



Universidad Católica de Santa María

**Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas**

**Identidad organizacional y su relación con la intención de rotación laboral
de los colaboradores de China International Water and Electric Corp -
CWE. Perú, 2025**

Tesis presentada por:

Chavez Bejerano, Christian Barnabi

ORCID: 0009-0000-1472-6273

para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Asesor:

Mg. Quintanilla Rodriguez, Martín Patricio

ORCID: 0000-0002-8034-983X

Arequipa - Perú

2026

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 25 de Marzo del 2026

Dictamen: 017583-C-EPAE-2026

Visto el borrador del expediente 017583, presentado por:

1994232271 - CHAVEZ BEJARANO CHRISTIAN BARNABI

Titulado:

**IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA INTENCIÓN DE ROTACIÓN LABORAL
DE LOS COLABORADORES DE CHINA INTERNATIONAL WATER AND ELECTRIC CORP - CWE.
PERÚ, 2025**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**29225025 - NUÑEZ RODRIGUEZ HENRY DAVID
DICTAMINADOR**



**41745725 - BERRIOS FERNANDEZ ERICK PERCY
DICTAMINADOR**



**45265675 - RIVERA PINTO STEPHANIE DELIA
DICTAMINADOR**



IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA INTENCIÓN DE ROTACIÓN LABORAL DE LOS COLABORADORES DE CHINA INTERNATIONAL WATER AND ELECTRIC CORP - CWE. PERÚ, 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%	13%	3%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net	3%
	Fuente de Internet	
2	Submitted to Universidad Católica de Santa María	2%
	Trabajo del estudiante	
3	repositorio.upt.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
4	eprints.uanl.mx	2%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.udh.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.continental.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.ucsm.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, en primer lugar, a mi padre, Eudel, quien descansa en paz y sé que desde el cielo me cuida y guía mis pasos. A mi madre, Delia, por ser siempre mi guía y consejera incondicional, ejemplo permanente de fortaleza y amor.

A mis hermanos, Fabiola y Fernando, con quienes compartí una infancia llena de vivencias significativas y momentos de alegría. A mis amados hijos, Esteban y Francheska, y a mis queridos sobrinos, Donovan y Valeska, quienes ocupan un lugar especial en mi corazón; que Dios los bendiga y acompañe siempre.

A mis amigos que son como hermanos —Lucho, Roberto, Paul, Adrián y Michael— por su valiosa amistad y por acompañarme en esta aventura de vida, tanto en lo personal como en lo profesional.

A toda mi familia, por parte de padre y madre —abuelos, tíos y primos—, orgullosamente de raíces arequipeñas, por ser parte fundamental de mi historia.

Finalmente, y no menos importante, a María Eugenia Acosta Zúñiga, por su apoyo constante y por ser un soporte esencial en mi vida. Asimismo, dedico este logro con especial cariño a Piero y Lucía.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi profundo agradecimiento a mi madre, Sra. Raimunda Delia Bejarano Vizcarra, quien me inculcó la determinación de culminar mi formación profesional, impulsándome a desarrollar la presente tesis y alcanzar el objetivo de obtener mi título.

Asimismo, agradezco al Sr. Luis Pérez Medina, cuyo apoyo fue fundamental para gestionar la autorización ante la empresa China International Water & Electric Corp. (Perú), permitiéndome desarrollar y sustentar esta investigación. Hago extensivo mi agradecimiento a dicha empresa por su valiosa colaboración y por facilitar datos e información crucial para el estudio.

De igual manera, expreso mi reconocimiento a mis asesores, tanto interno como externo, por su orientación, tiempo y aportes académicos. Finalmente, agradezco a todas las personas que, de manera directa e indirecta, contribuyeron al logro de esta meta y a la culminación satisfactoria de mi tesis.

RESUMEN

La finalidad del presente estudio fue establecer la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú, durante el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, con un diseño no experimental de corte transversal y un alcance correlacional.

La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario. La población estuvo conformada por un total de 580 trabajadores de la empresa, y la muestra se determinó mediante la fórmula para poblaciones finitas, quedando constituida por 231 colaboradores, lo que garantizó la representatividad estadística de los resultados.

Entre los principales resultados, se evidenció la existencia de una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral ($r = -0.304$; $p = 0.000$), asimismo, se identificó una relación significativa, inversa y débil entre la identidad personal y la intención de rotación laboral ($r = -0.287$; $p = 0.000$), así como una relación significativa, inversa y de baja intensidad entre la identidad social y la intención de rotación laboral ($r = -0.300$; $p = 0.000$). En conclusión, los hallazgos confirman que la identidad organizacional y sus dimensiones actúan como factores protectores frente a la intención de rotación laboral en China International Water & Electric Corp – CWE Perú. No obstante, la baja intensidad de las correlaciones sugiere que la intención de rotación laboral es un fenómeno multifactorial, por lo que resulta necesario complementar el fortalecimiento de la identidad organizacional con otras estrategias de gestión del talento humano orientadas a mejorar la retención del personal.

Palabras clave: identidad organizacional, intención de rotación laboral, identidad personal.

ABSTRACT

The purpose of this study was to establish the relationship between organizational identity and the intention to leave the company among employees of China International Water & Electric Corp – CWE Peru during the year 2025. The research was conducted using a basic quantitative approach, with a non-experimental cross-sectional design and a correlational scope.

The technique used for data collection was a survey, using a questionnaire as the instrument. The population consisted of a total of 580 company employees, and the sample was determined using the formula for finite populations, consisting of 231 employees, which ensured the statistical representativeness of the results.

Among the main results, there was evidence of a significant, inverse, and weak relationship between organizational identity and intention to leave the job ($r = -0.304$; $p = 0.000$). Likewise, a significant, inverse, and weak relationship was identified between personal identity and intention to leave the job ($r = -0.287$; $p = 0.000$), as well as a significant, inverse, and low-intensity relationship between social identity and job turnover intention ($r = -0.300$; $p = 0.000$). In conclusion, the findings confirm that organizational identity and its dimensions act as protective factors against job turnover intention at China International Water & Electric Corp – CWE Peru. However, the low intensity of the correlations suggests that job turnover intention is a multifactorial phenomenon, making it necessary to complement the strengthening of organizational identity with other human talent management strategies aimed at improving staff retention.

Keywords: organizational identity, job turnover intention, personal identity.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

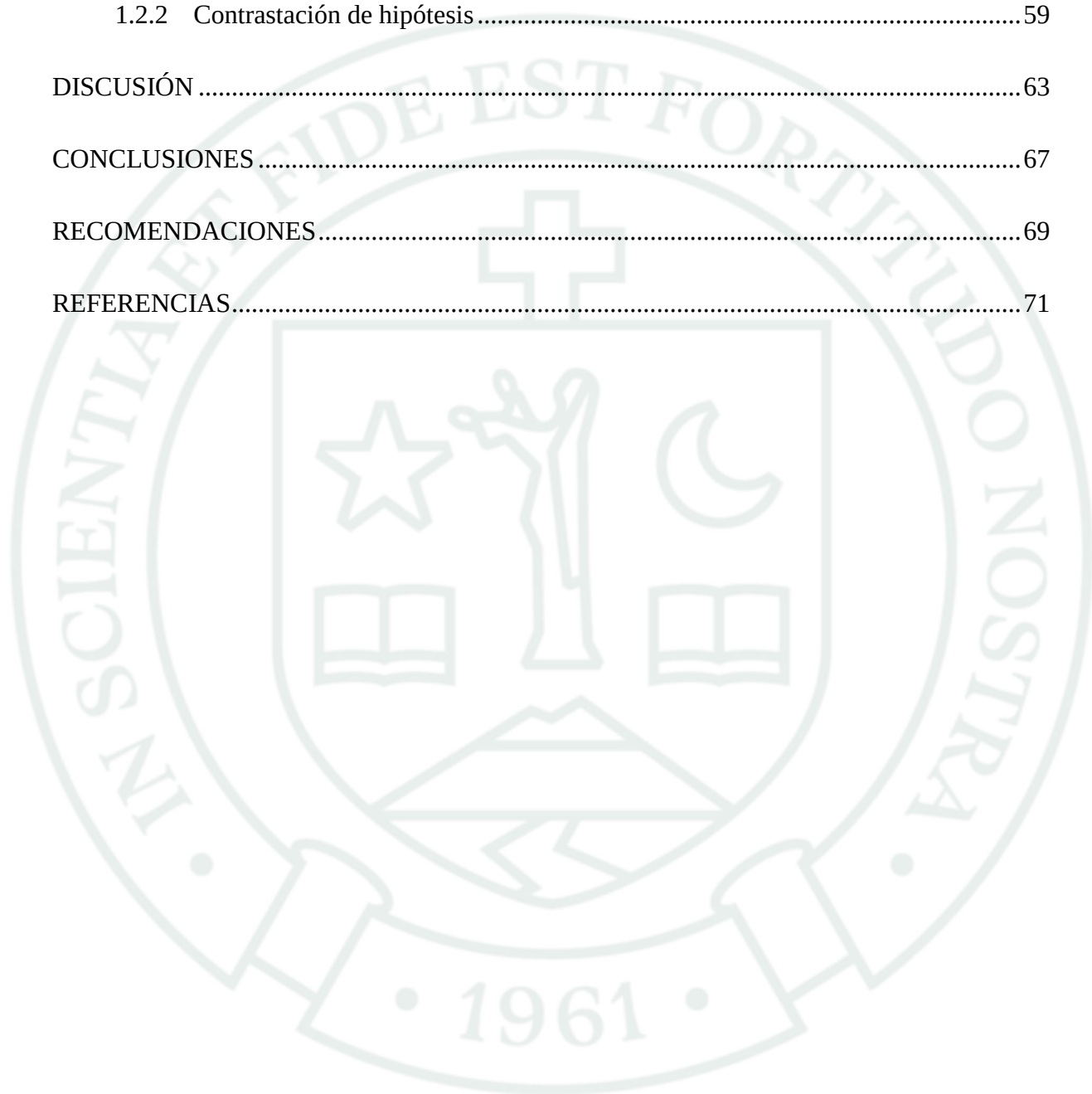
RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO	5
1.1 Problema	5
1.2 Descripción	5
1.2.1 Campo, Área y Línea.....	8
1.2.2 Tipo de problema.....	8
1.2.3 Variables.....	9
1.2.4 Interrogantes básicas.....	13
1.3 Justificación	13
1.3.1 Justificación teórica	13
1.3.2 Justificación metodológica	13
1.3.3 Justificación Económico o Empresarial	14
1.3.4 Justificación social.....	14
1.4 Objetivos.....	15
1.4.1 Objetivo General.....	15
1.4.2 Objetivos específicos	15

1.5	Marco Teórico.....	15
1.5.1	Marco conceptual	15
1.5.2	Antecedentes.....	25
1.6	Hipótesis	34
1.6.1	Hipótesis general	34
1.6.2	Hipótesis específicas.....	34
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO OPERACIONAL		35
1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	36
1.1	Técnicas	36
1.2	Estructuras de los Instrumentos	36
2.	CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	36
2.1	Ámbito	36
2.2	Temporalidad	36
2.3	Unidades de Estudio	37
2.3.1	Población	37
2.3.2	Muestra	37
3.	ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	38
CAPÍTULO III RESULTADOS.....		39
1.1	Análisis de los resultados descriptivos	40
1.1.1	Datos de control.....	40
1.1.2	Por niveles	44

1.1.3	Por ítems	50
1.2	Análisis de los resultados inferenciales	58
1.2.1	Prueba de normalidad	58
1.2.2	Contrastación de hipótesis	59
DISCUSIÓN		63
CONCLUSIONES		67
RECOMENDACIONES		69
REFERENCIAS		71



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	10
Tabla 2 Matriz de consistencia	11
Tabla 3 Ítems de Identidad organizacional	50
Tabla 4 Ítems de Intención de rotación laboral.....	55
Tabla 5 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ^a	58
Tabla 6 Correlación general entre Identidad organizacional - Intención de rotación laboral	59
Tabla 7 Correlación específica entre Identidad personal – Intención de rotación laboral	60
Tabla 8 Correlación específica entre Identidad social – Intención de rotación laboral	61
Tabla 9 Correlación específica entre Identidad corporativa – Intención de rotación laboral	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sexo	40
Figura 2 Edad.....	41
Figura 3 Categoría ocupacional	42
Figura 4 Antigüedad laboral	43
Figura 5 Identidad personal	44
Figura 6 Identidad social.....	45
Figura 7 Identidad corporativa.....	46
Figura 8 Identidad organizacional	46
Figura 9 Búsqueda de empleo activa	47
Figura 10 Exploración de nuevas oportunidades.....	48
Figura 11 Intención de rotación laboral	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de recolección de datos	77
---	----



INTRODUCCIÓN

La investigación aborda la identidad organizacional y la intención de rotación laboral, debido a que la empresa de estudio presenta elevados niveles de rotación, ausentismo y renuncias tempranas en un contexto laboral exigente y de supervisión móvil, lo que debilita el sentido de pertenencia de los colaboradores y eleva la intención de desvinculación. Esta situación se evidencia en su estructura de personal, conformada por 580 trabajadores, de los cuales 220 corresponden a mano de obra indirecta, registrándose la salida de al menos 150 colaboradores. Asimismo, en la mano de obra directa, integrada por 360 trabajadores, la rotación alcanzó aproximadamente el 50%. Este recambio constante genera costos adicionales, pérdida de conocimiento organizacional y desarticulación de los equipos de trabajo. Como consecuencia, se producen retrasos en los cronogramas y una disminución de la productividad. En este contexto, el fortalecimiento de la identidad organizacional resulta clave para mitigar la rotación y reducir la vulnerabilidad operativa del proyecto.

A nivel internacional, el sector de la construcción enfrenta problemáticas recurrentes asociadas a la rotación de personal y al débil sentido de pertenencia organizacional. Diversos estudios señalan que factores como la calidad de vida laboral, la cultura organizacional, el compromiso del supervisor y la rotación prevista influyen de manera crítica en distintos contextos globales (Kasmuri et al., 2023). Asimismo, se ha demostrado que la identificación organizacional cumple un rol mediador entre los valores individuales y la intención de rotación laboral en profesionales del sector construcción, como se evidenció en el caso de Turquía (Uğural et al., 2020). Estos hallazgos resaltan la importancia de que las empresas con operaciones multinacionales gestionen activamente el sentido de afiliación de sus colaboradores para reducir la salida temprana de personal. En el contexto peruano, el sector de ingeniería, obras e infraestructura también presenta desafíos relevantes en la retención del talento, especialmente en labores de campo y supervisión. Las empresas enfrentan dificultades

relacionadas con la movilidad del personal, el cumplimiento de cronogramas y la necesidad de equipos estables para asegurar la calidad de los proyectos. Estas condiciones operativas, caracterizadas por entornos exigentes y cambios constantes, hacen especialmente relevantes las variables identidad organizacional e intención de rotación laboral (Rodríguez-Noe et al., 2024).

La identidad organizacional se ha posicionado como un elemento estratégico para el desempeño y sostenibilidad de las organizaciones, ya que permite a los colaboradores comprender su rol, el significado de pertenecer a la empresa y la finalidad de su trabajo, favoreciendo el bienestar laboral, la ciudadanía organizacional y la alineación con los objetivos institucionales (Rovetta et al., 2025). Una identidad organizacional gestionada adecuadamente promueve culturas inclusivas y fortalece el compromiso y la retención del talento humano. En entornos competitivos y cambiantes, una identidad clara facilita la adaptación estratégica, la toma de decisiones y la sostenibilidad empresarial (Azadehdel et al., 2013). En sectores como construcción e infraestructura, caracterizados por proyectos de gran escala y alta exigencia operativa, la identidad organizacional constituye un activo clave. Por su parte, la intención de rotación laboral se entiende como la predisposición del trabajador a abandonar voluntariamente la organización y adquiere relevancia por anteceder a la renuncia efectiva (Villa et al., 2024). Investigaciones en el sector construcción señalan que esta intención está influenciada por factores como la sobrecarga laboral, el limitado apoyo del supervisor, la baja autonomía y el conflicto trabajo–familia (Li et al., 2025). Niveles elevados de intención de rotación generan costos asociados al reemplazo, la capacitación y la pérdida de productividad, además de afectar la continuidad operativa y la moral del equipo (Alkaabi et al., 2024).

La estructura capitular es la siguiente:

Capítulo I: Planteamiento teórico.

Capítulo II: Planteamiento operacional.

Capítulo III: Resultados.





CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 Problema

La empresa enfrenta elevados niveles de rotación, ausentismo y renuncias tempranas en un entorno laboral exigente y con supervisión móvil, lo que debilita el sentido de pertenencia y aumenta la intención de abandonar la organización, incrementando la vulnerabilidad operativa. Esta problemática se evidencia en la composición del personal analizado: de un total de 580 trabajadores, 220 corresponden a mano de obra indirecta (MOI), entre staff y administrativos, de los cuales al menos 150 renunciaron o no fueron renovados y debieron ser reemplazados; mientras que, en la mano de obra directa (MOD), integrada por 360 trabajadores, la rotación alcanzó aproximadamente el 50%, es decir, alrededor de 180 personas fueron sustituidas.

Este recambio constante genera costos adicionales, pérdida de conocimiento organizacional y desarticulación de los equipos de trabajo, lo que provoca retrasos en los cronogramas y compromete la productividad. Además, la inestabilidad del personal afecta la continuidad y la calidad del proyecto al impactar directamente en la eficiencia operativa. En este contexto, si no se fortalecen factores como la identidad organizacional, el ciclo de rotación podría intensificarse y profundizar los desafíos operativos existentes.

