11	82.91	1.24	1.65	0.05	

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 6 mostrada anteriormente, se puede observar que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica HE5<sub>i</sub>, por lo tanto, se comprueba que, “no existen diferencias significativas en el análisis de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de administración y en las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo.”

**Tabla 8.** Comprobación de diferencias significativas entre hombres de economía y mujeres de economía.

A continuación, se procederá a comprobar nuestro planteamiento de hipótesis específica HE6<sub>0</sub>: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

Estudiantes de las muestras que valoraron el onboarding	Estadísticos para decisión							Decisión
	n	m	s	(s) <sup>2</sup>	Z10	Ztabulado	Nivel de significancia (a)	
Hombres de economía	30	45.39	7.34	53.88	1.55	1.65	0.05	Ztabulado > Z10 Se acepta la hipótesis nula (H10)
Mujeres de economía	26	41.64	9.95	98.99				

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7 mostrada anteriormente, se puede observar que se acepta la hipótesis nula HE6<sub>0</sub> y se rechaza la hipótesis específica HE6<sub>i</sub>, por lo tanto, se comprueba que, “no existen diferencias significativas en el análisis de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y en las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo”.

## 4.2. Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar si existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo en el periodo 2023, donde la muestra estuvo conformada por un total de 108 alumnos pertenecientes a las carreras de administración (55) y economía (52), quienes respondieron un cuestionario relacionado a la variable en estudio. Se utilizó un tipo de investigación descriptiva comparativa, en donde los resultados obtenidos, mediante el estadístico prueba Z, demostraron la existencia de diferencias significativas en la percepción del onboarding en estudiantes de administración y economía, rechazándose la hipótesis nula.

Los resultados hallados muestran que la percepción del onboarding en los estudiantes de administración alcanza un 49% para el nivel bueno, mientras que un 31% de los consultados percibe esta variable en un nivel muy bueno. Por otro lado, el 41% de los estudiantes de economía perciben al onboarding como bueno, mientras que el 21% lo percibe como muy bueno, siendo los estudiantes de administración el grupo poblacional con mejor percepción, probablemente porque las personas formadas en este campo tienen mayor tendencia a la innovación y consecución de metas organizacionales, por lo que cualquier estrategia que permita conseguirlas, para ellos resulta ser un factor influyente (Moreno et al., 2016). Frente a lo mencionado, se puede afirmar que, si bien existe una diferencia entre ambos grupos, la mayoría de estudiantes de ambas carreras estarían de acuerdo si se llegara a aplicar un adecuado proceso de onboarding en sus respectivos centros laborales, lo cual beneficiaría tanto a la organización como a los colaboradores, fomentando un incremento en la productividad y desempeño, así como una mayor capacidad de permanencia e integración del talento humano (Rosas, 2015), datos que se corroboran con Villalobos (2021), quien en su investigación realizada halló una relación significativa entre el onboarding y su nivel de desempeño laboral de los trabajadores, de igual forma, Lucio (2020) reafirma con su investigación que sí existe una relación altamente significativa entre la inducción al nuevo personal y el desempeño de los colaboradores, afirmando

lo desarrollado en la presente investigación en base a los beneficios del proceso de onboarding.

Asimismo, se halló que, si existen diferencias significativas en la percepción del onboarding en las estudiantes mujeres de administración y economía, indicando que el género femenino de ambas carreras perciben al onboarding con diferente nivel de significancia y, aunque el indicador “sexo” no resulta ser un factor determinante y decisivo al medir la percepción de ambas poblaciones, de acuerdo a los resultados, podemos deducir que para algunas de las encuestadas consideran a la variable en estudio como uno de los muchos procesos importantes en la gestión del talento en una organización, datos que se comprueban con la investigación realizada por Quijije (2019) quien considera que, una correcta implementación del Onboarding influye en la creación de vínculos o compromiso afectivos con la marca empleadora, lo que cataloga a este proceso como un factor influyente en el aumento de la fidelización interna. De la misma manera Carrasco (2019) en su investigación denominada “Efecto del proceso de onboarding en la satisfacción laboral” corrobora la investigación indicando que, el periodo inicial es un momento crucial para aprender cómo tener éxito en una nueva organización, establecer una posición e identidad profesional y crear de esta forma un compromiso organizacional. Asimismo, Aredo (2019) ratifica que un correcto proceso de integración, influye y tiene relación directa con la productividad laboral de los colaboradores, desarrollando de manera más eficiente sus actividades.

