



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Intención de rotación de los millennials en la empresa Castilian Enterprise Unión S.
sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Armin Hans Neciosup Delgado (ORCID: 0000-0002-9574-1797)

ASESORA:

Mg. Karina Jacqueline Cárdenas Rodríguez (ORCID: 0000-0003-1140-4759)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Con mucho cariño a mis padres Ivonne Delgado de Neciosup y Lorenzo Neciosup Villa a pesar que ya no está de manera física pero siempre me acompaña en cada decisión que tomo, a mis hermanos, a mi novia Alejandra Rodríguez Flores y a mi pequeño hijo Bastian Lorenzo Neciosup Rodríguez que son el impulso para volver realidad mis objetivos.

Agradecimiento

Agradecimientos a mis padres que siempre confiaron en mí, a mi hermana Silvia Neciosup Delgado que nunca dudó en apoyarme para poder culminar mi carrera y a mi hermana Yvonne Elizabeth Neciosup Delgado, a los profesores que me asesoraron para pulir la tesis.

Página del jurado

Declaratoria de Autenticidad

Índice

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	13
2.1. Tipo y diseño de investigación	13
2.2. Operacionalización de variables	13
2.3. Población, Muestra	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5. Método de análisis de datos	18
2.6. Procedimiento	18
2.7. Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES	25
VI. RECOMENDACIONES	26
VII. PROPUESTA	27
REFERENCIAS	29
ANEXOS	32

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de la intención de la rotación de los millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019. La investigación corresponde a un diseño no experimental de corte transversal, el tipo de investigación fue descriptiva aplicada a una muestra de 80 millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019. Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario con respuestas basadas con escala de Likert de valoraciones del 1 al 5. Y se determinó la confiabilidad del instrumento utilizando el coeficiente de alfa de Cronbach, luego para determinar el nivel de la intención de la rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, se hizo uso de tablas estadísticas en la dimensión factores organizacionales existe un nivel alto con 68.8%, en la dimensión factores de ambiente de trabajo hubo un nivel regular con 90%, en la dimensión factores de contenido de trabajo un nivel regular con un 83.8%, en la dimensión factores personales con un nivel alto de 78.8% y encontrándose como resultado que el nivel de intención de rotación es regular con un 97.5%.

Palabras clave: Intención de la rotación, Factores Organizacionales, Factores personales.

Abstract

The objective of this research was to determine the level of the intention of the rotation of the millennials of the Castilian Enterprise Union S. Peru Branch, Trujillo 2019. The research corresponds to a non-experimental design of cross-section, the type of research was descriptive applied to a sample of 80 millennials of the Castilian Enterprise Union S. Peru Branch, Trujillo 2019. The survey technique was used and the instrument was the questionnaire with answers based on Likert scale of valuations from 1 to 5. And determined the reliability of the instrument using Cronbach's alpha coefficient, then to determine the level of the intention of the rotation of the millennial collaborators of the Castilian Enterprise Union Company S. Peru Branch, Trujillo 2019, statistical tables were used in the organizational factors dimension there is a high level with 68.8%, in the environment factors dimension of work there was a regular level with 90%, in the dimension of work content factors a regular level with 83.8%, in the dimension personal factors with a high level of 78.8% and finding as a result that the level of intention of rotation is regular with 97.5%.

Keywords: *Rotation intention, organizational factors, personal factors.*

I. INTRODUCCIÓN

A través de los años se ha dado a notar que en un determinado grupo de personas usualmente están en con la intención de rotar de trabajo, aun cuando no han logrado finalizar uno o dos años en el mismo puesto o rubro y con una carencia de visión personal a largo plazo en una organización, se les denomina los millennials, siempre están en búsqueda de nuevos retos, experiencias y nuevas oportunidades laborales.

Los millennials no saben trabajar bajo presión o sobrellevar el estrés, las relaciones sociales ni la ansiedad. Estos jóvenes, al presentarse un problema o en situaciones que lo hagan sentir inseguro, no siempre toman las mejores decisiones como llamar a un amigo, hablar con sus padres o buscar una solución madura y de acorde a la situación, muy por el contrario, se refugian en los videojuegos y las redes sociales, este último es parte de su manera de comunicación más usual y el celular es casi una extensión de su cuerpo con el cual resuelven casi todos sus problemas.

Además, existe un choque generacional dentro de las grandes organizaciones que pueden llevar al millennials no sentirse lo suficientemente valorado. No siempre son bien vistos ante la sociedad y eso les dificulta ser seleccionados por las empresas debido a lo que los caracteriza que siempre buscan el cambio, oportunidades de crecimiento laboral, para ellos es necesario la movilidad y los cambios de área, cambios que no siempre favorecen a las empresas, pero como en todos los ámbitos también existe su lado positivo los millennials son dinámicos, creativos y ambiciosos, pues tienen una forma muy distinta de ver la vida, por consecuencia, de trabajar también.

El no sentirse cómodos o que la empresa no cumpla con sus expectativas puede llevarlos a pensar en una intención de rotación de puesto o hasta de empresa en la que labore, la cual crea consecuencias negativas, produciendo costos elevados cuando las organizaciones tienen excesiva rotación, pérdida de personal valioso afectando el proceso productivo y decayendo el desempeño. Además, mayores costos en lo que refiere a procesos de reclutamiento, selección y capacitación del nuevo personal.

Por otro lado, muchos de los millennials saben que son los más deseados por las empresas, pues las empresas necesitan sus ideas, esa forma distinta de pensar; es decir necesitan profesionales jóvenes que hayan crecido con la tecnología y la entiendan con naturalidad. Las organizaciones deben hacer cambios internos importantes, empezando por el proceso de selección de personal, los millennials son muy impacientes a la hora de postular a un trabajo y esperan una respuesta lo antes posible de no ser así saben que hay otra empresa esperando por ellos.

En el entorno nacional es más común verlos de manera negativa a los millennials porque los empleadores no ven una inversión en ellos dado el poco tiempo que se mantienen en un puesto de trabajo, con una permanencia no mayor a un año y tienden a buscar una oportunidad nueva, existen muchos factores que los impulsan a hacerlo, como los factores intrínsecos (financieros, conflictos interpersonales, oportunidades de empleo alternativas, etc.), factores extrínsecos (desafíos, ganas de aprender, características personales, familia, etc.) y factores propuestos (redes, apoyo familiar y medios de comunicación). Y esto se viene dando también en nuestro entorno local como en la empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú.

Para darle sustento a esta investigación se procedió a citar diversos trabajos de distintas universidades con características similares al mismo marco de investigación, a continuación, presentaremos lo siguiente:

En primer lugar, Castillo (2016) en su tesis titulada Intención de rotación de personal en las agencias de la empresa de telecomunicaciones Movistar-Telefónica de la ciudad de Trujillo, 2016. Con la población constituida por el personal de 104 agencias de agencias de comunicaciones. La búsqueda de empleo se debe con mayor frecuencia a factores organizativos, el deseo de salir del mercado laboral y de la organización y, más a menudo, de una nueva búsqueda de empleo. (p.41)

Como nos indica Torres (2016) en la tesis titulada Factores de intención de rotación laboral en colaboradores de una empresa peruana del rubro hotelero. La población y la muestra consistieron en 61 participantes en la fase cualitativa y 121 participantes en la fase cuantitativa. Concluye que para el análisis cuantitativo, la matriz de la correlación de las razones por las cuales querían rotar fue la adecuación

de la muestra de Kaiser - Meyer - Olkin ($KMO = .862$) y la prueba de esfericidad de Barrett ($\text{Chi-cuadrado} = 3859.81$; $\alpha < .05$] indica condiciones suficientes para revertir el coeficiente. (p. 11)

Según Pinedo (2016) en su tesis titulada Las prácticas de administración de recursos humanos y las intenciones de rotación de personal en la empresa Consorcio Wanderson SAC – Trujillo, 2016, En Likert, se utilizaron estudios cuantitativos de correlación metodológica, no experimentalmente, con cantidades. Concluye que el nivel de deseo de antojos significa que puede ver la media del deseo de antojos, media, con una media de 3.12 y una desviación estándar de 0.47. Esto significa que sus compañeros de trabajo no tienen la intención de entregar el Consorcio Wanderson SAC. Los empleados también están viendo una conexión significativa con su deseo de rotar en los recursos humanos, lo que significa que muchas personas se rinden en cada trabajo y se rinden por una variedad de razones difíciles de adaptar a la empresa. (p. 32)

Además, Bustamante (2018) en su tesis titulada Percepción de la intención de rotación de los colaboradores de una empresa que elabora productos de Molinería-Lambayeque 2018. Se realizó una encuesta de muestra de 61 empleados y se determinaron los niveles cuantitativos. Concluye que el análisis de los resultados muestra que la mayoría de lo que los empleados esperan cambiar se debe a la falta de pago y apoyo de la empresa. El resultado final confirma que, a pesar del tratamiento recibido, las condiciones de trabajo y los salarios dan como resultado la rotación de empleados. En general, el nivel de percepción es 2.87, con una escala de 5.0; Entonces, muy poco. (p.46)

Se ha considerado teorías relacionadas al tema:

La Intención de rotación de personal para García (1994) es similar a querer y dejar la organización. (p. 87).

Según All (2012) la intención de rotación se entiende como la idea de que un compañero ha renunciado a su trabajo actual.

Según Arias (1990), el propósito de la rotación es ingresar y salir del trabajo de la organización. Es decir, cuando los datos son muy altos, se considera un problema para la empresa; Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la organización tiene varios costos

involucrados en el reclutamiento, reclutamiento y capacitación del personal de reclutamiento, lo que resulta en una alta rotación que puede costar más a la empresa. (p. 410).