1.2 Descripción

La identidad organizacional se ha consolidado como un factor clave para el éxito de las empresas contemporáneas, en tanto permite que los colaboradores comprendan con claridad quiénes son como parte de la organización, qué representa esta y por qué realizan su trabajo. Una identidad organizacional sólida favorece el bienestar laboral, el comportamiento de ciudadanía organizacional y la alineación con los objetivos corporativos (Rovetta et al., 2025). Asimismo, su adecuada gestión contribuye al desarrollo de culturas más inclusivas, lo que fortalece la retención y el compromiso del talento humano. En contextos competitivos y

dinámicos, la claridad identitaria también se asocia con una mayor capacidad de adaptación estratégica, una mejor toma de decisiones y la sostenibilidad empresarial (Azadehdel et al., 2013). Por ello, en organizaciones que operan en proyectos de gran escala o entornos cambiantes, como las del sector construcción e infraestructura, la identidad organizacional constituye un activo estratégico que requiere una gestión deliberada.

Por otro lado, la intención de rotación laboral se define como la predisposición del trabajador a abandonar voluntariamente la organización, y adquiere relevancia porque antecede a la renuncia efectiva, permitiendo la implementación de acciones preventivas (Villa et al., 2024). Estudios recientes en la industria de la construcción identifican que esta intención es influenciada por factores como la alta exigencia laboral, la falta de apoyo del supervisor, la limitada autonomía y el conflicto trabajo–familia (Li et al., 2025). Niveles elevados de intención de rotación generan costos significativos asociados al reemplazo, la inducción y la pérdida de productividad, además de afectar la moral del equipo y la continuidad operativa (Alkaabi et al., 2024). En consecuencia, su adecuada gestión resulta esencial para empresas que dependen de equipos estables y cohesionados, especialmente en labores de campo y supervisión.

A nivel internacional, el sector de la construcción enfrenta desafíos persistentes relacionados con la rotación de personal y el sentido de afiliación organizacional. Un estudio sistemático identificó que la calidad de vida laboral, la cultura organizacional, el compromiso del supervisor y la rotación prevista constituyen factores críticos en distintos contextos globales (Kasmuri et al., 2023). Asimismo, se ha evidenciado que la identificación organizacional media la relación entre los valores individuales y la intención de rotación en profesionales del sector construcción, como se observó en el caso de Turquía (Uğural et al., 2020). Estos hallazgos refuerzan la necesidad de que las empresas con operaciones multinacionales presten atención

a la forma en que sus colaboradores construyen su sentido de pertenencia para reducir la salida temprana de personal.

En el contexto peruano, el sector de ingeniería, obras e infraestructura también presenta retos significativos en la retención de personal, especialmente en actividades de campo y supervisión. Las empresas del rubro enfrentan dificultades vinculadas al cumplimiento de cronogramas, la movilidad del personal y la necesidad de mantener equipos estables para garantizar la calidad y los plazos de ejecución. Aunque no todas las investigaciones abordan explícitamente la identidad organizacional o la intención de rotación, las condiciones operativas del país —caracterizadas por desplazamientos regionales, entornos exigentes y cambios frecuentes— hacen que estas variables resulten particularmente relevantes (Rodríguez-Noe et al., 2024). En este sentido, analizar el vínculo entre los colaboradores y la organización, así como su predisposición a rotar, se vuelve fundamental para las empresas que operan en el país.

En la empresa objeto de estudio, esta problemática se intensifica debido a que muchas de sus actividades implican trabajo en campo, supervisión móvil, condiciones operativas complejas y plazos ajustados. En este contexto, se han reportado altos niveles de rotación, ausentismo y renuncias tempranas, lo que limita la consolidación de un sentido de pertenencia sólido entre los trabajadores y podría incrementar su intención de abandonar la organización. Esta situación genera costos adicionales de reemplazo, pérdida de conocimiento operativo y desarticulación de los equipos de trabajo, comprometiendo la continuidad, la seguridad y la eficiencia del proyecto.

De manera específica, en China International Water & Electric Corp. – CWE Perú se evidencia una elevada inestabilidad laboral durante las operaciones de campo y supervisión en el año 2025. Del total de 580 trabajadores analizados, 220 corresponden a mano de obra indirecta (MOI), entre staff y administrativos, de los cuales al menos 150 dejaron la

organización o no renovaron contrato y fueron reemplazados. En paralelo, entre los 360 trabajadores de mano de obra directa (MOD), la rotación alcanzó aproximadamente el 50%, lo que implicó la sustitución de alrededor de 180 operarios. Este nivel de recambio fragmenta los equipos, incrementa los costos de selección y capacitación, genera desfases en los cronogramas y afecta tanto la productividad como la calidad de ejecución de las obras, aumentando la vulnerabilidad operativa del proyecto.

En este escenario, si no se otorga la debida importancia a variables como la identidad organizacional y la intención de rotación laboral, existe el riesgo de perpetuar un ciclo de inestabilidad en el que los colaboradores no se perciban como parte integral de la empresa, fortaleciendo su deseo de abandono y profundizando los desafíos operativos.

En síntesis, la empresa presenta altos niveles de rotación, ausentismo y renuncias tempranas, especialmente en labores de campo y supervisión, lo que debilita la estabilidad operativa y la productividad del proyecto. Esta situación se ve agravada por un insuficiente fortalecimiento de la identidad organizacional, que limita el sentido de pertenencia de los colaboradores, como consecuencia, se incrementa la intención de rotación laboral y se perpetúa un ciclo de inestabilidad del personal.

1.2.1 *Campo, Área y Línea*

Campo: Ciencias Administrativas.

Área: Administración.

Línea: Gestión del talento humano.

1.2.2 *Tipo de problema*

- Tipo

La investigación es de tipo básica, pues su propósito principal es generar nuevo conocimiento y aportar fundamentos teóricos que contribuyan a la comprensión de los fenómenos estudiados (Hernández et al., 2014).

- Diseño

De acuerdo con Ñaupas et al. (2013), el diseño no experimental de corte transversal se caracteriza por no intervenir ni manipular las variables, sino por observarlas tal como se presentan en su entorno natural. Este tipo de estudio analiza la relación entre variables en un único momento temporal, brindando una representación puntual de la realidad que permite comprender cómo se comportan los fenómenos en ese contexto específico.

- Enfoque

El enfoque cuantitativo, según Bernal (2010), se basa en la recopilación y tratamiento de información numérica con la finalidad de identificar patrones, contrastar hipótesis y establecer conclusiones generalizables. Este enfoque se distingue por su carácter sistemático, empírico y objetivo, utilizando herramientas estadísticas que posibilitan medir y verificar los resultados de manera precisa.

- Alcance correlacional

Por su parte, el alcance correlacional tiene como objetivo examinar el grado de relación existente entre dos o más variables, identificando si dichas variables se asocian y en qué medida lo hacen dentro del contexto de estudio (Hernández et al., 2014).

1.2.3 Variables

1.2.3.1 Análisis de Variables:

- VARIABLE 1:

Identidad organizacional

- VARIABLE 2:

Intención de rotación de personal

1.2.3.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	SUB VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Variable 1 Identidad organizacional Orellana et al. (2023)	Identidad personal	Nivel de realización personal en el puesto de trabajo Grado de desarrollo profesional percibido dentro de la organización	Cuestionario
	Identidad social	Nivel de identificación y sentido de pertenencia con la organización Grado de compromiso con las tareas y responsabilidades laborales Nivel de valoración del trabajo colaborativo y del desempeño en equipo	
	Identidad corporativa	Grado de orgullo por pertenecer a la organización Nivel de conocimiento sobre la organización, sus objetivos y valores	
	Búsqueda de empleo activa	Grado de intención manifiesta de abandonar el puesto de trabajo actual Nivel de realización de acciones concretas para la búsqueda de un nuevo empleo	
Variable 2 Intención de rotación laboral Villar et al. (2024)	Exploración de nuevas oportunidades	Frecuencia de pensamiento sobre alternativas laborales externas Grado de interés en mejorar o cambiar el entorno laboral actual	

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2025.

1.2.3.3 Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

INTERROGANTES	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	Técnica/Instrumento	METODOLOGÍA
Interrogante general: I.G.: ¿Cuál es la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?	Objetivo general: O.G.: Establecer la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	Hipótesis general: H.G: Dado que, la identidad organizacional se refiere a la percepción compartida que tienen los miembros sobre los valores, creencias y propósitos que definen a su empresa. Es probable que, pueda existir una relación significativa entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	Variable 1 Identidad organizacional Dimensiones • Identidad personal • Identidad social • Identidad corporativa	Encuesta/Cuestionario	Tipo: Básica Diseño: No experimental de corte transversal Enfoque: Cuantitativo Alcance: Correlacional
Interrogantes específicas: I.E.1: ¿Cuál es la relación entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?	Objetivos específicos: O.E.1: Determinar la relación entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	Hipótesis específicas H.E.1: Existe una relación significativa entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025. H.E.2: Existe una relación significativa entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	Variable 2 Intención de rotación laboral Dimensiones • Búsqueda de empleo activa • Exploración de nuevas oportunidades	Encuesta/Cuestionario	Población: 580 Muestra: Mediante la fórmula de poblaciones finitas se realiza el cálculo de muestra, el cual es 231 trabajadores.

I.E.2: ¿Cuál es la relación entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?	O.E.2: Establecer la relación entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	H.E.3: Existe una relación significativa entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.
I.E.3: ¿Cuál es la relación entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?	O.E.3: Precisar la relación entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.	

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2025.

1.2.4 Interrogantes básicas

1.2.4.1 Interrogante general

I.G.: ¿Cuál es la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?

1.2.4.2 Interrogantes específicas

- I.E.1: ¿Cuál es la relación entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?
- I.E.2: ¿Cuál es la relación entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?
- I.E.3: ¿Cuál es la relación entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

En el ámbito teórico, la investigación aporta evidencia empírica sobre la relación entre identidad organizacional e intención de rotación laboral, dos variables que, aunque ampliamente estudiadas de forma individual, requieren mayor exploración en contextos de empresas constructoras internacionales que operan en el Perú. Los resultados pueden servir como base para futuros estudios en recursos humanos, comportamiento organizacional y cultura corporativa. Además, contribuirán al desarrollo de investigaciones que integren aspectos emocionales y estructurales del trabajo, fortaleciendo la literatura sobre retención laboral en sectores con alta movilidad.

1.3.2 Justificación metodológica

Metodológicamente, el estudio se sustenta en un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, lo que permitirá medir con precisión el grado de relación entre las variables

mediante cuestionarios validados estadísticamente. Este enfoque garantiza la objetividad de los resultados y la posibilidad de replicar el estudio en otras empresas del sector. El uso de instrumentos con confiabilidad comprobada y un análisis estadístico riguroso mediante software especializado como SPSS asegurará la validez científica de las conclusiones, contribuyendo a una gestión empresarial basada en evidencias y datos reales.

1.3.3 Justificación Económico o Empresarial

Desde el punto de vista práctico, la investigación ofrece información valiosa para la empresa China International Water & Electric Corp – CWE Perú, al permitirle identificar los factores internos que influyen en la decisión de los trabajadores de permanecer o abandonar la organización. Con los resultados obtenidos, la empresa podrá diseñar políticas de gestión de talento, programas de integración y mecanismos de comunicación interna que fortalezcan el sentido de identidad y compromiso. De esta manera, se busca reducir los índices de ausentismo, renuncias tempranas y rotación de personal, optimizando los costos de operación y garantizando la continuidad de los proyectos.

1.3.4 Justificación social

La investigación contribuye socialmente al fortalecimiento de las relaciones laborales dentro de organizaciones que emplean a un gran número de trabajadores en proyectos de construcción e infraestructura. Analizar la identidad organizacional y su relación con la intención de rotación laboral permitirá proponer estrategias que fomenten un clima de pertenencia y estabilidad, mejorando las condiciones laborales y el bienestar emocional de los colaboradores. Este estudio beneficiará indirectamente a las familias y comunidades, ya que una menor rotación laboral genera estabilidad económica y social en el entorno donde opera la empresa. Además, fomenta la construcción de organizaciones más humanas y sostenibles en el tiempo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

O.G.: Establecer la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.

1.4.2 Objetivos específicos

- O.E.1: Determinar la relación entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.
- O.E.2: Establecer la relación entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.
- O.E.3: Precisar la relación entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Marco conceptual

1.5.1.1 Identidad organizacional

La identidad organizacional puede entenderse como el conjunto de rasgos, valores y atributos que caracterizan a una organización, es decir, aquello que le otorga personalidad, propósito y un espíritu que la distingue de otras (Orellana et al., 2023). Esta identidad se conforma a partir del reconocimiento que hacen sus miembros de pertenecer a un grupo, al que además asignan significados emocionales y valorativos. En términos prácticos, refleja el nivel de identificación y sentido de pertenencia que los individuos desarrollan hacia la institución y sus integrantes, expresándose en dimensiones personales, sociales y corporativas que moldean la forma en que perciben su rol y su relación con la organización (Orellana et al., 2023).

Para Knorr y Hein-Pensel (2022) la identidad organizacional se define como la respuesta colectiva a la pregunta "¿Quiénes somos como organización?", destacando características centrales, distintivas y duraderas que definen a la organización y la diferencian de otras. Este concepto se distingue claramente de la cultura organizacional y la imagen, y se entiende como un constructo que refleja tanto la percepción interna como la expresión externa de la organización, funcionando como un análogo de la identidad individual en términos de funciones y estructuras. La identidad organizacional no es estática, sino que se construye y negocia continuamente a través de procesos dinámicos que vinculan la identidad con la cultura y la imagen, incluyendo la reflexión interna y la expresión simbólica, lo que permite su adaptación y cambio (Hatch & Schultz, 2002).

La construcción de la identidad organizacional también emerge de interacciones complejas y recíprocas entre gerentes, miembros y otros grupos de interés, integrando múltiples perspectivas y sistemas de significado que negocian la identidad como imágenes cognitivas compartidas. Este enfoque destaca la importancia de las relaciones sociales internas y las redes de interacción para fortalecer la identificación organizacional, más allá de la simple categorización social, mostrando que la identidad es un fenómeno multifacético y dinámico que influye en la continuidad y transformación de la organización (Jones & Volpe, 2011).

1.5.1.2 Dimensiones de identidad organizacional

- Identidad personal

La identidad personal dentro del contexto organizacional se refiere a la construcción del "yo" individual que se relaciona con las experiencias, valores y creencias propias, y que influye en cómo los empleados se perciben a sí mismos en su rol dentro de la organización. Esta dimensión es dinámica y se entrelaza con la identidad social, ya que los individuos negocian continuamente su sentido de sí mismos en relación con las identidades colectivas y los roles organizacionales, lo que afecta su compromiso y comportamiento en el trabajo

(Bednar et al., 2020). Además, la identidad personal no solo se basa en la auto-percepción interna, sino que también se manifiesta a través de la interacción con otros miembros y la cultura organizacional, permitiendo que los empleados integren sus experiencias personales con las expectativas y valores del grupo (Crocetti et al., 2014).

Por otro lado, la gestión de múltiples identidades personales dentro de un contexto organizacional híbrido implica que los individuos deben navegar entre diferentes roles y dimensiones de su identidad, lo que puede generar tensiones, pero también oportunidades para la lealtad y la identificación con la organización. Este enfoque reconoce que la identidad personal no es singular ni fija, sino que está compuesta por múltiples facetas que se activan según el contexto y las demandas organizacionales, influyendo en la forma en que los empleados se identifican con la organización y contribuyen a su dinámica interna (MacLean & Webber, 2015). Así, la identidad personal en la organización es un proceso complejo y multifacético que impacta tanto en el bienestar individual como en los resultados organizacionales.

- Identidad social

La identidad social en el contexto organizacional se refiere a la percepción compartida de pertenencia a un grupo dentro de la organización, donde los individuos se categorizan a sí mismos y a otros en función de roles y membresías grupales. Este proceso de auto-categorización y despersonalización basada en prototipos genera efectos de identidad social que influyen en la cohesión grupal, el liderazgo y las dinámicas internas, facilitando la identificación con la organización y la alineación con sus valores y objetivos (Hogg & Terry, 2000). Además, la identidad social no solo fortalece el sentido de pertenencia, sino que también puede generar tensiones entre subgrupos o durante procesos de cambio organizacional, como fusiones, donde la continuidad de la identidad es clave para la integración exitosa (Hogg & Terry, 2000).

Por otro lado, la identidad social en las organizaciones se manifiesta en componentes cognitivos, afectivos y evaluativos que motivan comportamientos beneficiosos para el grupo, como el compromiso afectivo y la autoestima grupal. Estos componentes actúan como mediadores entre la percepción del prestigio organizacional y los estereotipos, influyendo en la conducta ciudadana organizacional y en la identificación con la organización (Bergami & Bagozzi, 2000). La identidad social también se ve reforzada por las redes sociales internas, donde la fuerza y estructura de las relaciones interpersonales modulan la identificación organizacional más allá de la simple categorización social, destacando la importancia de las interacciones sociales en la construcción de esta dimensión (Jones & Volpe, 2011).