Por otro lado, en relación a la percepción en los estudiantes hombres de administración y estudiantes hombres de economía, se halló que, no existen diferencias significativas en dicho proceso, evidenciándose que para la mayoría de varones de ambas carreras la variable onboarding no resulta ser de gran relevancia.

Por último, en relación a los dos últimos objetivos, se halló que, no existen diferencias significativas en la percepción del onboarding en estudiantes hombres y mujeres de administración, de la misma manera, se identificó que, no existen diferencias significativas en el nivel de percepción de los estudiantes hombres y mujeres de economía, interpretándose que ambos géneros agrupados por carreras profesionales perciben al onboarding con similitud, siendo así, se debería tener en

cuenta que los profesionales de ahora, egresan de las universidades con grandes expectativas sobre su primer trabajo, lo cual debería de ser aprovechado por las organizaciones aplicando un correcto proceso de onboarding, logrando así captar y retener al mejor recurso humano quienes aportarán su conocimiento y habilidades para las mismas organizaciones, tal como menciona Caldwell y Peters (2018) en su investigación, en la que concluyen que, un mejor proceso de incorporación aumenta el nivel de satisfacción y el engagement por parte de los empleados con los socios de la empresa, la organización y sus compañeros de trabajo.

**Limitaciones:**

Al ser el lugar de estudio donde se desarrolló la investigación una universidad privada de Trujillo, los estudiantes no contaban con el tiempo necesario para responder con total sinceridad las preguntas el 100%, pero se logró que un 80% de ellos puedan responder el cuestionario de forma correcta, cumpliendo y siguiendo cada uno de los ítems, por otro lado, los estudiantes de economía no solían encontrarse en las aulas de clase lo que retrasó un poco la recolección de datos.

La disposición de tiempo para realizar la presente investigación fue limitada, puesto que, los estudiantes tienen que estar en sus clases correspondientes, cumpliendo con sus responsabilidades académicas impidiendo que puedan contar con el tiempo mínimo requerido para el desarrollo del cuestionario.

La mayoría de estudiantes de administración encuestados, afirman que sí tuvieron contacto directo con su jefe inmediato en su primer día laboral, de igual manera se identificó que fueron recibidos de manera positiva por sus compañeros, ayudándolos a adecuarse al nuevo puesto de trabajo.

Los estudiantes de administración refieren no haber estado acompañado en todo momento por el representante del área de recursos humanos, lo cual se considera como punto débil con respecto a los demás ítems.

Los estudiantes de economía de igual manera afirman haberse reunido con su jefe inmediato el primer día de trabajo y fueron bien recibidos por sus compañeros de la organización, por último, resaltan haber tenido un recorrido por todas las áreas de la empresa junto a su jefe inmediato, considerándose estos aspectos como puntos fuertes por parte de la carrera de economía.

Finalmente, los estudiantes de economía describen no haber estado acompañado por el representante de recursos humanos en su primer día de trabajo, lo cual se considera como uno de los puntos débiles.

## CONCLUSIONES

- Se determinó que, si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding en estudiantes de la carrera de administración y estudiantes de la carrera de economía, siendo la “carrera profesional” uno de los factores determinantes y que marcan las diferencias en la percepción de ambas poblaciones.
- Si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding en alumnas mujeres de administración y alumnas mujeres de economía, probablemente porque para la carrera de economía el campo laboral es muy diferente al de la carrera profesional de administración, por lo que las percepciones suelen variar.
- Se concluyó que no existen diferencias significativas en la percepción del onboarding en estudiantes hombres de administración y estudiantes hombres de economía.
- No existen diferencias significativas en estudiantes hombres de administración y estudiantes mujeres de administración.
- Se determinó que no existen diferencias significativas en estudiantes hombres de economía y estudiantes mujeres de economía, concluyendo que el factor “sexo” no resulta ser un factor determinante en la percepción del onboarding.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las organizaciones asignar al jefe de recursos humanos que acompañe en todo momento al nuevo colaborador, ya que fue uno de los aspectos débiles que evidenciaron los estudiantes de la carrera profesional de administración y economía.
- Es importante implementar un plan de bienvenida para que los nuevos colaboradores se sientan mejor recibidos, se integren y se adaptan en menor tiempo con la organización.
- Es fundamental que los nuevos colaboradores tengan un buen impacto en el primer día de trabajo, ya que, de acuerdo a ello, será que tan bueno sea el nivel de eficiencia que ellos demuestren en sus actividades laborales.
- Finalmente, luego de observar los múltiples beneficios que trae consigo realizar un correcto proceso de onboarding, se recomienda a las organizaciones a poder implementarlo y así lograr una mayor atracción y retención del nuevo personal, creando lazos de compromisos entre el colaborador y la empresa.