Las dimensiones de la rotación de personal según Millán (2006) nos quiere decir que los cambios de personal persistentes y localizados son: Información de la organización interna o externa sobre las actitudes y comportamientos del personal. Desde el exterior, podemos ver la demanda y la demanda de recursos humanos, la situación económica y las oportunidades de empleo disponibles en el mercado laboral. Los siguientes están dentro de la visión interna de la organización: beneficios de la organización, políticas salariales, insatisfacción laboral, lesiones sociales, biológicas y personales, políticas de empleo, políticas de recursos humanos, cultura organizacional y criterios y programas de estudio. Esto significa que los cambios de personal tienen un impacto significativo en los eventos organizacionales internos y externos, como huelga externa, insatisfacción laboral o nueva ofertas, como las diferencias salariales. (p. 27).

Porter y Stivers (1973) han mencionado que hay varios factores en el ciclo de trabajo. Estos incluyen: factor organizacional, factor de ambiente de trabajo, factor de contenido de trabajo y factor individual. (p. 151). Los cuales se describen a continuación:

Las variables que causan este problema en los factores organizativos están relacionadas con el valor de la empresa, sus propios principios y políticas, en su caso, presión, opinión, apoyo adecuado y todo lo que la empresa ha proporcionado a sus empleados. , los métodos que utilizan para monitorearlos, el ambiente de trabajo y si la atmósfera de comunicación y organización entre los grupos de trabajo es buena entre otros.

Se tiene como indicadores a “Políticas y prácticas organizacionales, Comunicación y Beneficios sociales”.

Cuando los factores del entorno laboral no son apropiados, hace que el compañero se sienta frustrado y frustrado, lo que en casos extremos puede resultar en su despido. La presencia de conflictos entre los empleados puede crear situaciones de trabajo muy

estresante y estresante. En otras palabras, los empleados esperan más trabajo que dinero o reconocimiento, lo que no debería sorprendernos, y el equipo de soporte amigable puede aumentar su satisfacción y productividad en el trabajo.

Se tiene como indicadores a “Mercado laboral, Herramientas y Satisfacción de la tarea”.

El contenido es un factor en el trabajo, cuando los colegas consideran que el trabajo que realizan es beneficioso para la organización que les brinda satisfacción. Debe ofrecerle a su pareja la oportunidad de desarrollar sus conocimientos y habilidades. Es decir, el trabajo debería ser significativo para él. Cuando se divide demasiado en la tarea de distribución, se elimina el contenido, lo que crea la sensación de monotonía que genera insatisfacción con la idea de cambiar a los empleados.

Se tiene como indicadores a “Ubicación de la empresa, Carga laboral, Horario de trabajo, Funciones y/o tareas”.

Otros factores personales que son independientes del tema, aquí lo asociamos principalmente con las características sociodemográficas que trabajan juntas, lo que diferencia entre lo que se espera en cada caso. Factores como la persona, el género, el estado familiar, la accesibilidad, el título del trabajo, la estabilidad económica, la actitud justa, las características personales de cada empleado, así como el nivel de experiencia y educación, están estrechamente relacionados con el tipo de trabajo que puede encontrar.

Se tiene como indicadores a “Desarrollo profesional, Situaciones personales y Sueldo”.

El comportamiento según Newstrom (2011) nos dice que Este es un estudio sistemático y un uso serio del conocimiento sobre las actividades de individuos, individuos y grupos en organizaciones. La gente está tratando de encontrar formas de trabajar de manera más eficiente. "Lo que el autor quiere decirnos es que necesitamos estudiar cuidadosamente el comportamiento para ayudar a la pareja a ofrecer un mejor rendimiento. (p. 3).

Poco se sabe sobre los comportamientos de los Millennials, representan una gran proporción de la población y la fuerza laboral, lo que buscan y cómo lo usan, si su nivel social y económico afecta sus decisiones de vida y trabajo y, al final, lo que están pasando en el futuro.

Según Newstrom (2011), los compañeros de trabajo y las personas son parte de la sociedad social de cada empresa. El sistema consta de individuos y grupos. Los grupos son formales e informales, formales e informales. Los grupos están cambiando a medida que se dispersan y dispersan. Los empleados viven, piensan, sienten y trabajan en una organización para lograr sus objetivos. Esto significa que los empleados son parte de una organización colaborativa y, en parte, tienen una parte que hacer, por lo que establecen objetivos específicos que cumplir.

Estos incluyen indicadores tales como: Actividades personales, actividades grupales, grupos formales, grupos informales, logros de misión, práctica de valores y habilidades de los empleados.

Según Newstrom (2011), la estructura define la comunicación y el uso formal de las personas en las organizaciones. Se requieren diferentes puestos para completar todas las actividades de la organización. Esto significa que para que una organización pueda cumplir sus objetivos, se necesita una estructura sólida con diferentes perspectivas para su crecimiento.

Y tiene como indicadores a “Distribución de tareas, Integración de áreas y Cooperación”.

Tecnológicamente, según Newstrom (2011), proporciona los recursos en los que las personas trabajan e influye en el trabajo que realizan. El gran beneficio de la tecnología es que no solo permite a los empleados mejorar y mejorar, sino que también los limita de otras maneras. Es costoso y gratificante. Esto significa que la tecnología es un buen aliado para una organización porque beneficia a los empleados, pero en algunos casos está limitada por el costo de implementarla.

Los indicadores son “Recursos adquiridos, Costos y Beneficios”.

Según Newstrom (2011), el entorno es dos, interno o externo. El ambiente externo afecta la actitud y el ambiente de trabajo del personal, lo que crea competencia por los recursos y la autoridad. Al considerar el comportamiento de una organización, es importante tener en cuenta el entorno externo. Esto significa que el socio influye en lo que sucede en su entorno laboral y en lo que sucede en el entorno externo, lo que se refleja en su trabajo, por lo que debe prestar atención. Y sus indicadores son Unidad y actitud.

Muchos autores han resuelto que la brecha histórica ha sido, por primera vez en la historia, que tres o cuatro generaciones diferentes están cooperando en el mismo ambiente de trabajo, y que conducen a una gestión adecuada de acuerdo con las expectativas y expectativas de los líderes. Los conflictos multidisciplinarios pueden dificultar a las empresas y sus líderes, especialmente si no se discuten ampliamente.

Según Ogg y Bonvalet (2006), a las generaciones se les enseña en un grupo de edad que comparte un conjunto de experiencias que los distingue de sus predecesores. El hecho de que tengan la misma edad no es suficiente para tener en cuenta el mismo grupo de edad. Es necesario encontrar sus experiencias históricas compartidas, marcando un conjunto de conceptos de vida, contextos y, por supuesto, valores comunes. Hay cuatro generaciones en el mercado laboral. Significa un conjunto de hechos históricos, contenido, un conjunto de pensamientos similares, un buen comienzo o un final, pero estos rasgos los hacen diferentes entre sí. (p.96).

Molinari (2013) nos dice que existen empresas con diferentes temas de trabajo que se refieren a diferentes períodos y, por lo tanto, tienen diferentes creencias, valores y comportamientos en el trabajo y en el trabajo. Esto significa que, a pesar de todas las diferencias posibles, hay un entorno de trabajo en este caso. (p. 24).

Según Smola y Sutton (2002), la generación millennials indica que cuando ingresa a la organización, hay una gran expectativa, a veces poco realista, y un alto grado de confianza en sí mismo. Algunos los describen como estereotipos, como la impaciencia, el esfuerzo por avanzar, el egocentrismo, la desconfianza, la desconfianza y la falta de reglas. Pero solo meditar sobre los aspectos pesimistas no les ayuda a comprender mejor y beneficiarse de sus habilidades. Quiero decirles lo dañino que es para ellos

comprender muchos años sin saber más sobre ellos, porque no aprovecharán sus habilidades e ideas modernas.

Según Edelberg (2011), algunos autores señalan que si no se cumplen sus expectativas, muchos están listos para cambiar de trabajo. Hay muchos estereotipos sobre esta nueva generación que siguen todo lo que se puede encontrar en los medios y la investigación de mercado. Los libros y los medios de comunicación han perseguido constantemente algunos de los atributos que estos jóvenes Millennials han proporcionado. Si las organizaciones tienden a tomar turnos que no cumplen con las expectativas milenarias, significa que muchos expertos en el tema están de acuerdo con esta característica.

Molinari (2013) nos dijo: Reconocen que pueden construir una carrera sólida a través de capacitación y desarrollo continuos. Esta generación ha declarado claramente lo que quiere ser, y estará lista para hacer todo lo posible para alcanzarla. Esto significa que los Millennials en constante cambio están obteniendo más información sobre lo que realmente quieren hacer por ello.

Haciendo hincapié en el equilibrio entre la vida laboral y personal, según Hauw y de Vos (2010), "este período tiende a presionar a las empresas para que busquen el equilibrio entre la vida laboral y personal, y tienen un mayor deseo de alinear la vida con el trabajo, y están más enfocadas en sus metas y objetivos personales. Enfatizan un mejor equilibrio entre los objetivos, y no funcionan: la gestión del tiempo se convierte en una parte central de ellos, dándoles la flexibilidad de absorber el trabajo todo el tiempo que su vida es inevitable debido a su trabajo y muchas otras cosas. (p.293)

Molinari (2013) En comparación con los padres, quieren organizar sus vidas en torno al trabajo, dejar algo para ellos, es decir, "vivir con trabajo", pero tienen tiempo para hacer otro trabajo. Quieren un trabajo significativo. Para ellos, el concepto de trabajo es diferente: buscan placer y entretenimiento en la oficina. Eso significa que los Millennials los están llenando y están buscando un trabajo significativo. Hace que el ambiente agradable se sienta como dos personas, sin tener tiempo para otras actividades diarias.