- Identidad corporativa

La identidad corporativa se entiende como el conjunto de elementos que definen la imagen y la esencia de una organización, integrando aspectos como el diseño corporativo, la comunicación, la cultura y el comportamiento organizacional. Esta identidad no solo refleja cómo la empresa se presenta externamente, sino también cómo se percibe internamente, influyendo en la identificación de los empleados y en la coherencia estratégica de la organización (Balmer & Podnar, 2021). La gestión de la identidad corporativa implica un equilibrio entre la imagen que la organización desea proyectar y las percepciones reales de sus diferentes grupos de interés, lo que requiere una atención constante por parte de la alta dirección para mantener la alineación y fortalecer la orientación hacia la marca corporativa (Balmer & Podnar, 2021).

Por otro lado, la identidad corporativa es dinámica y se construye a través de procesos que vinculan la cultura organizacional, la imagen externa y la identidad interna, generando un sistema simbólico que da sentido a la organización y facilita la adaptación al cambio. Este enfoque destaca la importancia de la reflexión y la expresión cultural como mecanismos que permiten que la identidad corporativa evolucione y se mantenga relevante en contextos

cambiantes, evitando disfunciones como el narcisismo organizacional o la pérdida de cultura (Hatch & Schultz, 2002). La identidad corporativa puede estar compuesta por múltiples identidades coexistentes que reflejan diferentes perspectivas y roles dentro de la organización, lo que sugiere la necesidad de gestionar la diversidad identitaria para potenciar la cohesión y el compromiso interno (Sarasvuo, 2021).

1.5.1.3 Importancia de la identidad organizacional

La identidad organizacional resulta crucial porque influye directamente en cómo los trabajadores se vinculan emocionalmente con la institución, colaboran entre sí y asumen los objetivos colectivos como propios. Cuando esta identidad es sólida, favorece la cooperación, la cohesión y la afinidad entre los miembros, lo que impulsa conductas que superan las tareas básicas del puesto, como la iniciativa personal y la ciudadanía organizacional. Una identidad bien establecida fortalece el bienestar psicológico, ya que sentirse parte de un grupo significativo se traduce en mayor satisfacción y estabilidad emocional (Orellana et al., 2023).

Una identidad corporativa clara y consistente contribuye a mejorar la imagen institucional, la fidelidad de los trabajadores y su compromiso con el futuro de la organización. El texto subraya que una fuerte identidad corporativa no garantiza automáticamente identidades personal o social robustas; estas últimas, más profundas y sustantivas, son las que realmente consolidan una integración auténtica con la organización y favorecen un involucramiento genuino en el trabajo. La identidad organizacional es un eje estratégico porque potencia el desempeño, el sentido de pertenencia y la proyección positiva de la institución (Orellana et al., 2023).

1.5.1.4 Modelos teóricos de la identidad organizacional

El estudio de la identidad organizacional se sustenta en diversos enfoques provenientes de la psicología social y organizacional. Uno de los pilares es la Teoría de la Identidad Social, propuesta por Tajfel, que plantea que una parte esencial del autoconcepto de las personas se

deriva de su pertenencia a grupos y del valor emocional que atribuyen a esa afiliación. A esta perspectiva se suma la Teoría de la Autocategorización del Yo, desarrollada por Turner, la cual explica que la identidad fluctúa entre lo personal y lo social según el contexto, activando comportamientos alineados con las características del grupo cuando la identidad colectiva se vuelve más relevante (Orellana et al., 2023).

Tajfel y Turner como se citan en Orellana et al. (2023) sostienen que la valoración que las personas hacen de su identidad depende del estatus relativo del grupo frente a otros, lo cual influye en cómo evalúan a su organización y a sí mismos como parte de ella. Robbins y Judge como se citan en Orellana et al. (2023), quienes destacan que la identidad organizacional se articula a través de tres componentes: el individuo, el grupo y la organización. Costa como se cita en Orellana et al. (2023), que concibe la identidad corporativa como la expresión total de la organización y aquello que la distingue de las demás, manifestándose en elementos verbales, culturales y ambientales.

La Teoría Tridimensional de la Identidad de Trzesniak y Coller como se citan en Orellana et al. (2023), afirman que toda identidad personal, institucional o comunitaria se compone de tres dimensiones: apariencia, que alude a cómo es percibida; contenido, referido a lo que ofrece; y denominación, asociada a los elementos que la representan. En conjunto, estos modelos proporcionan un marco robusto para comprender cómo se construye y expresa la identidad dentro de las organizaciones.

1.5.1.5 Intención de rotación laboral

La intención de rotación laboral se entiende como la disposición consciente del trabajador a dejar voluntariamente su empleo actual, manifestada en pensamientos, evaluaciones y planes orientados a abandonar la organización (Villar et al., 2024). Este proceso surge de juicios cognitivos donde la persona valora la posibilidad de cambiar de trabajo, considerando tanto factores internos como externos. Tal como se describe en el documento,

esta intención implica la voluntad, intención o intentos de renunciar cuando el empleado percibe que existen alternativas más favorables o evaluaciones personales que justifican el cambio (Villar et al., 2024).

Bajo la teoría del comportamiento planificado, se reconoce que esta intención se activa cuando el individuo evalúa positivamente la conducta de renunciar, percibe apoyo social para hacerlo y siente que tiene control sobre la decisión. La intención de rotación constituye un indicador psicológico previo al abandono real, que revela el grado en que el trabajador contempla dejar su puesto (Villar et al., 2024).

1.5.1.6 Dimensiones de intención de rotación laboral

- Búsqueda de empleo activa

La dimensión denominada búsqueda de empleo activa hace referencia al grado en que el trabajador ya se encuentra realizando acciones concretas orientadas a abandonar su empleo actual, tales como investigar oportunidades laborales, postular a nuevos puestos, evaluar alternativas externas o planificar una posible salida. Esta dimensión no se limita a un simple deseo de renunciar, sino que evidencia una intención avanzada, donde el trabajador manifiesta comportamientos como buscar ofertas, considerar trabajos mejor valorados o iniciar procesos de reclutamiento con otras organizaciones (Villar et al., 2024).

La autoeficacia en la búsqueda de empleo y las expectativas sobre los resultados juegan un papel mediador importante, ya que quienes tienen mayor confianza en sus habilidades para buscar trabajo y expectativas positivas tienden a mostrar mayores intenciones y comportamientos de búsqueda activa (Lim et al., 2016).

La búsqueda activa de empleo no solo depende de motivaciones internas, sino también de oportunidades percibidas y recursos disponibles, como el acceso a fuentes de empleo y redes sociales, que facilitan la intensidad y efectividad de la búsqueda (Van Hooft et al., 2020). Esta dimensión se relaciona estrechamente con la intención de dejar el empleo actual, aunque la

búsqueda activa no siempre conduce a la rotación efectiva, ya que la disponibilidad real de oportunidades laborales y la adecuación entre habilidades y mercado influyen en la decisión final de cambio (Kirschenbaum & Weisberg, 1994).

- Exploración de nuevas oportunidades

La dimensión denominada exploración de nuevas oportunidades alude al proceso mediante el cual el trabajador reflexiona y evalúa alternativas laborales distintas a su puesto actual, considerando actividades, roles o líneas de trabajo que podrían resultar más favorables para su desarrollo profesional. A diferencia de la búsqueda activa, esta fase se centra en un análisis más contemplativo y comparativo: el empleado piensa con frecuencia en otros empleos posibles, valora opciones que podrían ofrecer mejores condiciones o un crecimiento mayor, y se proyecta hacia posibles cambios sin ejecutar todavía acciones directas de postulación (Villar et al., 2024).

De acuerdo con el análisis de Villar et al. (2024), esta dimensión reúne ítems que revelan que el trabajador imagina, evalúa y pondera escenarios laborales alternativos, constituyendo así un indicio temprano de intención de rotación, donde el deseo de explorar caminos más convenientes comienza a tomar forma cognitiva antes de traducirse en conductas concretas.

Este proceso está influenciado por preocupaciones relacionadas con la insatisfacción laboral, la inseguridad en el empleo y la búsqueda de mejores condiciones, como mayor estabilidad, salario o ambiente laboral, que motivan a los trabajadores a explorar opciones externas (Chen et al., 2023). La exploración implica una fase activa de búsqueda y evaluación que puede estar mediada por el compromiso afectivo con la organización, ya que un mayor compromiso puede reducir la intención de cambio a pesar de la exploración (Hess et al., 2012). La exploración de nuevas oportunidades también está vinculada a factores individuales como

la experiencia laboral diversa, la tolerancia al riesgo y la autoeficacia, que facilitan la disposición a considerar cambios de carrera o empleo (Honjo & Yoshida, 2025).

1.5.1.7 Importancia de la intención de rotación laboral

La intención de rotación laboral es un indicador crucial para entender el comportamiento de los empleados respecto a la permanencia o cambio de empleo, ya que está estrechamente vinculada con el bienestar laboral y la satisfacción en el trabajo. La percepción de desequilibrio entre el esfuerzo realizado y las recompensas recibidas puede aumentar la intención de rotación, afectando negativamente la salud y el compromiso del trabajador, lo que a su vez influye en la probabilidad de buscar nuevas oportunidades laborales (Prechsl, 2025). La intención de rotación no solo refleja insatisfacción, sino que también puede estar mediada por factores como la atribución del bienestar y las negociaciones personalizadas en el trabajo, que modulan si el cambio será interno o externo a la organización (Lee et al., 2020).

Por otro lado, la intención de rotación tiene implicaciones importantes para la gestión del talento y la planificación organizacional, ya que anticipa posibles pérdidas de capital humano y permite diseñar estrategias para retener empleados valiosos. Factores como la satisfacción laboral, el compromiso profesional y la autoeficacia influyen en esta intención, y su comprensión ayuda a mitigar la rotación mediante intervenciones que mejoren el ambiente laboral y las oportunidades de desarrollo (Karadağ & Şahin, 2022). La intención de rotación está relacionada con la búsqueda de mejores condiciones económicas, equilibrio entre vida y trabajo, y crecimiento profesional, aspectos que las organizaciones deben considerar para mantener la motivación y reducir la fuga de talento (Belida et al., 2024).

1.5.1.8 Modelos teóricos de la intención de rotación laboral

El estudio de la intención de rotación laboral se sustenta principalmente en enfoques que explican cómo las personas deciden llevar a cabo ciertas conductas, entre ellas la posibilidad de abandonar voluntariamente su empleo. Un fundamento central proviene de la

Teoría del Comportamiento Planificado Ajzen como se cita en Villar et al. (2024), la cual establece que las intenciones conductuales surgen de un proceso cognitivo deliberado en el que intervienen tres componentes: la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y la percepción de control. En el contexto laboral, esta teoría plantea que cuando un trabajador evalúa positivamente la idea de renunciar, percibe que su entorno social valida esa decisión y siente que tiene la capacidad real de ejecutarla, es más probable que desarrolle la intención de dejar su empleo (Villar et al., 2024).

A partir de este marco, la intención de rotación se reconoce como un indicador psicológico previo al abandono efectivo, que se forma antes de que el trabajador tome acciones concretas para retirarse de la organización. Villar et al. (2024) subrayan que esta intención constituye un proceso fundamentalmente cognitivo, en el cual los empleados reflexionan sobre los beneficios y desventajas del cambio laboral, considerando influencias internas y externas. Estudios, como los de Cho et al. como se citan en Villar et al. (2024) y Takase como se cita en Villar et al. (2024), indican que la intención de renunciar se expresa en la voluntad consciente, pensamientos persistentes e incluso intentos iniciales de desvinculación.

Diversas investigaciones también han ampliado los modelos explicativos integrando variables organizacionales y psicosociales. Se ha demostrado que elementos como el compromiso laboral, la satisfacción con el trabajo y el rendimiento influyen significativamente en la formación de la intención de rotación (Carmeli & Weisberg, 2006; Lee et al., 2017). Otros estudios reconocen factores estructurales —como la justicia distributiva, la confianza en la gestión, la seguridad laboral y el apoyo organizacional percibido— como antecedentes relevantes que predisponen al trabajador a considerar la renuncia (Wong et al., 2015). Estas investigaciones muestran que la intención de rotación no es un fenómeno aislado, sino el resultado de una combinación de percepciones individuales y condiciones organizacionales.

Por otra parte, también intervienen factores vinculados al desarrollo profesional, como la compensación, la proyección de carrera o las oportunidades de crecimiento, los cuales pueden intensificar la inclinación del trabajador a buscar mejores alternativas (Purba & Ruslan, 2020). En esta línea, estudios contemporáneos integran variables relacionadas al bienestar laboral, la adaptabilidad de carrera y el estrés ocupacional, ampliando así los modelos teóricos tradicionales hacia perspectivas más holísticas. El análisis de estas propuestas demuestra que la intención de rotación emerge como una respuesta multidimensional que combina aspectos cognitivos, emocionales y contextuales.

Villar et al. (2024) subrayan que, aunque la teoría del comportamiento planificado ha sido uno de los marcos más utilizados, los modelos recientes incorporan tanto aspectos personales como factores ambientales y ocupacionales, con el fin de explicar de manera más completa por qué un trabajador decide contemplar o ejecutar la acción de abandonar su empleo. Esta evolución teórica ha permitido reconocer la intención de rotación como un constructo complejo, influido por múltiples dimensiones que interactúan entre sí, y cuya comprensión es esencial para diseñar estrategias de retención más efectivas.

1.5.2 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Lazzari et al. (2022) realizaron una investigación con el objetivo general de predecir y explicar la intención de rotación laboral de los empleados en Europa, con el fin de identificar los factores determinantes que influyen en la decisión de dejar una organización. Para ello, utilizaron un enfoque cuantitativo basado en técnicas de ciencia de datos y aprendizaje automático. El diseño de investigación fue no experimental, de corte transversal y con alcance explicativo-correlacional, dado que buscó analizar las relaciones causales entre diversas variables organizacionales y la intención de rotación.

El estudio empleó un método comparativo y explicativo, donde se analizaron y contrastaron siete modelos de clasificación, entre ellos regresión logística, LightGBM, Random Forest y XGBoost, mediante validación cruzada estratificada de 10 pliegues repetidos. Como instrumentos de recolección de datos, se utilizó el Global Employee Engagement Index (GEEI), un cuestionario estandarizado aplicado a 18,322 empleados de 56 países europeos, del cual se extrajo una muestra de 9,296 trabajadores de 30 países de Europa. El instrumento medía 23 dimensiones del entorno laboral, tales como confianza, liderazgo, empleabilidad sostenible, motivación, compromiso, satisfacción y clima organizacional, entre otras, a través de 123 ítems tipo Likert de 0 a 10 puntos.

Los resultados evidenciaron que los modelos de Regresión Logística y LightGBM fueron los más precisos para predecir la intención de rotación. Asimismo, las variables con mayor peso explicativo fueron la empleabilidad sostenible, la relación empleador–empleado, la estabilidad laboral y la motivación. Mediante análisis de causalidad estructural, se comprobó que una mayor motivación y percepción de empleabilidad sostenible reducen significativamente la probabilidad de intención de rotación.

Los autores concluyeron que la intención de rotación laboral está influenciada principalmente por factores relacionados con la motivación, la estabilidad, el liderazgo y la empleabilidad sostenible, y que el uso de modelos explicables de inteligencia artificial puede ayudar a las organizaciones a diseñar políticas más efectivas de retención del talento.

Esta investigación resulta altamente relevante ya que aborda una de las variables centrales —la intención de rotación laboral— y permite comprender, desde un enfoque empírico y tecnológico, cómo los factores organizacionales influyen en la decisión de permanencia o salida del trabajador. Además, el estudio proporciona una base metodológica robusta y evidencia empírica internacional que puede servir como referente comparativo para

el contexto peruano y para el análisis de la identidad organizacional como factor de retención del personal

Davaasuren et al. (2024) desarrollaron una investigación cuyo objetivo general fue analizar la relación entre el apoyo organizacional percibido, la satisfacción laboral y la intención de rotación en empleados del sector de la construcción en Mongolia. El estudio se propuso determinar cómo la percepción de respaldo por parte de la organización influye en la satisfacción del trabajador y, a su vez, en su decisión de permanecer o abandonar la empresa.

La investigación se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, diseño no experimental y de corte transversal, orientada a identificar relaciones significativas entre variables organizacionales. Como método de análisis, se aplicó la modelización de ecuaciones estructurales (SEM) mediante el software *SmartPLS 4.0* y *SPSS 24.0*, a fin de validar las hipótesis planteadas y determinar los efectos directos e indirectos entre las variables.

Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario estructurado compuesto por 16 ítems con escala Likert de cinco puntos, dirigido a 213 empleados de cuatro empresas constructoras. Los instrumentos incluyeron tres escalas previamente validadas: la escala de Apoyo Organizacional Percibido de Chen y Eyoun (2021), la escala de Satisfacción Laboral de Judge y Klinger (2008), y la escala de Intención de Rotación de Romeo et al. (2020). Los coeficientes de confiabilidad obtenidos fueron altos, con valores de alfa de Cronbach entre 0.86 y 0.93, lo que demostró una adecuada consistencia interna.

Los resultados evidenciaron que el apoyo organizacional percibido tiene una relación positiva y significativa con la satisfacción laboral ($\beta = 0.563$; $p < 0.01$) y una relación negativa con la intención de rotación ($\beta = -0.460$; $p < 0.01$). Asimismo, la satisfacción laboral mostró un efecto negativo sobre la intención de rotación ($\beta = -0.530$; $p < 0.01$), confirmando que los empleados satisfechos son menos propensos a abandonar la organización. En síntesis, el

estudio concluyó que cuando los empleados perciben un entorno organizacional de apoyo, justicia y reconocimiento, su nivel de satisfacción aumenta y su intención de rotación disminuye significativamente.