## REFERENCIAS

- Alzamora de los Godos (2011). Tipos de estudio en salud pública. *Revista Salud, Sexualidad y Sociedad*.  
<https://inppares.org/magazine/Revista%20XIII%202011/9-%20Tipos%20de%20Estudio.pdf>
- Aredo Rojas , J. M. (2019). La integración de personal y la productividad laboral de los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad. [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Trujillo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31334/aredo\\_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31334/aredo_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias-Gomez . (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia Mexico*, 63(2), 201. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Benayas, M. (2019). *El plan de Onboarding*. <https://grupobinternacional.com/el-plan-de-onboarding-whitepaper/>
- Bock, L. (2015). *Work Rules: Insights from inside google that will transform how you live and lead*. EE.UU: Conecta.
- Caldwell, C. and Peters, R. (2018), "New employee onboarding – psychological contracts and ethical perspectives", *Journal of Management Development*, Vol. 37 No. 1, pp. 27-39. <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2016-0202>
- Carrasco Morales, I. A. (2019). Efecto del proceso de Onboarding en la satisfacción laboral en colaboradores del área de servicio al cliente en una empresa de telecomunicaciones. [Tesis de grado;Universidad de las Americas]. Quito.  
<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/11646>
- Carulla. (2021). *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7898594>
- Casas, J , Repullo, J , & Donado, J . (2003). La encuesta como técnica de investigación. *Aten Primaria* , 527-538.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>
- Cívicos, A, & Hernández, M. (2007). Algunas reflexiones y aportaciones en torno a los enfoques teóricos y prácticos de la investigación en trabajo social. *Revista Acciones e Investigaciones Sociales*, 25-55.

- Colimon (2018). *Fundamentos de Epidemiología*. CIB.
- Esan. (13 de mayo de 2016). *Esan Business*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-onboarding-como-proceso-de-integracion-del-nuevo-personal>
- Gestión. (23 de Marzo de 2020). Onboarding: ¿Qué es y por qué es importante en las empresas exitosas? <https://gestion.pe/economia/management-empleo/onboarding-que-es-y-por-que-es-importante-en-las-empresas-exitosas-nnda-nnlt-noticia/#:~:text=El%20onboarding%20es%20una%20pr%C3%A1ctica,100%25%20a%20la%20cultura%20empresarial>
- Gestión. (26 de Diciembre de 2015). Saga Falabella, una empresa que apuesta por la formación profesional de sus colaboradores. *Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/saga-falabella-empresa-apuesta-formacion-profesional-colaboradores-107831-noticia/>
- Guilford, j. (1954). *Psychometric methods*. New york: McGraw Hill Education.
- Hernández. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Lopez, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 69-74. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Lucio Rodríguez , J. S. (2020). Proceso de inducción y desempeño laboral percibidos por usuarios internos del Hospital General Babahoyo, Ecuador, 2020. *[Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]*. Quito. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65174/Lucio\\_RS\\_J-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65174/Lucio_RS_J-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Moreno, J., Castrillón, J., Sánchez, J. & Moreno, A. (2016). Perfil del administrador: construcción a partir de la experiencia tuning-Colombia. *Económicas CUC*, 37(1), 23- 46. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.37.2.2016.02>
- Nagles García, N. (2006). Productividad: una propuesta desde la gestión del conocimiento. *EAN*. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605807.pdf>