A la luz de su rápido crecimiento profesional, Burke y Ng (2006) han declarado que estos Millennials parecen esperar más de un bono a corto plazo y un aumento salarial. Estos jóvenes empleados tienen poca paciencia para subir la escalera corporativa. Significan que los Millennials están buscando promociones o promociones a corto plazo, y permanecer en la misma posición durante mucho tiempo no les importa.

Hauw y de Vos (2010) muestran que son impacientes en lugar de querer hacer el menor esfuerzo y tener éxito de inmediato y tomar una posición rápida y responsable. Tales instancias los ven como ambiciosos, y buscan algo más que les dé la oportunidad de crecer en su propia compañía. Esto significa que los Millennials esperan un éxito inmediato, y si no pueden encontrarlo en la organización que están buscando, pueden buscar otro trabajo que creen que puede ayudarlos a crecer más rápidamente.

Según Burke y Ng (2006), un trabajo interesante y tedioso sugiere que están "buscando nuevos desafíos y constantemente aprendiendo cosas nuevas". Aunque tienen expectativas bien pagadas y una gran cantidad de beneficios y oportunidades, aún ponen mayor énfasis en la satisfacción profesional que conlleva su trabajo. Esto significa que no todos los Millennials están bien fuera de su nómina, pero el potencial para que crezcan en la empresa puede mejorar sus habilidades y adquirir nuevos conocimientos.

Hauw y de Vos (2010) señalan que "en general se ha revelado que están buscando más dinero a cambio de su desempeño". Buscan trabajo significativo y satisfacción personal con trabajos bien remunerados. Muchas veces, buscan empresas socialmente responsables, que definen sus valores y valores, tienen un programa de responsabilidad social corporativa, van más allá de la simple monetización. Esto significa que los Millennials son muy similares a las organizaciones con sus creencias y valores, lo que les da un sentido de identidad y, si tienen un programa de responsabilidad social, están aún más interesados.

Según Hao, de Vos (2010), en relación con el empleo, afirman que son más activos en la seguridad de sus lugares de trabajo al mejorar el empleo y mantener su atractivo en el mercado laboral. Necesitan adquirir nuevas habilidades y capacidad para continuar trabajando en el difícil mercado laboral. Significan que los Millennials

constantemente entrenan sus habilidades para que siempre sean nuevas y atractivas para diferentes organizaciones.

Sobre el entorno laboral y la cultura, Hauw de Vos (2010) afirma que "el entorno laboral es muy inspirador". A su vez, les gusta reconocer los esfuerzos y el trabajo de sus jefes, de lo contrario, despedirlos se refleja en la relación laboral y aumenta su deseo de rotar. Significan que los Millennials están más motivados para valorar su arduo trabajo, sentir el apoyo de los demás en su trabajo en equipo y hacer que las cosas mejoren cada vez más afecta el desempeño del trabajo.

Quieren la diversidad, el entorno abierto y el entorno laboral al que están acostumbrados. Con el auge de las redes sociales y la interdependencia en el mundo de hoy, se sienten cómodos en entornos con diversas culturas y personas, ya que creen que pueden agregar valor a los resultados.

Dada su importancia actual, buscan la colaboración del equipo. Uno de los temas destacados por muchos escritores es la naturaleza social de la obra.

Hay una relación con la tecnología según Hatum (2011) afirma que su aptitud para la tecnología se demuestra en el sentido de que se les ve conectado las 24 horas del día. Viven, aprenden y trabajan en una red. Gracias a la tecnología, han desarrollado la capacidad de realizar múltiples tareas, que es la capacidad de manejar muchas cosas al mismo tiempo sin perder la concentración. Esto permite obtener una mejor integración entre sus vidas personales y su vida laboral y, por lo tanto, garantiza un mejor equilibrio entre ellos. Significa que los Millennials tienen una mejor gestión de la tecnología, ya que están estrechamente vinculados a ella en su día a día, lo que les permite haber adquirido la capacidad de realizar múltiples tareas, para poder hacer varias cosas a la vez, lo que creen que es muy familiar a su vida fuera del lugar de trabajo.

Hershatter y Epstein (2010) señalan que el desarrollo tecnológico ha jugado un papel clave en la configuración de las formas de aprendizaje, interacción e interacción de los Millennials. Para ellos, la tecnología es su sexto sentido. La forma de descubrir e

interactuar con el mundo. Debido al auge de la tecnología, los Millennials son superiores a otras generaciones, y debido a su crecimiento de esta manera, es natural que la usen.

Del mismo modo, durante milenios, han argumentado que las redes sociales como Facebook e Instagram son tan importantes como las ideas de sus pares. Enfatiza la importancia de la comunicación y el compromiso social en el entorno laboral. Ven lo importante que son para los demás, porque el consentimiento o el desprecio, es importante porque necesitan tener otras personas.

Luego de la investigación de teorías y antecedentes relacionados a la variable intención de rotación de los millennials, se planteó la problemática siguiente: ¿Cuál es el nivel de intención de rotación de los millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019?

Considerando los criterios de Hernández (2014, pp.40-41), señalan ciertos elementos que justifican la realización de esta investigación por lo que a continuación se detallan. Conveniencia dado que la investigación nos permitirá profundizar que consecuencias trae la intención de rotación de personal en los empleados, además podremos ver como la empresa es afectada por los millennials, así mismo la Relevancia social para lograr identificar y corregir las situaciones que se han llevado para poder levantar la imagen de la organización para que mejore las oportunidades laborales, que las personas vuelvan a confiar en la empresa y sobre todo mejorar el nivel de calidad tanto en el servicio como en los empleados, además las Implicaciones prácticas ya que beneficiará a que disminuya la intención de rotación del personal, porque se quiere conocer los motivos porque sucede de esa manera el personal se sentirá a gusto y los Millennials optarán por dar lo mejor de sí y mantenerse en la organización, minimizando el nivel de intención de rotación de personal, el Valor teórico debido a que cuenta con un amplio conocimiento y un estudio a detalle de la intención de rotación de los Millennials, siendo beneficiada la empresa de la cual se obtuvo la información, y la utilidad metodológica porque crea muchas inquietudes a la empresa y es importante encontrar la razón de por qué se da la intención de rotación de los millennials de acuerdo a la realidad que presenta la empresa en la actualidad.

Como hipótesis planteó: El nivel de la intención de rotación de los colaboradores millennials en la empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú – Trujillo 2019, es alto; además el objetivo general determinar el nivel de la intención de la rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, y los objetivos específicos fueron los siguientes:

Identificar el nivel de la dimensión factores organizacionales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, identificar el nivel de la dimensión factores de ambiente de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, identificar el nivel de la dimensión factores de contenido de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, identificar el nivel de la dimensión factores personales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, determinar el nivel de la variable intención de la rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019 y proponer mejoras en la gestión de rotación de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Tipo de investigación

Según del fin que persigue: Aplicada

Según el enfoque: Cuantitativo

Según el alcance: Descriptivo

2.1.2 Diseño de investigación.

La investigación tuvo un diseño no experimental, de corte transversal; debido a que no se manipuló la variable y se realizó la investigación en un tiempo determinado. El esquema del diseño de investigación, se muestra a continuación:



Dónde:

M= Muestra: Millennials de la empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú

O₁= Observación de la variable: Intención de rotación de personal

2.2. Operacionalización de la variable

Variable: Intención de rotación de los millennials

Tabla 2.1
Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Intención de rotación de los millennials	Se define "como el deseo o la intención que tiene el trabajador de abandonar la organización" (García, 1994, p.87)	Para medir la variable de estudio se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Para su valoración se utilizará una escala de Likert	Factores Organizacionales	Políticas y prácticas organizacionales	Ordinal
				Comunicación	
				Beneficios sociales	
			Factores de ambiente de trabajo	Mercado laboral	
				Herramientas	
				Satisfacción de la tarea	
				Horario de trabajo	
			Factores de contenido de trabajo	Funciones y/o tareas	
				Ubicación de la empresa	
				Carga laboral	
	Factores personales	Desarrollo profesional			
		Situaciones personales			
		Sueldo			

Nota. La matriz de operacionalización de la variable se elaboró considerando la teoría indicado por García (1994, p.87)

1.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población.

Estuvo compuesta por 80 colaboradores Millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

2.3.2 Muestra.

Se consideró a todos los elementos que conforman la población siendo un total de 80 colaboradores Millennials

2.3.2.1. Criterios de inclusión.

- Colaboradores que se encuentren laborando en la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú.
- Colaboradores entre las edades de 18 y 35 años.
- Colaboradores que llevan laborando más de 3 meses.

2.3.2.2. Criterios de exclusión.

- Colaboradores que se encuentran ausentes por permiso y/o otros motivos.
- Colaboradores que no sean Millennials.

1.3.3. Unidad de Análisis.

La unidad de análisis en la presente investigación un colaborador millennial de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú.

1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En esta investigación para medir las variables se usó la técnica de encuesta y el instrumento un cuestionario, que permitió obtener el nivel de la intención de rotación de los Millennials.

Tabla 2.3

Técnicas e instrumentos

Variable	Técnica	Instrumento	Informante
Intención de rotación de Personal	Encuesta	Cuestionario	Colaboradores millennials

2.4.3 Validez.

Se realizó a través del juicio de expertos, de esta manera brindando confiabilidad al instrumento utilizado, con el objetivo de darle valor al contenido del instrumento y luego fueron procesados a través del coeficiente de V de Aiken, para verificar que el instrumento cubra todos los aspectos o dimensiones relevantes de las variables estudiados, en el cual el coeficiente puede resultar entre 0 y 1.