Los autores enfatizaron que fortalecer la percepción de apoyo organizacional, promover un clima laboral positivo y reconocer los logros individuales son estrategias esenciales para retener el talento y mejorar la sostenibilidad organizacional. También señalaron que, en contextos de alta rotación como el sector construcción, el apoyo percibido actúa como un amortiguador del estrés laboral y un predictor clave de compromiso y permanencia.

Esta investigación resulta altamente relevante para el presente estudio sobre identidad organizacional e intención de rotación en CWE Perú, ya que aborda una variable estrechamente vinculada con la identidad y el sentido de pertenencia: el apoyo organizacional percibido. En efecto, la percepción de respaldo y reconocimiento de parte de la organización fortalece el vínculo emocional del trabajador con la institución, lo cual contribuye a reducir la intención de rotación y consolidar una identidad organizacional positiva y estable. Además, el uso de modelos estadísticos avanzados, como la ecuación estructural, ofrece un referente metodológico útil para futuras investigaciones aplicadas en el contexto empresarial peruano

Antecedentes Nacionales

Guzmán y Lucas (2023) desarrollaron una investigación cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la rotación de personal y la identidad corporativa en los ex trabajadores del área de operaciones de las unidades mineras de la empresa Robocon Servicios S.A.C. durante el año 2019. Las autoras buscaron comprender si la identidad corporativa influía en la decisión de los colaboradores de permanecer o retirarse voluntariamente de la organización.

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo correlacional y de corte transversal, al centrarse en analizar la relación existente entre dos

variables sin manipularlas. Se aplicó el método hipotético-deductivo, sustentado en la comprobación empírica de las hipótesis formuladas a partir de la teoría de la identidad organizacional.

La población estuvo conformada por 63 ex trabajadores del área de operaciones de las unidades mineras Argentum, Chungar, Huaron y San Cristóbal, quienes se retiraron voluntariamente durante el año 2019. Se administró una encuesta telefónica a 59 de ellos, motivo por el cual no se calculó muestra, ya que se trabajó casi con la totalidad de la población.

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas orientadas a medir las dimensiones de rotación de personal e identidad corporativa. Los resultados fueron analizados mediante el coeficiente Rho de Spearman, con el fin de determinar el nivel de correlación entre ambas variables.

Los hallazgos indicaron que no existe una relación significativa entre la rotación de personal y la identidad corporativa, al obtenerse un valor $Rho = 0.297$. Sin embargo, se identificaron relaciones significativas en algunas dimensiones específicas, como entre los costos primarios de rotación y la identidad social ($Rho = 0.044$), así como entre las causas internas de rotación y la identidad personal ($Rho = 0.000$). En conjunto, los resultados evidenciaron una percepción neutral o media de la identidad corporativa entre los ex trabajadores de la empresa Robocon Servicios S.A.C.

Las autoras concluyeron que la identidad corporativa, en el contexto estudiado, no constituye un factor determinante en la rotación voluntaria del personal, aunque ciertos componentes de la identidad individual y social pueden incidir parcialmente en la decisión de desvincularse.

Este estudio es altamente pertinente ya que analiza la interacción entre identidad organizacional y rotación laboral, las mismas variables centrales del presente trabajo. Además, aporta evidencia empírica en un contexto empresarial peruano y extractivo, semejante al de

CWE, permitiendo contrastar los resultados en un entorno corporativo internacional y proyectar la influencia de la identidad organizacional sobre la retención del talento humano.

Nina (2025) realizó una investigación cuyo objetivo general fue determinar si existe una relación significativa entre el compromiso organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú – Agencia San Martín, en la ciudad de Tacna, durante el año 2024. El estudio buscó comprender cómo el nivel de compromiso que los empleados desarrollan hacia la organización incide en su deseo de permanecer o abandonar la empresa.

La investigación se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, con un tipo básico o puro, un diseño no experimental y de corte transversal, y un nivel descriptivo-relacional, orientado a establecer el grado de relación entre las variables sin manipularlas. El estudio empleó como método de análisis el estadístico correlacional de Spearman, a través del software SPSS, con el fin de identificar la dirección y fuerza de la asociación entre el compromiso organizacional y la intención de rotación.

La muestra estuvo compuesta por 34 colaboradores del Banco de Crédito del Perú – Agencia San Martín (Tacna). Se aplicaron cuestionarios estructurados con escala tipo Likert, diseñados para medir los niveles de compromiso organizacional y la intención de rotación laboral percibida por los participantes.

Entre los resultados principales, se halló que el 67.65% de los encuestados presentó un nivel alto de compromiso organizacional, mientras que el 76.47% manifestó un nivel medio de intención de rotación laboral. El análisis estadístico arrojó un valor $p = 0.005$, indicando una relación significativa y negativa moderada ($\rho = -0.441$) entre ambas variables. Esto significa que, a mayor compromiso organizacional, menor será la intención de rotación laboral por parte de los trabajadores.

El estudio concluyó que el compromiso organizacional actúa como un factor protector frente a la rotación laboral, ya que incrementa el sentido de pertenencia, la identificación con los objetivos de la empresa y la estabilidad del vínculo laboral. En otras palabras, cuando los colaboradores se sienten comprometidos con la organización, su disposición a abandonar el puesto disminuye notablemente.

Esta investigación resulta altamente relevante debido a que aporta evidencia empírica sobre el componente actitudinal del vínculo trabajador–empresa. Además, sugiere que el compromiso y la identidad organizacional comparten una base conceptual común en cuanto a la identificación del empleado con los valores y metas institucionales, lo cual permite inferir que fortalecer la identidad organizacional podría tener efectos similares en la reducción de la intención de rotación laboral.

Antecedentes Locales

Huaraz y Mallqui (2023) realizaron una investigación cuyo objetivo general fue identificar la influencia del clima laboral y del proceso de selección en la rotación de personal en PwC Perú, ante la creciente preocupación por las altas tasas de renuncias registradas entre los años 2019 y 2022. El propósito del estudio fue determinar en qué medida los factores internos de clima organizacional y los procedimientos de selección de personal impactan en la permanencia o desvinculación de los colaboradores dentro de la organización.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional, retrospectivo, descriptivo, relacional y aplicado, sustentado en el método hipotético-deductivo, orientado a contrastar la hipótesis de que el clima laboral y el proceso de selección influyen significativamente en la rotación de personal.

La muestra estuvo compuesta por 151 colaboradores de PwC Perú que cumplían los criterios de inclusión. Como instrumento, se aplicó un cuestionario estructurado tipo Likert de 21 ítems, previamente validado por jueces expertos, el cual midió tres dimensiones del clima

laboral (comunicación organizacional, carga laboral y reconocimiento) y dos dimensiones del proceso de selección (tipos de reclutamiento y técnicas de selección). La variable dependiente, rotación de personal, fue evaluada mediante las dimensiones de satisfacción con los niveles de compensación y compromiso organizacional.

Los resultados del análisis estadístico revelaron correlaciones significativas entre la rotación de personal y el clima laboral: comunicación organizacional ($r = 0.376$), carga laboral ($r = 0.487$), reconocimiento ($r = 0.691$) y clima laboral global ($r = 0.686$). Asimismo, la rotación de personal mostró correlaciones con los procesos de selección: tipos de reclutamiento ($r = 0.439$), técnicas de selección ($r = 0.599$) y proceso total ($r = 0.609$). La correlación combinada entre el clima laboral y el proceso de selección con la rotación de personal alcanzó $r = 0.721$ ($p < 0.05$), lo que confirmó una relación significativa y positiva entre las variables. Por tanto, se aceptó la hipótesis alterna que sostiene que el clima laboral y los procesos de selección influyen directamente en la rotación de personal.

El estudio concluyó que un clima laboral desfavorable y procesos de selección deficientes aumentan la rotación de personal, mientras que un entorno organizacional caracterizado por una comunicación efectiva, reconocimiento y adecuadas estrategias de reclutamiento favorece la retención del talento. De esta forma, la investigación evidenció que la gestión del clima interno y la selección del personal son determinantes críticos en la estabilidad de los equipos de trabajo.

Esta investigación guarda una relación directa con el presente estudio, ya que aborda la rotación de personal como variable dependiente y examina factores organizacionales de tipo cultural y perceptual, como el clima laboral y el reconocimiento, los cuales están íntimamente vinculados con la identidad organizacional. Los resultados sustentan la idea de que la forma en que los trabajadores perciben su entorno organizacional influye directamente en su compromiso, sentido de pertenencia y, por ende, en su intención de permanecer en la empresa.

Montoya (2024) desarrolló una investigación cuyo objetivo general fue determinar la relación entre el clima laboral y la rotación de personal en una empresa del sector financiero de la ciudad de Lima, durante el año 2023. El estudio buscó analizar cómo las condiciones del entorno organizacional inciden en la decisión de los colaboradores de permanecer o desvincularse de la institución.

La investigación se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, correlacional y de corte transversal, orientada a identificar la relación existente entre ambas variables sin manipulación de las mismas. El estudio aplicó el método hipotético-deductivo, que permitió contrastar las hipótesis planteadas mediante el análisis estadístico de correlación.

La población estuvo conformada por 112 colaboradores de la empresa del sector financiero, de los cuales se seleccionó una muestra de 74 trabajadores que cumplieran con los criterios de inclusión establecidos. Se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado tipo Likert, aplicado de manera presencial y validado por expertos, con el propósito de medir las dimensiones del clima laboral (como comunicación, reconocimiento y liderazgo) y de la rotación de personal (intención de permanencia, satisfacción y compromiso).

Los resultados mostraron que existe una correlación negativa de intensidad media entre el clima laboral y la rotación de personal, con un coeficiente de correlación de -0.443, lo que indica que a medida que mejora el clima laboral, la rotación del personal tiende a disminuir. En consecuencia, se concluyó que un entorno organizacional positivo y satisfactorio reduce de manera significativa la probabilidad de que los empleados abandonen la empresa, resaltando la relevancia de mantener un clima laboral saludable y motivador.

El estudio subraya que el clima laboral es un factor determinante en la retención del talento humano, ya que influye directamente en la satisfacción, compromiso y lealtad de los

trabajadores. Las organizaciones que promueven ambientes laborales favorables no solo reducen la rotación, sino que también fortalecen su cultura y estabilidad interna.

Esta investigación resulta sumamente relevante pues aborda la rotación laboral como variable dependiente y la vincula con un factor organizacional clave —el clima laboral— que guarda estrecha relación con la identidad organizacional. Ambos conceptos comparten elementos como el sentido de pertenencia, la cohesión interna y la percepción del entorno laboral, los cuales inciden directamente en la decisión de los trabajadores de permanecer o no en una organización.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

H.G.: Dado que, la identidad organizacional se refiere a los valores, creencias y propósitos que definen a una empresa. Es probable que, pueda existir una relación significativa entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.

1.6.2 Hipótesis específicas

- H.E.1: Existe una relación significativa entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.
- H.E.2: Existe una relación significativa entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.
- H.E.3: Existe una relación significativa entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE. Perú, 2025.



CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

1.1 Técnicas

La técnica seleccionada será la encuesta; en consecuencia, el instrumento correspondiente es el cuestionario.

1.2 Estructuras de los Instrumentos

El instrumento utilizado es el cuestionario, el cual se detalla a continuación:

- Para la “identidad organizacional” se utiliza el cuestionario desarrollado por Orellana et al. (2023), el cual indica que esta variable tiene tres dimensiones: Identidad personal (10 ítems), identidad social (10 ítems) e identidad corporativa (10 ítems). La escala es de tipo Likert de 5 puntos: 1= Falso, 2=: Algo falso, 3= Ni Falso ni Cierto, 4= Algo cierto, 5= Cierto.
- Para la “Intención de rotación laboral” se emplea el cuestionario proporcionado por Villar et al. (2024), en donde se establecen dos dimensiones: Búsqueda de empleo activa (6 ítems) y exploración de nuevas oportunidades (4 ítems). La escala de medición es Likert de 5 puntos: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo.

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1 Ámbito

La investigación se desarrollará en la Unidad Minera Las Bambas, es una de las minas de cobre más importantes del Perú, ubicada entre los distritos de Challhuahuacho, Tambobamba y Coyllurqui (provincia de Cotabambas), y el distrito de Progreso (provincia de Grau), en la Región Apurímac.

2.2 Temporalidad

Se desarrolla en un periodo de cuatro meses, desde noviembre de 2025 hasta febrero de 2026.

2.3 Unidades de Estudio

2.3.1 Población

La población de estudio está conformada por un total de 580 trabajadores de la empresa, de ellos, 360 corresponden a mano de obra directa vinculada a actividades de construcción civil. Los 220 trabajadores restantes constituyen la mano de obra indirecta, integrada por personal staff y administrativo, en conjunto, estas 580 personas representan la población total de la fuerza laboral considerada para la investigación.

2.3.2 Muestra

La muestra se seleccionará mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple, pues, según Hernández et al. (2014), este método garantiza que todos los integrantes de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos, lo que fortalece la representatividad y reduce el sesgo en los resultados.

Dado que la población total es finita ($N = 580$), corresponde aplicar la fórmula para poblaciones finitas, la cual permite ajustar el tamaño muestral considerando el tamaño real del universo y evitando inflar innecesariamente la muestra.

En consecuencia, el cálculo se realizará usando la expresión:

$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$		N.C. =	95%
		Z =	1.96
		e =	5%
		p =	0.5
		q =	0.5
		N =	580
n =	231		

Donde:

NC: Nivel de confianza

Z: Parámetro

e: Error

p: Probabilidad de acierto

q: Probabilidad de desacierto

N: Población

Por lo tanto, la muestra estará conformado por 231 personas.

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La información se recopilará mediante una encuesta elaborada en Google Forms. Una vez aplicada, las respuestas serán exportadas a Microsoft Excel para su registro y organización. Posteriormente, se efectuará un análisis estadístico con el software SPSS versión 26. En una primera etapa, se elaborarán gráficos descriptivos y tablas de frecuencia; posteriormente, se realizará un análisis inferencial con el propósito de determinar la relación existente entre ambas variables. Este análisis incluirá el cálculo del coeficiente de correlación de Spearman o de Pearson, según corresponda al nivel de normalidad de la distribución de la muestra.



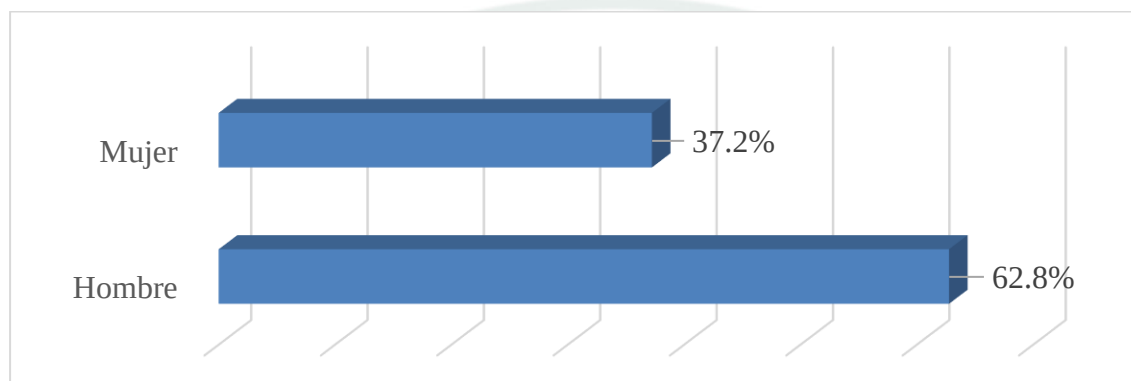
CAPÍTULO III RESULTADOS

1.1 Análisis de los resultados descriptivos

1.1.1 Datos de control

Figura 1

Sexo

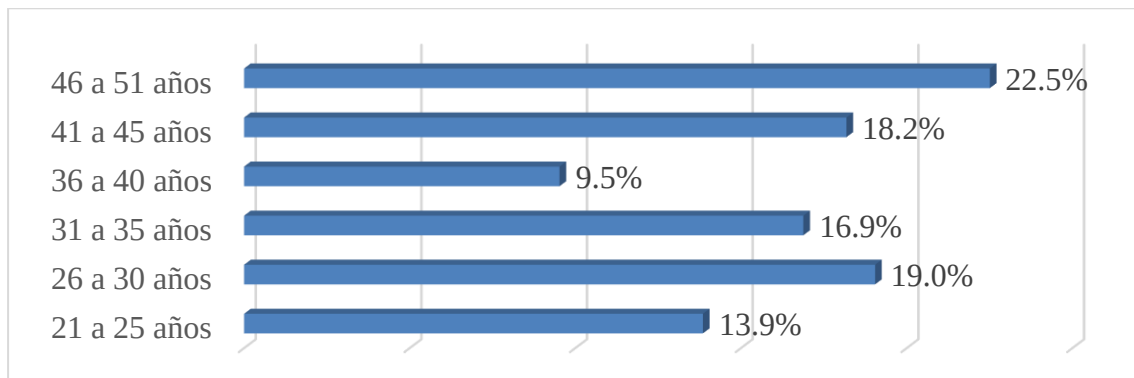


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Los resultados muestran que el 62.8% de los encuestados corresponde al sexo masculino, seguido del 37.2% que pertenece al sexo femenino, completando el 100% de la muestra analizada. Esta distribución evidencia una mayor presencia de hombres en la organización, lo cual es consistente con la naturaleza del sector construcción e infraestructura, caracterizado por una alta participación masculina. No obstante, la proporción de mujeres resulta significativa y permite incorporar distintas percepciones dentro del entorno laboral. La composición por sexo constituye un elemento contextual relevante para el análisis de las variables de estudio. En este sentido, el sexo puede influir en la forma en que los colaboradores construyen su identidad organizacional. Asimismo, esta variable aporta información clave para interpretar la intención de rotación laboral.

