



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**“RETENCIÓN Y ROTACIÓN DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL  
EN LA EMPRESA HOMECENTERS PERUANOS S.A. NUEVO  
CHIMBOTE, 2018.”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

**AUTORES:**

**ALEGRE CRUZ, GIBSY GERALDYNE**

**PRETELL MUÑOZ, MERY RUTH**

**ASESOR:**

**MGTR. GUTIERREZ CHILCA, RANDAL MANOLO**

**LINEA DE INVESTIGACION:**

**GESTION DE ORGANIZACIONES**

**CHIMBOTE – PERU**

**2018**



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

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

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

Mery Ruth Pretell Muñoz

cuyo título es:

Retención y Rotación de la Generación Millennial  
en la Empresa Home centers Peruanos S.A. Nuevo  
Chimbote, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por  
el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (Número)  
DIECISEIS (Letras).

Chimbote 04 de 12 Del 2018.

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

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

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

ALEGRE CRUZ GIBSY GERALDYNE

cuyo título es:

"RETENCIÓN Y ROTACIÓN DE LA GENERACIÓN  
MILLENNIAL EN LA EMPRESA HOMECENTERS  
PERUANOS S.A, NUEVO CHIMBOTE, 2018"

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

Chimbote.. 04 de 12.. Del 2018..

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

## DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto de vida; gozando de buena salud y así poder lograr mis objetivos trazados en mi vida académica y profesional. A la vez mis padres por su apoyo incondicional y preocupación constante por mi proyecto de vida y haberme formado con buenos valores, las cuales me han ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

## AGRADECIMIENTO

A mis asesores de tesis, Mg. Gutiérrez Chilca Randal Manolo y González Rueda Néstor Daniel, quienes me asesoraron y cada día me brindaron sus conocimientos, experiencias y consejos para lograr mi objetivo.

A la Homecenters Peruanos S.A. del Distrito de Nuevo Chimbote por haberme acogido en su ambiente para poder realizar mi investigación a través de la información de los colaboradores.

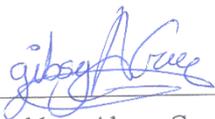
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Gibsy Geraldine Alegre Cruz, identificada con DNI N° 70228301 y Pretel Muñoz Mery Ruth, identificada con DNI N° 70921116 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de administración, Escuela Académica Profesional de Administración de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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

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

Nuevo Chimbote, 27 de noviembre del 2018



Gibsy Geraldine Alegre Cruz

DNI N° 70228301



Mery Ruth Pretel Muñoz

DNI N° 70921116

## PRESENTACION

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.” La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de empresas.

Por lo que, en cumplimiento con los lineamientos establecidos en el reglamento interno, el presente trabajo de investigación se ha organizado de la siguiente forma: en la parte introductoria se trata acerca de la aproximación temática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema y la formulación del problema, Justificación, Hipótesis y los objetivos. En la segunda parte se desarrollará todo lo relacionado al método en el que se sustenta el trabajo, el mismo que obedece a un tipo de investigación cuantitativo, de nivel de estudio será descriptivo-Correlacional en la que se recabará los conocimientos el que nos permitirá plantear alternativas de solución. Posteriormente, se describirán los resultados obtenidos a fin de poder establecer conclusiones y recomendaciones, las cuales se encuentran avaladas por la bibliografía citada y por los instrumentos que se encuentran adjuntos al presente trabajo de investigación. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

**Las Autoras**

## INDICE

ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS.....	ii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
PRESENTACION .....	vii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCION .....	11
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Trabajos Previos .....	13
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	19
1.4. Formulación al Problema.....	38
1.5. Justificación del estudio.....	38
1.6. Hipótesis .....	39
1.7. Objetivos.....	39
II. METODO .....	40
2.1. Diseño de Investigación.....	40
2.2. Variables, Operacionalización .....	40
2.3. Población y muestra .....	42
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	42
2.5. Métodos de análisis de datos .....	44
2.6. Aspectos Éticos .....	44
III. RESULTADOS.....	45
IV. DISCUSION .....	63
V. CONCLUSIONES .....	67
VI. RECOMENDACIONES .....	69
VII. REFERENCIAS.....	70

## RESUMEN

La presente tesis pretende encontrar la relación que existe entre la Retención que aplica la empresa Homecenters Peruanos S.A. a la generación del milenio y el nivel de rotación, mediante la aplicación de un cuestionario que estuvo compuesta por 63 ítems. De acuerdo con diseño de investigación es No experimental y de corte transversal, según el tipo es cuantitativa, el nivel es descriptivo – correlacional. La población fueron todos los trabajadores de la empresa Homecenters Peruanos S.A. que son alrededor de 130 colaboradores y se utilizó la población muestral debido a que la población era pequeña y se quería recoger resultados confiables. A la vez se utilizó el estadístico Chi cuadrado de Pearson y fue de 0.000 y a su vez menor que 0.05, nos permite comprobar la relación de variables, es decir entonces Si se acepta ( $H_1$ ) que dice que, si existe relación significativa entre los incentivos laborales y la motivación en los colaboradores de la empresa del Homecenters Peruanos S.A., 2018. Los resultados obtenidos al analizar la variable retención fueron que, los colaboradores Millennials manifestaron que el 40% califican a la empresa Homecenters peruanos con “Muy bueno y Bueno” con respecto a la Retención que aplica a su personal, mientras que el 25% muestran una opinión “Regular”. Así mismo se procedió a analizar la siguiente variable rotación, manifestaron que el 48% “Siempre y Casi siempre” existe rotación en la empresa Homecenters Peruanos S.A., mientras que el 15%(19) opinan que solo “A veces”. Entonces se concluyó que si se tiene políticas de retención atractivas para la generación del milenio se podrá fidelizarlos ya que se sentirán satisfechos en la empresa, y el resultado será que habrá poca rotación y solo será por motivos de fuerza mayor. Además, existe una correlación positiva considerable entre las variables de estudio.

**Palabras clave:** Retención, Rotación, clima organizacional, cultura organizacional, motivación, tipos de rotación y motivos de rotación

## ABSTRACT

This thesis seeks to find the relationship that exists between the Retention applied by the company Homecenters Peruanos S.A. to the generation of the millennium and the level of rotation, through the application of a questionnaire that was composed of 63 items. According to the research design, it is non-experimental and of cross-section, depending on the type it is quantitative, the level is descriptive - correlational. The population was all the workers of the company Homecenters Peruanos S.A. that there are around 130 collaborators and the sample population was used because the population was small and they wanted to collect reliable results. At the same time the Pearson's Chi square statistic was used and it was 0.000 and at the same time less than 0.05, it allows us to check the relationship of variables, that is, then If it is accepted (H<sub>1</sub>) it says that, if there is a significant relationship between the incentives and the motivation of employees of the company of Homecenters Peruanos SA, 2018. The results obtained when analyzing the variable of retention were that, Millennials collaborators stated that 40% rate the company Peruvian Homecenters with "Very Good and Good" with Regarding the Retention that applies to its personnel, while 25% show a "Regular" opinion. Likewise we proceeded to analyze the following variable rotation, they stated that 48% "Always and Almost always" there is rotation in the company Homecenters Peruanos S.A., while 15% (19) think that only "Sometimes". Then it was concluded that if you have attractive retention policies for the generation of the millennium you will be able to build loyalty as they will feel satisfied in the company, and the result will be that there will be little turnover and will only be for reasons of force majeure. In addition, there is a considerable positive correlation between the study variables.

Keywords: retention, rotation, organizational climate, organizational culture, motivation, types of rotation and reasons for rotation

## **I. INTRODUCCION**

### **1.1. Realidad Problemática**

La Generación Y o Millennials y su integración al mercado laboral es inapelable. Hoy en día existen tres generaciones dentro de las empresas y esto genera un torbellino generacional puesto que la generación Baby Boomers, la generación X y generación Y tienen diferentes expectativas, aspiraciones y motivaciones con respecto de su entorno ya laboral y personal. La incorporación de la generación del milenio ha empezado a realizar fuerte influencia sobre las organizaciones. Han demandado que estas renueven y creen nuevas estrategias y tácticas para conseguir desarrollar fidelizar aquellos colaboradores más preparados y aptos, y de esta manera obtener una ventaja competitiva frente a la nueva Batalla por retener al Millennial.

A nivel internacional, Forbes, la prestigiosa revista americana en el año 2016 publicó un post referente a la generación del milenio y la manera en cómo pueden cambiar al mundo, ya que estos se niegan a cumplir normas tradicionales, prefieren horarios flexibles donde ellos creen que son más productivos. Por otra parte, esta generación está fomentando el uso de las redes sociales para la participación ciudadana, y de esta manera transformando la definición de Comunidad por completo. Es por ello que la generación del milenio ha empezado a tomar preocupación y discusión en el área de Recursos humanos de muchas organizaciones americanas. (Azinovic, 2016), mientras que, en nuestro país, el tema “Generación del Milenio” recién ha empezado a tomar importancia.

De acuerdo con Zemke (2000), manifiesta que los jóvenes del milenio de EE. UU tienen una fuerte preferencia al trabajo en equipo, además tienen poca fidelización hacia el empleador, aspiran trabajar cuando los objetivos son claros, son colaboradores muy minuciosos a lo que esperan de un trabajo, y esto se debe porque saben que tiene a su familia que los apoyará en el aspecto económico si deciden terminar la relación laboral porque no concuerda con las expectativas que estos tienen.

Sin embargo, nuestra realidad es muy distinta, ya que muchos Millennials que pertenecen a una clase social baja les cuesta abandonar un trabajo así de sencillo.

Algunos trabajan para poder solventar la universidad y a ellos mismos, mientras que el resto de los Millennials buscan un trabajo para ganar nuevos conocimientos y experiencia.

Según Valdiviezo (2014) Entre los problemas más frecuentes de las compañías que cuentan con colaboradores del milenio trabajando, se vincula con un alto porcentaje de rotación o termino laboral y ausentismo. Estos nativos digitales manifiestan poca fidelización hacia las organizaciones, pero sabemos que las compañías indagan o investigan a personas con actitud, proactivos, comprometidos, leales y con inclinación a implicarse en proyectos laborales. Pero esta generación demanda propuestas desafiantes, autorrealización y lo primordial equidad entre lo personal y laboral.

Con respecto a nivel nacional, en el 2021 más del 50% de los puestos ejecutivos será liderados por la generación del milenio, quienes destacaran por la rapidez laboral, la conectividad global y la responsabilidad Social, indico la firma Ronald, Career Services Group (Diario Gestión, 11 de febrero del 2018). Los Millennials son nativos digitales, trabajan por resultados y pueden desarrollar sus labores desde cualquier parte del mundo y con horarios flexibles para poder dedicarse a otros proyectos.

Según el Diario Gestión (3 de abril del 2018) Actualmente el 84% nuestros jóvenes entre 18 y 24 años acceden al mundo laboral con un trabajo informal y solo el 16% respondió que se inició en un empleo formal. Y una de las razones es la falta de experiencia ya que es importante a la hora de solicitar a un puesto de trabajo

Se evidencia que en el Perú aún no toman en serio a estos jóvenes, ya que a las empresas formales ahora solo les interesa la experiencia que puedan tener y no les prestan atención a la innovación y nuevas ideas de esta generación. Pero en empresas extranjeras como Tottus, Ripley, Saga Falabella, Promart, Sodimac, entre otros la mayoría de colaboradores son Millennials a partir de 18 a 26 años de edad, y los demás son de otras generaciones. Pero esta brecha de edades no debe ser un problema ya que los antiguos colaboradores aportan sabiduría y experiencia en el incremento y desarrollo de la organización en tanto los jóvenes Millennials lo pueden hacer en su forma innovadora.

En el ámbito local no se encontró información debido a que no se ha tomado el tema de la generación del milenio con la importancia que requiere, así que se realizó una entrevista a Kelvin Lee, jefe de Recursos Humanos de Homecenters peruanos S.A. en Nuevo Chimbote y manifestó lo siguiente, desde que la empresa empezó el proceso de reclutamiento el 95% de los postulantes eran jóvenes (dentro del rango de 18 a 25 años). En la entrevista personal se pudo evidenciar que se desenvuelven bien, saben socializar muy rápido, (esto es muy extraño para personas de 38 años en adelante). a pesar que no llevamos mucho tiempo establecidos en el distrito, el 45% de los colaboradores se retiraron, por motivos de estudios, o porque les ofrecieron una oferta mejor. Se invirtió mucho en capacitación y a pesar que no estaban trabajando el primer mes se les pago su remuneración, dijo Kelvin (24 de abril del 2018)

En síntesis, los Millennials, nacieron en un mundo donde estaba muy tecnologizado, además consideran que, aparatos como las computadoras, Smartphone, tabletas, son parte de la vida diaria y no productos tecnológicos. Para ellos resulta importante estar conectados las veinticuatro horas al día. Además, según el diario Gestión (29 de abril del 2016) la Generación X y Y cuentan con el 69% de participación en el sistema financiero y estos últimos consumen mucho en ropa y peluquería, les gusta estar a la moda y verse bien. También muestran una marcada confianza en sí mismos, buscan el camino rápido al éxito y la gratificación inmediata.

Cuando las investigaciones comparan a la generación del milenio con las generaciones anteriores, muestran que temen menos a la autoridad, se identifican con los valores de sus padres, aunque son más apegados al liberalismo, a pesar de que los estudios norteamericanos y europeos son extensos, detallados y con características diferentes se debe entender que vivimos en otro contexto social.

## **1.2. Trabajos Previos**

### **Internacionales**

Cantú (2006). Factores que se aplican para la atracción y retención de personal en organizaciones grandes de manufactura del estado de Nuevo León, México. (Tesis de maestría en Psicología laboral). Universidad Autónoma de Nuevo León. La autora señala como objetivo principal identificar los factores críticos de atracción para el personal que emplean las organizaciones de manufactura para atraer y mantener a sus

colaboradores valiosos que le ayudan a mantener una ventaja frente a la competencia. En cuanto al aspecto metodológico la investigación se realizó con un enfoque cualitativo y con un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la entrevista y cuestionario. La muestra de estudio conformada por 11 empresas. Las principales conclusiones fueron:

✓ Los que ayudan a la obtención y retención del talento humano son: oportunidad de desarrollo profesional, clima laboral, capacitación, comunicación, relación jefe-subordinado, estar a la vanguardia en conocimientos y tecnologías, prestaciones y beneficios.

De acuerdo con Magdalena (2013). Generación Y: Sus expectativas laborales (Tesis de licenciatura en Administración) Universidad de San Andrés, buenos Aires – Argentina. La autora señala como objetivo identificar las expectativas laborales que tienen los graduados de la universidad de San Andrés pertenecientes a la generación “Y”. En cuanto al aspecto metodológico se tiene presente que la investigación se realizó con un enfoque cualitativo y un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la encuesta. La muestra de estudio estuvo conformada por 179 graduados, las principales conclusiones fueron:

✓ La generación “Y” concede relevancia a los trabajos que les interese y desafien a crecer profesionalmente, a la vez que les ofrezcan oportunidades de crecimiento de parte de su empleador para potenciar su aprendizaje del mundo laboral, eso es lo que valoran.

✓ Son ambiciosos y desleales, se evidenció que ellos cambian de empleador muy a menudo y no tienen remordimientos al hacerlo.

✓ Es primordial mantener a la generación del milenio, para ello se debe poner interés de proporcionarles un buen clima laboral y que se identifiquen con la cultura que propaga la empresa u organización. Si encuentran un ambiente donde haya comunicación horizontal e interacción, se crearán alianzas y aumentará la identidad y compromiso que tienen con la organización.

Didier (2014). “Gestión Moderna de Responsabilidad Social Empresarial Interna, un modelo para atraer, motivar y fidelizar a los Talentos de la generación Y”. (Tesis de

Licenciatura en administración). Universidad de Buenos Aires, Argentina. El autor señala como objetivo determinar el nivel de información que tienen y el grado de prioridad que le otorgan los jóvenes de la generación Y. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-correlacional, la técnica utilizada fue la encuesta. La muestra de estudio estuvo conformada por 428 personas. Las principales conclusiones fueron:

- ✓ El trabajo es un medio no un fin. Primero están sus afectos, así que se debe lograr que encuentren a su lugar de trabajo como algo afectivo para poder fidelizarlos.
- ✓ La falta de posibilidad de crecimiento profesional es por lo que se desmotivan y surgen sus ganas de buscar nuevas oportunidades donde puedan crecer.
- ✓ Les encanta la autonomía, pero necesitan una a alguien que les indiquen que les indique si están haciendo las cosas de manera correcta para corregirla, están muy informados y tienen capacidad multitarea. Se demostró que la RSE no es algo fundamental para atraer a esta generación.

Según Carvallo (2014). Estudio de los Millennials chilenos en el mercado laboral. (Tesis de maestría en Gestión de personas y dinámica organizacional) Universidad de Chile. La autora señala como objetivo elaborar propuestas para las orientadas a mejorar la capacidad de atracción y retención de los jóvenes millennials a través de acciones que incrementen sus niveles de satisfacción. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cualitativo y un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la encuesta y Focus Group. La muestra de estudio estuvo conformada por 12 jóvenes. Las principales conclusiones fueron:

- ✓ Relación entre el perfil de los Millennials y los factores motivacionales relacionados al trabajo. Las empresas deben crear instancias de promoción y rotación de cargos que les aporte a su desarrollo como profesionales íntegros e implementar procesos alineados con sus preferencias y motivaciones.
- ✓ Ellos son leales a las personas, pero no a las organizaciones y están seguros que el éxito es parte del camino y no una meta alcanzar. A la vez tienen una mentalidad abierta y global, prefieren el trabajo en equipo, son defensores del medioambiente, y también son tecnológicos, familiarmente dependientes y requieren feedback permanente respecto

de lo que hacen y cómo lo hacen. Por otra parte, quieren equidad en su vida personal-laboral.