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Tabla 2.4

V Aiken con intervalos de confianza de la variable

Nº Expertos	Nº de ítems	Concepto	V-Aiken
5	20	Suficiencia	1
5	20	Claridad	1
5	20	Coherencia	1
5	20	Relevancia	1

2.4.4 Confiabilidad.

Para determinar si la investigación es confiable se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, para el cálculo se ha usado la fórmula siguiente:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S_T^2} \right]$$

De dónde:

Tabla 2.6

Estadístico de fiabilidad del cuestionario sobre intención de rotación de los millennials

Alfa de Cronbach	N° de Elementos
$\alpha = 0.915$	20

Nota: El grado de confiabilidad es 0.915

Tabla 2.5

Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach

Criterio	Interpretación
> 0.9	Excelente
> 0.8	Bueno
> 0.7	Aceptable
> 0.6	Cuestionable
> 0.5	Malo
≤ 0.5	Inaceptable

Nota: Tabla realizado por George y Mallery (2003, p.231)

Por lo tanto, se determinó que la confiabilidad del instrumento de la variable es excelente. Por lo tanto, existe precisión en los ítems contenidos en el instrumento.

1.5. Método de análisis de datos

La presente investigación está diseñada en base a la obtención de datos utilizando como instrumento la encuesta en función a las dimensiones de estudio, con respuesta basadas en la Escala de Likert con puntaje del 1 al 5. Además, con el fin de analizar los resultados se tabularon en hojas de cálculo, y se procesaron a través del programa IBM SPSS V.25. Para la medición de la confiabilidad de los instrumentos se utilizó el coeficiente del Alfa de Cronbach, luego se aplicó dicho documento a la muestra total y a partir de ello se tabuló y se obtuvo tablas donde se especifica los resultados en frecuencia y en porcentaje en tres niveles según la escala de Stanones.

1.6. Procedimientos

Después de tener el permiso correspondiente de Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, se realizó la encuesta a los colaboradores millennials, posteriormente la información fue plasmada en una base de datos para ser procesados en IBM SPSS V.25 lo cual nos sirvió para conocer el nivel de las diferentes dimensiones frente a la intención de rotación de los colaboradores millennials y el nivel general de este último.

1.7. Aspectos éticos

Según los autores Anastasi y Urbina (1998, p.537) mencionan que la norma de ética sobre la confidencialidad y privacidad, resulta también para la evaluación como la fundamental parte de los principios generales de las varias de las normas éticas.

La presente investigación se conformó verificando los valores y normas éticas, así mismo se respetó las diferentes fuentes bibliográficas para proteger la autenticidad de los temas mencionados en el proyecto lo que favorece su realización. Aplicando las normas APA en la redacción dada la seriedad y las observaciones del tema. Cumpliendo con todos los lineamientos de impuestos por la institución educativa.

III.RESULTADOS

3.1. Generalidades de la Empresa

La empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú fue constituida e inscrita en SUNAT en Julio del 2010 con RUC 20482638521, con los actuales apoderados: la Sra. Alexandra Jesús Rodríguez Lara con DNI 18198301 y el Sr. Javier Fernando Reyes Alcántara con DNI 41883014, quienes aprobaron el consentimiento de realizar los procesos de investigación a dicha empresa.

La empresa mencionada tiene su domicilio fiscal en la Av. Camino Real Nro 111, interior 701A, San Isidro – Lima, pero la presente investigación se realizará en el establecimiento anexo cuya ubicación se encuentra en la Calle Alfonso Ugarte Nro 453 Centro cívico., Trujillo – La Libertad, en la cual tiene como actividad económica principal las telecomunicaciones, y como actividades económicas secundarias las actividades empresariales y actividades profesionales, científicas y técnicas.

Además, su misión es establecer una relación comercial basada en relaciones mutuamente beneficiosas, continuas y cercanas, y proporcionar los mejores recursos para la participación activa y la satisfacción del cliente.

Del mismo modo, tener una visión en el campo de acción a través de la búsqueda y el mantenimiento del mejor personal y recursos técnicos a través de la innovación está más allá de nuestras expectativas de los clientes.

3.2. Nivel de la dimensión factores organizacionales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials

Tabla 3.1
Nivel de los factores organizacionales

Nivel	N	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	25	31.3%
Alto	55	68.8%
Total	80	100.00%

Nota. Los factores organizacionales vienen a ser el valor de la empresa, políticas, el clima organizacional, condiciones laborales y lo que la empresa haya podido brindar al colaborador, en la tabla se muestra que presentan un nivel alto representado por el 68.8%, seguido de un nivel regular representado por un 31.3%, mientras que un nivel bajo con un 0% referentes a la intención de rotación de los millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

3.3. Nivel de la dimensión factores de ambiente de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials

Tabla 3.2
Nivel de los factores de ambiente de trabajo

Nivel	N	Porcentaje
Bajo	8	10.0%
Regular	72	90.0%
Alto	0	0.0%
Total	80	100.00%

Nota. Según el cuestionario aplicado a los colaboradores se muestra que como dimensión consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019; el 10.0% considera que es de nivel bajo, el 90.0% considera que es de nivel regular y el 0.0% considera que es de nivel alto, hacen referencia al entorno donde desarrolla su labor, si es el óptimo o no para sentirse cómodo teniendo una mayor satisfacción y productividad,

3.4. Nivel de la dimensión factores de contenido de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores

Tabla 3.3

Nivel de los factores de contenido de trabajo

Nivel	N	Porcentaje
Bajo	2	2.5%
Regular	67	83.8%
Alto	11	13.8%
Total	80	100.00%

Nota. Según el cuestionario aplicado a los colaboradores se muestra que los factores de contenido de trabajo como dimensión consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019; en un nivel bajo representado por el 2.5%, seguido de un nivel regular representado por el 83.8% y en un nivel alto representado por el 13.8% estos factores de contenido de trabajo se refieren a la importancia que representa el trabajo que realiza un colaborador, lo cual le da un significado a su labor, por otro lado también abarca si existe una excesiva carga de tareas que podría llevarlo a la monotonía.

3.5. Nivel de la dimensión factores personales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores

Tabla 3.4

Nivel de los factores personales

Nivel	N	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	17	21.3%
Alto	63	78.8%
Total	80	100.00%

Nota. En la se muestra que los factores personales como dimensión consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019; el 0.0% considera que es de nivel bajo, el 21.3% considera que es de nivel regular y el 78.8% considera que es de nivel alto, los factores personales se refieren a los rasgos socio-demográficos del colaborador, como la edad, el género, estado civil, el puesto de trabajo, la estabilidad económica y la personalidad del colaborador.

3.6. Nivel de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú, Trujillo 2019

Tabla 3.5
Nivel de intención de la rotación

Nivel	N	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	78	97.5%
Alto	2	2.5%
Total	80	100.00%

Nota: Según lo determinado por las respuestas recolectadas se muestra que la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019; el 0.0% es de nivel bajo, el 97.5% considera que es de nivel regular y el 2.5% considera que es de nivel alto.

3.7. Contrastación de la hipótesis

En la presente investigación, se planteó la siguiente hipótesis: El nivel de la intención de rotación de los millennials en la empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú – Trujillo 2019, es alto.

Hipótesis alterna (Hi): El nivel de la intención de rotación de los colaboradores millennials en la empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú – Trujillo 2019, es alto.

Hipótesis Nula (Ho): El nivel de la intención de rotación de los colaboradores millennials en la empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú – Trujillo 2019, no es alto.

Luego de haber desarrollado los objetivos planteados en la investigación, de acuerdo a lo manifestado por los colaboradores millennials de la empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, el nivel de la intención de la rotación es regular con un 97.5%. Por lo que no se acepta la hipótesis de la investigación y se acepta la hipótesis nula.

IV. DISCUSIÓN

En la investigación se tuvo como objetivo general determinar el nivel de la intención de la rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, y se encontró que es de nivel regular representado por un 97.5%, según lo manifestado por los colaboradores millennials de la muestra de estudio. Corresponde encontrar las posibles similitudes o diferencias con otros resultados de parecida característica.

Esto es confirmado por Castillo (2016) en su tesis titulada Intención de rotación de personal en las agencias de la empresa de telecomunicaciones Movistar-Telefónica de la ciudad de Trujillo, 2016. Que coincide con la conclusión, donde menciona que la búsqueda de empleo se debe con mayor frecuencia a factores organizativos, el deseo de salir del mercado laboral y de la organización y, más a menudo, de una nueva búsqueda de empleo (p.41)

También es confirmado por Torres (2016) en la tesis titulada Factores de intención de rotación laboral en colaboradores de una empresa peruana del rubro hotelero. Que coincide con la conclusión, donde menciona que para el análisis cuantitativo, la matriz de la correlación de las razones por las cuales querían rotar fue la adecuación de la muestra de Kaiser - Meyer - Olkin ($KMO = .862$) y la prueba de esfericidad de Barrett ($\text{Chi-cuadrado} = 3859.81$; $\alpha < .05$) indica condiciones suficientes para revertir el coeficiente. (p.11)

Igualmente es confirmado por Pinedo (2016) en su tesis titulada Las prácticas de administración de recursos humanos y las intenciones de rotación de personal en la empresa Consorcio Wanderson SAC – Trujillo, 2016. Que coincide con la conclusión, donde menciona que el nivel de deseo de antojos significa que puede ver la media del deseo de antojos, media, con una media de 3.12 y una desviación estándar de 0.47. Esto significa que sus compañeros de trabajo no tienen la intención de entregar el Consorcio Wanderson SAC. Los empleados también están viendo una conexión significativa con su deseo de rotar en los recursos humanos, lo que significa que muchas personas se rinden en cada trabajo y se rinden por una variedad de razones difíciles de adaptar a la empresa. (p. 32)

Y por último es confirmado por Bustamante (2018) en su tesis titulada Percepción de la intención de rotación de los colaboradores de una empresa que elabora productos de Molinería-Lambayeque 2018. Que coincide con la conclusión, donde menciona que el análisis de los resultados muestra que la mayoría de lo que los empleados esperan cambiar se debe a la falta de pago y apoyo de la empresa. El resultado final confirma que, a pesar del tratamiento recibido, las condiciones de trabajo y los salarios dan como resultado la rotación de empleados. En general, el nivel de percepción es 2.87, con una escala de 5.0; Entonces, muy poco. (p.46)

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que la variable intención de la rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel regular según el 97.5% indicado por los colaboradores.
2. Se identificó que la dimensión factores organizacionales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel alto según el 68.8% de la muestra encuestada.
3. Se identificó que la dimensión factores de ambiente de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel regular según el 90.0% de la muestra encuestada.
4. Se identificó que la dimensión factores de contenido de trabajo como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel regular según el 83.8% de la muestra encuestada.
5. Se identificó que la dimensión factores personales como consecuente de la intención de rotación de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel alto según el 78.8% de la muestra encuestada.