- Orozco Delgado, V. (2001). Reflexiones teórico-metodológicas para desarrollar el proceso de inducción como apoyo a la gestión del recurso humano universitario. *Educación*. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44002504.pdf>
- Quijije Menéndez, M. P. (2019). El onboarding y su influencia para crear vínculos afectivos en los empleados hacia la marca empleadora. [Tesis de grado; Universidad San Francisco de Quito]. Quito. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/8056/1/142008.pdf>
- Rosas Custodio, M. (2015). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROCESO DE ONBOARDING COMO APOYO A LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO*. [Tesis de posgrado; Universidad Panamericana], Mexico. <https://scripta.up.edu.mx/bitstream/handle/20.500.12552/2858/150831.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salinas , A. (2004). Métodos de muestreo . *Ciencia UANL*, VII(001), 121. <https://www.redalyc.org/pdf/402/40270120.pdf>
- Sousa, V , Driessnack, M , & Costa, I . (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Rev Latino-am*. <https://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es:v15n3a22.pdf>
- Stein, M., & Christiansen, L. (2010). Successful Onboarding. *McGraw Hill*. <https://onboardingmargin.com/site/assets/files/1048/introduction.pdf>
- Villalobos Huamán David Andrés, D. A. (2021). EL ONBOARDING Y SU RELACION CON EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE ALMA PERÚ, CHICLAYO,2021. [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Chiclayo. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8580/Villalobos%20Huam%c3%a1n%20David%20Andr%c3%a9s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 01: Matriz de consistencia.

<i>TITULO</i>	<i>ENUNCIADO DEL PROBLEMA</i>	<i>OBJETIVOS</i>	<i>HIPOTESIS</i>	<i>MATERIAL Y METODOS</i>
<p>“Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.”</p>	<p><b>Pregunta general</b></p> <p>¿Existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar si existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p><b>HGi:</b> Existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p> <p><b>HGo:</b> No existen diferencias significativas entre el nivel de percepción del onboarding de los estudiantes de administración y economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Cuantitativo, básica.</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>Diseño de investigación:</b></p> <p>Descriptivo comparativo No experimental Transeccional</p> <p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta.</p>

Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	
<p><b>PE1:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p>	<p><b>OE1:</b> Hallar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p>	<p>HE1<sub>i</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.</p>	<p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>
<p><b>PE2:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p>	<p><b>OE2:</b> Evaluar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p>	<p>HE1<sub>a</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.</p>	<p><b>Población:</b> 120 alumnos de administración y 120 economía de una universidad privada.</p>
<p><b>PE3:</b> ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de Economía de una universidad</p>	<p><b>OE3:</b> Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de <u>Economía de</u></p>	<p>HE2<sub>i</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.</p>	<p><b>Muestra:</b> 120 alumnos de administración y 120 alumnos de economía de una universidad privada.</p>
<p>de Trujillo, 2023, HE2<sub>a</sub>: El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.</p>			

---

privada de Trujillo, 2023?	una universidad privada de Trujillo, 2023.	HE3 <sub>i</sub> : Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.	Si
<b>PE4:</b> ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?	<b>OE4:</b> Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.	HE3 <sub>o</sub> : No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.	No
<b>PE5:</b> ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023?	<b>OE5:</b> Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.	HE4 <sub>i</sub> : Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de administración	Si
<b>PE6:</b> ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding	<b>OE6:</b> Analizar si existen		

---

---

entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?

diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

y los estudiantes hombres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.  
HE4o: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE5i: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE5o: No existen

---

---

diferencias  
significativas  
en los niveles  
de onboarding  
entre los  
estudiantes  
hombres de  
Administración  
y las  
estudiantes  
mujeres de  
Administración  
de una  
universidad  
privada de  
Trujillo, 2023.

HE6i: Si  
existen  
diferencias  
significativas  
en los niveles  
de onboarding  
entre los  
estudiantes  
hombres de  
economía y las  
estudiantes  
mujeres de  
economía de  
una  
universidad  
privada de  
Trujillo, 2023.

HE6o: No  
existen  
diferencias  
significativas  
en los niveles  
de onboarding  
entre los  
estudiantes  
hombres de  
economía y las  
estudiantes  
mujeres de  
economía de

---

---

una  
universidad  
privada de  
Trujillo, 2023.