✓ La generación del milenio quiere tener la oportunidad de contribuir con ideas e innovar para realizar las cosas de manera eficiente y eficaz, es por eso que ellos odian lo rutinario y si se les presenta esa situación no dudarán en dejar la empresa donde están laborando.

✓ Organizaciones tendrán los recursos para implementar medidas propuestas: rotación de cargos, programas de coaching, redes sociales internas y mejorar la gestión de compensaciones con beneficios. A la vez, las PYMES, tendrán que asumir el desafío de conocer a su gente, sus características, preferencias y motivaciones, para reflexionar respecto de cómo ofrecerles un trabajo donde ellos quieran permanecer.

Paulone y Pulice (2015). Motivación y retención de jóvenes profesionales y estudiantes universitarios pertenecientes a la Generación Y en grandes empresas. (Tesis de licenciatura en Psicología). Universidad Argentina de la Empresa. Los autores señalan como objetivo descubrir los principales aspectos que motivan, atraen y retienen a generación Y en el ámbito laboral. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-explicativo, el tipo de investigación es descriptivo y explicativo, la técnica utilizada fue encuesta y entrevista. La muestra de estudio estuvo conformada por 100 colaboradores, las principales conclusiones fueron:

✓ Una buena comunicación entre el empleador y su empleado es de vital importancia, ya que los nativos digitales aprecian y estiman el feedback. Y no se debe dejar de lado el reconocimiento, que valoren su esfuerzo los motiva.

✓ El joven millennial se debe sentir identificado con la empresa y así tener un mejor rendimiento. A la vez, es relevante que le encuentren sentido a sus funciones que tienen.

✓ El dinero es relevante, puesto que sirve para vivir, pero lo que verdaderamente atrae a estos jóvenes Millennials es poder adquirir experiencia, pero también les interesa los beneficios sociales que la empresa ofrezca, la satisfacción personal y ser parte de una empresa con prestigio de la cual puede adquirir muchos conocimientos y alardear de ello.

✓ los aspectos que les aportan valor, son capacitaciones, que realicen obras sociales para la comunidad, servicio comedor en la empresa esto les permitirá ahorrar dinero y

tiempo, la probabilidad de trabajar desde casa y les brindes horarios flexibles, como por ejemplo salir un viernes más temprano para pasarla en familia o amigos.

### **Nacionales**

Del Barco y Liñan (2015). Rutas de carrera como medio de retención de talento joven: estudio de caso de un grupo de Millennials en una empresa del sector telecomunicaciones, Lima, Perú. (Tesis de Licenciatura de Gestión Empresarial). Pontifica Católica del Perú. Los autores señalan como objetivo observar y verificar si el programa de rutas resulta un método eficaz para la retención y fidelización de los jóvenes profesionales. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cualitativo y con un alcance descriptivo-exploratorio, la técnica utilizada fue la entrevista. La muestra de estudio estuvo conformada por 10 ejecutivos. Las principales conclusiones fueron:

✓ La generación del milenio no encuentra claridad en el programa rutas de carrera, puesto que aquí se tienen pocas posibilidades de crecimiento a corto plazo como ellos lo desean. Lo que ellos desean es aprender algo nuevo, constantes retos y ascender a un puesto en muy poco tiempo.

De acuerdo con Mitta y Dávila (2015). Retención del talento humano: Políticas y prácticas aplicadas Millennials en un grupo de organizaciones. (Tesis de Licenciatura Gestión Empresarial). Pontifica Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Los autores señalan como objetivo identificar las políticas y prácticas de retención de personal para fidelizar a los jóvenes Millennials. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la encuesta. La muestra estuvo conformada por 264. Las principales conclusiones fueron:

✓ Dado a la información escasa de la generación del milenio peruanos se tomó la información norteamericana, se realizó encuestas a jóvenes de esta generación y se manifestó que solo el 65.585% coincide con los resultados de los jóvenes Millennials de EE.UU.

✓ El 92.83% necesita retroalimentación, el 80.17% manifiesta que son solidarios, solo el 78.48% evidencia respeto por la autoridad en la empresa donde laboran, el 70.04% acaban su trabajo en cualquier lugar y por último el 82.70% buscan equidad entre personal-laboral.

✓ Se pudo saber algunas estrategias para emplear y satisfacer la demanda de los nativos digitales, una de ellas es brindarles línea de carrera, retroalimentación constante, alternar tareas para que no se les haga rutinario, ductilidad con respecto a los horarios y se deben estandarizar en RR.HH.

Según Bergerman y Tantaleàn (2016). Propuesta de retención del talento millennials en la entidad financiera Banco de Crédito del Perú en el departamento de Lambayeque 2016. (Tesis de Licenciatura en Administración). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Lambayeque, Perú. Los autores señalan como objetivo determinar si la propuesta de retención de la entidad financiera banco de la Nación del Perú es viable. En cuanto al aspecto metodológico se tiene presente que la investigación se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la encuesta. La muestra de estudio estuvo conformada por 270 personas. Las principales conclusiones fueron:

✓ Una de las características de la generación del milenio es obtener experiencia en un periodo de tiempo muy corto es por ello que no se le puede retener como a las demás generaciones.

✓ Los Millennials que laboran en la entidad financiera BCP manifestaron buen desempeño y compromiso, aunque no es al 100%, pero superaron el 50%.

Gómez (2017), Rotación del personal y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa F.Q. Ingenieros SAC, de los Olivos, Lima, Perú. (Tesis de Licenciatura en administración). Universidad Cesar Vallejo. El autor señala como objetivo determinar cómo influye la rotación del personal en el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa F.Q. Ingenieros SAC. En cuanto al aspecto metodológico se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo, la técnica utilizada fue la encuesta, la muestra de estudio estuvo conformada por 97 colaboradores. Las principales conclusiones fueron:

✓ Lo que influye en la rotación de los colaboradores es, clima laboral, remuneración, evaluación de desempeño. Y que si existe relación con respecto a las variables estudiadas.

De acuerdo con Yépez y Quiroz (2017). Factores que determinan la satisfacción laboral y sus efectos en la atraktividad del empleo y la retención del talento humano, en los Millennials egresados de la Universidad San Pablo, de 23 a 30 años en Arequipa Metropolitano. (Tesis de Licenciatura de Administración). Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú. El autor señala como objetivo analizar los factores que determinan la satisfacción laboral en la atraktividad del empleo y retención del talento humano. En cuanto al aspecto metodológico se tiene presente que la investigación se realizó con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-correlacional, la técnica empleada fue la encuesta, entrevista y focus Group. La muestra de estudio estuvo conformada por 384 personas. Las principales conclusiones fueron:

✓ Existe relación la rotación con la edad, puesto que los más jóvenes (23 a 25 años de edad) solo mantuvieron una relación laboral de seis meses como tiempo máximo.

✓ El 89% de la generación de milenio manifestó que están satisfechos con los beneficios que le otorgan la empresa, pero sienten que no tienen un equilibrio personal-laboral y el 11% manifiesta lo contrario.

✓ Para que la empresa retenga al millennial debe empezar por brindarle autonomía, ósea dejar que participe en algunas decisiones y más aún si tiene que ver con su puesto de trabajo, además, se deben ganar el afecto, respeto, pero brindado el ejemplo desde los jefes, no se le debe mirar como un robot sino como alguien valioso que aportara crecimiento a la empresa si esta 100% motivado.

## **Locales**

A nivel internacional y nacional, existen tesis con respecto al estudio de la retención de los millennials, no se entraron relación directa entre las variables que se pretende estudiar en esta investigación, pero la información es de mucha ayuda. A nivel local no se encontró ninguna tesis que hayan investigado el tema de los Millennials

### **1.3. Teorías Relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Rangos Generacionales**

Rango generacional, se refiere a un conjunto de seres humanos que están distinguidos en grupos por sus experiencias formativas y la edad. Además, asegura que después de cada veinte años surgen nuevas generaciones. (Chirinos, 2009)

Pero no solo se puede guiar por la fecha de nacimiento Howe y Straus (1991) nos muestran algunas características que deben tener para precisar la naturaleza de cada generación.

- a) Sentirse identificado a una generación desde la adolescencia hasta la adultez.
- b) Conductas y creencias, relacionados a temas como la familia, carrera profesional, vida personal, política, religión
- c) Debe tener concordancia con situaciones de cambios vividas y con la historia. Como por ejemplo la generación Millennials se caracteriza porque nacieron en un contexto donde la tecnología estaba en su florecimiento y es por eso la dominan a la perfección.

En empresas conviven distintas generaciones, que tienen diferentes comportamiento y expectativas sobre el trabajo, valores y creencias. (Molinari, 2013).

A continuación, se mostrarán las características de las tres generaciones que hoy en día encontramos en las organizaciones y nos daremos cuenta que tanta es la diferencia entre ellos y su manera de ver el trabajo.

**Figura 01**  
Diferencias de las generaciones

Detalle	Baby Boomers (1945-1964)	Generación X (1965-1979)	Generación Y (1980-1999)
Percepción de resultados	Optimista	Pesimista	Optimista
Estilo de trabajo	Competitivo	Competitivo	Trabajo en equipo
Lugar preferido para laborar	Trabajo en oficina	Trabajo en oficina	Trabajo en cualquier lugar
Apertura a la crítica	Rechazo al feedback	Abiertos al feedback	Necesidad de feedback
Objetivos laborales	Crecer dentro de una organización	Emprender algo propio	Emprender algo propio
Modo de trabajo	Una sola tarea a la vez	Una sola tarea a la vez	Multifacético
Percepción del futuro	Idealistas	Escépticos	Idealista
Actitudes hacia la autoridad	Relación amor/odio	Deseafían la autoridad	Respeto mutuo
Motivos fidelizador en la organización	Leales a las empresas	Leales a los compañeros	A los beneficios
Frase de identificación	Amo trabajar	Trabajo para sobrevivir	Vivo primero, luego trabajo
Balance trabajo-familia	Trabajo	Trabajo	equilibrio
Manejo de la tecnología	Poco	Medio	Alto
conectividad	A veces	Frecuentemente	siempre
Percepción del proceso	Apegado a las reglas	Flexible a las reglas	Innovador a las reglas

Fuente: Dávila Y Mitta (2015, p. 18)

### **1.3.2. Millennial/ Generación Y**

Según Chirinos (2009), a esta generación del milenio se les considera a las personas nacidas desde 1980 y 1999. Además, esta generación es idealista, están conectados las 24 horas del día, saben y les agrada trabajar en equipo, muestran respeto por el otro, orientados al logro y tienen una fuerte formación académica.

La generación del milenio posee un alto nivel de expectativas y también de autoestima, suelen ser irrealistas, al incorporarse a una empresa. Otros los especifican como personas con muy poca paciencia, buscan ascender en poco tiempo, no son leales a los empleadores, no les agrada las reglas ni la rigurosidad, egocéntricos, desconfiados, entre otras características. (Smola y Sutton, 2002)

Edelberg (2011), Muchos investigadores aseguran que la generación Y, al no encontrar sus expectativas en el lugar donde laboran, fácilmente abandonarían el puesto. También se les considera personas optimistas ya que tienen la idea que al cambiar constantemente de empresas conseguirán ese ansiado empleo en donde se sientan satisfechos y auto-realizados.

En síntesis, se concluye que esta generación del milenio tiene expectativas, comportamiento de trabajo, valores muy diferentes a las otras generaciones. Además, que buscan crecimiento profesional para sentirse realizados. Se dice que esta generación tiene claro todo lo que desean conseguir, y harán todo lo posible para lograrlo. A continuación, se detallarán algunas características de la generación del Milenio

#### **1.3.2.1. Características de la Generación Millennial**

De acuerdo con Ensick (2011), precisó algunas características de la generación del milenio, como:

- Características Personales. (Ensick, 2011)
  - Tienen entre 18 y 37 años de edad
  - Generación de la Democracia
  - Tienen valores que los diferencian de los demás
  - Rechazan la autoridad, es por ello que tienen una actitud desafiante y retadora

- Tienen mucho peso los factores emocionales
  - Valoran ser reconocidos por sus logros
  - Son dueños de su tiempo y rechazan que otros los administre
  - Valoran la autonomía y son independientes
  - Buscan placer en todos los ámbitos
  - Buscan autorrealización, esto es para ellos alcanzar el éxito.
- Características Laborales. (Ensick, 2011)
    - No valoran la estabilidad, buscan empleo constantemente.
    - No les agrada realizar horas extras, y si el trabajo no los satisface renuncian.
    - Son creativos
    - No tiene miedo a cuestionar dogmas establecidos en la empresa.
    - Les desagrada haya una comunicación vertical con sus superiores
    - Requieren horarios flexibles, donde ellos elijan en qué hora son más productivos.
    - Demandan retribuciones o beneficios sociales como seguros, afiliación de pensiones (AFP, ONP), líneas de carrera y un grato y placentero entorno laboral.
    - Valoran que el trabajo sea desafiante para poder aportar conocimiento, que haya un buen clima laboral y por supuesto un excelente equipamiento (hardware)
- Características de Relacionamiento e intereses. (Ensick, 2011)
    - Los Millennials son creativos porque desarrollaron más el lado derecho de su cerebro.
    - La inmediatez es algo que valoran
    - Para relacionarse laboralmente utilizan (Facebook, LinkedIn, etc).
    - Las relaciones de parejas son inestables, porque en sus planes no está casarse, tener hijos, sus prioridades son otras cosas.
    - La tecnología representa comunicación y diversión móvil.
    - Pueden hablar sobre temas de género y no son prejuiciosos, su mente es más abierta.
    - Son muy solidarios, es por ello que en la empresa donde labore les gusta que realicen obras sociales esto está relacionado con sus valores
    - Quieren un planeta más seguro y es por ello que le interesa temas ambientales.
    - Les encanta viajar

### 1.3.2.2. Consejos para atraer y retener a la Generación Millennial

A continuación, Frenkiel (2011), brinda consejos para mantener y fidelizar a la generación del milenio.

- a) Saber cuál es su potencial antes de brindarles un puesto y atormentarlos con las altas expectativas que ellos quieren de su desempeño.
- b) Retarlos a cumplir con los objetivos establecidos
- c) Proporcionales supervisores para que estos, les muestren como es el funcionamiento de la organización, en otras palabras, ayudarlos con la inducción y entender e identificarse con la cultura organizacional.
- d) Brindarles incentivos
- e) Proveer Feedback constante y guía periódica.
- f) Reconocer públicamente sus logros
- g) Apoyarse en su espíritu emprendedor
- h) Escucharlos como clave para comprenderlos
- i) Realizar viajes, deportes, fiestas, etc.
- j) Brindarles horarios flexibles, si desena hacer el trabajo desde su casa u otro lugar.

Hay algo que recalcar sobre esta generación, se sabe que les gusta pasar tiempo con sus amigos y familiares, pero casarse, tener hijos, comprar una casa no es algo importante para ellos, al menos no es su prioridad. Además, les agrada comer fuera de casa al menos tres veces a la semana, más aún si es en la hora de la cena

### 1.3.3. Retención

Según Pietro (2013) hoy en día muchas organizaciones tienen problema con la retención de su personal, ya que la salida de estos colaboradores no solo es por la remuneración, sino que también se debe a las relaciones con sus supervisores y compañeros. A la vez se debe diseñar estrategias para que los empleados se sientan satisfechos siendo adecuadamente remunerados, reconocidos y brindándoles oportunidades de crecimiento profesional.

La retención de los colaboradores no es solamente para fidelizar a su personal más valioso, sino para evitar efectos como, desmotivación de los demás colaboradores por la

salida de su compañero, también se truncan los planes de trabajo que se tenían establecidos y por último repercute en una mala atención o servicio al cliente. (Prieto, 2013)

Es habitual que entre organizaciones se quiten o disputen candidatos idóneos, y más aún cuando estos son profesionales y tienen algunas ventajas competitivas que tienen y deben pulir para que la organización absorba todo su potencial. (Santacruz, 2011, p. 36)

Centrándonos en el marco peruano, los estudiantes y egresados saben el tiempo perfecto para quedarse en una organización y es de 4,4 a 4,5 años. Dado que ellos consideran que hasta ese lapso de tiempo pueden adquirir todo el conocimiento, y cuando creen ya absorbieron lo suficiente deciden retirarse y buscar otra empresa donde le proporcione algo nuevo, porque si les ofrecen lo mismo seguirán buscando hasta encontrar lo que desean. (De la barra, 2013)

El talento humano es el activo más valioso, inimitable e insustituible, por su conocimiento, habilidad y experiencia, es por ello que surge una necesidad de retener a este talento ya que de nada sirve tener tecnología de última generación, inversiones financieras y materiales, si el talento humano no tiene la capacidad de sacar provecho, y que esto se vea reflejado en una fuente de ventaja competitiva

#### **1.3.3.1. Importancia de la Retención del Personal**

Si un talento se retira de la empresa, esta se verá desequilibrada ya que no será fácil encontrar un reemplazo. Si el colaborador que se fue generaba rentabilidad, pues es evidente pues va dificultar en los objetivos trazados, de aquí la importancia de tener identificados a los mejores colaboradores.

Hoy en día, el conocimiento, habilidades y destrezas que los colaboradores tienen es el activo más difícil de administrar y mantener. Se sabe que resulta más caro formar nuevos talentos y lo que no tienen en cuenta algunos directivos es que hay clientes que son fieles al empleado, y cuando este se va de la empresa, no tienen problema en seguirlo. De allí radica la importancia de retenerlos como una estrategia empresarial.

### **1.3.3.2. Clima Organizacional como elemento de retención**

Según Chiavenato (2009), son los sentimientos de los colaboradores que conforman la empresa, y la forma en que interactúan con los clientes y elementos externos. Entonces representa la calidad que le brinda al colaborador en el aspecto ambiental (iluminación, recursos necesarios para desarrollar sus funciones. Ruido, etc.) y la seguridad en el trabajo, y dentro de ellos incluye la satisfacción, salarios, prestaciones, relaciones humanas, libertad de actuar y responsabilidad para tomar decisiones

El clima laboral busca la salud de los colaboradores en todos los aspectos, físicos y ambientales al momento de desarrollar sus labores. Y a la vez mejorar aspectos en productividad, ausentismo laboral y rotación de personal.