Figura 2

Edad

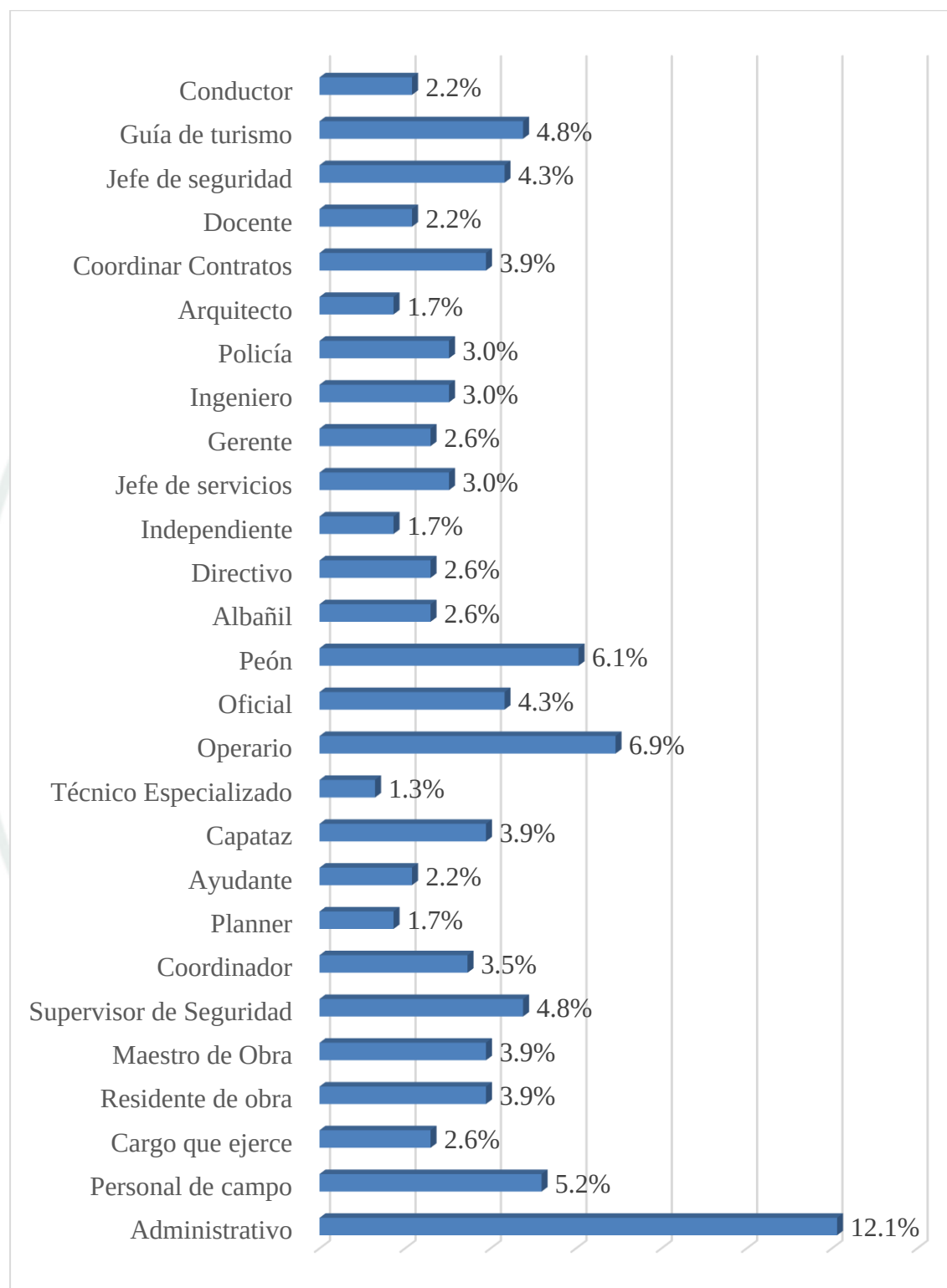


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

En cuanto a la edad, los grupos con mayor representación corresponden a los colaboradores de 46 a 51 años (22.5%), seguidos por los de 26 a 30 años (19.0%) y los de 41 a 45 años (18.2%). Esta distribución indica que la empresa cuenta principalmente con una fuerza laboral adulta y en etapa productiva madura. La presencia de trabajadores jóvenes también es relevante, lo que evidencia una combinación de experiencia y renovación generacional. La edad influye en las expectativas laborales, la estabilidad y la proyección profesional de los colaboradores. Los trabajadores de mayor edad suelen priorizar la seguridad laboral y la permanencia organizacional. Por su parte, los trabajadores más jóvenes pueden mostrar mayor disposición a explorar nuevas oportunidades laborales.

Figura 3

Categoría ocupacional

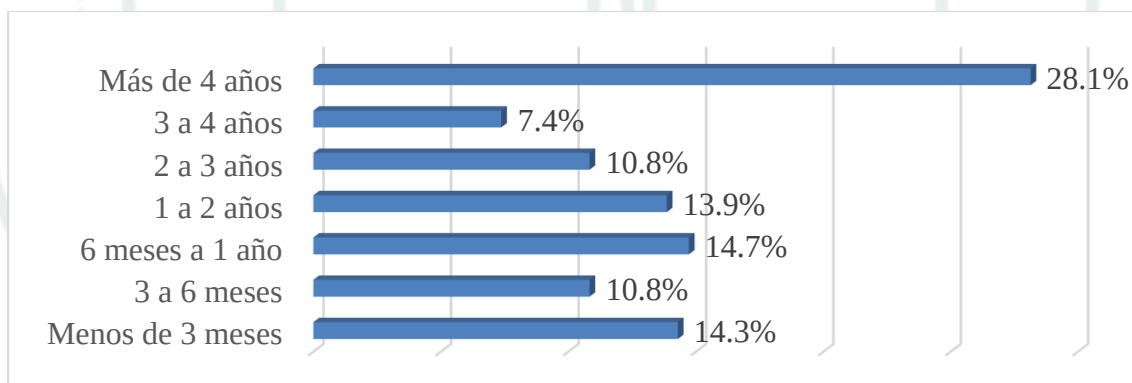


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

En relación con la categoría ocupacional, los porcentajes más representativos corresponden a cargos operativos y técnicos, destacando operarios (6.9%), peones (6.1%) y personal administrativo (12.1%), seguidos por otros puestos de campo y supervisión con participaciones similares. Esta distribución evidencia una muestra heterogénea, compuesta mayoritariamente por colaboradores vinculados a actividades operativas propias del trabajo de campo. Asimismo, se identifican cargos administrativos, de coordinación y gestión, aunque en menor proporción. Esta diversidad ocupacional implica distintos niveles de responsabilidad, estabilidad laboral y condiciones de trabajo. Dichas diferencias pueden influir en la percepción del vínculo con la organización. En consecuencia, la categoría ocupacional se constituye como un factor relevante para comprender la identidad organizacional y la intención de rotación laboral.

Figura 4

Antigüedad laboral



Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

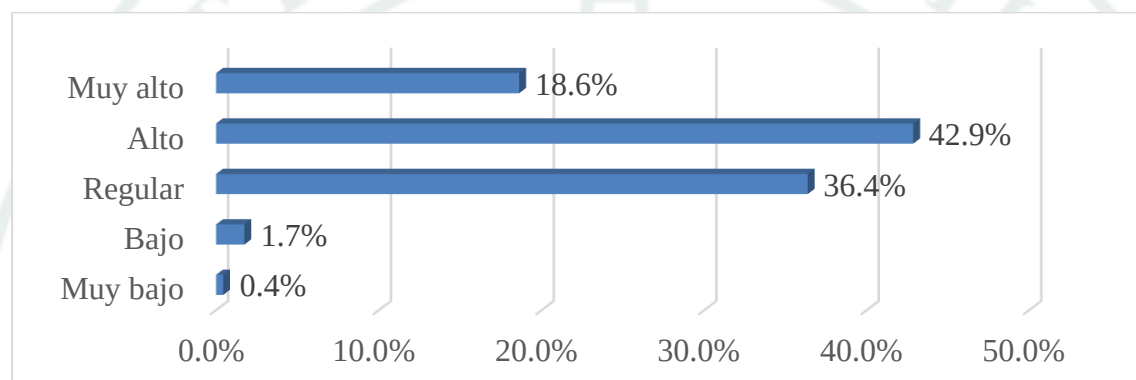
Respecto a la antigüedad laboral, los mayores porcentajes se concentran en los colaboradores con más de cuatro años de permanencia (28.1%), seguidos por quienes tienen entre seis meses y un año (14.7%) y aquellos con menos de tres meses de antigüedad (14.3%). Estos resultados evidencian la coexistencia de trabajadores con amplia experiencia y colaboradores recientemente incorporados. La presencia de personal con larga permanencia sugiere procesos de retención efectivos en determinados segmentos de la organización. Sin

embargo, la proporción de trabajadores con corta antigüedad refleja una dinámica de rotación constante. La antigüedad laboral influye en el desarrollo del sentido de pertenencia y la identificación con la empresa. En este contexto, los colaboradores con mayor permanencia tienden a presentar una identidad organizacional más sólida y menor intención de rotación.

1.1.2 Por niveles

Figura 5

Identidad personal

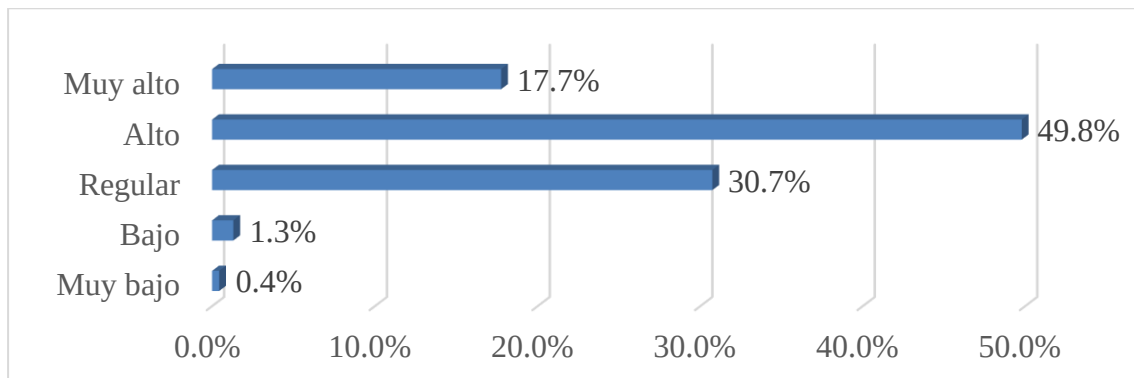


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Los resultados evidencian que el 43% de los colaboradores presenta un nivel alto de identidad personal, seguido del 36% que alcanza un nivel regular y del 19% que se ubica en un nivel muy alto. Estos resultados indican que la mayoría de los trabajadores manifiesta una valoración positiva de su experiencia individual dentro de la empresa. Los ítems asociados a esta dimensión evalúan aspectos como el orgullo por pertenecer al equipo, la satisfacción con el puesto de trabajo, la percepción de prestigio personal y la importancia de la labor desempeñada. La concentración de niveles altos sugiere que los colaboradores reconocen su rol como significativo y alineado con sus expectativas personales. Asimismo, la baja presencia de niveles bajos refleja una adecuada integración individual con la organización. En conjunto, estos resultados evidencian una identidad personal mayoritariamente fortalecida.

Figura 6

Identidad social

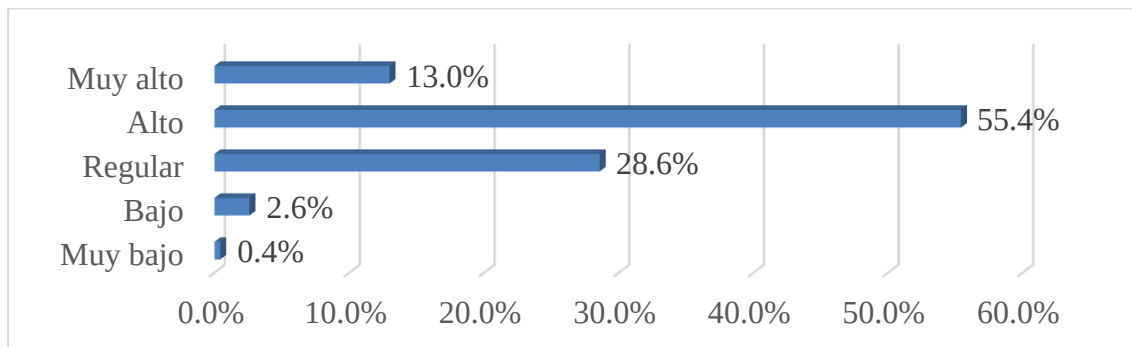


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

En la dimensión identidad social, el 50% de los encuestados presenta un nivel alto, seguido del 31% con nivel regular y del 18% con nivel muy alto. Esta distribución revela una percepción favorable respecto a las relaciones interpersonales y el sentido de pertenencia grupal dentro de la organización. Los ítems que conforman esta dimensión están orientados a evaluar la cooperación entre colegas, el cumplimiento de compromisos, la identificación con los valores organizacionales y la participación en actividades grupales. El predominio de niveles altos sugiere que los trabajadores perciben un entorno laboral colaborativo y socialmente integrador. La presencia moderada de niveles regulares indica que aún existen espacios de mejora en la cohesión grupal, no obstante, los resultados reflejan una identidad social mayormente consolidada.

Figura 7

Identidad corporativa

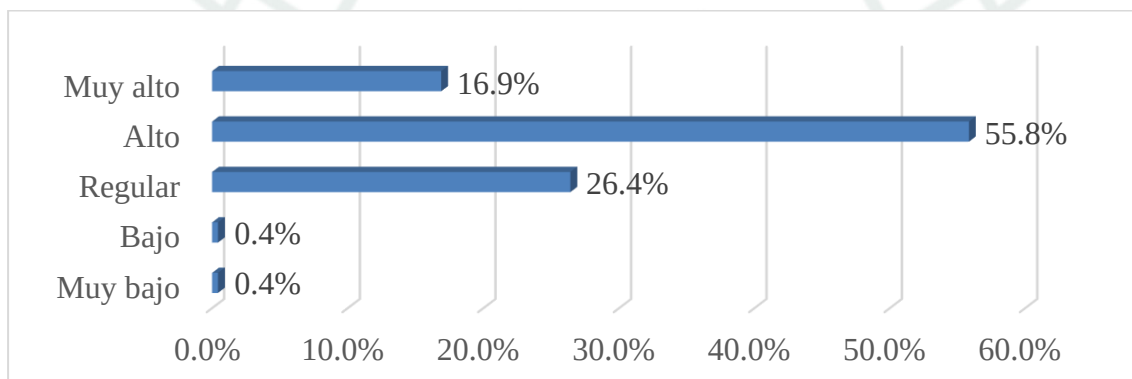


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Respecto a la identidad corporativa, el 55% de los colaboradores alcanza un nivel alto, seguido del 29% con nivel regular y del 13% con nivel muy alto. Estos resultados evidencian una percepción positiva de la empresa como institución y de su imagen tanto interna como externa. Los ítems de esta dimensión evalúan el conocimiento de la historia y reglamentos de la empresa, el orgullo de pertenencia, la percepción de justicia en los incentivos y la valoración del prestigio organizacional. La alta concentración en niveles elevados sugiere que los trabajadores reconocen a la empresa como una organización sólida y valorada en su sector. Sin embargo, la presencia de un grupo con nivel regular indica oportunidades para reforzar la comunicación institucional, en general, la identidad corporativa se encuentra bien posicionada entre los colaboradores.

Figura 8

Identidad organizacional

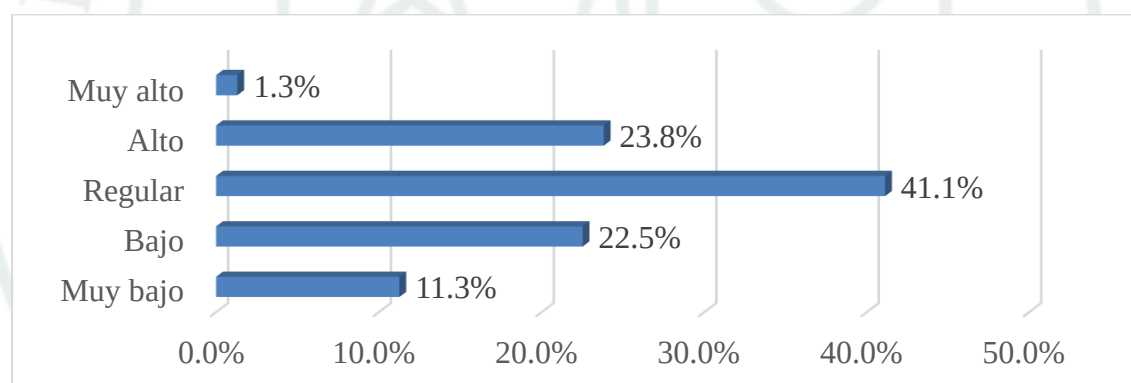


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

De manera global, la identidad organizacional presenta un nivel alto en el 56% de los encuestados, seguido del 26% con nivel regular y del 17% con nivel muy alto. Estos resultados reflejan una integración favorable de las dimensiones personal, social y corporativa en la percepción de los colaboradores. La identidad organizacional, medida a partir de los ítems que evalúan pertenencia, compromiso, orgullo institucional y alineación con los valores empresariales, muestra una tendencia predominantemente positiva. El predominio del nivel alto indica que los trabajadores se identifican con la empresa tanto a nivel individual como colectivo. La proporción de nivel regular sugiere la existencia de grupos que aún no consolidan plenamente su vínculo organizacional, en conjunto, los resultados evidencian una identidad organizacional fortalecida en la mayoría de los colaboradores.