VI. RECOMENDACIONES

1. Evaluar el desempeño que tienen los colaboradores de la empresa para incentivarlos con bonificaciones que estabilicen su economía y lo motiven para que se sienta satisfecho en su puesto de trabajo en la que está.
2. Mejorar el clima laboral o el ambiente en el que laboran los colaboradores para que se sientan bien y satisfechos con la empresa, para reducir y extinguir la intención de rotación.
3. Reconocer el buen trabajo del colaborador para que se sientan más valorados y estén satisfechos con su remuneración, y así también puedan desarrollarse de forma personal y profesional para que tengan la opción a ser ascendidos laboralmente.
4. Capacitar a los colaboradores en el uso de equipos y materiales que son empleados en sus labores para que las usen eficientemente, se promueva la cultura organizacional y se acreciente la comunicación en la empresa.

VII. PROPUESTA

7.1. Fundamentación

Tomando como base los resultados obtenidos se ha determinado que la variable intención de rotación de los millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019, es de nivel regular según el 97.5% de la muestra encuestada, por lo que es necesario proponer mejoras en la gestión de rotación.

7.2. Objetivos

7.2.1. Objetivo general

Reducir el nivel de intención de rotación de los millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

7.2.2. Objetivos específicos

Proponer estrategias para mejorar los factores organizacionales de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

Proponer estrategias para mejorar los factores personales de los colaboradores millennials de la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú, Trujillo 2019.

7.3. Propuestas

7.3.1. Desarrollo de prácticas eficaces organizacionales

Una de las primordiales consecuencias que los colaboradores millennials renuncien a la empresa se relaciona a los procesos organizacionales, es por ello que se necesita administrar bien los recursos humanos e incorporar soluciones, considerando las siguientes acciones:

- Evaluar el desempeño de los colaboradores para tomar elecciones de promociones, bonos e incentivos que motiven al colaborador.

- Evaluar los conocimientos de los colaboradores para identificar las necesidades de adiestramiento y capacitación, para planear los temas de capacitación que además están ligados a los valores y visión de la empresa.
- Medir los factores que influyen en el clima laboral como: la igualdad, las capacidades, condiciones, satisfacción, etc. para conocer si el ambiente de trabajo es apropiado para los colaboradores de la empresa.

7.3.2. Correcta administración de remuneraciones

Otra de las primordiales consecuencias que hace que los colaboradores millennials renuncien a la empresa se relaciona al incremento económico del mercado, es por ello que se necesita remunerar adecuadamente a los colaboradores de la empresa para que cubra con sus gastos personales, considerando las siguientes acciones que valúen los puestos:

- Establecer remuneraciones en base a factores vinculados con el conocimiento, puesto, antigüedad y desempeño de los colaboradores.
- Conservar la igualdad interna al brindar compensaciones justas conforme a los objetivos alcanzados de cada colaborador en sus actividades laborales de área de trabajo.
- Analizar el motivo del puesto, las funciones, responsabilidades, indicadores, competencias, etc. para evitar las funciones duplicadas en el puesto y designar funciones adecuadas.

7.4. Presupuesto

Concepto	S/
Desarrollo de prácticas eficaces organizacionales	2,800.00
Correcta administración de remuneraciones	6,000.00
Total	8,800.00

Nota: Elaboración propia

REFERENCIAS

- Anastasi, A. & Urbina, S. (Ed) (1998). Tests psicológicos. México DF, México: Editorial Prentice Hall
- All, D. (2012). Influencia del compromiso organizacional, currículum vitae y mano de obra en el nivel de voluntad de ser voluntario para empresas de entretenimiento. Modelo de ruta, 2012.
- Castillo (2016). Intención de rotación de personal en las agencias de la empresa de telecomunicaciones Movistar-Telefónica de la ciudad de Trujillo, 2016. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/426/castillo_bs.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dominguez, L. (2017). La influencia de factores externos en el deseo de la industria hotelera de ser factores organizados, 2017
- De la Rosa Navarro, María Dolores y Carmona Lavado, Antonio (2010). Cómo la relación de un empleado con un líder influye en el compromiso de su organización. Revisión de la Universidad de Negocios Tomo 1. 26, p. 112-132.
- Huang- Wei, S. (2014). The factors of turnover intention in hotel industry. IJRAS, 21(1), 31- 38. Recuperado en: http://www.arpapress.com/Volumes/Vol21Issue1/IJRRAS_21_1_03.pdf
- Huang-Wei, S., Li-Tze, L. & Chiang-Ku, F. (2011). Turnover Determinants of New Employees in International Hotels. Journal of Service Science and Management, 4, p. 158-164.
- Li, A. & Bagger, J. (2012). Linking Procedural Justice to Turnover Intentions: A Longitudinal Study of the Mediating Effects of Perceived Job Characteristics. Journal of Applied Social Psychology, 42(3), p. 624–645.

- Maldonado, Monteza & Rosales (2018). El engagement y la intención de rotar de los trabajadores en las notarías de lima, 2018. Recuperado de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2178/JorgeM_Tesis_Maestria_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Mohamad, S. (2008). Effects of communication on turnover intention: A case of hotel employees in Malaysia. Graduate Theses and Dissertations, p. 1-69.
- Nevbahar, E. (2015). Turnover intentions and work motivations of millennials employees in federal service.
- Pinedo, M. (2016). Las prácticas de administración de recursos humanos y las intenciones de rotación de personal en la empresa Consorcio Wanderson SAC – Trujillo, 2016. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/513/pinedo_rm.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Price, J., & Mueller, C. (1981). A causal model of turnover for nurses. *Academy of Management Journal*, 24, p. 543-565.
- Pizam, A. and Thornburg, S.W. (2000). Absenteeism and voluntary turnover in Central Florida hotels: a pilot study. *International Journal of Hospitality Management*, 19, p. 211-17.
- Torres, R. (2016). Factores de intención de rotación laboral en colaboradores de una empresa peruana del rubro hotelero (Tesis de pregrado). Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7169/TORRES_PORTILLA_ROSMERY_FACTORES.pdf
- Tuzun, I. K. (2007). Antecedents of turnover intention toward a service provider. *The Business Review*, 8, p. 128-135.

Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46, p. 259-293.

Tsai, Y., & Wu, S. (2010). The relationships between organisational citizenship behavior, job satisfaction and turnover intention. *Journal of clinical nursing*, 19(23-24), p. 3564-3574.

Zimmerman Littlewood, H. F. (2006). Antecedentes de la rotación voluntaria de personal. *Investigación administrativa*, 97.

ANEXOS

Anexo 01:

Sr. Javier Fernando Reyes Alcántara con el debido respeto me present a usted, mi nombre es Armin Hans Neciosup Delgado, Alumno de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo - Trujillo. En la actualidad me encuentro realizando una investigación sobre la Intención de rotación de los Millennials en la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019 y para ello quisiera contar con su valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de una encuesta. En caso acepte participar en la investigación, afirma haber sido informado de los procedimientos de la investigación. En caso tenga alguna duda con respecto a algunas preguntas se explicará cada una de ellas. Gracias por su colaboración.

Atte.

ESTUDIANTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Yo Javier Fernando Reyes Alcántara con número de DNI 41883014 acepto participar en la investigación Intención de rotación de los Millennials en la Empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019 del Sr. Armin Hans Neciosup Delgado

Día septiembre 2019

Anexo 02:

NUNCA	1
CASI NUNCA	2
A VECES	3
CASI SIEMPRE	4
SIEMPRE	5

		Ítems	Afirmaciones				
			1	2	3	4	5
FACTORES ORGANIZACIONAL ES	POLITICAS Y PRACTICAS ORGANIZACIONALES						
	1	Las normas internas son muy estrictas.					
	COMUNICACIÓN						
	2	Falta comunicación dentro del equipo de trabajo					
	BENEFICIOS SOCIALES						
	3	La empresa no cumple con los beneficios de ley.					
FACTORES DE AMBIENTE DE TRABAJO	MERCADO LABORAL						
	4	Otra empresa me ofrece crecimiento profesional.					
	5	Quiero pertenecer a una empresa líder y/o prestigiosa.					
	HERRAMIENTAS						
	6	Las herramientas asignadas no me permiten hacer un buen trabajo					
	SATISFACCION DE LA TAREA						
	7	Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.					
	8	Mi trabajo no es valorado en la empresa.					
FACTORES DE CONTENIDO DE TRABAJO	HORARIO DE TRABAJO						
	9	No se respeta mi horario de trabajo.					
	FUNCIONES Y/O TAREAS						
	10	Mi trabajo es rutinario y no tengo nada más que aprender.					
	11	La empresa no me brinda información exacta de mis funciones.					
	UBICACIÓN DE LA EMPRESA						
	12	La empresa está ubicada lejos de mi domicilio					
	CARGA LABORAL						
13	Tengo mucho trabajo						
14	Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.						
FACTORES PERSONALES	DESARROLLO PROFESIONAL						
	15	No existe capacitación en forma regular dentro de mi área de Trabajo					
	16	No puedo acceder a crecer profesionalmente dentro de la Empresa					
	17	Busco crecimiento profesional.					
	SITUACIONES PERSONALES						
	18	Mi contrato no me da estabilidad.					
	SUELDO						
	19	El sueldo no cubre todas mis necesidades					
20	No cumplen con pagos puntuales.						