### **1.3.3.3. Cultura Organizacional como elemento de retención**

Según Chiavenato (2009), es un modelo que se considera válido para ser transmitido a los nuevos integrantes de la empresa por ser la forma correcta de sentir, percibir y pensar respecto a los problemas. Este modelo es la imitación de conductas observadas de miembros más antiguos de la empresa, al momento de hacer negocios, atender a clientes y empleados y apreciar la autonomía y libertad.

La Cultura organizacional lo constituyen la parte visible y perceptible, también encontramos a los valores compartido (si el Millennial se siente identificado con eso accederá a postular a la empresa) y la cultura (que comprende la visión, misión, Reglas y/o normas, creatividad de innovación, toma de decisiones, trabajo en equipo, etc.)

### **1.3.3.4. Motivación como elemento de retención**

Stoner & Freeman (1996) Es la influencia en la actitud y conducta de los colaboradores con respecto al logro de metas individuales si concierne a las personas y de objetivos organizaciones si concierne a una empresa.

Según Ferreiro y Alcázar (2003) es el impulso de las personas a actuar, para lograr satisfacciones”.

En síntesis, si la motivación es algo que les impulsa a lograr un objetivo o meta, las empresas deben estudiar lo que una persona desea y necesita de su trabajo para que de esta manera diseñen un sistema de recompensas para satisfacer sus necesidades.

#### **1.3.3.5. Factores para la retención del Talento Humano**

Según De Cenzo & Robbins (2001), a continuación, se mostrarán factores que influyen en cómo se deben conservar a los colaboradores.

##### **a) Percepción organizacional. (DeCenzo & Robbins, 2001)**

Es como los colaboradores identifican o determinan a la organización en la cual laboran, y también es el sentimiento que tiene hacia la empresa, lo representan sensorialmente con el fin de vincularlo con el ambiente. Entonces se entiende que es una facultad o habilidad personal de cada ser humano y está ligado con su crianza, formación y desarrollo. (Prieto, 2013, p.47).

El colaborador Millennial está satisfecho con la empresa, lo manifestara en su comportamiento, estará fidelizado a ella, orgulloso de ser parte de la ella y de su desempeño, haciendo de esta manera que la organización crezca y a la vez experimenta crecimiento profesional.

##### **b) Recopilación de información. (DeCenzo & Robbins, 2001)**

Se debe entender cuáles fueron las causas por las cuales el colaborador dejó su puesto de trabajo, es por ello que el talento humano debe tener una comunicación con sus jefes y ellos prestar atención para saber cuáles fueron las causas de la rotación y revertirlos para evitar que se vuelvan a repetir. Pero, los colaboradores manifiestan miedo a decir y/o reflejar quejas, consejos, críticas de la organización donde trabajaron con anterioridad. Pero se puede desarrollar un sistema de recopilación de datos en donde ellos puedan expresarse con total libertad y esto será completamente anónimo para que las respuestas seas más confiables. (Castillo, 2009, p.48)

Catillo (2009), también se puede implementar un sistema de colección de sugerencias, en el cual el talento humano aporta opiniones brindando soluciones que ha hallado para remediar el problema. Esto contribuirá a reducir errores, expandir la participación integral y activa, y por último aumentar la eficacia.

**c) Fomentar Autonomía.** (DeCenzo & Robbins, 2001)

Es importante brindar independencia y autonomía al talento humano, porque ellos están dispuestos a responsabilizarse y comprometerse con muchas de las funciones concierne a la gerencia, pero requieren de un empujón de sus superiores, jefes o supervisores para que empiecen a auto-dirigirse y el resultado puede ser sorprendente. (Nelson, 1997, p. 144).

Los colaboradores sienten motivación cuando se les brinda independencia, y más aún cuando este realiza un trabajo que es significativo para la empresa y proporciona aprendizaje.

**d) Beneficios sociales.** (DeCenzo & Robbins, 2001)

Para Castillo (2009), Brindar beneficios proporciona un valor agregado para el talento humano y va depender de que tan necesarios y satisfactorios sean para estos beneficios sociales para el colaborador decida permanecer o dejar la empresa. Algunos de estos beneficios suelen ser: gratificaciones, vacaciones, CTS, seguros de salud, aportaciones al fondo de pensiones, que les brinden descuentos para ir al gimnasio o mejor aún si la empresa tiene uno para que estos se mantengan en forma, comedor en donde puedan entablar comunicaciones con sus compañeros de trabajo, además, realizar campeonatos de deportes, fiestas para que el empleado sienta que no todo es trabajo, sino que también se le dedica un tiempo para socializar y pasarla bien, ya que debe tener un equilibrio.

Esto sería otro medio para retener a esta generación, siempre y cuando este se lo gane por su desempeño, ya que, si se dan cuenta que los empleadores se preocupan por ellos, y desean su satisfacción, ellos sentirán agradecimiento y se reflejara en su productividad y al preferir quedarse.

e) **Determinar las necesidades y fortalezas de los colaboradores.** (DeCenzo & Robbins, 2001)

Se debe conocer las capacidades del talento humano para potencializarlos, poder brindarles el puesto idóneo donde sus habilidades, conocimientos, destrezas y aptitudes se acoplen a ello y como resultado dé un buen nivel de desempeño. Luego se le debe manifestar autonomía, pero siempre y cuando estos se hagan responsables de sus acciones y decisiones. Y por último se debe poner interés y énfasis en sus necesidades y esto solo se llevará a cabo si se tiene una comunicación, y de esta manera ellos sentirán que son importantes en la empresa. (Castillo, 2009)

Sino identifican las necesidades y fortalezas de los colaboradores, pues la competencia lo hará, potenciará las fortalezas y satisficera las necesidades. Sacará una ventaja competitiva.

f) **Incentivos económicos.** (DeCenzo & Robbins, 2001)

La remuneración casi siempre será un factor a tomar en cuenta para retener al personal; pero, ya no es un factor determinante como antes. Prieto (2013), pero a pesar de que algo extra no caería mal en estos tiempos, la generación del milenio tiene una característica muy peculiar, si creen que es importante el dinero, pero no es su prioridad, es por ello que las organizaciones deben plantear estrategias innovadoras para mantener y retenerlos, puesto que ellos valoran beneficios no económicos.

Una idea sería que se les brinde bonos para realizar compras en supermercados, por ejemplo, si tuvo un desempeño excelentísimo podrá comprar importa de dos cientos soles en víveres y aseo personal.

De acuerdo con Castillo (2009), los incentivos más utilizados por las empresas son:

- **Retribución Variable:** dependerá de los resultados de empleado, se engloba en torno a los objetivos organizacionales de largo y corto plazo. (Castillo, 2009)
- **Esposas Doradas:** Brindarle beneficios por la estabilidad y duración en la organización. (Castillo, 2009)

- **Bonos:** compensar al colaborador lo que ha alcanzado en un tiempo determinado, por ejemplo, porque logro sus metas. (Castillo, 2009)
- **Los Stock Options:** derecho de adquisición de acciones que la compañía concede a su talento humano en un periodo establecido y con un coste menor. Así que, si el talento humano es dueño de la empresa donde labora siempre velara por el bienestar de la empresa. (Castillo, 2009)

Esto se les brindará a los colaboradores que sobresalgan en su desempeño, claro que todos podrán ser partícipes para alcanzarlo, no se les puede brindar este tipo de beneficios a cualquier colaborador que forma parte de la empresa, se deberá clasificar de manera minuciosa posible para elegir a los mejores y que darán resultados para el crecimiento de la organización. Esto permitirá que la motivación incremente y atraiga y retenga a su talento más valioso.

#### **g) Desarrollo personal y profesional de los colaboradores**

Esto es importante ya que para el colaborador poder ascender dentro de la compañía se considera una motivación muy grande esa es la base de las estrategias que deben emplear las organizaciones para retenerlos.

La estrategia de desarrollo de personal trata de que el colaborador crezca profesionalmente y se perfeccione. Otorgándole la oportunidad de alcanzar un cargo mayor donde habrá mayor responsabilidad, tendrá una remuneración de acuerdo a su preparación y capacidad. Todo esto con el propósito de mantener al colaborador interesado y satisfecho (Prieto, 2013)

Castillo (2009), El desarrollo continuo es importante y no solo porque a la generación del milenio les interesa ascender de puestos muy rápido, sino que a la vez disminuye errores profesionales. Esto quiere decir que se realizan menos errores porque los colaboradores conocen bien como ejecutarla.

Hauw y De Vos (2010), esta generación es muy impacientes ya que desean tener éxito muy rápido y obtener posiciones de responsabilidades, utilizando solo el mínimo de su esfuerzo.

Es por eso que se les considera personas ambiciosas, cuando no tiene la oportunidad de crecimiento en donde están laborando buscan otras de inmediato, que les otorguen lo que están buscando

Entonces se puede concluir que al tener colaboradores capacitados y entrenados el resultado es que incrementa la satisfacción de los clientes. Porque sabrán tratarlos correctamente y le transmitirán seguridad y soluciones. Como diría la típica frase se mata a dos pájaros de un tiro, porque no solo se fideliza al empleado sino también al usuario y/ consumidor.

#### **h) Vinculo de relación y confianza con los jefes o supervisores**

En la empresa se debe aprender a fomentar e impulsar la comunicación y la expansión de información en los colaboradores. Con el único fin de mantener al talento humano motivado facilitando la información que solicitan. (Nelson, 1997)

De acuerdo con Castillo (2009), en las empresas ya no utilizan la comunicación vertical y viene implementando la integración horizontal con el único fin de aumente las relaciones entre los niveles y la confianza de los colaboradores, porque se sabe que esgo radica en la comodidad y satisfacción del talento humano porque se siente que pertenece a la empresa.

Este punto también es importante ya que se debe comunicar las inconsistencias que se encuentren en el trabajo, para solucionarlo. Aunque no es muy fácil dado a que algunos colaboradores aún tienen miedo a tener una comunicación fluida la manera de brindar sugerencias, consejos, dudas, etc. Pero una estrategia seria realizar periódicamente encuesta anónimas.

#### **i) Capacitaciones para los empleados**

Bohlander (2001), indica que existen tres tipos de capacitaciones, como las que veremos a continuación:

**La inducción:** es la fase para adaptar a los nuevos colaboradores a la empresa, a continuación. Se mostrarán algunos beneficios si se realiza la inducción: favorece el aprendizaje, mejora la moral, rotación menor e incrementa la productividad. (Bohlander, 2001).

**Capacitación en Habilidades básicas:** es importante porque depende de esto la calidad de trabajo, estas habilidades son: redacción, computación, lectura, facilidad lingüística, saber escuchar, trabajar en equipo y resolver problemas. (Bohlander, 2001).

**Capacitación para dirigir la propia carrera:** Disparar la eficacia del personal a largo plazo, y de esta manera tendrán los siguientes beneficios: ascenso laboral. (Bohlander, 2001).

Se puede concluir que son importantes para incrementar el conocimiento de los empleados, pero a la vez esto les ayuda a aumentar su salario porque ascienden a puestos de trabajo, no obstante, las capacitaciones deben ser para todos por igual, y no porque uno tenga más habilidades y capacidades, solo se centraran en él.

#### **j) Reconocimiento del desempeño de los colaboradores**

Prieto (2013), debe ser una obligación brindar siempre reconocimiento a los colaboradores por su esfuerzo y acciones al lograr sus metas que son beneficio para la empresa, dado que esto les motiva a que sigan comportándose de esa manera y seguir esforzándose más y mejorando sus procesos porque saben que serán alagados, y dejaran huella en la organización.

Castillo, (2009), cabe resaltar que es de vital importancia que el entorno donde se encuentran los empleados admiren, reconozcan y halaguen por lo que logro, si es así este se sentirá muy bien y quera permanecer por mucho tiempo. Además, no se deben olvidar de los pequeños detalles como las palabras mágicas (Por favor, Gracias) y también palabras de aliento y motivación como “tu puedes”, “Felicidades”, “Excelente”, “Sigue así, que llegaras lejos”, todo esto es retroalimentación hacia los resultados que alcanzo.

El reconocimiento es algo tan sencillo, solo se requiere el interés y preocupación de los gerentes hacia sus colaboradores que reconozcan, agradezcan y elogien sus esfuerzos. Y más aún para esta generación del milenio que le gusta los aplausos de los demás.

#### **k) La promoción interna**

Para Castillo (2009), hace referencia cuando un trabajador pasa o lo trasladan a otro puesto en la misma empresa, en la misma área o ascendiéndolo. A esto se le conoce como reclutamiento interno y trae muchos beneficios a la empresa como: ya no tiene que pasar por inducción porque conoce muy bien a cultura de la empresa (normas, reglas, políticas, valores, etc.). si el cambio para el empleado se trata de adquirir nuevos conocimientos, ellos estarán felices porque poco a poco estarán logrando su auto-realización que tanto anhelan. (p.56).

Entonces la promoción interna ayuda a satisfacer las necesidades de autorrealización, al ascender de puesto llevara a tener una mejor remuneración y esto ayudara a la calidad de vida. Además, que crea un sentido de pertenencia, ellos buscaran como sea, realizar de a mejor manera sus funciones para poder ascender y así aprovechar las oportunidades de la empresa.

#### **1.3.4. Rotación del Personal**

Chiavenato (2009), es el termino laboral o cese de los colaboradores y el ingreso de otros para reemplazarlos en el puesto que dejaron sin vacante.

Des el término de la relación laboral y desvincula la relación totalmente con la organización y existen muchas razones para entender el cese laboral, ya sea porque encontró un mejor trabajo, desea tiempo personal, tiempo para amigos o familia. (Robbins, 1998)

En síntesis, de acuerdo a las definiciones mencionadas se puede definir que la rotación del personal es cuando el empleado deja el trabajo por distintos motivos, y esto genera desestabilidades en la organización, porque no es fácil conseguir otro colaborador con las mismas o mejores competencias laborales para cubrir ese puesto

#### 1.3.4.1. Tipos de Rotación

Según Castillo (2009) manifiesta que existen tres tipos de rotación que a continuación se explicaran en que consiste cada uno:

- **Baja inevitable:** Se refiere al cese laboral del colaborador por jubilación. (Castillo, 2009)
- **Baja necesaria:** Se refiere al cese de un colaborador porque cometió un acto ilícito en la empresa y va contra las reglas, notas y políticas de esta. (Castillo, 2009)
- **Baja por cuestiones personales:** El empleado decide ya no laborar, ya sea porque la remuneración ya no le satisface, gestación, cambio de vivienda o encontrar un trabajo con mejores beneficios, mejor clima, más autonomía, etc. (Castillo, 2009)
- **Baja por cuestiones laborales:** El talento humano no satisface con el perfil y habilidades, conocimientos, destrezas que se requieren para ocupar dicho empleo. (Castillo, 2009.)

#### 1.3.4.2. Motivos de Insatisfacción

El trabajo debería aportar sentido a la vida de las personas y reconocimiento social, pero existen motivos que provoca insatisfacciones, a continuación, se mostraran solo algunos de ellos. (Chiavenato, 2000)

##### - Horarios de trabajo

Se considera un motivo de insatisfacción debido a que la mayoría de la generación del milenio actualmente tiene la edad entre el rango de 18 y 38 años y algunos están estudiando y requieren horarios flexibles para poder estudiar y trabajar. Ya que una característica resaltante de esta generación es que desean ascender con rapidez en un puesto de trabajo que les satisfaga en todos los sentidos, es por ello que no dejaran los estudios porque saben que así lo lograrán, pero si no encuentran horarios que se adapten a los de la universidad, seguirán buscando hasta encontrar un lugar donde encuentren lo que desean.

Y es por esta razón por la cual muchos se retiran de la empresa, ya que el empleador no comprende que ellos no dejarán los estudios por un puesto de trabajo. (Chiavenato, 2000)

#### **- Falta de supervisión**

Esto sucede cuando los jefes o gerentes de cada área descuidan a sus colaboradores, no les orientan en sus funciones, dudas, y esto hace que los millennials se retiren, ya que saben que no aprenderán nuevos conocimientos. (Chiavenato, 2000)

#### **- Falta de equilibrio laboral-personal**

Buscan equidad entre sus metas personales y objetivos de trabajo, no dejan que el trabajo se vuelva su prioridad (Hauw y De Vos, 2010). Administrar su tiempo se vuelve importante, buscan que el trabajo no absorba todo su tiempo, ya que les gusta pasar más tiempo con amigos y familia.

La generación Y no está dispuesta “Vivir para trabajar”, se niega rotundamente a pasar muchas horas en el trabajo, ya que también les agrada tener tiempo para realizar otras actividades. Buscan un ejemplo que les satisfaga, una combinación entre placer y diversión.

Si la empresa opera de manera vertiginosa, y sus colaboradores tienen un buen desempeño, es mucho más significativo para que los jefes les proporcionen una determinada ductilidad. (Nelson, 1997)

La ductilidad se ha transformado en la pieza clave para mantener al talento humano. La gran mayoría de la generación del milenio abandonan las empresas porque no les proporcionan horarios flexibles y esto les dificulta desenvolverse en otros ámbitos.

Las organizaciones deben permitir que al menos una vez a la semana o al mes brindarles la oportunidad que trabajen desde casa, pero ojo sin descuidar las tareas diarias (hacer lo mismo en el su puesto de trabajo, pero desde casa). A la vez se pueden quebrar algunas reglas como, por ejemplo, en la vestimenta, deben implementar viernes de Jeans, o viernes de zapatillas, que les ayude a sentirse cómodos (Castillo, 2009)

Para esta generación es de vital importancia tener un horario flexible, ya que de acuerdo a sus características les gusta salir temprano del trabajo para pasar tiempo con su familia o amigos. Y si no se satisface esa necesidad será difícil retenerlos y buscarán otra opción donde si les den esa posibilidad. (Chiavenato, 2000)

#### **- Falta de tecnología**

Hatum (2011), se demuestra porque viven conectados todo el día. Ellos trabajan y aprenden a través de las redes sociales, se ha vuelto algo indispensable para ellos. Gracias a la tecnología han desarrollado la habilidad de realizar muchas cosas al mismo tiempo y esto es una fortaleza que deben aprovechar las organizaciones.