Figura 9

Búsqueda de empleo activa



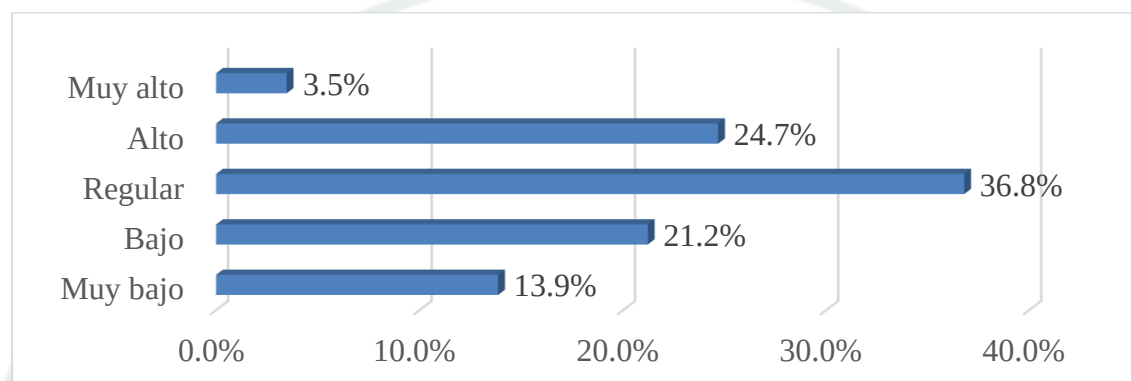
Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

En la dimensión búsqueda de empleo activa, el 41% de los colaboradores presenta un nivel regular, seguido del 24% con nivel alto y del 23% con nivel bajo. Esta distribución indica que una proporción considerable de trabajadores mantiene una postura ambivalente frente a la posibilidad de abandonar la empresa. Los ítems que integran esta dimensión evalúan la intención explícita de dejar el empleo, la búsqueda activa de otro trabajo y la planificación de una salida laboral. El predominio del nivel regular sugiere que, aunque no existe una intención inmediata de renuncia, sí se presentan pensamientos recurrentes sobre alternativas laborales.

Los niveles altos reflejan la presencia de un grupo que ya manifiesta conductas concretas de búsqueda.

Figura 10

Exploración de nuevas oportunidades

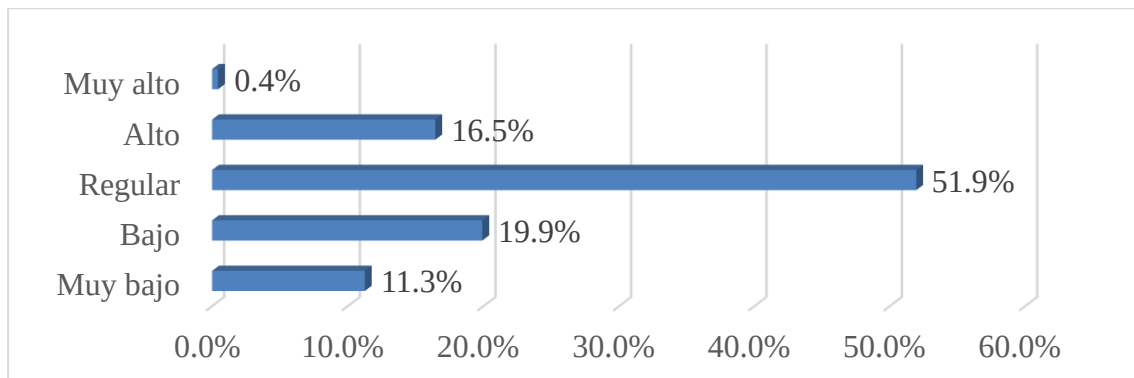


Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

En cuanto a la exploración de nuevas oportunidades, el 37% de los encuestados presenta un nivel regular, seguido del 25% con nivel alto y del 21% con nivel bajo. Estos resultados indican que una parte importante de los colaboradores reflexiona sobre alternativas laborales externas sin haber iniciado necesariamente acciones concretas. Los ítems de esta dimensión miden la frecuencia con la que los trabajadores piensan en cambiar de empleo o de línea de trabajo. El predominio del nivel regular sugiere una fase cognitiva de evaluación y comparación laboral. La presencia de niveles altos evidencia interés activo por mejores oportunidades, en general, la exploración de nuevas oportunidades se presenta como un indicador temprano de intención de rotación.

Figura 11

Intención de rotación laboral



Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

De forma global, la intención de rotación laboral muestra que el 52% de los colaboradores se ubica en un nivel regular, seguido del 20% en nivel bajo y del 16% en nivel alto. Esta distribución refleja que la mayoría de los trabajadores no manifiesta una intención firme de abandonar la empresa, pero sí mantiene una predisposición moderada al cambio. La variable, compuesta por los ítems de búsqueda de empleo activa y exploración de nuevas oportunidades, evidencia una intención de rotación contenida. Los niveles regulares indican una percepción laboral susceptible a factores organizacionales. La menor proporción en niveles altos sugiere que la salida inmediata no es predominante, en conjunto, los resultados muestran una intención de rotación laboral moderada en la organización.

1.1.3 Por ítems

Tabla 3

Ítems de Identidad organizacional

	Falso		Algo falso		Ni falso ni cierto		Algo cierto		Cierto	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
[Considero que la mayoría de los trabajadores se sienten ligados emocionalmente con la empresa.]	2	0.9%	44	19.0%	55	23.8%	58	25.1%	72	31.2%
[Estoy en este puesto de trabajo porque encontré una buena oportunidad en esta empresa.]	2	0.9%	49	21.2%	53	22.9%	48	20.8%	79	34.2%
[Mi interés por la labor que desempeño en la empresa proviene desde antes de ingresar a trabajar aquí.]	2	0.9%	46	19.9%	55	23.8%	52	22.5%	76	32.9%
[Mi labor en la empresa es importante, por lo que me complace permanecer mucho tiempo en mi trabajo.]	1	0.4%	47	20.3%	47	20.3%	59	25.5%	77	33.3%
[Permanecer en la empresa es una cuestión de prestigio y satisfacción personal.]	1	0.4%	51	22.1%	54	23.4%	57	24.7%	68	29.4%
[Los trabajadores en la empresa poseen elevadas cualidades personales.]	2	0.9%	40	17.3%	60	26.0%	63	27.3%	66	28.6%
[Estoy contento con el puesto de trabajo que tengo.]	2	0.9%	51	22.1%	54	23.4%	47	20.3%	77	33.3%
[Me siento satisfecho con la condición laboral que tengo.]	2	0.9%	36	15.6%	56	24.2%	55	23.8%	82	35.5%
[Estoy orgulloso de ser parte de mi equipo de trabajo.]	1	0.4%	45	19.5%	59	25.5%	46	19.9%	80	34.6%
[El ingresar a trabajar en la empresa mejoró mi prestigio y estatus social.]	1	0.4%	35	15.2%	55	23.8%	70	30.3%	70	30.3%
[En esta empresa existen oportunidades reales de ascenso y promoción laboral.]	3	1.3%	47	20.3%	60	26.0%	60	26.0%	61	26.4%
[En mi lugar de trabajo ayudamos al trabajador que no sabe, sin esperar recompensa alguna.]	1	0.4%	40	17.3%	50	21.6%	47	20.3%	93	40.3%
[Creo que poseo los valores que la empresa exige a sus trabajadores.]	2	0.9%	35	15.2%	61	26.4%	49	21.2%	84	36.4%
[Estando con los colegas de trabajo logro liberarme de las cosas que no me gustan de mí.]	4	1.7%	58	25.1%	50	21.6%	59	25.5%	60	26.0%
[En el trabajo cumplo los compromisos que establezco con mis colegas.]	1	0.4%	43	18.6%	45	19.5%	60	26.0%	82	35.5%
[En el área donde trabajo establezco relaciones de cooperación con mis colegas.]	1	0.4%	47	20.3%	42	18.2%	58	25.1%	83	35.9%
[Me gusta mostrarme tal como soy en mi centro de trabajo.]	1	0.4%	45	19.5%	53	22.9%	44	19.0%	88	38.1%
[Asisto a reuniones no oficiales que organiza mi grupo de trabajo.]	2	0.9%	32	13.9%	59	25.5%	67	29.0%	71	30.7%
[No me arrepiento de haber ingresado a trabajar en esta empresa.]	1	0.4%	33	14.3%	48	20.8%	57	24.7%	92	39.8%
[Aquí, en la mayoría de los casos, se logra un mejor puesto de trabajo por capacidad y mérito.]	2	0.9%	43	18.6%	44	19.0%	76	32.9%	66	28.6%
[Desde hace un buen tiempo estoy dedicado a conocer la historia, plan estratégico y reglamentos de esta empresa.]	3	1.3%	40	17.3%	44	19.0%	70	30.3%	74	32.0%
[En la población existe una buena opinión sobre la empresa.]	1	0.4%	44	19.0%	46	19.9%	53	22.9%	87	37.7%

	Falso		Algo falso		Ni falso ni cierto		Algo cierto		Cierto	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
[Los incentivos económicos se otorgan de manera justa a todos los trabajadores que los merecen.]	1	0.4%	41	17.7%	58	25.1%	56	24.2%	75	32.5%
[Estoy orgulloso de contarle a otros que soy miembro de esta empresa.]	2	0.9%	34	14.7%	61	26.4%	55	23.8%	79	34.2%
[Me preocupa cómo sería la vida de los trabajadores si no estuvieran en la empresa.]	5	2.2%	48	20.8%	65	28.1%	52	22.5%	61	26.4%
[Incomoda que el público haga comentarios desfavorables de esta empresa.]	3	1.3%	57	24.7%	48	20.8%	61	26.4%	62	26.8%
[A la comunidad le importa el destino de la empresa.]	2	0.9%	51	22.1%	58	25.1%	57	24.7%	63	27.3%
[Me agrada participar en las ceremonias protocolares que organiza la empresa.]	3	1.3%	46	19.9%	52	22.5%	55	23.8%	75	32.5%
[Aquí, en la mayoría de los casos, se logra el reconocimiento por mérito y compromiso.]	2	0.9%	48	20.8%	46	19.9%	59	25.5%	76	32.9%
[La empresa es considerada como una de las mejores en su sector.]	1	0.4%	41	17.7%	56	24.2%	54	23.4%	79	34.2%

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

- Ítem: “Me preocupa cómo sería la vida de los trabajadores si no estuvieran en la empresa.”

El 2.2% de los encuestados indicó la opción Falso, lo que representa una proporción mínima dentro de la muestra. Este resultado sugiere que solo un reducido grupo de colaboradores no percibe una preocupación por el bienestar de los trabajadores fuera del contexto organizacional. La baja frecuencia de esta respuesta evidencia que, en general, los colaboradores tienden a reconocer el impacto social y laboral que la empresa tiene en la vida de sus trabajadores. Asimismo, este hallazgo refuerza la existencia de una percepción favorable respecto al rol de la empresa como fuente de estabilidad y sustento. En términos de identidad corporativa, la baja presencia de respuestas negativas indica una valoración positiva del vínculo organización-trabajador, por tanto, este ítem refleja un nivel adecuado de sensibilidad organizacional entre los colaboradores.

- Ítem: “Estando con los colegas de trabajo logro liberarme de las cosas que no me gustan de mí.”

El 25.1% de los encuestados manifestó estar Algo falso respecto a esta afirmación, lo que indica que una cuarta parte de los colaboradores no percibe plenamente al entorno laboral como un espacio de liberación emocional. Este resultado sugiere que, para un grupo significativo, las relaciones laborales no siempre cumplen una función de apoyo emocional o expresión personal. Sin embargo, la respuesta no es totalmente negativa, lo que evidencia una percepción intermedia más que un rechazo absoluto. Este hallazgo puede estar asociado a diferencias en estilos de interacción, clima laboral o características individuales. Desde la identidad social, el resultado indica oportunidades de mejora en la cohesión emocional del

grupo, en consecuencia, el ítem revela una experiencia social moderadamente limitada para algunos colaboradores.

- Ítem: “Estoy orgulloso de contarle a otros que soy miembro de esta empresa.”

El 28.1% de los encuestados seleccionó la opción Ni falso ni cierto, lo que refleja una postura neutral frente al orgullo de pertenencia institucional. Este resultado indica que una proporción relevante de colaboradores no manifiesta ni rechazo ni afirmación clara respecto a su identificación pública con la empresa. Esta neutralidad puede estar asociada a percepciones mixtas sobre la imagen corporativa o experiencias laborales diversas. Asimismo, sugiere que el orgullo organizacional no está completamente consolidado en este grupo. Desde la identidad corporativa, este hallazgo evidencia un nivel intermedio de identificación simbólica con la organización, por tanto, el resultado señala la necesidad de fortalecer estrategias que refuercen el orgullo de pertenencia.

- Ítem: “Aquí, en la mayoría de los casos, se logra un mejor puesto de trabajo por capacidad y mérito.”

El 32.9% de los colaboradores indicó la opción Algo cierto, lo que sugiere una percepción moderadamente positiva respecto a la meritocracia dentro de la organización. Este resultado evidencia que una parte importante de los trabajadores reconoce la existencia de oportunidades de ascenso basadas en el desempeño y las capacidades individuales. No obstante, la respuesta intermedia indica que dicha percepción no es plenamente contundente. Esto podría reflejar experiencias desiguales o expectativas no totalmente satisfechas en los procesos de promoción. Desde la identidad social y corporativa, el ítem muestra una confianza parcial en los mecanismos de reconocimiento, en consecuencia, el resultado sugiere la necesidad de fortalecer la transparencia y comunicación de los criterios de promoción.

- Ítem: “En mi lugar de trabajo ayudamos al trabajador que no sabe, sin esperar recompensa alguna.”

El 40.3% de los encuestados manifestó que esta afirmación es Cierta, lo que representa el porcentaje más alto entre las categorías de respuesta. Este resultado evidencia una percepción sólida de cooperación y apoyo desinteresado entre los colaboradores. La alta frecuencia de esta respuesta refleja la existencia de relaciones laborales basadas en la solidaridad y el trabajo colaborativo. Desde la identidad social, este hallazgo indica un entorno favorable para el aprendizaje colectivo y la integración grupal. Asimismo, fortalece el sentido de pertenencia y cohesión dentro de los equipos de trabajo, en consecuencia, este ítem confirma un componente positivo y consolidado de la identidad social en la organización.

Tabla 4*Ítems de Intención de rotación laboral*

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
[Tan pronto como pueda encontrar un trabajo mejor, dejaré esta empresa]	44	19.0%	64	27.7%	49	21.2%	40	17.3%	34	14.7%
[Probablemente buscaré un nuevo trabajo en algún momento del próximo año]	41	17.7%	42	18.2%	64	27.7%	46	19.9%	38	16.5%
[Tengo la intención de dejar mi trabajo actual]	58	25.1%	48	20.8%	46	19.9%	39	16.9%	40	17.3%
[Estoy pensando seriamente en dejar mi trabajo]	67	29.0%	45	19.5%	44	19.0%	37	16.0%	38	16.5%
[He buscado un nuevo trabajo]	60	26.0%	43	18.6%	50	21.6%	35	15.2%	43	18.6%
[Estoy buscando activamente un trabajo fuera de esta empresa]	62	26.8%	39	16.9%	40	17.3%	47	20.3%	43	18.6%
[A menudo pienso en un trabajo alternativo]	46	19.9%	55	23.8%	48	20.8%	39	16.9%	43	18.6%
[A menudo pienso en una línea de trabajo alternativa (una actividad diferente a mi línea de trabajo actual)]	55	23.8%	34	14.7%	55	23.8%	49	21.2%	38	16.5%
[Busco constantemente un trabajo mejor]	58	25.1%	44	19.0%	51	22.1%	40	17.3%	38	16.5%
[A menudo pienso en dejar mi trabajo actual]	60	26.0%	53	22.9%	43	18.6%	39	16.9%	36	15.6%

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

- Ítem: “Estoy pensando seriamente en dejar mi trabajo.”

El 29% de los encuestados manifestó estar totalmente en desacuerdo con esta afirmación, lo que indica que una proporción importante de los colaboradores no contempla de manera firme la posibilidad de abandonar su empleo actual. Este resultado sugiere un nivel significativo de estabilidad laboral percibida y compromiso con la organización. La negación contundente de la intención de salida refleja que, para este grupo, la permanencia en la empresa continúa siendo una opción viable. Asimismo, este hallazgo evidencia que la intención de rotación no se encuentra generalizada. Desde la perspectiva de la intención de rotación laboral, el resultado indica una baja predisposición inmediata al abandono del puesto, en consecuencia, este ítem revela una resistencia inicial frente a la idea de renuncia.