---

## **Anexo 02: Instrumento utilizado para evaluar la variable onboarding.**

### **INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA VARIABLE ONBOARDING**

#### **Consentimiento informado**

Estimado/a participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de esta investigación conducida por Reyes Mendez Frank Deiver, estudiante de la carrera de Administración de la Facultad Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego. La investigación, denominada “Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023”, tiene como propósito evaluar 5 dimensiones claves para medir el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes de la carrera de administración y economía.

Para ello, se le solicita participar en la presente encuesta que le tomará de 15 a 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y será usada con fines académicos.

#### **Instrucciones**

Título: “Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023”.

Lo invitamos a tomarse unos minutos de su tiempo para completar la siguiente información, cabe resaltar que esta encuesta es confidencial y solicitamos que responda con sinceridad, teniendo en cuenta sus últimas experiencias laborales.

A continuación, para esta encuesta hemos empleado una escala tipo Likert para la calificación de cada ítem y así conocer su opinión, eligiendo una de las opciones entre totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo. Solo puede elegir o marcar una de las opciones para cada ítem.

Agradecemos anticipadamente su participación.

**Totalmente de acuerdo (TA)**

**De acuerdo (A)**

**Indiferente (I)**

**En desacuerdo (D)**

**Totalmente en desacuerdo (TD)**

	TA	A	I	D	TD
Usted recibió un correo de bienvenida antes de iniciar sus labores.					
Se le proporcionó un plan de bienvenida con los horarios y actividades a cumplir.					
Su jefe inmediato se reunió con usted el primer día.					
Su jefe inmediato le mostró la estructura organizacional de la empresa.					
Su jefe inmediato le proporcionó un recorrido por las áreas de la empresa.					
En su primer día de trabajo, en todo momento estuvo acompañado por un representante del área de recursos humanos.					
El área de recursos humanos le proporcionó la información necesaria para desarrollar su trabajo.					
El área de recursos humanos le hizo conocer la misión, visión y valores de la empresa.					
Los compañeros de trabajo le ayudaron a adecuarse a su nuevo puesto laboral.					
La cultura organizacional de la empresa se ajusta a su visión personal.					
El área de recursos humanos estuvo atenta a sus requerimientos.					
Su jefe inmediato verificó su estado anímico frente a su trabajo.					

**Instrumento extraído en la investigación de Villalobos (2021).**

## Anexo 03: Juicio de expertos

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado profesor(a)

Presente. -

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Privada Antenor Orrego Sede Trujillo, requiero validar el instrumento con el cual recogeré información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado en Administración de empresas.

El título de la investigación es: "Análisis de percepción del Onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023"; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Instrumentos
- Formato de validación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

---

Reyes Mendez Frank Deiver.

DNI: 71281718

ID del Estudiante: 000217507



Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
<p>PE1: ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p> <p>PE2: ¿Cuál es el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p> <p>PE3: ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?</p> <p>PE4: ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes</p>	<p>OE1: Hallar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p> <p>OE2: Evaluar el nivel de percepción del onboarding en los estudiantes de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023. 7</p> <p>OE3: Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre las estudiantes mujeres de Administración y las estudiantes mujeres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p> <p>OE4: Analizar si existen diferencias significativas en</p>	<p>HE1: El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.</p> <p>HE1. El nivel de onboarding en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.</p> <p>HE2.: El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es bueno.</p> <p>HE2. El nivel de onboarding en estudiantes de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023, es regular.</p> <p>HE3: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.</p> <p>HE3a: No existen diferencias significativas en los niveles de</p>
		<p>Instrumento: Cuestionario.</p> <p>Población: 120 alumnos de administración y 120 economía de una universidad privada.</p> <p>Muestra: 120 alumnos de administración y 120 alumnos de economía de una universidad privada.</p>

hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023?	de el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y los estudiantes hombres de Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.	entre las mujeres de las administraciones y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.
PE5: ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de una universidad privada de Trujillo, 2023?	PE5: Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de una universidad privada de Trujillo, 2023.	HE4: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de administración y los estudiantes hombres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.
PE6: ¿Existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de una universidad privada de Trujillo, 2023?	PE6: Analizar si existen diferencias significativas en el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de una universidad privada de Trujillo, 2023.	HE4a: No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre las estudiantes mujeres de administración y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.
		HE5: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una

---

universidad privada de Trujillo,

2023.