La tecnología es el sexto sentido de los Millennials, les permite interactuar, comunicarse con el mundo, estar enterado de los acontecimientos internacionales que suceden al instante y sin necesidad de esperar a prender la TV para verlo en las noticias, como lo hacían las antiguas generaciones. (Chiavenato, 2000)

#### **- Falta de desafíos profesionales**

Hauw y De vos (2010), buscan más que un sueldo, sino aprender nuevas cosas. Otorgan mayor énfasis a la satisfacción personal y profesional que les brinda la organización, es por ello que buscan empresas con las cuales se sientan identificados ya sea con sus valores, misión y visión.

#### **- Falta de Feedback**

La generación del milenio ha crecido con Internet y con los videojuegos, experiencias que les han dado una gratificación instantánea y un feedback constante, y por esa razón estos Millennials esperan encontrar ese feedback y esa gratificación instantánea en todos los ámbitos de su vida. (Chiavenato, 2000)

Al contrario que las generaciones anteriores, la generación Y han vivido en una época automatizada y digital. Esto ha provocado que estos Millennials estén acostumbrados a lo inmediato y a lo instantáneo. La generación del Millennials han vivido la comunicación inmediata a través de Internet y los dispositivos móviles. Los Millennials han preguntado a Google cada vez que tenían una duda y a los 10 segundos han encontrado una respuesta, los Millennials hemos tenido la suerte de pulsar un botón y

tener una gran cantidad de contenidos a nuestra disposición, incluso de seleccionar qué queremos ver y cuándo queremos verlo.

Pero a esta inmediatez se le suma otro elemento: el feedback. El feedback ha estado presente en todo su ocio y su entretenimiento. Los Millennials han crecido con los videojuegos, que son la máxima expresión del feedback (sabes continuamente si estás ganando, si estás perdiendo, si lo estás haciendo bien, si lo estás haciendo mal). Los Millennials también están acostumbrados a medir inmediatamente la calidad y el impacto del contenido que comparten a través del número de “likes”, “retweets”, o reproducciones. O incluso a transmitir inmediatamente sus opiniones, ya sea por Facebook, por Twitter, o a través de sus propios blogs personales.

#### **1.3.4.3. Costo de la Rotación del Personal**

Simboliza gasto de dinero y se relaciona directamente o indirectamente con el alejamiento de los colaboradores de la organización. A continuación, se detallará los tipos de costos que implica la rotación. (Chiavenato, 2000)

- **Costos Primarios de la Rotación:** hace referencia a la inversión que hace la empresa para contratar a un nuevo colaborador y cubrir el puesto que dejó el antiguo trabajador. Incluyen: costos de desvinculación, costos de ingresos, costos de integración (gasto en entrenamiento y costo del tiempo del supervisor para los recién admitidos en su área), costos de documentación y registro, y por último costos de selección y reclutamiento (gastos de admisión, gastos de mantenimiento hace referencia al salario del personal de reclutamiento, gasto en anuncios por ejemplo en periódicos, material de reclutamiento y formularios. (Chiavenato, 2000)

- **Costos Secundarios de la Rotación:** hace referencia a aspectos intangibles difíciles de medir numéricamente porque sus características son cualitativas. Incluyen: costos extra laboral y extra operacional, efectos en la actitud personal, en la producción, (Chiavenato, 2000)

- **Costos terciarios de la rotación:** Hacen referencia con efectos colaterales, se manifiestan en mediano y corto plazo, estos son costos estimables. Incluyen: pérdidas en los negocios y costos de inversión extra. (Chiavenato, 2000)

Los costos primarios son medibles y cuantificables, los secundarios son cualitativos pero los costos terciarios solo son estimables. Pero los costos primarios y secundarios pueden aumentar o disminuir depende del interés que le ponga la organización.

#### **1.3.4.4. Resultados o Efecto de la Rotación del Personal**

De acuerdo con Chiavenato (2000), continuación se detallará el efecto negativo y positivo de rotación:

**Negativo:** afecta en la rentabilidad, ya que las capacitaciones que se brindó al colaborador fueron en vano, buscar al nuevo empleado que cubra ese puesto, gasto de papeleos, como son nuevos demoran en adaptarse un cierto tiempo, y el efecto es que los clientes no aceptan errores y menos perder el tiempo, por ejemplo, si hablamos de una entidad bancaria. (Chiavenato, 2000)

**Positivo:** si un empleado se retira por la mayoría de edad, entonces la empresa captara a un talento con nuevas ideas, innovador y estando a la vanguardia de la tecnología y como es joven requerirá menor salario ya que su objetivo es aprender. (Chiavenato, 2000)

#### **1.4. Formulación al Problema**

¿Cuál es la relación entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018?

#### **1.5. Justificación del estudio**

##### **1.5.1. Justificación Social**

Tiene relevancia social porque esto servirá para que les den más importancia a los jóvenes del milenio ya que estos pueden cambiar a las organizaciones y hacer que nuestra realidad cambie y que su primer empleo sea en una empresa formal. A la vez ayudara a resolver algunas interrogantes de la rotación del personal y puede servir para otras empresas que tengan el mismo problema.

### **1.5.2. Justificación Practica**

La presente investigación se realiza porque existe la necesidad de evitar la rotación de personal de la generación del milenio en las organizaciones y plantear nuevas estrategias, tácticas en el área de recursos humanos para retenernos y de esta manera que la inversión que realizan en ellos no sea una perdida.

### **1.5.3. Justificación Metodológica**

La presente investigación tiene utilidad metodológica dado que se comprobará si existe relación entre retención y rotación de la generación Millennial y proponer algunas estrategias para poder fidelizar a estos colaboradores a la vez generar conocimiento valido e información confiable que se podrá utilizar en futuras investigaciones.

## **1.6. Hipótesis**

$H_i$  = Existe relación directa entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

$H_0$  = No existe relación directa entre el Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

$$H_i \neq H_0$$

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo General**

- Determinar la relación entre Retención y Rotación en la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la Retención de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018
- Identificar la Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

- Analizar la relación entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

## II. METODO

### 2.1. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es:

**No experimental:** Porque no se manipularon las variables como la retención y rotación del personal, se contemplan y los fenómenos de la forma en cómo se desenvuelven en su ámbito real y luego ser analizados. (Hernández, 2006)

Según su alcance la investigación es:

**Transversal:** Porque la recolección de datos se realizó en un momento único y determinado. (Hernández, 2006)

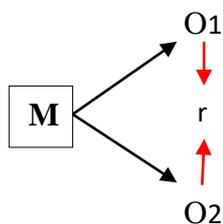
De acuerdo al tipo, la investigación es:

**Cuantitativa:** porque coge y analiza las dos variables y estudia las propiedades y fenómenos e implica el uso de herramientas estadísticas y matemáticas. (Hernández, 2006)

El nivel de la investigación es:

**Descriptivo:** Dado a que se detalla la situación actual y características de cada una de las variables en el contexto. (Hernández, 2006)

**Correlacional:** debido a que explica la relación entre las variables, como es el caso de la relación Retención y Rotación de los Millennials. (Hernández, 2006)



Donde:

M = Colaboradores de la Generación Millennial

O1 = Retención

O2 = Rotación

r = relación entre las dos variables

### 2.2. Variables, Operacionalización

**Variable 1:** Retención de la Generación Millennials

**Variable 2:** Rotación de la Generación Millennial

Título: Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Retención	De acuerdo con Chiavenato (2009), la retención es mantener al activo más valioso manteniéndolos motivados y satisfechos, esto permitirá la competitividad de la organización	Conservar a los mejores colaboradores para evitar que el conocimiento que poseen migre hacia la competencia o se utilice para crear su propio negocio y este es un riesgo sumamente alto. Bajo las dimensiones de Clima Organizacional, Cultura Organizacional y Motivación	Clima Organizacional	Ambiente de Trabajo
				Seguridad Laboral
				Trabajo en Equipo
				Comunicación
			Cultura Organizacional	Fidelidad
				Valores
				Normas/Reglas
				Identidad e Integración
			Motivación	Orientación a Resultados
				Reconocimiento
				Autonomía
				Capacitación
				Política de Ascenso
Variable 2: Rotación	Según Chiavenato (2007), la rotación está establecido por los colaboradores que entran y se retiran de la empresa en un periodo de tiempo	El número de profesionales que se incorpora a una empresa y que salen de ella por diferentes causas. Bajo las dimensiones de Tipos de Rotación y Motivos de Rotación	Tipos de Rotación	Rotación Necesarias
				Rotación Personales
				Rotación Laborales
			Motivos de Rotación	Horarios de Trabajo
				Falta de Supervisión
				Falta de equilibrio laboral-personal
				Falta de Tecnología
				Falta de desafíos profesionales
				Feedback

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1. Población**

Hernández (2006), conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes.

Para llevar a cabo la presente investigación la población estará constituida por 130 colaboradores que laboran en la empresa Homecenters Peruanos S.A. del Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

### **2.3.2. Población Muestral**

En la presente investigación debido a que la población es muy pequeña se trabajara en este caso la muestra conformada por los 130 colaboradores de la empresa Homecenters Peruanos S.A. del Distrito de Nuevo Chimbote 2018, porque se requiere que los resultados que se van a obtener sean confiables.

### **2.3.3. Criterios de Inclusión y Exclusión**

#### ***Inclusión***

- Personas que se encuentren laborando en la empresa Homecenters Peruanos S.A.
- Edades entre los 18 y 37 años pertenecientes a la generación del Milenio
- Colaboradores con contrato vigente

#### ***Exclusión***

- Empleados que no laboren en la empresa Homecenters Peruanos S.A.
- Empleados que no estén en el rango de edad
- Empleados que tengan licencia y vacaciones

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

### **2.4.1. Técnica**

Arias (2006) menciona que las técnicas de investigación son definidas como los diferentes modos, métodos y procedimientos que son utilizados por el investigador con el fin de reunir y conseguir datos y/o información. (p.25)

La técnica utilizada en la presente investigación es la encuesta.

#### **2.4.2. Instrumento**

Según Arias (2006) indica que los instrumentos de investigación son definidos como los recursos físicos, característicos de ser tangibles, que serán utilizados en la recolección de los datos. (p.25)

El instrumento utilizado en la presente investigación es el cuestionario.

#### **2.4.3. Validez de Instrumento**

De acuerdo con Hurtado (2012), un instrumento tiene validez siempre y cuando sus ítems o preguntas están en correspondencia con sus indicadores que se derivan del concepto del evento que se quiere o pretende medir.

En la presente investigación el instrumento que se utilizará para la recolección de datos estará compuesto de 63 preguntas realizadas a 130 colaboradores de la empresa Homecenters Peruanos S.A. y será validado a criterio de juicio de (4) expertos, y será distribuido por (03) especialistas en el tema y (01) metodólogo

#### **2.4.4. Confiabilidad**

Según Hidalgo (2005), se puede medir por el alfa de Cronbach que permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

En la presente investigación se realizó una prueba en el sistema SPSS 20, en la cual se midió el alfa de Cronbach por cada Variable, y los resultados obtuvimos fueron excelentes, ya que en ambos casos se obtuvo un resultado de 0,8.

Formula de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$\alpha$  - Alfa de Cronbach  
K - Número de ítems  
Vi - Varianza de cada Item  
Vt - varianza del total

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

En la presente investigación la información se obtuvo a través del cuestionario, se utilizó la prueba **Chi cuadrado**, debido a que las variables son cualitativas se procesó con el soporte del software estadístico SPSS 20; aquí se procedió a realizar los cálculos, tablas y gráficos. Para el análisis de datos se interpretó de acuerdo a los resultados, para cumplir con los objetivos establecidos en la presente investigación

## **2.6. Aspectos Éticos**

La presente investigación es confiable debido a que se basa en datos reales, no existe alteración de ellos, también se respetó aspectos científicos, metodológicos y teóricos; el respeto por la propiedad intelectual, respeto a la privacidad al proteger la identidad de los colaboradores que participaron en el estudio.

### III. RESULTADOS

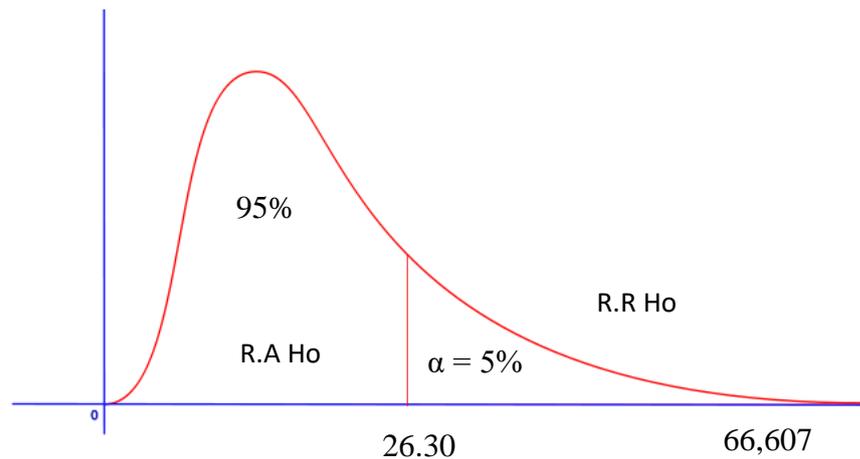
3.1. Objetivo General: Determinar la relación entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A.

Tabla 1

*Correlación entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018.*

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,607 <sup>a</sup>	16	,000
N de casos Validos	130		

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Interpretación:** Como se puede observar en la Tabla 1, Se está utilizando un nivel de significancia de 5% (0.05), como el Chi cuadrado de Pearson es 0.000 y a su vez menor que 0.05, nos permite comprobar la relación de variables, es decir entonces Si se acepta (Hi) que dice que si existe relación altamente significativa entre la Retención y rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A.

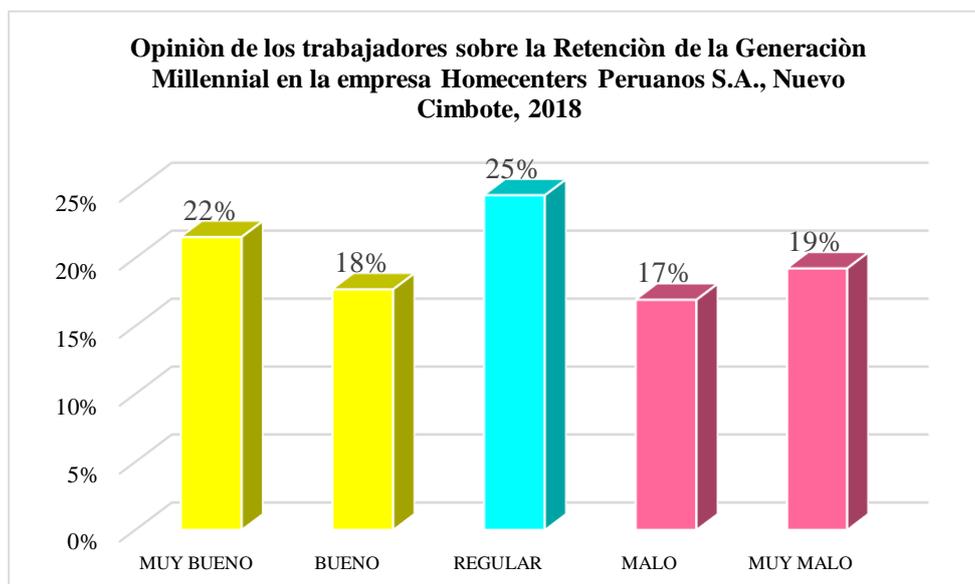
**3.2. Objetivos Específico 1: Analizar la Retención de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Tabla 2

***Opinión de los trabajadores sobre la Retención de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
MUY BUENO	28	22%
BUENO	23	18%
REGULAR	32	25%
MALO	22	17%
MUY MALO	25	19%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 2: Opinión de los trabajadores sobre la Retención de la generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 2

Interpretaciones:

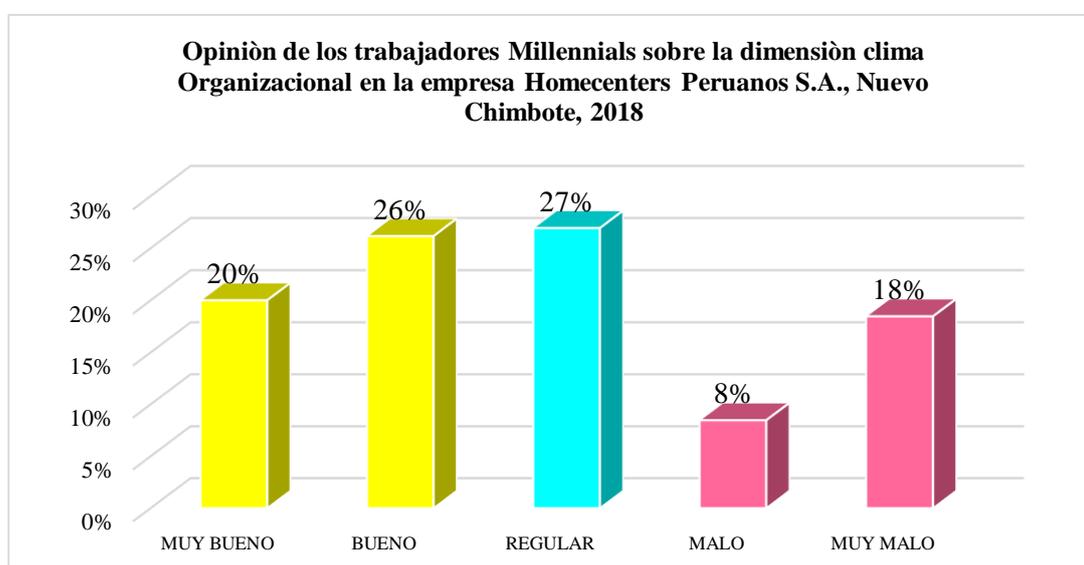
- En la tabla 2 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 40% (51) califica a la empresa Homecenters peruanos con “Muy bueno y Bueno” con respecto a la Retención que aplica a su personal, mientras que el 25%(32) muestran una opinión “Regular” y el 36% (47) manifiestan una calificación de “Malo y Muy malo” con la retención que brindan a su personal.