Anexo 03

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Rebaza Vargas, Wilton Martín	Jefe de Finanzas	Cuestionario para medir la intención de rotación de los millennials en la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú	Instrumento elaborado por el autor de la investigación
Título del estudio: Intención de rotación y el comportamiento de los Millennials en la empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

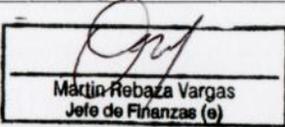
Variable	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD		OBJETIVIDAD		ACTUALIDAD		ORGANIZACIÓN		SUFICIENCIA		INTENCIONALIDAD		CONSISTENCIA		COHERENCIA		MÉTODOLÓGICA		
					M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	
Intención de rotación	Factores Organizacionales	Políticas prácticas organizacionales y	Las normas internas son muy estrictas.			X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Comunicación	Falta comunicación dentro del equipo de trabajo.			X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Beneficios Sociales	La empresa no cumple con los beneficios de ley.			X		X		X		X		X		X		X		X		X	
	Factores de ambiente de trabajo	Mercado laboral	Otra empresa me ofrece crecimiento profesional.				X		X		X		X		X		X		X		X		X
			Quiero pertenecer a una empresa líder y/o prestigiosa.				X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Herramientas	Las herramientas asignadas no me permiten hacer un buen trabajo			X		X		X		X		X		X		X		X		X	
		Satisfacción de la tarea	Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.			X		X		X		X		X		X		X		X		X	
			Mi trabajo no es valorado en la empresa.			X		X		X		X		X		X		X		X		X	

Factores de contenido de trabajo	Horarios de trabajo	No se respeta mi horario de trabajo.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Funciones y/o tareas	Mi trabajo es rutinario y no tengo nada más que aprender.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		La empresa no me brinda información exacta de mis funciones.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Ubicación de la empresa	La empresa está ubicada lejos de mi domicilio.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Carga laboral	Tengo mucho trabajo.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Factores personales	Desarrollo profesional	No existe capacitación en forma regular dentro de mi área de trabajo.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		No puedo acceder a crecer profesionalmente dentro de la empresa.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Busco crecimiento profesional.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Situaciones personales	Mi contrato no me da estabilidad.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Sueldo	El sueldo no cubre todas mis necesidades.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
No cumplen con los pagos puntuales.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

Legenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 12/11/19	44407462	 Martín Rebaza Vargas Jefe de Finanzas (e)	955707563
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexo 03

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Lazo Balmaceda, Coyre Deba	Contadora - Colegio Braning SAC	Cuestionario para medir la intención de rotación de los millennials en la Empresa Castilian Enterprise Unión S. Sucursal Perú	Instrumento elaborado por el autor de la investigación
Título del estudio: Intención de rotación y el comportamiento de los Millennials en la empresa Castilian Enterprise Union S. Sucursal Perú en la ciudad de Trujillo 2019.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Variable	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD		OBJETIVIDAD		ACTUALIDAD		ORGANIZACIÓN		SUFICIENCIA		INTENCIONALIDAD		CONSISTENCIA		COHERENCIA		METODOLOGÍA	
					M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B
Intención de rotación	Factores Organizacionales	Políticas prácticas organizacionales y	Las normas internas son muy estrictas.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Comunicación	Falta comunicación dentro del equipo de trabajo.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Beneficios Sociales	La empresa no cumple con los beneficios de ley.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
	Factores de ambiente de trabajo	Mercado laboral	Otra empresa me ofrece crecimiento profesional.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
			Quiero pertenecer a una empresa líder y/o prestigiosa.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Herramientas	Las herramientas asignadas no me permiten hacer un buen trabajo			X		X		X		X		X		X		X		X		X
		Satisfacción de la tarea	Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.			X		X		X		X		X		X		X		X		X
			Mi trabajo no es valorado en la empresa.			X		X		X		X		X		X		X		X		X

Factores de contenido de trabajo	Horarios de trabajo	No se respeta mi horario de trabajo.			X		X		X		X		X		X		X		X
	Funciones y/o tareas	Mi trabajo es rutinario y no tengo nada más que aprender.			X		X		X		X		X		X		X		X
		La empresa no me brinda información exacta de mis funciones.			X		X		X		X		X		X		X		X
	Ubicación de la empresa	La empresa está ubicada lejos de mi domicilio.			X		X		X		X		X		X		X		X
	Carga laboral	Tengo mucho trabajo.			X		X		X		X		X		X		X		X
Tengo más trabajo porque no hay suficiente personal.				X		X		X		X		X		X		X		X	
Factores personales	Desarrollo profesional	No existe capacitación en forma regular dentro de mi área de trabajo.			X		X		X		X		X		X		X		X
		No puedo acceder a crecer profesionalmente dentro de la empresa.			X		X		X		X		X		X		X		X
		Busco crecimiento profesional.			X		X		X		X		X		X		X		X
	Situaciones personales	Mi contrato no me da estabilidad.			X		X		X		X		X		X		X		X
	Sueldo	El sueldo no cubre todas mis necesidades.			X		X		X		X		X		X		X		X
No cumplen con los pagos puntuales.				X		X		X		X		X		X		X		X	

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

<input type="checkbox"/>	Procede su aplicación.
<input type="checkbox"/>	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
<input type="checkbox"/>	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 09/11/2019	70144585		987300190
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexos 04:

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
01	2	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	2	4	2	4	2	3	3	2	2	56
02	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	62
03	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	3	3	57
04	2	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	2	2	3	2	55
05	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	61
06	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2	3	3	55
07	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	59
08	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
09	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
10	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	75
11	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	70
12	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	75
13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	77
15	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	70
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	70
17	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	70
18	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	69
19	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	73
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
VARIANZA	0.8	0.4	0.2	0.6	0.7	0.3	0.4	0.7	0.3	0.2	0.7	0.5	0.1	0.5	0.8	0.6	0.5	0.6	0.3	0.7	79.6

K (TOTAL ITEN)	20
SUMA VARIANZA I	10.380
VARIANZA TOTAL	79.621

SECCION 1	1.053
SECCION 2	0.870
ABSOLUTO S2	0.870

ALFA DE CRONBACH 0.915

Anexo 05:

N° DE ENCUESTA	INTENCIÓN DE ROTACIÓN DE LOS MILLENNIALS					
	Factores organizacionales					
	P1	P2	P3	Promedio	Puntaje Total	Calificación
01	2	5	5	4.00	12.00	Alto
02	5	5	5	5.00	15.00	Alto
03	3	4	4	3.67	11.00	Alto
04	3	4	4	3.67	11.00	Alto
05	5	2	5	4.00	12.00	Alto
06	2	4	5	3.67	11.00	Alto
07	5	2	5	4.00	12.00	Alto
08	2	3	5	3.33	10.00	Regular
09	3	2	5	3.33	10.00	Regular
10	2	4	5	3.67	11.00	Alto
11	4	4	4	4.00	12.00	Alto
12	3	4	5	4.00	12.00	Alto
13	3	3	5	3.67	11.00	Alto
14	4	2	4	3.33	10.00	Regular
15	4	4	5	4.33	13.00	Alto
16	4	2	4	3.33	10.00	Regular
17	2	2	5	3.00	9.00	Regular
18	3	4	5	4.00	12.00	Alto
19	5	5	5	5.00	15.00	Alto
20	5	2	5	4.00	12.00	Alto
21	5	5	5	5.00	15.00	Alto
22	3	5	4	4.00	12.00	Alto
23	5	3	4	4.00	12.00	Alto
24	2	3	4	3.00	9.00	Regular
25	3	3	5	3.67	11.00	Alto
26	3	2	5	3.33	10.00	Regular
27	5	3	5	4.33	13.00	Alto
28	5	3	5	4.33	13.00	Alto
29	4	3	4	3.67	11.00	Alto
30	2	2	5	3.00	9.00	Regular
31	4	4	5	4.33	13.00	Alto
32	3	3	5	3.67	11.00	Alto
33	2	3	5	3.33	10.00	Regular
34	4	2	4	3.33	10.00	Regular
35	4	3	4	3.67	11.00	Alto
36	2	2	5	3.00	9.00	Regular
37	3	3	5	3.67	11.00	Alto
38	2	2	4	2.67	8.00	Regular
39	2	3	4	3.00	9.00	Regular
40	4	2	5	3.67	11.00	Alto
41	3	5	4	4.00	12.00	Alto
42	3	4	4	3.67	11.00	Alto
43	2	2	5	3.00	9.00	Regular
44	4	2	5	3.67	11.00	Alto
45	4	4	4	4.00	12.00	Alto
46	2	5	4	3.67	11.00	Alto
47	3	4	5	4.00	12.00	Alto
48	2	5	5	4.00	12.00	Alto
49	2	2	4	2.67	8.00	Regular
50	3	2	5	3.33	10.00	Regular
51	5	2	5	4.00	12.00	Alto
52	4	3	4	3.67	11.00	Alto
53	2	2	4	2.67	8.00	Regular
54	3	4	4	3.67	11.00	Alto
55	3	2	5	3.33	10.00	Regular
56	3	5	4	4.00	12.00	Alto
57	2	2	5	3.00	9.00	Regular
58	5	3	4	4.00	12.00	Alto
59	4	4	4	4.00	12.00	Alto
60	5	4	4	4.33	13.00	Alto
61	2	3	4	3.00	9.00	Regular
62	2	2	4	2.67	8.00	Regular
63	3	5	5	4.33	13.00	Alto
64	4	3	5	4.00	12.00	Alto
65	5	4	4	4.33	13.00	Alto
66	4	5	4	4.33	13.00	Alto
67	3	5	5	4.33	13.00	Alto
68	2	4	4	3.33	10.00	Regular
69	4	4	5	4.33	13.00	Alto
70	2	5	5	4.00	12.00	Alto
71	2	4	5	3.67	11.00	Alto
72	2	5	4	3.67	11.00	Alto
73	4	3	4	3.67	11.00	Alto
74	3	3	5	3.67	11.00	Alto
75	3	4	5	4.00	12.00	Alto
76	4	3	4	3.67	11.00	Alto
77	5	5	5	5.00	15.00	Alto
78	2	2	5	3.00	9.00	Regular
79	3	2	4	3.00	9.00	Regular
80	2	3	5	3.33	10.00	Regular