HE5<sub>a</sub>. No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de Administración y las estudiantes mujeres de Administración de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE6: Si existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

HE6<sub>0</sub>. No existen diferencias significativas en los niveles de onboarding entre los estudiantes hombres de economía y las estudiantes mujeres de economía de una universidad privada de Trujillo, 2023.

---

*Operacionalización de variable*

VARIABLE	DEFINICIÓN ONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	IMSTRUMENTO	ESCALA
ONBOARDING	Según Rosas, "El onboarding lo que hace es justamente acelerar el proceso de adaptación e integración de esa nueva persona a la organización, lo realizado por hacer ser más eficiente en más corto tiempo" (2019, p, 19)	La variable de Onboarding será medida a través del cuestionario realizado por Villalobos (2021).	Preparación Integración Orientación Compromiso	Correo de bienvenida. Plan de bienvenida Reunión de primer día. Acompañamiento Información Relaciones con compañeros. Cultura organizacional. Atención a requerimientos. Verificación de estado animico.	de	Ordinal con 5 opciones de respuesta para los reactivos o ítems en una escala Likert.

## INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA VARIABLE ONBOARDING

### Consentimiento informado

Estimado/a participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de esta investigación conducida por Reyes Mendez Frank Deiver, estudiante de la carrera de Administración de la Facultad Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego. La investigación, denominada "Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023", tiene como propósito evaluar 5 dimensiones claves para medir el nivel de percepción del onboarding entre los estudiantes de la carrera de administración y economía.

Para ello, se le solicita participar en la presente encuesta que le tomará de 15 a 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y será usada con fines académicos.

### Instrucciones

Título: "Análisis de percepción del onboarding en estudiantes de Administración y Economía de una universidad privada de Trujillo, 2023".

Lo invitamos a tomarse unos minutos de su tiempo para completar la siguiente información, cabe resaltar que esta encuesta es confidencial y solicitamos que responda con sinceridad, teniendo en cuenta sus últimas experiencias laborales.

A continuación, para esta encuesta hemos empleado una escala tipo Likert para la calificación de cada ítem y así conocer su opinión, eligiendo una de las opciones entre totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo. Solo puede elegir o marcar una de las opciones para cada ítem.

Agradecemos anticipadamente su participación.

Totalmente de acuerdo (TA)

De acuerdo (A)

Indiferente (I)

En desacuerdo (D)

Totalmente en desacuerdo (TD)

Dimensión: Preparación	TA	A	I	D	TD
1. Usted recibió un correo de bienvenida antes de iniciar sus labores.					
2. Se le proporcionó un plan de bienvenida con los horarios y actividades a cumplir.					

<b>Dimensión: Integración</b>					
3. Su jefe inmediato se reunió con usted el primer día.					
4. Su jefe inmediato le mostró la estructura organizacional de la empresa.					
5. Su jefe inmediato le proporcionó un recorrido por las áreas de la empresa.					
6. En su primer día de trabajo, en todo momento estuvo acompañado por un representante del área de recursos humanos.					
<b>Dimensión: Orientación</b>					
7. El área de recursos humanos le proporcionó la información necesaria para desarrollar su trabajo.					
8. El área de recursos humanos le hizo conocer la misión, visión y valores de la empresa.					
<b>Dimensión: Compromiso</b>					
9. Los compañeros de trabajo le ayudaron a adecuarse a su nuevo puesto laboral.					
10. La cultura organizacional de la empresa se ajusta a su visión personal.					
<b>Dimensión: Seguimiento</b>					
11. El área de recursos humanos estuvo atenta a sus requerimientos.					
12. Su jefe inmediato verificó su estado anímico frente a su trabajo.					

Instrumento extraído en la investigación de Villalobos (2021).

FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	JOHNNY ALBERTO RUBIÑOS MENDEZ
Cargo:	DOCENTE
Institución /Empresa:	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.		X		
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.		X		
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.		X		
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)		X		

Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
<b>CONTEO TOTAL</b>			8	18	26
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.86$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

VALIDEZ BUENA

CALIFICACIÓN GLOBAL

Firma del validador

Trujillo, 03 de Julio del 2023

### FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	<i>Ricardo Gabriel Turi Ortiz</i>
Cargo:	<i>Docente</i>
Institución /Empresa:	<i>UPAO</i>

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			✓	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			(	

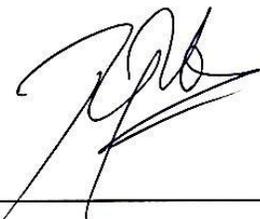
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				10	30
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

**Coefficiente de validez:**

$$\frac{A+B+C}{30} = 1$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.