Tabla 3

**Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión Clima Organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
MUY BUENO	26	20%
BUENO	34	26%
REGULAR	35	27%
MALO	11	8%
MUY MALO	24	18%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



Fuente: **Tabla 3** Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión clima organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

Interpretaciones:

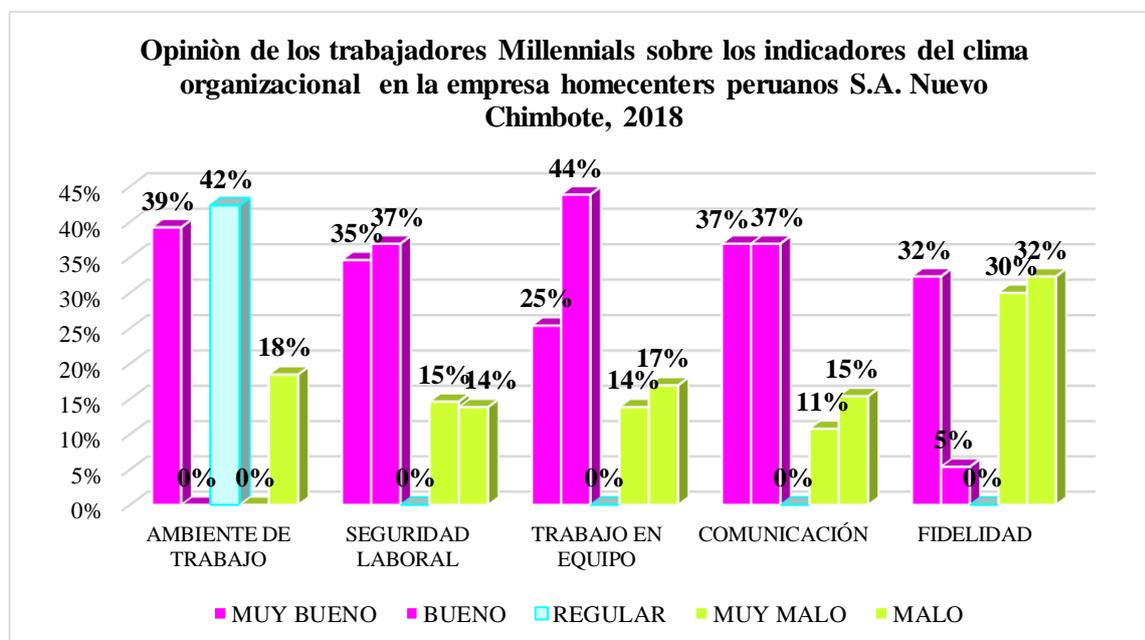
- En la tabla 3 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 46% (60) tienen una opinión “Muy buena y Buena” con respecto al clima Organizacional que brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A., mientras que el 27%(35) muestran una opinión “Regular” y el 26% (35) manifiestan una opinión “Muy malo y Malo” con respecto a dicha dimensión.

Tabla 4

**Opinión de los trabajadores Millennials sobre los indicadores del Clima Organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Clima Organizacional	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Ambiente de trabajo	51	39%	0	0%	55	42%	0	0%	24	18%	100%
Seguridad Laboral	45	35%	48	37%	0	0%	19	15%	18	14%	100%
Trabajo en equipo	33	25%	57	44%	0	0%	18	14%	22	17%	100%
Comunicación	48	37%	48	37%	0	0%	14	11%	20	15%	100%
Fidelidad	42	32%	7	5%	0	0%	39	30%	42	32%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



Fuente: Tabla 4

Interpretación:

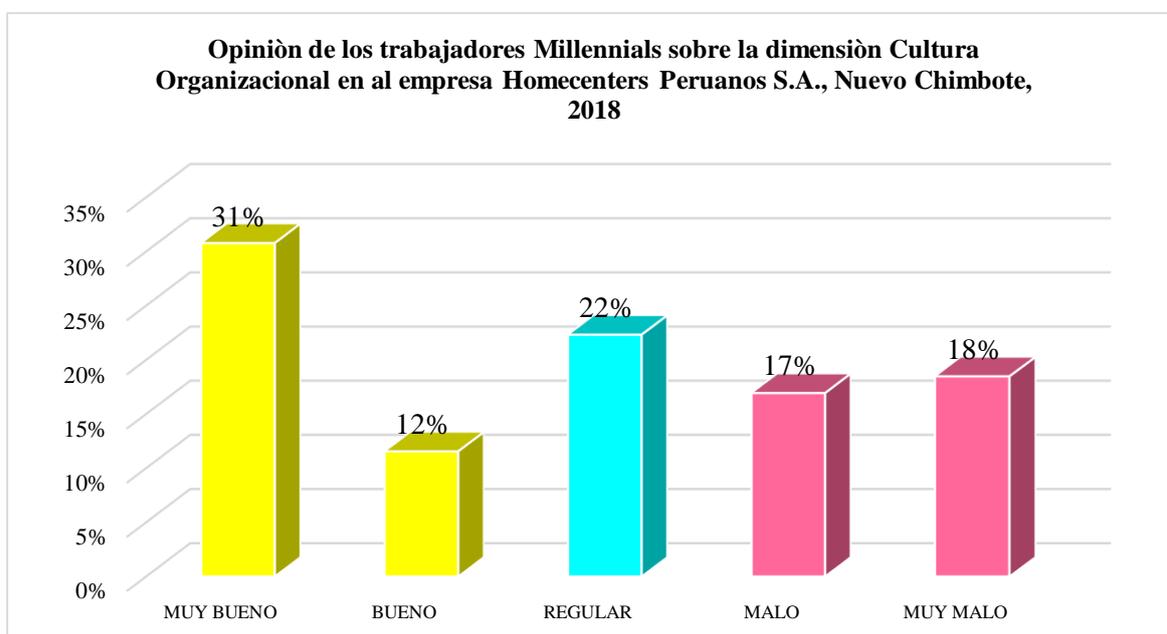
- En la tabla 4 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 39% (51) tienen una opinión “Muy bueno y Bueno” con respecto al ambiente laboral que les brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A., Con respecto al indicador Seguridad Laboral el 72% (93) manifiestan tener una opinión “Muy buena y buena” que la empresa les brinda excelentes condiciones de trabajo y de esa manera evitar accidentes. En cuanto al indicador trabajo en equipo el 69% (90) califican de “Muy bueno y bueno” que la empresa incentiva y aplica trabajar en equipo. Con respecto al indicador Comunicación los encuestados manifiestan que el 74%(96) tienen una opinión “Muy buena y Buena” sobre dicho indicador. Por último, el 37%(49) manifiestan que son fieles a una organización, si tiene otra oportunidad laboral dudarán en dejar la empresa y buscar algo mejor, mientras que el 62%(81) muestran lo contrario.

Tabla 5

***Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión Cultura Organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
MUY BUENO	40	31%
BUENO	15	12%
REGULAR	29	22%
MALO	22	17%
MUY MALO	24	18%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 5: Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión Cultura Organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 5

Interpretaciones:

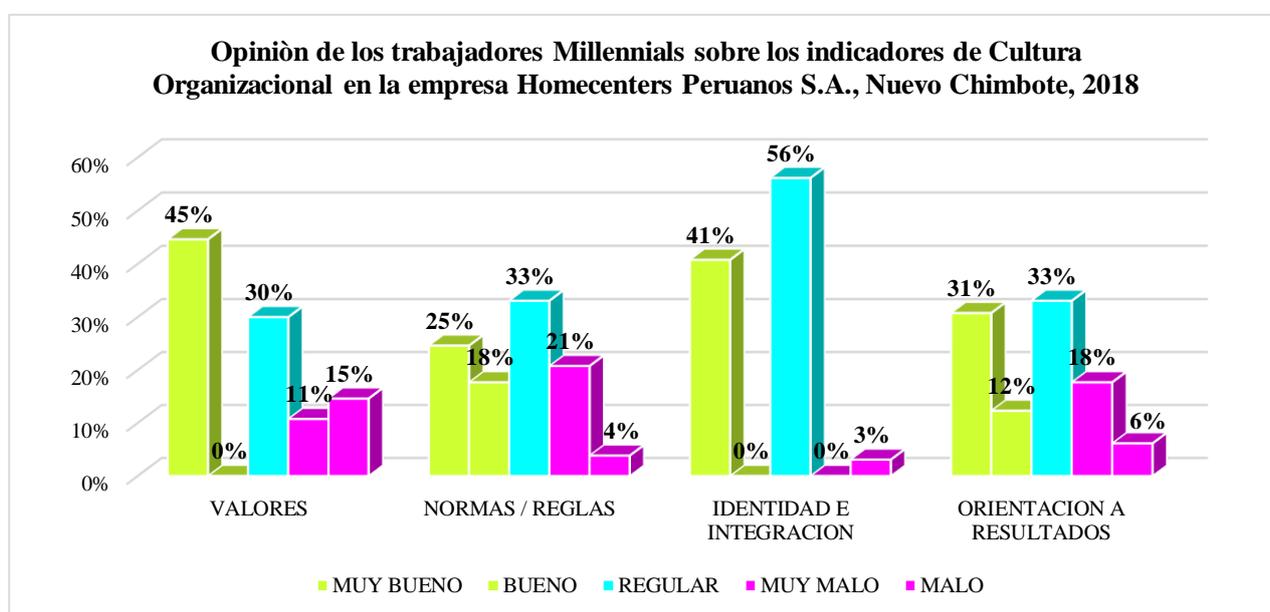
- En la tabla 5 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 43% (55) tienen una opinión “Buena y Muy buena” con respecto a la Cultura Organizacional que brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A., mientras que el 22%(29) muestran una opinión “Regular” y el 35% (46) tienen una opinión “Mala y Muy mala”

Tabla 6

**Opinión de los trabajadores Millennials sobre los indicadores de Cultura Organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A, Nuevo Chimbote, 2018**

Cultura Organizacional	Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo		Muy Malo		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Valores	58	45%	0	0%	39	30%	14	11%	19	15%	100%
Normas /Reglas	32	25%	23	18%	43	33%	27	21%	5	4%	100%
Identidad e integración	53	41%	0	0%	73	56%	0	0%	4	3%	100%
Orientación a Resultados	40	31%	16	12%	43	33%	23	18%	8	6%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 6: Opinión de los trabajadores Millennials sobre los indicadores de cultura organizacional en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 6

Interpretaciones

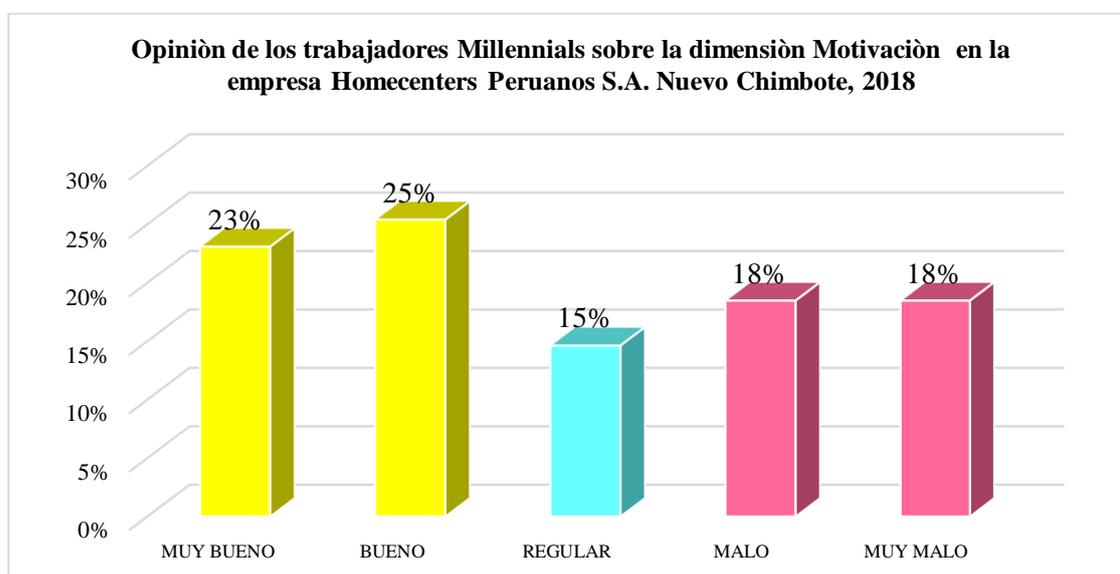
- En la tabla 6 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 45% (58) tienen una opinión “Muy buena y Buena” con respecto a los Valores que les brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A., Luego el 43% (55) tienen una opinión “Muy buena y Buena” con respecto a las normas/Reglas que tiene la empresa mencionada, En cuanto al indicador Identidad e Integración el 41% (53) manifiestan una opinión “Muy buena y Buena” con respecto a sentirse identificados como miembro de la empresa. Con respecto al indicador Orientación a resultados los encuestados manifiestan que el 43%(56) tiene una opinión “Muy buena y Buena” debido a que logran resultados personales y laborales en su trabajo.

Tabla 7

**Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión Motivación en la empresa Homecenters peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018**

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
MUY BUENO	30	23%
BUENO	33	25%
REGULAR	19	15%
MALO	24	18%
MUY MALO	24	18%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 7: Opinión de los trabajadores Millennials sobre la dimensión Motivación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 7

Interpretaciones:

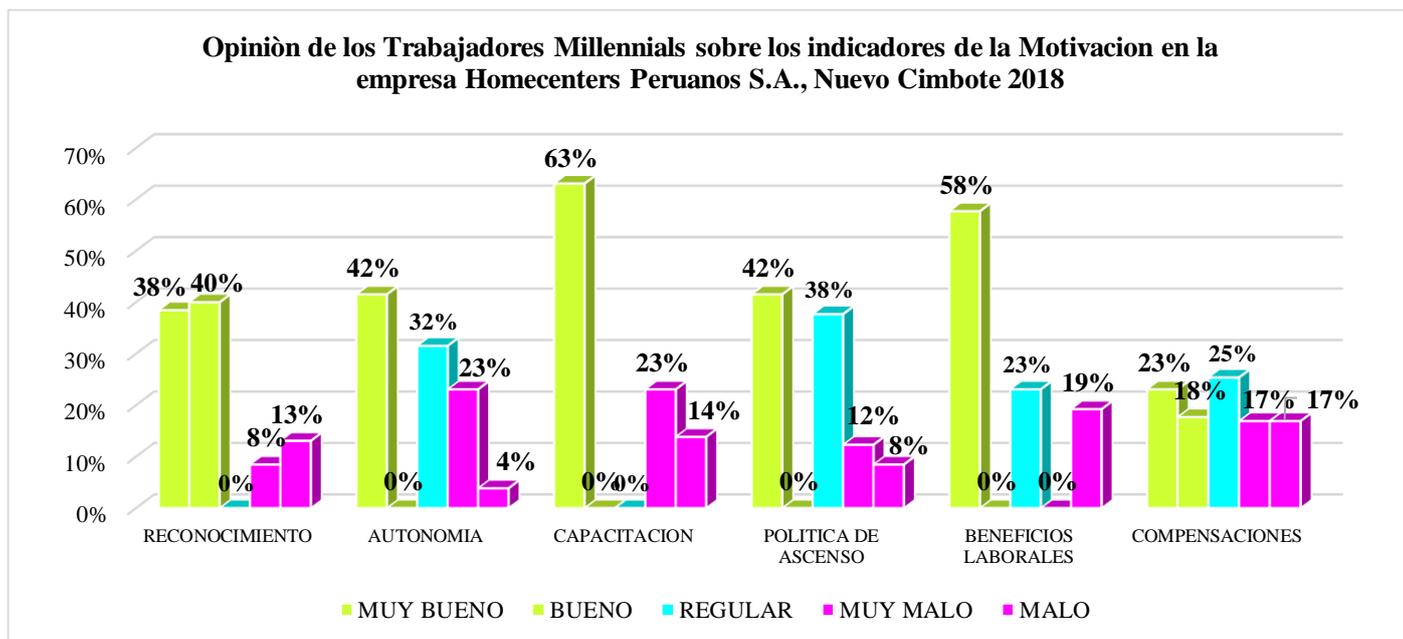
- En la tabla 7 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 48% (63) tienen una opinión “Muy Buena y Buena” con respecto a la motivación que brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A. a su personal, mientras que el 15% (19) muestran una opinión “Regular” y el 36% (48) tiene una opinión “Mala y Muy Mala”

Tabla 8

**Opinión de los trabajadores Millennials sobre los indicadores de la Motivación en la empresa Homecenters Peruanos S.A, Nuevo Chimbote, 2018**

Motivación	Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo		Muy Malo		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Reconocimiento	50	38%	52	40%	0	0%	11	8%	17	13%	100%
Autonomía	54	42%	0	0%	41	32%	30	23%	5	4%	100%
Capacitación	82	63%	0	0%	0	0%	30	23%	18	14%	100%
Política de ascenso	54	42%	0	0%	49	38%	16	12%	11	8%	100%
Beneficios laborales	75	58%	0	0%	30	23%	0	0%	25	19%	100%
Compensaciones (Bonos)	30	23%	23	18%	33	25%	22	17%	22	17%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



Fuente: Tabla 8

Interpretación

- En la tabla 8 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 78% (102) tienen una opinión “Muy buena y Buena” con respecto al reconocimiento que brinda la empresa Homecenters Peruanos S.A. Con respecto al indicador Autonomía el 42% (54) tienen una opinión “Muy buena y buena” debido a que la empresa les brinda responsabilidades y tomar decisiones en su puesto de trabajo. En cuanto al indicador Capacitación el 63% (82) manifiestan tener una opinión “Muy Buena y Mala” debido a que la empresa incentiva y aplica la capacitación constante. Con respecto al indicador Política de ascenso los encuestados manifiestan que el 42%(54) tienen una opinión “Muy buena y Buena” ya que se puede ascender de puesto y mejorar profesionalmente. En cuanto al indicador Beneficios Laborales, el 58%(75) manifiestan tener una opinión “Muy Buena y Buena” debido a que la empresa les brinda todos los beneficios sin excepción. Por último, con el indicador Compensaciones, el 41%(53) manifiestan tener una opinión “Muy Buena y Buena” debido a que la empresa les brinda compensaciones (bonos) aparte de su remuneración.