Cantidad de ítems	3
Puntaje Máximo	15
Diferencia P-C	12
Escala de calificación	4.00

Alto	11.00	15.00
Regular	7.00	11.00
Bajo	3.00	7.00

Factores organizacionale	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	25	31.3%
Alto	55	68.8%
Total	80	100.0%

N° DE ENCUESTA	INTENCIÓN DE ROTACIÓN DE LOS MILLENNIALS										
	Factores de ambiente de trabajo										
	P4	P5	P6	P7	P8	Promedio	Puntaje Total	Calificación			
01	2	4	4	2	2	2.80	14.00	Regular	Cantidad de ítems	5	
02	2	5	4	2	1	2.80	14.00	Regular	Puntaje Máximo	25	
03	4	3	4	1	1	2.60	13.00	Regular	Diferencia P-C	20	
04	2	2	5	2	1	2.40	12.00	Regular	Escala de calificación	6.67	
05	4	3	5	2	2	3.20	16.00	Regular			
06	5	4	5	1	1	3.20	16.00	Regular			
07	3	4	5	2	2	3.20	16.00	Regular	Alto	18.33	25.00
08	5	2	5	2	3	3.40	17.00	Regular	Regular	11.67	18.33
09	5	5	4	1	3	3.60	18.00	Regular	Bajo	5.00	11.67
10	2	1	5	1	3	2.40	12.00	Regular			
11	3	5	5	2	1	3.20	16.00	Regular	Factores de ambiente	Frecuencia	Porcentaje
12	2	4	4	1	3	2.80	14.00	Regular	Bajo	8	10.0%
13	5	1	4	1	3	2.80	14.00	Regular	Regular	72	90.0%
14	3	1	5	1	3	2.60	13.00	Regular	Alto	0	0.0%
15	3	4	4	1	2	2.80	14.00	Regular	Total	80	100.0%
16	2	5	4	2	1	2.80	14.00	Regular			
17	3	3	5	2	2	3.00	15.00	Regular			
18	1	4	5	1	2	2.60	13.00	Regular			
19	2	3	5	2	3	3.00	15.00	Regular			
20	4	3	4	2	2	3.00	15.00	Regular			
21	2	1	4	1	1	1.80	9.00	Bajo			
22	3	2	5	2	3	3.00	15.00	Regular			
23	1	5	5	1	2	2.80	14.00	Regular			
24	1	4	4	2	2	2.60	13.00	Regular			
25	4	2	4	1	1	2.40	12.00	Regular			
26	4	5	5	1	2	3.40	17.00	Regular			
27	2	3	5	1	2	2.60	13.00	Regular			
28	1	1	5	1	2	2.00	10.00	Bajo			
29	2	2	5	1	3	2.60	13.00	Regular			
30	4	2	4	1	2	2.60	13.00	Regular			
31	1	4	4	1	3	2.60	13.00	Regular			
32	1	3	5	2	2	2.60	13.00	Regular			
33	1	3	4	2	1	2.20	11.00	Bajo			
34	3	4	4	1	1	2.60	13.00	Regular			
35	5	1	5	2	2	3.00	15.00	Regular			
36	2	3	4	1	2	2.40	12.00	Regular			
37	5	4	4	2	3	3.60	18.00	Regular			
38	3	3	5	2	2	3.00	15.00	Regular			
39	2	5	4	2	2	3.00	15.00	Regular			
40	5	4	4	1	1	3.00	15.00	Regular			
41	2	2	4	2	1	2.20	11.00	Bajo			
42	5	3	5	1	2	3.20	16.00	Regular			
43	3	4	4	1	3	3.00	15.00	Regular			
44	4	4	4	2	2	3.20	16.00	Regular			
45	2	1	5	2	3	2.60	13.00	Regular			
46	5	3	5	1	1	3.00	15.00	Regular			
47	2	2	4	2	1	2.20	11.00	Bajo			
48	5	4	5	2	1	3.40	17.00	Regular			
49	3	4	4	1	1	2.60	13.00	Regular			
50	5	4	5	1	1	3.20	16.00	Regular			
51	2	5	4	1	2	2.80	14.00	Regular			
52	5	4	4	2	2	3.40	17.00	Regular			
53	1	2	4	2	3	2.40	12.00	Regular			
54	1	5	5	2	1	2.80	14.00	Regular			
55	2	3	4	2	3	2.80	14.00	Regular			
56	3	5	5	2	1	3.20	16.00	Regular			
57	3	3	5	2	1	2.80	14.00	Regular			
58	3	5	4	2	2	3.20	16.00	Regular			
59	3	5	4	2	2	3.20	16.00	Regular			
60	2	3	4	1	3	2.60	13.00	Regular			
61	4	2	5	1	3	3.00	15.00	Regular			
62	1	2	5	1	1	2.00	10.00	Bajo			
63	3	4	4	2	1	2.80	14.00	Regular			
64	5	2	4	2	3	3.20	16.00	Regular			
65	5	1	4	2	1	2.60	13.00	Regular			
66	1	1	5	1	1	1.80	9.00	Bajo			
67	4	1	4	1	3	2.60	13.00	Regular			
68	5	4	5	1	3	3.60	18.00	Regular			
69	3	5	5	1	3	3.40	17.00	Regular			
70	2	4	4	1	3	2.80	14.00	Regular			
71	3	4	4	1	2	2.80	14.00	Regular			
72	5	4	5	1	2	3.40	17.00	Regular			
73	4	1	5	1	3	2.80	14.00	Regular			
74	2	2	5	2	1	2.40	12.00	Regular			
75	4	1	4	1	1	2.20	11.00	Bajo			
76	4	4	4	1	3	3.20	16.00	Regular			
77	1	1	5	2	3	2.40	12.00	Regular			
78	1	4	4	1	2	2.40	12.00	Regular			
79	5	5	4	2	1	3.40	17.00	Regular			
80	4	5	4	1	1	3.00	15.00	Regular			