- Ítem: “Tan pronto como pueda encontrar un trabajo mejor, dejaré esta empresa.”

El 27.7% de los colaboradores indicó estar en desacuerdo con esta afirmación, lo que sugiere que una parte relevante de los trabajadores no condiciona su permanencia a la existencia inmediata de mejores oportunidades externas. Este resultado evidencia una valoración relativamente positiva del empleo actual frente a posibles alternativas laborales. La respuesta refleja una disposición a permanecer en la organización aun cuando existan opciones externas potencialmente atractivas. Sin embargo, el desacuerdo no es absoluto, lo que indica que esta postura podría ser susceptible a cambios contextuales. Desde la búsqueda de empleo activa, el resultado muestra una inclinación moderada hacia la estabilidad, en conjunto, este ítem refleja una intención de rotación contenida.

- Ítem: “Probablemente buscaré un nuevo trabajo en algún momento del próximo año.”

El 27.7% de los encuestados seleccionó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que evidencia una postura ambivalente frente a la búsqueda futura de empleo. Este resultado indica que una proporción significativa de colaboradores no ha tomado una decisión clara respecto a su permanencia o salida de la empresa. La neutralidad refleja un proceso cognitivo de evaluación más que una intención definida. Este hallazgo sugiere que la intención de rotación se encuentra en una fase latente o exploratoria. Desde la perspectiva temporal, el resultado muestra incertidumbre sobre el futuro laboral, en consecuencia, este ítem evidencia una intención de rotación potencial, pero no inmediata.

- Ítem: “A menudo pienso en una línea de trabajo alternativa (una actividad diferente a mi línea de trabajo actual).”

El 21.2% de los colaboradores indicó estar de acuerdo con esta afirmación, lo que evidencia que una parte relevante de la muestra reflexiona activamente sobre cambiar de línea de trabajo. Este resultado sugiere una exploración cognitiva de alternativas profesionales más que una decisión concreta de salida. La reflexión sobre otras líneas laborales puede estar asociada a expectativas de desarrollo, insatisfacción parcial o búsqueda de nuevos retos. Desde la dimensión exploración de nuevas oportunidades, el ítem refleja una apertura moderada al cambio. No obstante, la respuesta no implica necesariamente una intención inmediata de rotación, en conjunto, este resultado indica una disposición exploratoria frente al desarrollo profesional.

- Ítem: “He buscado un nuevo trabajo.”

El 18.6% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que evidencia que casi una quinta parte de los colaboradores ha realizado acciones concretas orientadas a encontrar otro empleo. Este resultado refleja una intención de rotación activa en un segmento específico de la muestra. La búsqueda efectiva de empleo indica que, para este grupo, la posibilidad de salida es real y avanzada. Desde la dimensión búsqueda de empleo activa, este hallazgo representa el nivel más elevado de predisposición al cambio laboral. No obstante, al no ser un porcentaje mayoritario, se infiere que esta conducta no es generalizada, en consecuencia, el ítem evidencia la existencia de un grupo crítico con alta probabilidad de rotación.

1.2 Análisis de los resultados inferenciales

1.2.1 Prueba de normalidad

Tabla 5
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov^a

	Estadístico	gl	Sig.
Identidad personal	0.108	231	0.000
Identidad social	0.114	231	0.000
Identidad corporativa	0.112	231	0.000
Identidad organizacional	0.175	231	0.000
Búsqueda de empleo activa	0.084	231	0.000
Exploración de nuevas oportunidades	0.111	231	0.000
Intención de rotación laboral	0.123	231	0.000

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Para la evaluación de la normalidad de los datos se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, considerando que el tamaño muestral es mayor a 50 observaciones. En este análisis se revisaron los valores de significancia obtenidos para ambas variables, los cuales resultaron inferiores al nivel crítico de 0.05. Este resultado indica el rechazo del supuesto de normalidad de la distribución de los datos. En consecuencia, se optó por el uso de estadística inferencial no

paramétrica, empleándose el coeficiente de correlación de Spearman para el análisis de la relación entre las variables de estudio.

1.2.2 Contrastación de hipótesis

1.2.2.1 Correlación general

Tabla 6

Correlación general entre Identidad organizacional - Intención de rotación laboral

			Identidad organizacional	Intención de rotación laboral
Rho de Spearman	Identidad organizacional	Coeficiente de correlación	1.000	-0.304
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	231	231
	Intención de rotación laboral	Coeficiente de correlación	-.304**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	231	231

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Relación entre identidad organizacional e intención de rotación laboral

Los resultados evidencian la existencia de una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral ($r = -0.304$; $p = 0.000$). Este resultado indica que, a medida que se fortalece la identidad organizacional de los colaboradores, tiende a disminuir su intención de abandonar la empresa. La significancia estadística confirma que la relación observada no se debe al azar. No obstante, la baja intensidad de la correlación sugiere que la identidad organizacional no actúa de manera aislada sobre la intención de rotación, sino que coexiste con otros factores organizacionales y personales. En este sentido, aunque la identidad organizacional cumple un rol protector, su influencia es limitada. Por tanto, el fortalecimiento de la identidad organizacional contribuye a reducir la intención de rotación laboral, aunque no de forma determinante.

1.2.2.2 Correlaciones específicas

Tabla 7

Correlación específica entre Identidad personal - Intención de rotación laboral

			Identidad personal	Intención de rotación laboral
Rho de Spearman	Identidad personal	Coeficiente de correlación	1.000	-.287**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	231	231
	Intención de rotación laboral	Coeficiente de correlación	-.287**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	231	231

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

El análisis revela una relación significativa, inversa y débil entre la identidad personal y la intención de rotación laboral ($r = -0.287$; $p = 0.000$). Este resultado sugiere que los colaboradores que presentan una mayor satisfacción personal, orgullo por su rol y valoración de su experiencia laboral tienden a mostrar menor intención de abandonar la organización. La significancia estadística indica que esta relación es consistente dentro de la muestra analizada. Sin embargo, la debilidad de la correlación evidencia que la identidad personal, por sí sola, no explica de manera contundente la decisión de rotar. Esto implica que otros elementos, como condiciones laborales o expectativas externas, también influyen en la intención de salida. En consecuencia, una identidad personal fortalecida reduce la intención de rotación, aunque su efecto es moderado.

Tabla 8*Correlación específica entre Identidad social - Intención de rotación laboral*

			Identidad social	Intención de rotación laboral
Rho de Spearman	Identidad social	Coeficiente de correlación	1.000	-.300**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	231	231
	Intención de rotación laboral	Coeficiente de correlación	-.300**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	231	231

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

Los resultados muestran una relación significativa, inversa y de baja intensidad entre la identidad social y la intención de rotación laboral ($r = -0.300$; $p = 0.000$). Este hallazgo indica que una mayor identificación con los grupos de trabajo, relaciones colaborativas y sentido de pertenencia social se asocia con una menor predisposición a abandonar la empresa. La significancia estadística confirma la validez del resultado dentro del contexto estudiado. No obstante, la intensidad débil de la correlación sugiere que, aunque la cohesión social influye en la permanencia, no constituye un factor exclusivo o determinante. Este resultado refleja que la identidad social actúa como un elemento amortiguador frente a la intención de rotación. Por tanto, fortalecer las relaciones interpersonales contribuye a disminuir la intención de salida, pero de manera limitada.

Tabla 9*Correlación específica entre Identidad corporativa - Intención de rotación laboral*

			Identidad corporativa	Intención de rotación laboral
Rho de Spearman	Identidad corporativa	Coeficiente de correlación	1.000	-.269**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	231	231
	Intención de rotación laboral	Coeficiente de correlación	-.269**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	231	231

Nota. Resultados extraídos del programa SPSS.

El análisis evidencia una relación significativa, inversa y débil entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral ($r = -0.269$; $p = 0.000$). Este resultado indica que una percepción positiva de la empresa, su imagen institucional y su prestigio se relaciona con una menor intención de abandonar la organización. La significancia estadística respalda la consistencia del hallazgo. Sin embargo, la baja magnitud del coeficiente sugiere que la identidad corporativa tiene una influencia parcial sobre la intención de rotación. Esto implica que, aunque la imagen institucional es relevante, no resulta suficiente para garantizar la permanencia del colaborador. En consecuencia, la identidad corporativa contribuye a reducir la intención de rotación laboral, pero su efecto es limitado y complementario a otros factores.

DISCUSIÓN

Los resultados alcanzados en la presente investigación evidencian la existencia de una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú ($r = -0.304$; $p = 0.000$). Este hallazgo indica que, a medida que se fortalece la identidad organizacional, disminuye la predisposición de los trabajadores a abandonar la empresa, confirmando el rol protector que cumple la identificación del colaborador con la organización, aunque con una influencia moderada. La significancia estadística obtenida respalda empíricamente la relación planteada en la hipótesis general, evidenciando que dicha asociación no es producto del azar, sino que responde a un patrón consistente en la muestra analizada.

En primer lugar, los resultados del presente estudio guardan coherencia con los hallazgos de Lazzari et al. (2022), quienes, en su investigación realizada en el contexto europeo, demostraron que factores organizacionales como la motivación, la estabilidad laboral y la relación empleador–empleado reducen significativamente la intención de rotación laboral. Si bien dicho estudio no analiza directamente la identidad organizacional como variable independiente, los constructos evaluados se encuentran estrechamente vinculados con esta, dado que una identidad organizacional sólida se construye precisamente a partir de relaciones laborales estables, confianza institucional y percepción de respaldo por parte de la organización. En este sentido, los resultados obtenidos en CWE Perú confirman que el fortalecimiento del vínculo organizacional contribuye a reducir la intención de salida del trabajador, aunque en un contexto distinto y con una intensidad menor, lo cual puede explicarse por las particularidades del sector construcción y las condiciones operativas del proyecto.

Asimismo, los hallazgos coinciden con lo reportado por Davaasuren et al. (2024), quienes evidenciaron una relación negativa y significativa entre el apoyo organizacional percibido y la intención de rotación laboral en empresas constructoras de Mongolia. Los autores concluyeron que cuando los trabajadores perciben justicia, reconocimiento y respaldo institucional, su predisposición a abandonar la organización disminuye de manera significativa. Este planteamiento se alinea con los resultados del presente estudio, ya que el apoyo organizacional percibido constituye un componente fundamental de la identidad organizacional. Sin embargo, mientras Davaasuren et al. (2024) reportan una relación de mayor magnitud, el coeficiente obtenido en CWE Perú es de intensidad débil, lo que sugiere que, además de la identidad organizacional, existen otros factores contextuales —como la exigencia laboral, la movilidad geográfica y la temporalidad de los contratos— que influyen en la intención de rotación en este tipo de organizaciones.

En el ámbito nacional, los resultados del presente estudio presentan diferencias relevantes respecto a los hallazgos de Guzmán y Lucas (2023), quienes no encontraron una relación significativa entre la identidad corporativa y la rotación de personal en ex trabajadores del sector minero. Esta discrepancia puede atribuirse a diferencias metodológicas y poblacionales, ya que dicho estudio se centró en ex colaboradores que ya habían concretado su salida, mientras que la presente investigación analiza la intención de rotación en trabajadores activos. No obstante, las autoras sí identificaron relaciones parciales entre dimensiones de la identidad y ciertos componentes de la rotación, lo cual coincide con el presente estudio al evidenciar que la identidad organizacional, aunque no determinante, sí incide de manera inversa en la intención de rotación laboral.

De igual manera, los resultados se encuentran en concordancia con el estudio de Nina (2025), quien identificó una relación significativa y negativa de intensidad moderada entre el

compromiso organizacional y la intención de rotación laboral en el sector financiero peruano. Si bien el compromiso organizacional y la identidad organizacional son constructos distintos, ambos comparten una base conceptual común relacionada con la identificación del trabajador con los valores, objetivos y propósito de la organización. En este sentido, los resultados de CWE Perú refuerzan la idea de que cuando los colaboradores desarrollan un vínculo psicológico positivo con la empresa, su disposición a abandonar el puesto disminuye, aunque la intensidad de dicha relación varía según el contexto organizacional y sectorial.

Por otro lado, los hallazgos también guardan relación con los estudios de Huaraz y Mallqui (2023) y Montoya (2024), quienes demostraron que factores organizacionales como el clima laboral, el reconocimiento y la comunicación influyen significativamente en la rotación de personal. Estos factores se encuentran estrechamente ligados a la construcción de la identidad organizacional, ya que un clima favorable y prácticas organizacionales justas fortalecen el sentido de pertenencia y la identificación institucional. En consecuencia, los resultados obtenidos en esta investigación confirman que la identidad organizacional actúa como un mecanismo amortiguador frente a la intención de rotación, aunque su efecto no es absoluto ni exclusivo.

En síntesis, los hallazgos del presente estudio confirman que existe una relación significativa e inversa entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral, lo cual coincide con la evidencia empírica internacional, nacional y local revisada. No obstante, la intensidad débil de la relación sugiere que la identidad organizacional, si bien es un factor relevante, no resulta suficiente por sí sola para explicar la intención de rotación laboral en contextos de alta exigencia operativa como el sector construcción. Por ello, se infiere que la retención del talento humano requiere una gestión integral que, además de fortalecer la

identidad organizacional, considere variables estructurales, laborales y personales que influyen en la decisión de permanencia de los colaboradores.



CONCLUSIONES

PRIMERA: De acuerdo con el objetivo general de establecer la relación entre la identidad organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú, se concluye que existe una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre ambas variables. Este resultado indica que, a medida que se fortalece la identidad organizacional de los colaboradores, su intención de abandonar la empresa tiende a disminuir. La significancia estadística obtenida confirma que dicha relación no es producto del azar, sino que responde a un patrón consistente dentro de la muestra analizada. Sin embargo, la baja intensidad de la correlación evidencia que la identidad organizacional no actúa como un factor determinante único, sino que su influencia es parcial.

SEGUNDA: En relación con el objetivo específico de determinar la relación entre la identidad personal y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú, se concluye que existe una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre ambas variables. Este resultado evidencia que los colaboradores que experimentan mayor satisfacción personal, orgullo por su rol y valoración de su experiencia laboral presentan una menor predisposición a abandonar la organización. La significancia estadística confirma la consistencia de esta relación dentro del contexto estudiado. No obstante, la debilidad del coeficiente de correlación indica que la identidad personal no explica de manera contundente la decisión de rotar.

TERCERA: Respecto al objetivo específico de establecer la relación entre la identidad social y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú, se concluye que existe una relación significativa, inversa y de baja intensidad entre ambas variables. Este hallazgo indica que una mayor identificación con los grupos de trabajo, relaciones interpersonales positivas y sentido de pertenencia social se asocia

con una menor intención de abandonar la empresa. La significancia estadística obtenida respalda la validez del resultado. Sin embargo, la baja magnitud de la correlación sugiere que la identidad social, si bien influye en la permanencia laboral, no constituye un factor determinante.

CUARTA: En atención al objetivo específico de precisar la relación entre la identidad corporativa y la intención de rotación laboral de los colaboradores de China International Water & Electric Corp – CWE Perú, se concluye que existe una relación significativa, inversa y de intensidad débil entre ambas variables. Este resultado evidencia que una percepción positiva de la imagen institucional, el prestigio y la reputación de la empresa se relaciona con una menor intención de abandonar la organización. La significancia estadística confirma la consistencia de dicha relación. Sin embargo, la baja intensidad del coeficiente de correlación indica que la identidad corporativa ejerce una influencia parcial sobre la intención de rotación laboral.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a la Gerencia General y al área de Gestión del Talento Humano de China International Water & Electric Corp – CWE Perú fortalecer de manera integral la identidad organizacional de los colaboradores. Para ello, se sugiere implementar programas institucionales orientados a reforzar los valores corporativos, el sentido de pertenencia y la alineación con los objetivos estratégicos de la empresa, mediante talleres de inducción, comunicación interna efectiva y actividades de integración organizacional. Estas acciones deben desarrollarse de forma sistemática y planificada, involucrando tanto al personal administrativo como al operativo. Asimismo, se recomienda complementar estas estrategias con políticas laborales que aborden otros factores asociados a la rotación, como condiciones de trabajo y desarrollo profesional. La implementación de estas acciones debería realizarse de manera continua, con evaluaciones anuales de su impacto en la intención de rotación laboral.

SEGUNDA: Se recomienda al área de Recursos Humanos de China International Water & Electric Corp – CWE Perú diseñar e implementar estrategias orientadas a fortalecer la identidad personal de los colaboradores. Estas estrategias pueden incluir programas de reconocimiento al desempeño, planes de desarrollo individual y oportunidades de crecimiento profesional que permitan a los trabajadores valorar su rol dentro de la organización. Asimismo, se sugiere promover espacios de retroalimentación periódica entre supervisores y colaboradores, con el fin de reforzar la satisfacción personal y el orgullo por el trabajo realizado. Estas acciones contribuirán a mejorar la percepción individual del colaborador respecto a su experiencia laboral. La implementación de dichas estrategias debería realizarse de manera semestral, evaluando su efectividad en la reducción de la intención de rotación.

TERCERA: Se recomienda a los responsables de las áreas operativas y de supervisión de China International Water & Electric Corp – CWE Perú fomentar el fortalecimiento de la

identidad social entre los colaboradores. Para ello, se sugiere promover actividades que incentiven el trabajo en equipo, la cooperación y las relaciones interpersonales positivas, tales como dinámicas grupales, reuniones de integración y programas de mentoría entre trabajadores con mayor y menor experiencia. Estas acciones permitirán reforzar el sentido de pertenencia y la cohesión social dentro de los equipos de trabajo. Asimismo, se recomienda incentivar una cultura organizacional basada en el apoyo mutuo y la colaboración. Estas estrategias deberían aplicarse de manera trimestral, especialmente en áreas con alta rotación de personal.