CALIFICACIÓN GLOBAL

[Empty box for global rating]

Firma del validador

Trujillo, 14 de Julio del 2023

### FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	Everton David Agredo Gamboa
Cargo:	Docente de Administración
Institución /Empresa:	UPAO

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	—
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	—
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	—
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	—
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	—
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	—
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	—
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	—
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	—

Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	—
<b>CONTEO TOTAL</b>					
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

**Coefficiente de validez:**

$$\frac{A+B+C}{30} = \square$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

*[Handwritten Signature]*

**CALIFICACIÓN GLOBAL**

Validez buena

Firma del validador

Trujillo, 04 de Julio del 2023

### FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	Giovanni Fiorentini Candiotti.
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	UPAO

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.		X		
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.		X		
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.		X		
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)		X		

Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL			8	18	26
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

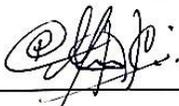
$$\frac{A+B+C}{30} = 0.86$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez buena

CALIFICACIÓN GLOBAL



Firma del validador

Trujillo, 03 de Julio del 2023

### FORMATO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	MARGOT ISABEL HERBIAS FIGUEROA
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	UPAO

### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	

Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
<b>CONTEO TOTAL</b>				30	
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>TOTAL</b>

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 1$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

**1**

**CALIFICACIÓN GLOBAL**



Firma del validador

Trujillo, \_2\_ de Julio del 2023

**Anexo 04: Prueba piloto mediante el programa SPSS 26.**

Componente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	6,368	53,067	53,067	6,368	53,067	53,067	4,168	34,736	34,736
2	1,442	12,013	65,079	1,442	12,013	65,079	3,641	30,343	65,079
3	,915	7,626	72,706						
4	,827	6,895	79,601						
5	,566	4,713	84,314						
6	,510	4,252	88,566						
7	,434	3,618	92,184						
8	,344	2,868	95,052						
9	,282	2,350	97,401						
10	,141	1,171	98,572						
11	,096	,799	99,371						
12	,075	,629	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

## Matriz de componente

rotado<sup>a</sup>

Componente

	1	2
ITEM1	,741	-,122
ITEM2	,521	,557
ITEM3	,232	,840
ITEM4	,603	,552
ITEM5	,376	,647
ITEM6	,709	,332
ITEM7	,837	,326
ITEM8	,712	,360
ITEM9	-,088	,837
ITEM10	,328	,610
ITEM11	,594	,628
ITEM12	,782	,274

Método de extracción:

análisis de componentes principales.

Método de rotación:

Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

## Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	12

## Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,766
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	216,887
	gl	66
	Sig.	,000

## Anexo 05: Cronograma de recolección de datos.

Actividad	Fecha inicio	Fecha fin
Validez de contenido por juicio de expertos.	17/07/2023	22/07/2023
Carga de items o reactivos en google form.	29/09/2023	29/09/2023
Prueba piloto aplicando el instrumento a 30 sujetos	31/09/2023	4/09/2023
Recolección de datos	11/09/2023	20/09/2023