N° DE ENCUESTA	INTENCIÓN DE ROTACIÓN DE LOS MILLENNIALS									
	Factores de contenido de trabajo									
	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Promedio	Puntaje Total	Calificación	
01	5	4	2	2	4	1	3.00	18.00	Regular	
02	3	4	2	3	3	5	3.33	20.00	Regular	
03	5	5	3	3	2	4	3.67	22.00	Alto	
04	5	5	1	3	4	3	3.50	21.00	Regular	
05	5	3	1	5	3	4	3.50	21.00	Regular	
06	2	3	2	3	5	3	3.00	18.00	Regular	
07	3	3	3	5	3	2	3.17	19.00	Regular	
08	5	3	3	5	5	1	3.67	22.00	Alto	
09	5	3	2	3	3	5	3.50	21.00	Regular	
10	2	3	1	4	2	2	2.33	14.00	Regular	
11	1	5	3	4	2	1	2.67	16.00	Regular	
12	4	5	1	1	4	5	3.33	20.00	Regular	
13	2	4	2	3	4	4	3.17	19.00	Regular	
14	3	5	3	1	4	1	2.83	17.00	Regular	
15	1	3	3	3	4	1	2.50	15.00	Regular	
16	4	5	1	2	3	1	2.67	16.00	Regular	
17	3	5	1	5	3	4	3.50	21.00	Regular	
18	3	3	3	4	1	2	2.67	16.00	Regular	
19	3	4	2	2	2	5	3.00	18.00	Regular	
20	5	4	2	5	4	5	4.17	25.00	Alto	
21	3	4	1	1	5	1	2.50	15.00	Regular	
22	2	3	3	1	3	3	2.50	15.00	Regular	
23	4	5	1	4	5	5	4.00	24.00	Alto	
24	5	3	2	1	2	3	2.67	16.00	Regular	
25	3	4	3	5	5	3	3.83	23.00	Alto	
26	4	5	2	4	3	4	3.67	22.00	Alto	
27	2	5	1	2	2	2	2.33	14.00	Regular	
28	4	4	3	5	4	1	3.50	21.00	Regular	
29	2	5	1	2	2	4	2.67	16.00	Regular	
30	1	3	1	1	5	4	2.50	15.00	Regular	
31	3	5	1	5	5	1	3.33	20.00	Regular	
32	1	4	3	5	4	4	3.50	21.00	Regular	
33	1	3	3	1	5	1	2.33	14.00	Regular	
34	3	3	1	5	4	2	3.00	18.00	Regular	
35	5	3	3	5	1	2	3.17	19.00	Regular	
36	1	3	2	4	1	4	2.50	15.00	Regular	
37	5	4	2	5	1	2	3.17	19.00	Regular	
38	3	3	1	5	4	5	3.50	21.00	Regular	
39	4	3	1	1	1	2	2.00	12.00	Alto	
40	3	3	3	1	2	5	2.83	17.00	Regular	
41	3	3	1	1	5	2	2.50	15.00	Regular	
42	3	3	1	5	1	5	3.00	18.00	Regular	
43	5	4	1	5	5	2	3.67	22.00	Alto	
44	5	5	3	2	2	5	3.67	22.00	Alto	
45	2	5	1	3	3	3	2.83	17.00	Regular	
46	4	5	1	5	3	1	3.17	19.00	Regular	
47	1	3	2	1	5	4	2.67	16.00	Regular	
48	3	3	1	2	2	4	2.50	15.00	Regular	
49	1	5	2	4	4	2	3.00	18.00	Regular	
50	5	3	2	4	3	5	3.67	22.00	Alto	
51	1	5	2	4	1	5	3.00	18.00	Regular	
52	4	4	1	4	4	2	3.17	19.00	Regular	
53	1	4	1	5	5	2	3.00	18.00	Regular	
54	1	4	2	4	5	3	3.17	19.00	Regular	
55	5	4	2	4	4	3	3.67	22.00	Alto	
56	4	5	1	4	3	1	3.00	18.00	Regular	
57	3	4	1	2	2	5	2.83	17.00	Regular	
58	2	4	1	2	1	3	2.17	13.00	Alto	
59	2	4	2	5	5	3	3.50	21.00	Regular	
60	2	5	3	4	4	2	3.33	20.00	Regular	
61	4	3	2	1	3	2	2.50	15.00	Regular	
62	3	4	1	2	1	5	2.67	16.00	Regular	
63	1	3	3	5	5	1	3.00	18.00	Regular	
64	3	4	2	2	3	5	3.17	19.00	Regular	
65	3	5	3	2	1	2	2.67	16.00	Regular	
66	4	4	3	2	5	2	3.33	20.00	Regular	
67	4	3	3	2	3	5	3.33	20.00	Regular	
68	3	5	1	3	4	4	3.33	20.00	Regular	
69	2	3	1	1	3	5	2.50	15.00	Regular	
70	3	3	1	5	4	1	2.83	17.00	Regular	
71	3	4	1	3	4	2	2.83	17.00	Regular	
72	4	3	3	3	4	5	3.67	22.00	Alto	
73	2	4	3	5	3	2	3.17	19.00	Regular	
74	2	3	2	1	3	3	2.33	14.00	Regular	
75	3	3	2	2	4	2	2.67	16.00	Regular	
76	1	5	2	2	4	2	2.67	16.00	Regular	
77	1	4	2	5	5	2	3.17	19.00	Regular	
78	2	4	1	3	2	4	2.67	16.00	Regular	
79	2	4	3	5	2	4	3.33	20.00	Regular	
80	2	5	3	3	1	1	2.50	15.00	Regular	

Cantidad de ítems	6
Puntaje Máximo	30
Diferencia P-C	24
Escala de calificación	8.00

Alto	22.00	30.00
Regular	14.00	22.00
Alto	6.00	14.00

Factores de contenido de trabajo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	67	83.8%
Alto	13	16.3%
Total	80	100.0%

N° DE ENCUESTA	INTENCIÓN DE ROTACIÓN DE LOS MILLENNIALS									
	Factores personales									
	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Promedio	Puntaje Total	Calificación	
01	3	5	5	1	5	4	3.83	23.00	Alto	
02	3	2	4	1	4	4	3.00	18.00	Regular	
03	4	2	5	4	3	5	3.83	23.00	Alto	
04	5	1	5	1	3	4	3.17	19.00	Regular	
05	5	2	5	2	5	5	4.00	24.00	Alto	
06	5	2	5	5	5	5	4.50	27.00	Alto	
07	4	3	5	3	5	4	4.00	24.00	Alto	
08	5	3	4	4	5	5	4.33	26.00	Alto	
09	4	2	4	4	3	5	3.67	22.00	Alto	
10	5	3	4	2	4	4	3.67	22.00	Alto	
11	5	5	4	2	4	5	4.17	25.00	Alto	
12	4	2	5	4	3	5	3.83	23.00	Alto	
13	4	5	4	5	5	4	4.50	27.00	Alto	
14	4	1	5	4	5	5	4.00	24.00	Alto	
15	3	1	4	2	3	5	3.00	18.00	Regular	
16	4	5	4	2	3	5	3.83	23.00	Alto	
17	4	4	5	3	4	5	4.17	25.00	Alto	
18	3	3	5	2	3	4	3.33	20.00	Regular	
19	4	4	4	3	5	5	4.17	25.00	Alto	
20	5	3	5	1	5	4	3.83	23.00	Alto	
21	4	5	5	4	4	5	4.50	27.00	Alto	
22	5	5	4	1	3	5	3.83	23.00	Alto	
23	5	1	5	2	4	5	3.67	22.00	Alto	
24	3	3	4	2	4	4	3.33	20.00	Regular	
25	3	4	5	4	4	5	4.17	25.00	Alto	
26	4	2	5	4	5	4	4.00	24.00	Alto	
27	4	1	4	3	4	5	3.50	21.00	Regular	
28	4	5	4	5	4	4	4.33	26.00	Alto	
29	5	4	4	1	5	4	3.83	23.00	Alto	
30	3	2	5	2	4	5	3.50	21.00	Regular	
31	3	4	4	5	3	4	3.83	23.00	Alto	
32	5	4	4	4	3	4	4.00	24.00	Alto	
33	3	2	4	1	3	5	3.00	18.00	Regular	
34	3	2	5	1	4	4	3.17	19.00	Regular	
35	3	3	5	4	5	5	4.17	25.00	Alto	
36	3	1	4	5	5	4	3.67	22.00	Alto	
37	5	3	5	2	5	5	4.17	25.00	Alto	
38	4	2	5	5	3	4	3.83	23.00	Alto	
39	5	3	4	4	5	4	4.17	25.00	Alto	
40	3	2	4	4	3	4	3.33	20.00	Regular	
41	3	5	5	4	3	5	4.17	25.00	Alto	
42	5	5	4	4	5	4	4.50	27.00	Alto	
43	4	5	5	4	4	5	4.50	27.00	Alto	
44	4	1	5	4	3	5	3.67	22.00	Alto	
45	5	3	4	1	5	4	3.67	22.00	Alto	
46	5	5	5	1	3	4	3.83	23.00	Alto	
47	4	3	4	3	4	5	3.83	23.00	Alto	
48	3	1	4	5	3	4	3.33	20.00	Regular	
49	4	3	5	5	3	5	4.17	25.00	Alto	
50	5	3	5	2	4	5	4.00	24.00	Alto	
51	3	1	5	3	5	4	3.50	21.00	Regular	
52	4	1	4	5	4	4	3.67	22.00	Alto	
53	5	5	4	2	4	5	4.17	25.00	Alto	
54	3	2	4	5	4	5	3.83	23.00	Alto	
55	3	5	4	1	4	4	3.50	21.00	Regular	
56	4	2	4	5	4	4	3.83	23.00	Alto	
57	5	4	5	4	3	4	4.17	25.00	Alto	
58	3	1	5	2	3	4	3.00	18.00	Regular	
59	4	2	4	1	4	5	3.33	20.00	Regular	
60	4	3	5	2	3	5	3.67	22.00	Alto	
61	3	4	5	4	3	5	4.00	24.00	Alto	
62	5	1	5	5	3	5	4.00	24.00	Alto	
63	3	5	4	3	4	5	4.00	24.00	Alto	
64	4	3	5	4	5	5	4.33	26.00	Alto	
65	3	5	4	5	3	5	4.17	25.00	Alto	
66	4	5	5	2	5	4	4.17	25.00	Alto	
67	3	1	5	5	5	4	3.83	23.00	Alto	
68	3	5	4	3	4	5	4.00	24.00	Alto	
69	5	4	4	3	3	5	4.00	24.00	Alto	
70	3	2	4	5	4	5	3.83	23.00	Alto	
71	4	5	4	5	3	4	4.17	25.00	Alto	
72	4	3	4	1	3	5	3.33	20.00	Regular	
73	5	3	5	2	3	5	3.83	23.00	Alto	
74	5	4	5	3	4	5	4.33	26.00	Alto	
75	3	4	5	4	5	5	4.33	26.00	Alto	
76	4	5	5	4	4	4	4.33	26.00	Alto	
77	3	4	5	5	3	5	4.17	25.00	Alto	
78	5	1	4	2	3	5	3.33	20.00	Regular	
79	5	3	5	5	4	4	4.33	26.00	Alto	
80	5	5	4	3	4	4	4.17	25.00	Alto	

Cantidad de ítems	6	
Puntaje Máximo	30	
Diferencia P-C	24	
Escala de calificación	8.00	
Alto	22.00	30.00
Regular	14.00	22.00
Bajo	6.00	14.00
Factores personales	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Regular	17	21.3%
Alto	63	78.8%
Total	80	100.0%