CUARTA: Se recomienda a la alta dirección de China International Water & Electric Corp – CWE Perú fortalecer la identidad corporativa mediante una gestión más efectiva de la imagen institucional y la comunicación organizacional. Para ello, se sugiere difundir de manera constante la historia, logros, valores y aportes de la empresa, tanto a nivel interno como externo, utilizando canales formales de comunicación. Asimismo, se recomienda garantizar la transparencia y equidad en los procesos de reconocimiento, incentivos y promoción laboral, con el fin de reforzar la percepción de justicia organizacional. Estas acciones contribuirán a mejorar la percepción del prestigio institucional entre los colaboradores. La implementación de estas estrategias debería realizarse de forma permanente, con evaluaciones anuales de su impacto en la intención de rotación laboral.

REFERENCIAS

- Alkaabi, A., Alghizzawi, M., Daoud, M. K., & Ezmigna, I. (2024). Factors affecting employee turnover intention: An integrative perspective. Springer.
- Azadehdel, M. R., Ooshaksaraie, M., & Rajabpour, S. (2013). The importance of organizational identity and its role in the performance. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 3(2), 67–74.
- Balmer, J., & Podnar, K. (2021). Corporate brand orientation: identity, internal images, and corporate identification matters. *Journal of Business Research*, 134, 729–737. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.016>
- Bednar, J., Galvin, B., Ashforth, B., & Hafermalz, E. (2020). Putting identification in motion: A dynamic view of organizational identification. *Organization Science*, 31, 200–222. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1276>
- Belida, P., Ong, A., Young, M., & German, J. (2024). Determining the factors influencing the behavioral intention of job-seeking Filipinos to career shift and greener pasture. *Societies*. <https://doi.org/10.3390/soc14080145>
- Bergami, M., & Bagozzi, R. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *The British Journal of Social Psychology*, 39(4), 555–577. <https://doi.org/10.1348/014466600164633>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación, Administración economía, humanidades y ciencias sociales*. Prentice Hall.
- Carmeli, A., & Weisberg, J. (2006). Exploring turnover intentions among three professional groups of employees. *Human Resource Development International*, 9(2), 191–206. <https://doi.org/10.1080/13678860600616305>

- Chen, X., Mamun, A., Hussain, W., Jingzu, G., Yang, Q., & Shami, S. (2023). Envisaging the job satisfaction and turnover intention among the young workforce: Evidence from an emerging economy. *PLOS ONE*, 18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287284>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. McGraw-Hill.
- Crocetti, E., Avanzi, L., Hawk, S., Fraccaroli, F., & Meeus, W. (2014). Personal and social facets of job identity: A person-centered approach. *Journal of Business and Psychology*, 29, 281–300. <https://doi.org/10.1007/s10869-013-9313-x>
- Davaasuren, G., Zanabazar, A., Gantumur, E., & Baasanjav, E. (2024). Association between perceived organizational support, job satisfaction and turnover intention. *European Journal of Business and Management*, 16(3), 139–146. <https://doi.org/10.7176/EJBM/16-3-15>
- Guzmán, V., & Lucas, E. (2023) *Rotación de personal e identidad corporativa de trabajadores del área de operaciones en unidades mineras* [Tesis de maestría, Universidad Continental]. Repositorio Continental
- Hatch, M., & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55, 989–1018. <https://doi.org/10.1177/0018726702055008181>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. McGraw-Hill.
- Hess, N., Jepsen, D., & Dries, N. (2012). Career and employer change in the age of the “boundaryless” career. *Journal of Vocational Behavior*, 81, 280–288. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2011.10.009>
- Hogg, M., & Terry, D. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of Management Review*, 25, 121–140.
- Honjo, Y., & Yoshida, Y. (2025). Who is willing to become a spin-out founder? Differences in the

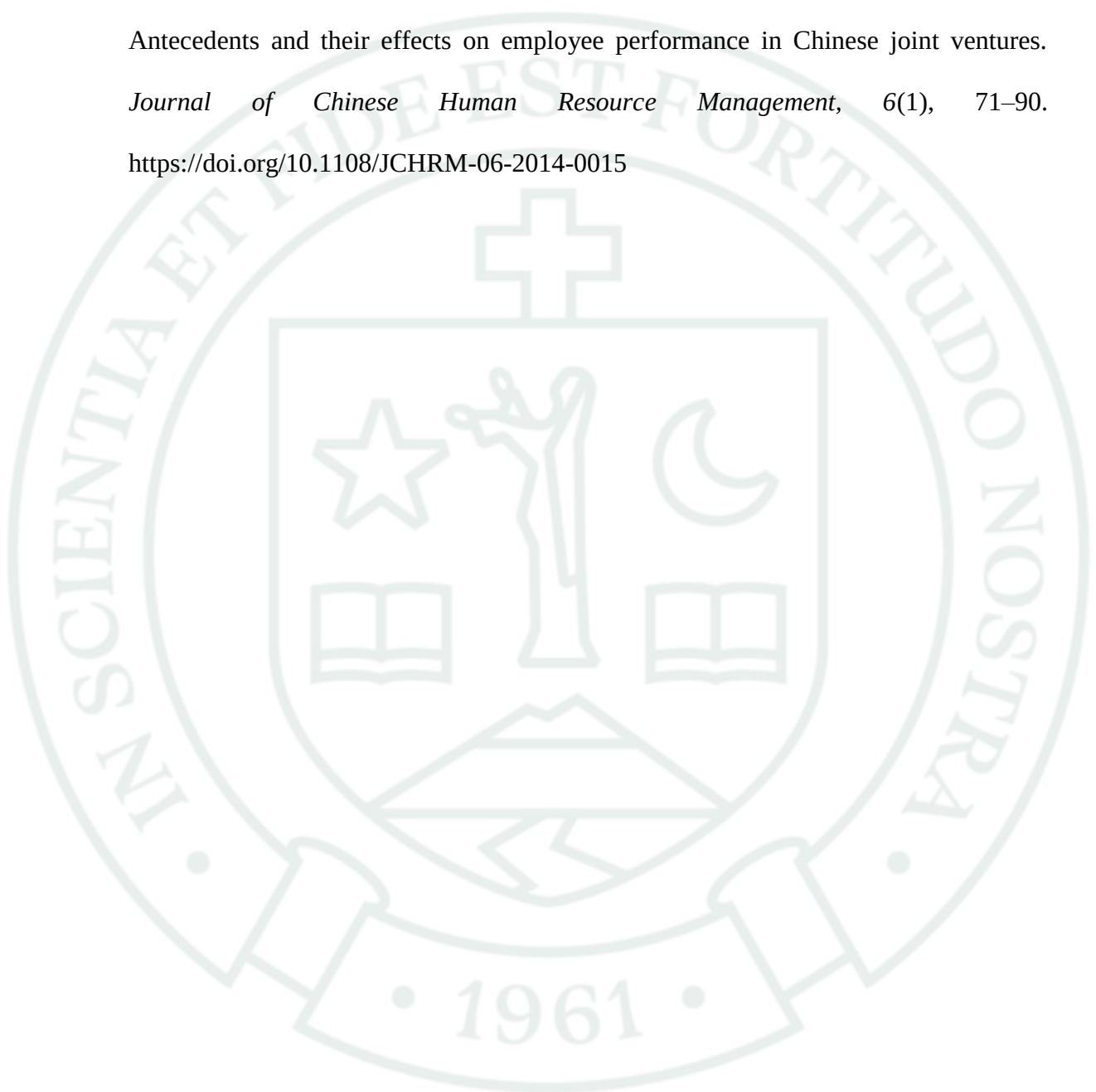
- impact of an individual's career and experience between employee entrepreneurship and turnover. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*.
<https://doi.org/10.1177/14657503251359234>
- Huaraz, V., & Mallqui, M. (2023). *Influencia del clima laboral y el proceso de selección en la rotación de personal en PwC Perú* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio ULima.
- Jones, C., & Volpe, E. (2011). Organizational identification: Extending our understanding of social identities through social networks. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 413–434. <https://doi.org/10.1002/job.694>
- Karadağ, H., & Şahin, F. (2022). The antecedents of career change intention in middle-level managers: the role of job and career satisfaction. *Personnel Review*.
<https://doi.org/10.1108/pr-11-2021-0780>
- Kasmuri, S. H. M., Ismail, Z., Nordin, R., & Hashim, N. (2023). A systematic review of employee turnover antecedents in the construction industry. *Environment–Behaviour Proceedings Journal*, 5(13). <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v5i13.2100>
- Kirschenbaum, A., & Weisberg, J. (1994). Job search, intentions, and turnover: The mismatched trilogy. *Journal of Vocational Behavior*, 44, 17–31.
<https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1002>
- Knorr, K., & Hein-Pensel, F. (2022). Since Albert and Whetten: The dissemination of Albert and Whetten's conceptualization of organizational identity. *Management Review Quarterly*, 1–29. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00311-7>
- Lee, B., Kim, T., Gong, Y., Zheng, X., & Liu, X. (2020). Employee well-being attribution and job change intentions: The moderating effect of task idiosyncratic deals. *Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1002/hrm.21998>

- Lee, X., Yang, B., & Li, W. (2017). The influence factors of job satisfaction and its relationship with turnover intention: Taking early-career employees as an example. *Anales de Psicología*, 33(3), 697–707. <https://doi.org/10.6018/analesps.33.3.238551>
- Li, G., Zhang, G., Zhang, X., Martek, I., & Chen, D. (2025). The formation mechanism of employees' turnover intention in AEC industry. *Buildings*, 15(7), 1061. <https://doi.org/10.3390/buildings15071061>
- Lim, R., Lent, R., & Penn, L. (2016). Prediction of job search intentions and behaviors: Testing the social cognitive model of career self-management. *Journal of Counseling Psychology*, 63(5), 594–603. <https://doi.org/10.1037/cou0000154>
- MacLean, T., & Webber, S. (2015). Navigating multiple identities across multiple boundaries. *Journal of Management Inquiry*, 24, 156–173. <https://doi.org/10.1177/1056492614546222>
- Montoya, N. (2024). *Clima laboral y rotación de personal en una empresa del sector financiero, Lima 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL.
- Nina, Y. (2025). *El compromiso organizacional y la intención de rotación laboral de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú - Agencia San Martín de la ciudad de Tacna, 2024* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U
- Orellana Méndez, G., Bossio Suarez, S. y Jaime Valdez, J. (2023). Percepción de la identidad organizacional en trabajadores administrativos de una universidad pública. *Socialium* 7(1), 31-55. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2023.7.1.1723>

- Prechsl, S. (2025). Reciprocity and job mobility: The effect of effort-reward imbalance in the employer-employee relationship on turnover intentions and actual job changes. *Social Science Research*, 127, 103133. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2024.103133>
- Purba, M. Y., & Ruslan, S. (2020). Influence of compensation, career development and job satisfaction on turnover intention. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 1(4), 642–658. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación.
- Rodríguez-Noe, C., Rodríguez-Risco, N., & Quiroz-Flores, J. C. (2024,). Enhancing profitability in a Peruvian construction company: A lean manufacturing and human resources approach. In *5th South American Conference on Industrial Engineering and Operations Management (IEOM)*. IEOM Society International. <https://doi.org/10.46254/SAOIS.202402041>
- Rovetta, A., Bortolotti, A., & Palumbo, R. (2025). Integrating team and organizational identity: A systematic literature analysis. *Frontiers in Organizational Psychology*, 2, 1-15. <https://doi.org/10.3389/forgp.2024.1439269>
- Sarasvuo, S. (2021). Are we one, or are we many? Diversity in organizational identities versus corporate identities. *Journal of Product & Brand Management*. <https://doi.org/10.1108/jpbm-03-2020-2827>
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. Wiley.
- Uğural, M. N., Giritli, H., & Urbański, M. (2020). Determinants of the turnover intention of construction professionals: A mediation analysis. *Sustainability*, 12(3), 954. <https://doi.org/10.3390/su12030954>
- Van Hooft, E., Kammeyer-Mueller, J., Wanberg, C., Kanfer, R., & Basbug, G. (2020). Job search and employment success: A quantitative review and future research agenda. *Journal of Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1037/apl0000675>

Villar, H. M., Partida-Puente, A., & Carrera-Sánchez, M. M. (2024). Diseño y validación de un cuestionario para medir la intención de rotación laboral. *VinculaTégica EFAN*, 10(3), 157–166. <https://doi.org/10.29105/vtga10.3-515>

Wong, Y., Wong, Y., & Wong, C. (2015). An integrative model of turnover intention: Antecedents and their effects on employee performance in Chinese joint ventures. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 6(1), 71–90. <https://doi.org/10.1108/JCHRM-06-2014-0015>



ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de recolección de datos



**Universidad Católica
de Santa María**

Soy bachiller de la Universidad Católica Santa María, el presente cuestionario se realizará de manera anónima y las respuestas brindadas solo serán utilizadas con fines educativos.

Se requiere un minuto de su tiempo para responder a las siguientes preguntas:

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Datos de control

1. Sexo: (F) (M)
2. Edad: _____
3. Categoría ocupacional
 - a. Administrativo
 - b. Personal de campo
4. Cargo que ejerce
 - a. Residente de obra
 - b. Maestro de Obra
 - c. Supervisor de Seguridad
 - d. Coordinador
 - e. Planner
 - f. Ayudante
 - g. Capataz
 - h. Técnico Especializado
 - i. Operario
 - j. Oficial
 - k. Peón
 - l. Albañil
 - m. Otros: _____
5. Antigüedad laboral:
 - a. Menos de 3 meses
 - b. 3 a 6 meses
 - c. 6 meses a 1 año
 - d. 1 a 2 años
 - e. 2 a 3 años
 - f. 3 a 4 años
 - g. Más de 4 años

Instrumento para medir la variable identidad organizacional						
Marque según la siguiente escala donde: 1= Falso, 2= Algo falso, 3= Ni Falso ni Cierto, 4= Algo cierto, 5= Cierto.						
Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Identidad personal	1. Considero que la mayoría de los trabajadores se sienten ligados emocionalmente con la empresa. 2. Estoy en este puesto de trabajo porque encontré una buena oportunidad en esta empresa. 3. Mi interés por la labor que desempeño en la empresa proviene desde antes de ingresar a trabajar aquí. 4. Mi labor en la empresa es importante, por lo que me complace permanecer mucho tiempo en mi trabajo. 5. Permanecer en la empresa es una cuestión de prestigio y satisfacción personal. 6. Los trabajadores en la empresa poseen elevadas cualidades personales. 7. Estoy contento con el puesto de trabajo que tengo. 8. Me siento satisfecho con la condición laboral que tengo. 9. Estoy orgulloso de ser parte de mi equipo de trabajo. 10. El ingresar a trabajar en la empresa mejoró mi prestigio y estatus social.					
Identidad social	11. En esta empresa existen oportunidades reales de ascenso y promoción laboral. 12. En mi lugar de trabajo ayudamos al trabajador que no sabe, sin esperar recompensa alguna. 13. Creo que poseo los valores que la empresa exige a sus trabajadores. 14. Estando con los colegas de trabajo logro liberarme de las cosas que no me gustan de mí. 15. En el trabajo cumplo los compromisos que establezco con mis colegas. 16. En el área donde trabajo establezco relaciones de cooperación con mis colegas. 17. Me gusta mostrarme tal como soy en mi centro de trabajo. 18. Asisto a reuniones no oficiales que organiza mi grupo de trabajo. 19. No me arrepiento de haber ingresado a trabajar en esta empresa. 20. Aquí, en la mayoría de los casos, se logra un mejor puesto de trabajo por capacidad y mérito.					
Identidad corporativa	21. Desde hace un buen tiempo estoy dedicado a conocer la historia, plan estratégico y reglamentos de esta empresa. 22. En la población existe una buena opinión sobre la empresa. 23. Los incentivos económicos se otorgan de manera justa a todos los trabajadores que los merecen. 24. Estoy orgulloso de contarle a otros que soy miembro de esta empresa. 25. Me preocupa cómo sería la vida de los trabajadores si no estuvieran en la empresa.					

	26. Incomoda que el público haga comentarios desfavorables de esta empresa. 27. A la comunidad le importa el destino de la empresa. 28. Me agrada participar en las ceremonias protocolares que organiza la empresa. 29. Aquí, en la mayoría de los casos, se logra el reconocimiento por mérito y compromiso. 30. La empresa es considerada como una de las mejores en su sector.					
Instrumento para medir la variable Intención de rotación laboral Marque según la siguiente escala donde: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo.						
Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Búsqueda de empleo activa	1. Tan pronto como pueda encontrar un trabajo mejor, dejaré esta empresa 2. Probablemente buscaré un nuevo trabajo en algún momento del próximo año 3. Tengo la intención de dejar mi trabajo actual 4. Estoy pensando seriamente en dejar mi trabajo 5. He buscado un nuevo trabajo 6. Estoy buscando activamente un trabajo fuera de esta empresa					
Exploración de nuevas oportunidades	7. A menudo pienso en un trabajo alternativo 8. A menudo pienso en una línea de trabajo alternativa (una actividad diferente a mi línea de trabajo actual) 9. Busco constantemente un trabajo mejor 10. A menudo pienso en dejar mi trabajo actual					