## Anexo 06: Base de datos para prueba piloto.

Prueba piloto cuestionario onboarding

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

Menús 100% Predet... 10 + B Z A

A	B	C	D	E	F	G	H	I	
Marca temporal	Dirección de correo electrónico	NOMBRES Y APELLIDOS	ID	CICLO ACADÉMICO	EDAD	CARRERA PROFESION	1 - Usted recibió un corre	2 - Se le proporcionó un plan	3 - Su jefe
3/09/2023 10:57:42	estiguar112517@gmail.com	ESTIGUAR YONATAN RODRÍGUEZ PAREDES	000217961	10MO CICLO		21 ECONOMÍA	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalment
3/09/2023 10:59:04	vicente17_jv@gmail.com	Jhonatan Vicente Chuquino Carrasco	000223485	10MO CICLO		22 ADMINISTRACIÓN	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalment
3/09/2023 11:33:15	mcachayh1@upao.edu.pe	María del Rosario Cachay Huaccha	000221439	10MO CICLO	22 años	ADMINISTRACIÓN	Totalmente en desacuer	Indiferente	De acuer
3/09/2023 12:15:15	hgonzalezb2@upao.edu.pe	Halidor Enrique González Blas	000217158	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	Totalment
3/09/2023 12:35:33	operezr1@upao.edu.pe	Orestes Raúl Pérez Ramírez	000200488	10MO CICLO		22 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	De acuer
3/09/2023 14:19:31	brunolimo2001.12@gmail.com	Bruno Limo Cisterna	000217044	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	Totalment
3/09/2023 23:02:46	eduardrosillo19@gmail.com	Eduard Rosillo Rodríguez	000186709	10MO CICLO		24 ADMINISTRACIÓN	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuer
4/09/2023 10:21:31	mauriciov43@gmail.com	Mauricio Vallejo Torres	000216936	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	Totalmente en desacuer	Totalmente de acuerdo	Totalment
4/09/2023 15:25:45	xrobertmc1998xd@gmail.com	Robert Manuel Mejía Coronel	000222831	10MO CICLO	25 años	ECONOMÍA	Indiferente	Indiferente	Indiferent
4/09/2023 15:26:57	morbegoso1@upao.edu.pe	Mishel Orbegoso	000217206	10MO CICLO		21 ECONOMÍA	En desacuerdo	De acuerdo	Totalment
4/09/2023 16:12:16	mykareyes4@gmail.com	Kasandra Polo Reyes	000222665	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	Indiferente	Totalmente en desacuerdo	De acuer
4/09/2023 17:21:54	gnunez11@upao.edu.pe	Georgette Leonor Núñez López	000217812	9NO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalment
4/09/2023 18:39:42	vsaavedraflores860@gmail.com	Victor Saavedra Flores	000190681	10MO CICLO		23 ADMINISTRACIÓN	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalment
4/09/2023 18:43:37	eburgos12@upao.edu.pe	Edwin Fernando Burgos León	000220474	10MO CICLO		23 ADMINISTRACIÓN	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalment
4/09/2023 20:34:15	preyessf1@upao.edu.pe	Piero Reyes	000199108	9NO CICLO		22 ADMINISTRACIÓN	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalment
4/09/2023 21:30:20	bzafra1@upao.edu.pe	Betty Yessica Zafra Celi	000057475	10MO CICLO		40 ADMINISTRACIÓN	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuer
4/09/2023 22:07:20	cmaticorenacastillo@gmail.com	Cesar Baruck Maticorena Castillo	000218851	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	Totalmente en desacuer	De acuerdo	Totalment
4/09/2023 22:08:07	soydanfersolano@gmail.com	DANFER LARA SOLANO	000169873	9NO CICLO		24 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	Totalment
4/09/2023 22:33:35	telmo_acuario@hotmail.com	Telmo Piminchumo zegarra	000152436	10MO CICLO		26 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	De acuer
4/09/2023 22:43:31	klforesj10@gmail.com	Karol Mardy Flores Jara	000222289	10MO CICLO		21 ECONOMÍA	Totalmente en desacuer	Indiferente	De acuer
4/09/2023 23:12:32	aviera1@upao.edu.pe	Ariana Viera Guevara	000218039	10MO CICLO		21 ECONOMÍA	Totalmente en desacuer	De acuerdo	De acuer
4/09/2023 23:36:23	rainbowshop.colizaciones@gmail	Luz María Tandaypan Siccha	217053	10MO CICLO		22 ECONOMÍA	Indiferente	Indiferente	En desaci
5/09/2023 11:09:50	nelversanchez12@gmail.com	Nelver	000203724	9NO CICLO		22 ADMINISTRACIÓN	En desacuerdo	De acuerdo	De acuer
5/09/2023 11:17:20	dzapatab1@upao.edu.pe	Diana Lucía Zapata Beltrán	000219709	10MO CICLO	24 años	ADMINISTRACIÓN	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalment
5/09/2023 11:47:50	almendrasdhaya27@gmail.com	Dhayana Delgado Almendras	000217589	10MO CICLO		21 ADMINISTRACIÓN	De acuerdo	De acuerdo	Totalment