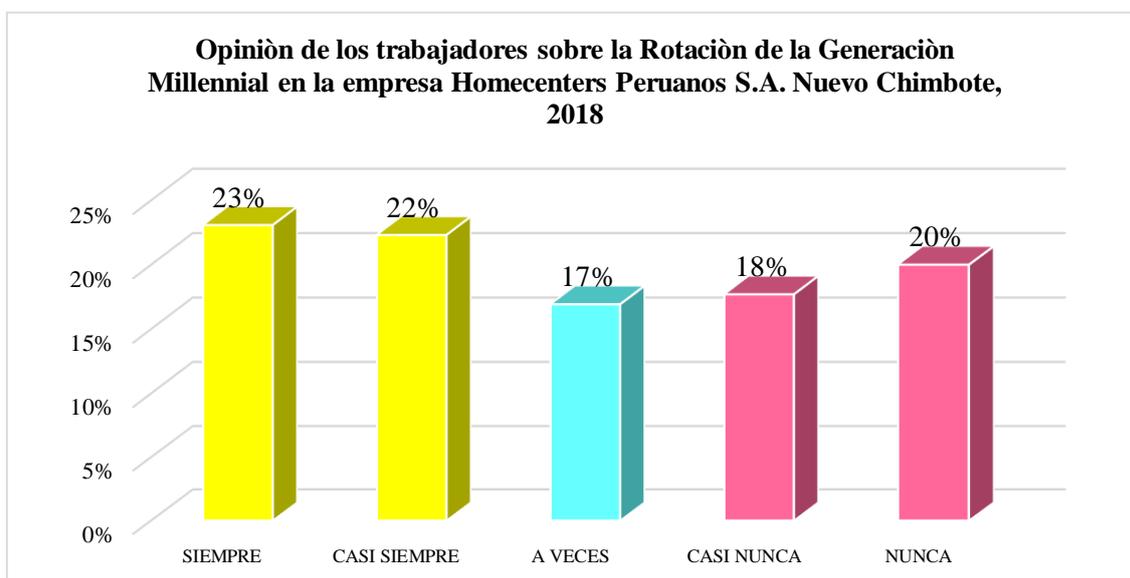
### **3.3. Objetivo Especifico 2: Identificar la Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018**

Tabla 9

**Opinión de los trabajadores sobre la Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote 2018**

OPINIÓNN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
SIEMPRE	30	23%
CASI SIEMPRE	29	22%
A VECES	22	17%
CASI NUNCA	23	18%
NUNCA	26	20%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 9: Opinión de los trabajadores sobre la rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 9

Interpretaciones:

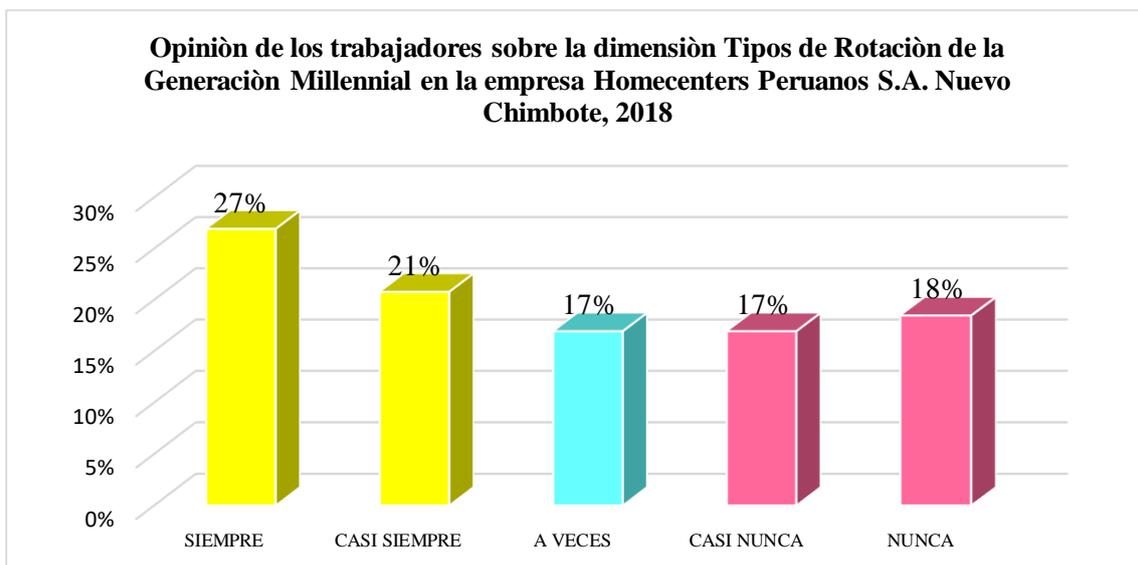
- En la tabla 9 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 45% (59) “Siempre y Casi siempre” existe rotación en la empresa Homecenters Peruanos S.A., mientras que el 17%(22) opinan que solo “A veces” y el 38% (49) manifiestan que “Nunca y Casi Nunca”

Tabla 10

***Opinión de los trabajadores sobre la dimensión Tipos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
SIEMPRE	35	27%
CASI SIEMPRE	27	21%
A VECES	22	17%
CASI NUNCA	22	17%
NUNCA	24	18%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 10: Opinión de los trabajadores sobre la dimensión Tipos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 10

Interpretaciones:

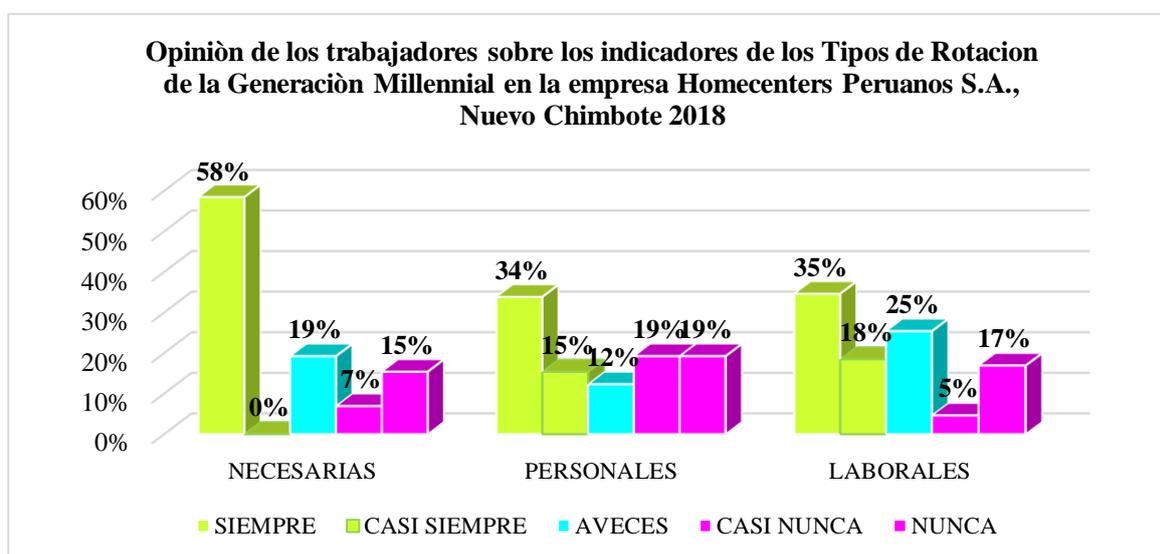
- En la tabla 10 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 48% (62) “Siempre y Casi siempre” se termina la relación laboral debido a los Tipos de Rotación, mientras que el 17%(22) opinan que solo “a veces” y el 35% (46) manifiestan que “Nunca y Casi nunca” se termina por dicha dimensión.

Tabla 11

**Opinión de los trabajadores sobre los Indicadores de Tipos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018**

Tipos de Rotacion	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi Nunca		Nunca		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Rotación Necesarias	76	58%	0	0%	25	19%	9	7%	20	15%	100%
Rotación Personal	44	34%	20	15%	16	12%	25	19%	25	19%	100%
Rotación Laborales	45	35%	24	18%	33	25%	6	5%	22	17%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 11: Opinión de los trabajadores sobre los indicadores de los Tipos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 11

**Interpretaciones**

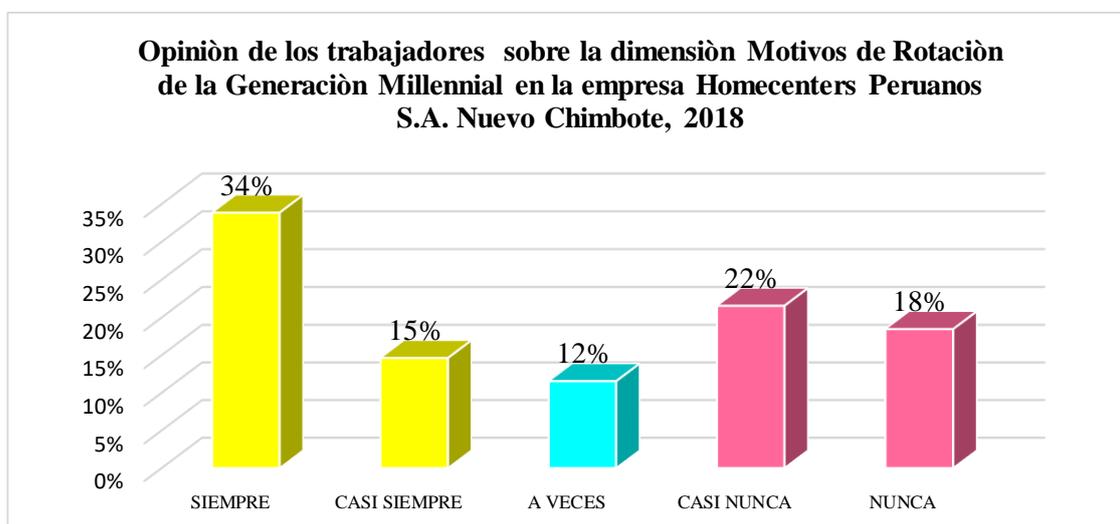
- En la tabla 11 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 58%(76) “Siempre y Casi siempre” el cese del personal es por rotación necesaria, ya que quizá cometió algo ilícito o por jubilación, mientras que el 22% (29) opinan que “Nunca y Casi Nunca”. Con respecto al indicador Rotación Personales el 49% (64) “Siempre y casi Siempre” el termino laboral es debido a la rotación por motivos personales, mientras que el 38%(50) muestra una opinión “Nunca y Casi nunca”. En cuanto al indicador Rotación Laboral el 53% (69) “Siempre y Casi siempre” el cese laboral es debido a la Rotación Laboral, ya que quizá le presentaron mejores oportunidades, mientras el 22%(28) manifiestan una opinión “Nunca y Casi nunca)

Tabla 12

***Opinión de los trabajadores sobre la dimensión Motivos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

OPINIÓN DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	ENCUESTADOS	
	Nº	%
SIEMPRE	44	34%
CASI SIEMPRE	19	15%
A VECES	15	12%
CASI NUNCA	28	22%
NUNCA	24	18%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 12: Opinión de los trabajadores sobre la Dimensión Motivos de Rotación de la generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 12

Interpretación:

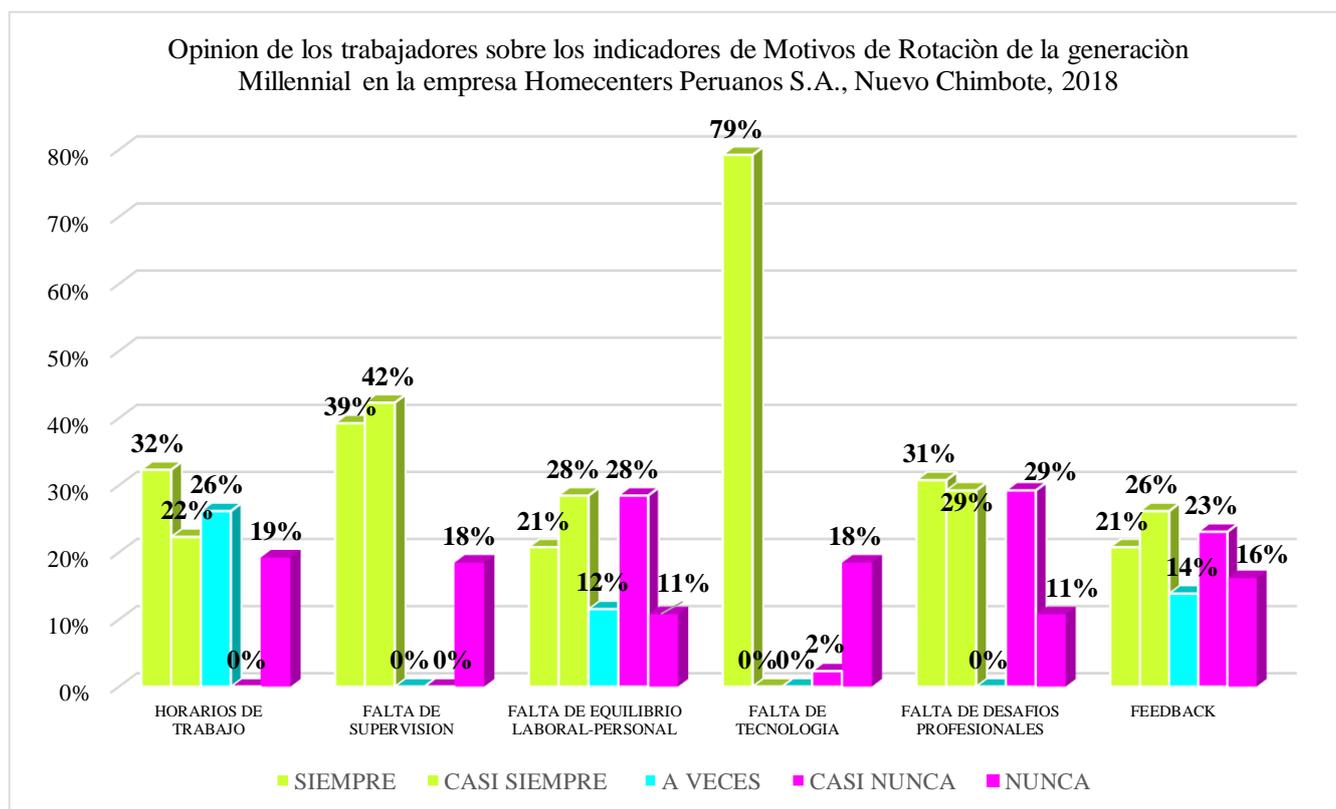
- En la tabla 12 se muestra que del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 49% (63) “Siempre y Casi siempre” se termina la relación laboral debido a los Motivos de Rotación, mientras que el 12%(15) opinan que solo “a veces” y el 40% (52) manifiestan que “Nunca y Casi nunca” se termina por dicha dimensión.

Tabla 13

**Opinión de los trabajadores sobre los indicadores Motivos de Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018**

Motivos de Rotación	Frec.	%								
Horarios de Trabajo	42	32%	29	22%	34	26%	0	0%	25	19%
Falta de Supervisión	51	39%	55	42%	0	0%	0	0%	24	18%
Falta de equilibrio Laboral-Personal	27	21%	37	28%	15	12%	37	28%	14	11%
Falta de tecnología	103	79%	0	0%	0	0%	3	2%	24	18%
Falta de desafíos profesionales	40	31%	38	29%	0	0%	38	29%	14	11%
Feedback	27	21%	34	26%	18	14%	30	23%	21	14%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



Fuente: Tabla 13

### Interpretación:

- Podemos Observar que en la tabla 13 del 100% (130) de los trabajadores Millennials encuestados manifestaron que el 54% (71) “Siempre y casi siempre” la empresa Homecenters Peruanos S.A. sino les brinda Horarios flexibles que se adapten a sus necesidades sería un motivo para renuncia. Con respecto al indicador Falta de Supervisión el 81% (106) “Siempre y Casi siempre” por la falta de supervisión renunciarían al trabajo. En cuanto al indicador Falta de equilibrio Laboral-Personal el 49% (64) “Siempre y casi siempre” la empresa no les brinda un equilibrio laboral-personal renunciarían. Con respecto al indicador Falta de tecnología los encuestados manifiestan que el 79%(103) “Siempre y Casi siempre” la prohibición de uso de aparatos tecnológicos es motivo de renuncia. En cuanto al indicador Falta de desafíos profesionales, el 60%(78) “Siempre y Casi siempre” si su trabajo no le presenta desafíos profesionales sería un motivo de renuncia. Por último, con el indicador Feedback, el 47%(61) “Siempre y Casi siempre” manifiestan que si la empresa no les brinda retroalimentación constante sería motivo de renuncia.

**3.4. Objetivos Específicos 3: Analizar la relación entre Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 20018**

Tabla 14

***Relación entre Retención y rotación de la Generación Millennial en la empresa peruana Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote 2018***

		ROTACION					Total	
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE		
RETENCION	MUY MALO	Recuento	2	4	1	1	17	26
		%	8%	16%	4%	4%	68%	100%
	MALO	Recuento	0	7	3	8	4	23
		%	0%	31,8%	13,6%	36,4%	18,2%	100%
	REGULAR	Recuento	2	2	7	8	13	22
		%	6,3%	6,3%	21,9%	25%	40,6%	100%
	BUENO	Recuento	6	8	5	3	1	29
		%	26,1%	34,8%	21,7%	13%	4,3%	100%
	MUY BUENO	Recuento	9	6	6	4	3	30
		%	32,1%	21,4%	21,4%	14,3%	10,7%	100%
	Total	Recuento	19	22	32	24	38	130
		%	19,2%	16,9%	24,6%	17,7%	21,5%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Interpretación:**

- En la tabla 14, el 68%(17) de los colaboradores Millennials encuestados manifiestan que cuando la retención es “Muy Mala”, entonces siempre existe Rotación del personal. Asimismo, el 36,4% (8) muestran que cuando la Retención es “Mala”, “Casi siempre” habrá Rotación. Por otro lado, el 40.6% (13) manifestaron que, si se tiene una Retención “Regular”, “Siempre” habrá rotación. Sin embargo, cuando la rotación es “buena” indican que “Casi nunca” habrá rotación del personal, y, por último, el 32,1% (9) manifestaron que la retención es “Muy buena”, y esto conlleva a que “Nunca” exista rotación del personal porque no tendrías motivos por el cual partir de la empresa.

#### **IV. DISCUSION**

Cantú (2006) en

“Factores que se aplican para la atracción y retención de personal en organizaciones grandes de manufactura del estado de Nuevo León, México” concluye Los que ayudan a la obtención y retención del talento humano son: oportunidad de desarrollo profesional, Reconocimiento, capacitación, estar a la vanguardia en conocimientos y tecnologías, prestaciones y beneficios, y comunicación jefe-subordinado

Lo cual es confirmado en la tabla 4 que el 74% manifiestan una opinión “buena y muy buena” ya que sienten que la comunicaron jefe-subordinado es la correcta y no podría ser un motivo de renuncia. Luego se corrobora en la tabla 9, donde los resultados muestran que el 78% de los trabajadores Millennials encuestados manifiestan una opinión “Muy buena y Buena” con respecto al reconocimiento que brinda la empresa y están de acuerdo con ello porque sienten que valoran su esfuerzo. Por otro lado, el 63% manifiesta tener una opinión “Muy buen y buena” con respecto a la capacitación constante que reciben de la empresa y están de acuerdo porque les agrada estar actualizados y a la vanguardia de nuevos conocimientos y tecnologías. Con respecto a los beneficios laborales el 58% manifiesta una opinión “Muy buena y Buena” esto quiere decir que se sienten satisfechos y a gusto con lo que la empresa les brinda.

Magdalena (2013) en

“Generación Y: Sus expectativas laborales” concluye que la generación “Y” concede relevancia a los trabajos que les interese y desafíen a crecer profesionalmente, además son ambiciosos y desleales, se evidenció que ellos cambian de empleador muy a menudo y no tienen remordimientos al hacerlo y por último deben sentirse identificados con la cultura que propaga la empresa u organización.

Lo cual es confirmado en la tabla 13, con el 60% de los colaboradores Millennials que manifiestan que “Siempre y casi siempre” perciben que su trabajo es desafiante y retador para crecer profesionalmente y esto les agrada para permanecer en la empresa. Mientras que en la tabla 4 se corrobora que el 62% de los colaboradores Millennials muestran una opinión “Mala y Muy mala” con respecto a la fidelidad que ellos sienten tener hacia la organización porque ellos no se consideran leales a los empleadores.

Didier (2014) en

“Gestión Moderna de Responsabilidad Social Empresarial Interna, un modelo para atraer, motivar y fidelizar a los Talentos de la generación Y” concluye que les encanta la autonomía, pero necesitan una a alguien que les indiquen que les indique si están haciendo las cosas de manera correcta para corregirla (Feedback), están muy informados y tienen capacidad multitarea.

Lo cual es confirmado en la tabla 8, donde los resultados muestran que el 42% tienen una opinión “Muy buena y buena” con respecto a la autonomía que les brinda la empresa Homecenters peruanos S.A. en sus puestos de trabajo y les agrada que les brinden responsabilidades que puedan asumirlo. Mientras que se corrobora que en la tabla 13 el 47% muestran una opinión “Siempre y casi siempre” con respecto al Feedback que reciben antes, durante y después de realizar sus tareas diarias en la empresa y están de acuerdo con que la empresa ponga énfasis en brindarle retroalimentación constante.

Carvallo (2014) en

“Estudio de los Millennials chilenos en el mercado laboral” Concluye que esta generación prefiere el trabajo en equipo, y también son tecnológicos. Por otra parte, quieren equidad en su vida personal-laboral.

Lo cual es confirmado en la tabla 4, donde los resultados muestran que el 69% de los colaboradores Millennials encuestados tienen una opinión “Muy buena y Buena” con respecto al trabajo en equipo que les brinda la empresa y se sienten a gusto. Mientras que en la tabla 13 se corrobora que el 79% manifiesta que “Casi siempre y siempre” les agradecería utilizar los aparatos tecnológicos en la hora laboral y si otra organización les ofreciese eso, cambiarían de puesto sin dudarlo, por otro lado, el 49% manifiesta que “Siempre y casi siempre”, la empresa les brinda equilibrio laboral-personal.

Paulone y Pulice (2015) en

“Motivación y retención de jóvenes profesionales y estudiantes universitarios pertenecientes a la Generación Y en grandes empresas” concluye El joven Millennial se debe sentir identificado con la empresa y así tener un mejor rendimiento.

Lo cual es confirmado en la tabla en la tabla 6, donde los resultados muestran que el 53% de los colaboradores Millennials tienen una opinión “Muy buena y buena” con

respecto a la identificación con la empresa Homecenters Peruanos S.A. y eso se refleja en su desempeño cotidiano.

Mitta y Dávila (2015) en

“Retención del talento humano: Políticas y prácticas aplicadas Millennials en un grupo de organizaciones” concluye que para satisfacer a los nativos digitales se les debe brindar Flexibilidad en los horarios.

Lo cual es confirmado en la Tabla 13, donde los resultados muestran que el 71% de los colaboradores Millennials encuestados manifiestan que “Siempre y Casi siempre” renunciarían a un puesto laboral si los horarios no se adaptan a sus necesidades, debido a que esta generación tiene clases universitarias o están cursando especialidades y/o maestrías.

Bergerman y Tantaleàn (2016) en

“Propuesta de retención del talento Millennial en la entidad financiera Banco de Crédito del Perú en el departamento de Lambayeque 2016” concluye que una de las características de la generación del milenio es obtener experiencia en un periodo de tiempo muy corto.

Lo cual es confirmado en la Tabla 20, donde los resultados muestran que el 50% de los colaboradores Millennials encuestados han tenido 2 trabajos durante su vida laboral y no tienen miedo a seguir buscando hasta encontrar la satisfacción laboral.

Gómez (2017) en

“Rotación del personal y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa F.Q. Ingenieros SAC, de los Olivos, Lima, Perú” concluye que Lo que influye en la rotación de los colaboradores es la remuneración.

Lo cual es conformado en la tabla 11, donde los resultados muestran que el 53% casi siempre y siempre se retiran de una organización por motivos laborales y en ello incluye una atractiva remuneración, mejor clima laboral, u la absorción de nuevos conocimientos que los alimente profesionalmente.

Yépez y Quiroz (2017) en

“Factores que determinan la satisfacción laboral y sus efectos en la atractividad del empleo y la retención del talento humano, en los Millennials egresados de la Universidad San Pablo, de 23 a 30 años en Arequipa Metropolitano” concluye que Existe relación la rotación con la edad, puesto que los más jóvenes debido a que solo mantuvieron una relación laboral de seis meses como tiempo máximo.

Lo cual es confirmado en la tabla 16 en donde el 86% tiene un rango de edad de 18 a 25 años de edad, y en la tabla 19 es corroborado que más el 76% tienen recién de 1-3 meses laborando y en la tabla 20 más del 50% de los trabajadores ya ha tenido 2 empleadores. Entonces eso quiere decir que la empresa tiene personal con un rango de edad de 18 a 25 años de edad, la mayoría solo tiene un aproximado de 1-3 meses laborando a pesar que hace más de un año se apertura la empresa y dichos colaboradores a su corta edad ya han tenido dos trabajos en su vida, es corroborado que rotan mucho en un trabajo.

## V. CONCLUSIONES

**5.1.** En cuanto a la prueba de Hipótesis de independencia (Chi-Cuadrado) entre retención y rotación de la Generación Millennial, según el valor Chi-Cuadrado es = 66.607, con 16 grados de libertad y un nivel de significancia de 0,000 menor que 0.05 esto indica que se acepta la hipótesis alternativa, en otras palabras, existe relación entre las variables antes mencionadas. Además, se puede apreciar en el valor crítico si pasa el 26,30 pues estaba en la región de rechazo de la H<sub>0</sub> y según nuestros cálculos en el sistema SPSS 20 salió 66.607 (Tabla 1,2)

**5.2.** Al analizar la retención se identificó que el 40% considera que la empresa Homecenters Peruanos S.A. tiene una retención Muy buena y Buena hacia los trabajadores, mientras que el 25% muestra una opinión regular y por último el 36% de los colaboradores Millennials muestra una opinión negativa. Por otro lado, la empresa retiene a sus empleados porque les brinda un ambiente laboral agradable según el 39% consideran que es Muy bueno y bueno, además de seguridad laboral donde el 72% muestran una opinión positiva, también les dan la oportunidad tener una comunicación óptima con sus jefes y/o compañeros y esto se corrobora con la opinión que manifiesta el 69% de los Millennials, a la vez muestran estar de acuerdo con la Cultura Organizacional que les brinda la empresa debido a que el 43% tiene una opinión “Bueno y muy bueno”, a pesar que buscan que su personal esté identificado con la empresa los resultados mostrados fueron que el 56% tiene una opinión regular debido a que consideran que la empresa no hace nada para integrarlos y que ellos se sientan miembros de esta, y por último les brindan motivación para que su desempeño sea favorable y esto se vea reflejado en clientes satisfechos y aumento en ventas, el resultado fue que el 48% manifiestan una opinión “buena y muy buena (Tabla 3, 4, 5, 6,7 y 8)

**5.3.** Se identificó que el 42% de los colaboradores Millennials manifestaron que siempre y casi siempre hay rotación de personal en la empresa Homecenters

peruanos, por un lado, el 48% creen que esto se debe por los tipos de rotación y en estos encontramos que el 58% manifiestan que son necesarias ya que faltaron a las normas, cumplieron algo ilícito o su contrato de trabajo termino y no hay renovación, mientras que el 49% cree que son por motivos personales, ya sea la lejanía del trabajo o cambio de domicilio, y también puede ser por propuestas laborales muy tentadoras. A la vez el 49% está de acuerdo que siempre y casi siempre existe el cese o termino laboral por los motivos de rotación, en los cuales encontramos que la empresa Homecenters Peruanos S.A. al no brindarle horarios flexibles para realizar sus actividades el 54% renunciarían, además si existe falta de supervisión el 81% manifestó que buscaría un nuevo empleo, la falta de equilibrio personal-laboral es muy importante para esta generación y si no lo encuentran el 49% manifiesta tener pocas posibilidades de quedarse en la empresa y por ultimo si no encuentran que su trabajo sea desafiante y les brinde nuevos conocimientos no se proyectan a largo plazo en la organización. (Tabla 9,10,11,12 y 13)

**5.4.** Se analizó que, si se encuentra relación entre las variables Retención y Rotación del personal de la generación Millennial ya que cuando la retención es muy buena, nunca habrá rotación porque los colaboradores no tendrán motivos por el cual dejar la empresa y estos se sentirán a gusto, serán más productivos y se verá reflejado en su desempeño diario y el trato hacia los clientes. En cambio, cuando la retención es muy mala, Siempre habrá rotación. (Tabla 14). Entonces a pesar de tener culturas diferentes en todos los países se coincide con algunas características de esta generación y quizá no se asemejan al 100% porque son realidades económicas distintas ahora con la migración de nuestros hermanos venezolanos la mayoría está cuidando más su trabajo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

**6.1.** A la gerencia de Recurso Humanos de la empresa “Homecenters Peruanos S.A.” al saber que existe una relación entre las variables, se debería crear nuevas estrategias y/o alternativas para poder retener al colaborador Millennial y evitar a toda costa su salida de la empresa, debido a que representa un costo.

**6.2.** Se recomienda al jefe de área que además de brindar un buen clima laboral y una cultura en la cual se sientan cómodos, se debería poner más énfasis a los beneficios sociales los cuales no perciben a su totalidad debido a que la gran mayoría solo trabaja part time. Además del reconocimiento al empleado del mes por desempeño tan buen en sus funciones diarias.

**6.3.** Se sugiere que, para evitar la rotación constante en la empresa, deberían enfocarse en los motivos por el cual renuncian los colaboradores Millennials y brindarles soluciones para poder retenerlos y prevenir que estos se vayan a la competencia y genere un gasto (capacitación, inducción, incorporación) en la empresa que no se podrá recuperar.

**6.4.** Se recomienda que se ponga más atención a esta generación del Milenio debido a las características que posee, no son fieles a los empleadores y se sabe que el personal es el talento más valioso que tiene la empresa y si no se toma decisiones adecuadas no se podrá controlar a la nueva generación que le sigue “la generación Z”

## VII. REFERENCIAS

Arias, F. (2006) *El Proyecto de Investigación, introducción a la metodología científica*. (5ta, edición) Venezuela: Editorial Episteme C.A.

Azinovic, J. (28 de mayo del 2016). *¿Por qué los Millennials pueden cambiar al mundo?* Forbes. Recuperado de: <http://forbes.es/business/3271/por-que-los-millennials-pueden-cambiar-el-mundo/>

Bergerman, E. y Tantaleán S. (2016). *“Propuesta de Retención del talento Millennials en la entidad financiera Banco de Crédito del Perú en el Departamento de Lambayeque”*. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/817/1/TL\\_BergermanZapataElizabeth\\_TantaleanSanchezSarai.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/817/1/TL_BergermanZapataElizabeth_TantaleanSanchezSarai.pdf)

Bohlander, G. (2001). *“Administración de recursos humanos”*. México: Thomson Learning.

Cantú, L. (2006). *“Factores que aplican para la atracción y retención de personal en organizaciones grandes de manufactura del estado de Nuevo León.”* (Tesis de Maestría). Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/5584/1/1020154696.PDF>

Castillo, C. (2009). *“Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional directivo”*. Recuperado de <http://www0.eoi.es/savia/documento/eoi-12007/nuevastendencias-enla-retencion-y-mejora-del-talento-profesional-y-directivo>

- Carvalho, P. (2014). “*Estudio de los Millennials chilenos en el mercado laboral*”. (Tesis de Maestría). Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117375/Carvalho%20Rencoret%20Paulina.pdf?sequence=1>
- Chiavenato, I. (2000). “*Administración de recursos Humanos*”. Colombia: Mc McGraw – Hill
- Chiavetano, I. (2007). “*Administración de recursos humanos el capital humano de las organizaciones*”. México: Mc Graw Hill interamericana Editores S.A. de C.V. Octava edición.
- Chiavenato, I. (2009). “*Gestión del Talento Humano*”. (Tercera ed.). México: McGrawHill.
- Chirinos, N. (2009). “*Características generacionales y valores: su impacto en lo laboral*”. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219016846007.pdf>
- Del Barco, C y Liñáñ, K. (2015). “*Rutas de carrera como medio de retención de talento joven: estudio de caso de un grupo de Millennials en una empresa del sector telecomunicaciones.*” (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/71406746.pdf>
- DeCenzo, J. & Robbins, H. (2001). “*Administración de Recursos Humanos*”. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books/about/Administraci%C3%B3n\\_de\\_recursos\\_humanos.html?id=MANpPQAACAAJ](https://books.google.com.pe/books/about/Administraci%C3%B3n_de_recursos_humanos.html?id=MANpPQAACAAJ)
- De la Barra, M, (23 de septiembre de 2013). *¿Qué buscan los jóvenes profesionales peruanos en el mercado laboral?* Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/quebuscan-jovenes-profesionales-peruanos-mercado-laboral-2060761>

Diario Gestión. (11 de febrero del 2018). *“Más del 50% de la población laboral peruana será Millennials en el 2021”*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/50-poblacion-laboral-peruana-sera-millennial-2021-227036>

Diario Gestión. (03 de abril del 2018). *“el 84% de jóvenes peruanos ingresa al mercado laboral con un empleo informal”*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/millennials-84-jovenes-peruanos-ingresa-mercado-laboral-informal-230679>

Diario Gestión (29 de abril del 2016). *Millennials y Generación X: ¿Cómo y cuánto se endeudan y que productos adquieren?*. Recuperado: <https://gestion.pe/economia/millennials-generacion-x-endeudan-productos-adquieren-118970>

Didier, N. (2014). *“Gestión moderna de responsabilidad social empresaria interna, un modelo para atraer, motivar y fidelizar a los talentos de la generación Y”*. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0728\\_DidierSN.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0728_DidierSN.pdf)

Edelberg, G. (2011). *“La Generación Y en el mundo del trabajo”*. Recuperado de <http://www.incae.edu/ES/blog/2011/06/13/la-generacion-y-en-el-mundo-del-trabajo/>

Ensink, M. (2011). *“La Generación Y cambia el modelo de gestión”*. Recuperado de [www.cronista.com/management](http://www.cronista.com/management).

Ferreiro, P. & Alcázar, M. (2003). *“Gobierno de personas en la empresa”*. Barcelona: Editorial EUNED

Frenkiel, A. (2011). *“Gestionar la Generación Y: 10 consejos”*. Recuperado de [www.inconciente.com/100/gestionar-la-generacion-Y.htm](http://www.inconciente.com/100/gestionar-la-generacion-Y.htm)

- Gómez, J. (2017). *“Rotación del personal y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa F.Q. Ingenieros S.A.C. de los Olivos- Lima-2017”*. Recuperado: <https://es.slideshare.net/ETHELROJASYACHA1/tesis-rotacion-desempeo2017-final>
- Hauw,S & de Voz, A. (2010). *“Millennials”*. Recuperado de [http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9505.p df](http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9505.pdf)
- Hatum, A. (2011). *“La Generación del milenio: Quiénes son y cómo atraerlos y recuperarlos”*. Recuperado de <http://go.sap.com/latinamerica/docs/download/2014/09/1cc5a087-3d7c-0010-82c7-eda71af511fa.pdf>
- Hernández, R. (2006). *“Metodología de la Investigación”*. (4ta ed.). México: McGraw-Hill
- Hidalgo, L. (2005). Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa. Recuperado de: [www.ucv.ve/uploads/media/Hidalgo2005.pdf](http://www.ucv.ve/uploads/media/Hidalgo2005.pdf)
- Howe. N. & Strauss, W. (1991). *“Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069”*. New York: William Morrow & Company.
- Hurtado, J. (2012). *“Metodología de la investigación: guía para una comprensión holística de la ciencia”*. (4a. ed.). Bogotá-Caracas: Ciea-Sypal y Quirón.
- Magdalena, P. (2013). *“Generacion “Y”: Sus expectativas laborales”*. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.udes.a.edu.ar/jspui/bitstream/10908/2588/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Pozzi%2C%20Sof%20C3%ADa%20Magdalena.pdf>
- Mitta, D. y Dávila, C. (2015). *“Retención del Talento Humano: Políticas y Prácticas aplicadas sobre jóvenes “Millennials” en un grupo de organizaciones”*. (Tesis de

- Pregrado). Recuperado de:  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6948/MITTA\\_DANIEL\\_DAVILA\\_CARMEN\\_RETENCION.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6948/MITTA_DANIEL_DAVILA_CARMEN_RETENCION.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Molinari, P. (2013). “*¿Qué busca la Generación Y en el trabajo?*”. Recuperado de  
<http://www.pmolinari.com/index.php/category/generacion-y/>
- Nelson, B. (1997). “*1001 formas de motivar a los empleados*”. Bogotá: Norma
- Paulone, A. y Paulice, A. (2015). “*Motivación y retención de jóvenes profesionales y estudiantes universitarios pertenecientes a la generación “Y” en grandes empresas*”. (Tesis de Pregrado). Recuperado de:  
<https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/3992/Paulone.pdf?sequence=1>
- Prieto, P. (2013). “*Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal*”. (Tesis de especialización, Universidad de Medellín, Medellín, Colombia).  
 Recuperado de: <http://repositorio.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20de%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20de%20personal.pdf?sequence=1>
- Robbins, S. (1998). “*Fundamentos del comportamiento organizacional*”. (5ª ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Smola, S. & Sutton, F. (2002). “*Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium*”. Recuperado de  
<file:///C:/Users/vitekey/Downloads/Smola%20Sutton%20Generatioanl%20differences%20work%20values%20JOB%202002.pdf>

- Santacruz, F. (2011). “*Análisis de las prácticas de gestión humana en la efectividad para retener el talento dentro de la organización*”. (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia), Recuperado de <http://docplayer.es/2328121-Francis-co-javier-santacruz-ville-gas.html>
- Stoner, J. & Freeman, R. (1996). “*Administración*”. 6ta Edición .México, México. Editorial Pearson
- Valdiviezo, C. (26 de junio del 2014). “*La Generación Y peruana: Los mayores se comportan como X, solo los jóvenes y adinerados, como Y*”. Semana Económica. Recuperado de: <http://semanaeconomica.com/article/empresa/gerencia/139235-generacion-y-peruana-losmayores-se-comportan-como-x-solo-los-jovenes-y-adinerados-como-y/>
- Yepez, C. y Quiroz, L. (2017). “*Factores que determinan la satisfacción Laboral y sus efectos en la atraktividad del empleo y la retención del talento humano, en los Millennials egresados de la Universidad Católica San Pablo, de 23 a 30 años en Arequipa Metropolitana, 2016*”. (Tesis de Pregrado). Recuperado de: [http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15267/1/YEPEZ\\_DURAND\\_CES\\_FAC.pdf](http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15267/1/YEPEZ_DURAND_CES_FAC.pdf)
- Zemke, R. (2000). “*Desafío generacional*”. Ediciones B: Buenos Aires

ANEXO 01: Retención y Rotación de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote 2018

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Variable1: Retención	De acuerdo con Chiavenato (2009), la retención es mantener al activo más valioso manteniéndolos motivados y satisfechos esto permitirá la competitividad de la organización.	Conservar a los mejores colaboradores para evitar que el conocimiento que poseen migre hacia la competencia o se utilice para crear su propio negocio y este es un riesgo sumamente alto.  Bajo las dimensiones de clima, cultura y motivación.	Clima Organizacional	Ambiente de Trabajo	1,2	Ordinal
				Seguridad Laboral	3,4,5	
				Trabajo en equipo	6,7,8	
				Comunicación	9,10,11,12	
			Cultura Organizacional	Fidelidad	13,14,15	
				Valores	16,17,18	
				Normas/Reglas	19,20	
				Identidad e integración	21,22	
			Motivación	Orientación a resultados	23,24	
				Reconocimiento	25,26	
				Autonomía	27,28	
				Capacitación	29,30	
				Política de ascenso	31,32,33	
	Beneficios Laborales	34,35,36				
	Compensaciones (bonos)	37,38,39				

Variable 2: Rotación	Según Chiavenato (2007), la rotación está establecido por los colaboradores que entran y se retiran de la empresa en un periodo de tiempo.	El número de profesionales que se incorpora a una empresa y que salen de ella por diferentes causas.  Bajo las dimensiones de Tipos de Rotación y Motivos de Rotación.	Tipos de rotación	Rotación Necesarios	1,2	Ordinal
				Rotación Personales	3,4,5,6,7	
				Rotación Laborales	8,9	
			Motivos de rotación	Horarios de trabajo	10,11	
				Falta de supervisión	12,13	
				Falta de equilibrio laboral-personal	14,15,16	
				Falta de tecnología	17,18	
				Falta de desafíos profesionales	19,20,21	
				Feedback	22,23,24	

# ANEXO 03: TABULACION DE DATOS

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES																																																														
CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES										RETENCION										NOTIFICACION										TIPO DE ROTACION					MOTIVOS DE ROTACION																											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

## ANEXO 02: CUESTIONARIO DE RETENCIÓN DEL PERSONAL

### Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo – Filial Chimbote Escuela Profesional de Administración

Reciba mi cordial saludo y manifestarle que el motivo de la aplicación del presente cuestionario es porque estamos realizando una investigación cuyo título es: “Retención y Rotación de la generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.”. Con el fin de conocer sus opiniones, por ello le pedimos que conteste las interrogantes con la mayor sinceridad posible. Así mismo, el cuestionario es anónimo, por lo que no debe escribir sus nombres ni apellidos, ya que toda información que nos brinde será de naturaleza confidencial.

**Instrucciones:** Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta de acuerdo a su percepción.

#### DATOS GENERALES

Genero

Femenino	
Masculino	

Edad

18-25 años	
26-36 años	

Estado Civil

Nivel de Instrucción

Soltero	
Casado	
Conviviente	
Divorciado	
Viudo	

Ninguna	
Primaria incompleta	
Primaria completa	
Secundaria incompleta	
Secundaria completa	
Superior universitaria incompleta	
Superior Universitaria completa	

Tiempo de Servicio

De 1 a 3 meses	
De 4 a 6 meses	
De 7 a 9 meses	

¿Cuántos trabajos has tenido hasta la fecha?  
una persona:

1 trabajo	
2 trabajos	
3 trabajos	
4 trabajos	
5 trabajos	

Te consideras

Pesimista	
Optimista	

## RETENCION DE LA GENERACION MILLENNIAL

Según su opinión y evaluando su propia experiencia marque con una “X” la alternativa de la columna en cada una de los enunciados propuestos, según la siguiente escala

MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
5	4	3	2	1

DIMENSIÓN	N°	ITEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA				
			MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO

DIMENSIÓN	N°	ITEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA				
			MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
CLIMA ORGANIZACIONAL	1	¿Ud. Cree que el ambiente laboral es importante?					
	2	¿En tu organización existe un buen ambiente laboral?					
	3	¿Las condiciones de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) me permiten desarrollar mis funciones con las condiciones de seguridad adecuada?					
	4	¿Estas satisfecho(a) con las condiciones físicas de tu trabajo?					
	5	¿Consideras que esta empresa es un buen lugar para trabajar?					
	6	¿Consideras importante trabajar en equipo?					
	7	¿Te gusta trabajar en equipo?					
	8	¿La empresa fomenta el trabajo en equipo?					
	9	¿Existe adecuada comunicación entre tus compañeros, jefes y tú?					
	10	¿Los jefes me mantienen informado acerca de los temas y cambios importantes?					
	11	¿Existen canales de comunicación actualizados en su lugar de trabajo (grupo de Facebook, WhatsApp, etc.)					
	12	¿Los jefes incentivan, consideran y responden a nuestras ideas y sugerencias?					
	13	¿Deseas trabajar en esta empresa por mucho tiempo?					
	14	¿Mi trabajo tiene un significado especial para mí, esto no solo es un trabajo?					
	15	¿siento que le debo lealtad a la empresa porque me dio la oportunidad de trabajo?					
CULTURA ORGANIZACIONAL	16	¿te sientes identificado con los valores de la organización?					
	17	¿Considero que los valores personales son importantes en mi trabajo?					
	18	¿Las palabras y/o consejos de los jefes coinciden con					

		sus acciones?						
	19	¿Consideras importante que las organizaciones tengan normas y/o reglas internas?						
	20	¿estás de acuerdo con las normas y reglas de la empresa?						
	21	Te sientes parte (miembro) de la empresa?						
	22	¿se realizan actividades culturales, deportivas o sociales dentro de la empresa para fomentar el compañerismo?						
	23	¿Crees que posees las competencias y habilidades necesarias para el desempeño de tu trabajo?						
	24	¿Consideras que diariamente logras resultados personales y laborales en tu puesto de trabajo?						
<b>MOTIVACION</b>	25	¿Consideras que el reconocimiento es importante?						
	26	¿la empresa valora y brinda reconociendo por el esfuerzo extra que realizo?						
	27	¿consideras importante que les brinden autonomía en su puesto de trabajo?						
	28	¿en tu puesto de trabajo tienes la oportunidad de asumir responsabilidades y tomar decisiones?						
	29	¿consideras importante que te brinden capacitaciones constantes?						
	30	¿en la empresa te brinda capacitación y/o entrenamiento constante con el objetivo de promover y mejorar tu desarrollo profesional?						
	31	¿Ud. Considera importante que la empresa tenga políticas de ascenso y la posibilidad de hacer plan de carrera?						
	32	¿la empresa cuenta con políticas de ascenso con respecto a sus colaboradores?						
	33	¿la empresa cuenta con la posibilidad de hacer línea de carrera?						
	34	¿Considera importante los beneficios sociales (ESSALUD, ONP, AFP)?						
	35	¿Existe igualdad en la asignación de beneficios para los empleados en la empresa?						
	36	¿me siento satisfecho(a) con los beneficios que me brinda la empresa?						
	37	¿consideras importante que la empresa brinde bonos aparte de tu sueldo?						
	38	¿la empresa ofrece plan de incentivos como bonos para comprar alimentos en supermercados?						
	39	¿Estoy conforme con los bonos por metas cumplidas que promueve mi organización?						

## FICHA TECNICA

### DATOS INFORMATIVOS

**Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario

**Nombre del instrumento:** Cuestionario “Retención de la Generación Millennial”

**Autor original:** Litwin y Stringer (1968)

**Forma de aplicación:** Colectiva.

**Medición:** Nivel de Retención de la Generación Millennial

**Administración:** Colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote

**Tiempo de aplicación:** 20 minutos

### OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Analizar la Retención de la generación Millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote

### VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, test de relaciones interpersonales, se aplicó las encuestas a los 130 colaboradores Millennials ; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Crombach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue  $\alpha = 0,817$ , resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una

confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,817	39

#### **DIRIGIDO A:**

130 colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote

#### **MATERIALES NECESARIOS:**

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

#### **DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:**

El instrumento referido presenta 39 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Totalmente en desacuerdo= 1, En desacuerdo=2, Indeciso=3, De acuerdo=4 y Totalmente de acuerdo=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable Retención.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

#### **DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES**

Clima Organizacional	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15
Cultura Organizacional	16,17,18,19,20,21,22,23,24
Motivación	25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39

## ROTACION DE LA GENERACION MILLENNIAL

Según su opinión y evaluando su propia experiencia marque con una “X” la alternativa de la columna en cada una de los enunciados propuestos, según la siguiente escala

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

DIMENSIÓN	N°	ITEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA				
			T. DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	T. EN DESACUERDO

TIPOS DE ROTACION	1	¿Si se comete algo ilícito dentro de la organización, se despide al colaborador?					
	2	¿Crees que la empresa considera al edad para contratar o despedir al personal?					
	3	¿usted considera importante que la empresa donde labore debe estar cerca de su lugar de residencia?					
	4	¿cambiaría de trabajo si le ofrecen una mejor oferta económica?					
	5	¿consideras que si la empresa no te brinda beneficios sociales abandonarías tu puesto de trabajo?					
	6	¿cambiarías de trabajo si te ofrecieran un mejor clima laboral?					
	7	¿si la empresa ano te brinda antinomia en tu puesto de trabajo, renunciarías?					
	8	¿Si no tienes las competencias, habilidades necesarias para el trabajo que postulaste, renunciarías?					
	9	¿Cambiaría de trabajo si me ofrecieran una mejor línea de carrera?					
MOTIVOS DE ROTACION	10	¿Le gustaría tener la posibilidad de trabajar de manera “In House”, “desde casa”?					
	11	¿Si la empresa no le ofrece facilidades para elegir los horarios que se adapten a sus necesidades cambiarías de trabajo?					
	12	¿Consideras la supervisión de tus efes importante?					
	13	¿Si no te brindan supervisión constante de parte de tus jefes, renunciarías?					
	14	¿Consideras que tener un equilibrio laboral-personal es importante?					
	15	¿Crees que en la empresa te ayudan a equilibrar tu vida personal y laboral?					

16	¿Cambiarías de trabajo si te ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral?					
17	¿consideras que el uso de equipos tecnológicos y móviles en horario de trabajo podrían mejorar tu desempeño?					
18	¿Cambiarías de trabajo si te ofrecen el uso de equipos tecnológicos durante el trabajo?					
19	¿Si tu cargo actual no te brinda conocimientos personales y profesionales, renunciarías?					
20	¿Consideras que en tu puesto de trabajo realizas tareas o funciones que demanda desafíos?					
21	¿Cambiarías de trabajo si te ofrecen un trabajo que demande desafíos laborales?					
22	¿Consideras importante recibir Feedback o retroalimentación?					
23	¿En tu trabajo recibes retroalimentación o Feedback constantemente?					
24	¿Cambiarías de trabajo si te ofrecen un mejor Feedback o retroalimentación?					

## FICHA TECNICA

### DATOS INFORMATIVOS

**Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario

**Nombre del instrumento:** Cuestionario “Rotación de la generación Millennial”

**Autor original:** Litwin y Stringer (1968)

**Forma de aplicación:** Colectiva.

**Medición:** Nivel de rotación de la generación Millennial

**Administración:** Colaboradores de la empresa Homecenters Peruanos S.A.,  
Nuevo Chimbote

**Tiempo de aplicación:** 15 minutos

### OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Identificar la rotación de la generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A. de nuevo Chimbote

### VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en

investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, test de relaciones interpersonales, se aplicó las encuestas a los 130 colaboradores Millennials posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Crombach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue  $\alpha = 0,881$ , resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,881	24

#### **DIRIGIDO A:**

130 colaboradores Millennials de Homecenters Peruanos S.A.

#### **MATERIALES NECESARIOS:**

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

#### **DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:**

El instrumento referido presenta 24 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Totalmente en desacuerdo=1, En desacuerdo=2, Indeciso=3, De acuerdo=4 y Totalmente de acuerdo=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable Retención

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

#### **DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES**

Tipos de rotación	1,2,3,4,5,6,7,8,9
Motivos de rotación	10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24

**Anexo Nº 04: Validación de Instrumentos**

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

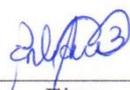
Yo, Karla Gómez Bedia, titular del DNI. Nº 41974631, de profesión de Psicología, ejerciendo actualmente como Docente de Psicología, en la Institución Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), para determinar la relación entre Retención y Rotación en la Generación Millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Chimbote, a los 06 días del mes de Junio del 2018

  
 Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Sonia Aguilar Sánchez, titular  
del DNI. N° 32565014, de profesión  
\_\_\_\_\_, ejerciendo  
actualmente como DTC, en la  
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), para determinar la relación entre Retención y Rotación en la Generación Millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	<b>DEFICIENTE</b>	<b>ACEPTABLE</b>	<b>BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Chimbote, a los 07 días del mes de Junio del 2018

  
Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Nestor DANIEL GONZALEZ REON, titular  
del DNI. N° 32991045, de profesión  
Psicólogo, ejerciendo  
actualmente como Docente, en la  
Institución UCU-CHIMBOTE

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), para determinar la relación entre Retención y Rotación en la Generación Millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	<b>DEFICIENTE</b>	<b>ACEPTABLE</b>	<b>BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
Congruencia de Ítems			x	
Amplitud de contenido			x	
Redacción de los Ítems			x	
Claridad y precisión			x	
Pertinencia			x	

En Chimbote, a los 5 días del mes de junio del 2018

  
\_\_\_\_\_  
Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

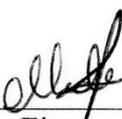
Yo, Jose Carlos Medina Polo, titular  
del DNI. N°: 07598660, de profesión  
PSICOLOGO, ejerciendo  
actualmente como DOLENTE, en la  
Institución UCU

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los colaboradores de la empresa Homecenters Peruanos

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Chimbote, a los 12 días del mes de junio del 2018

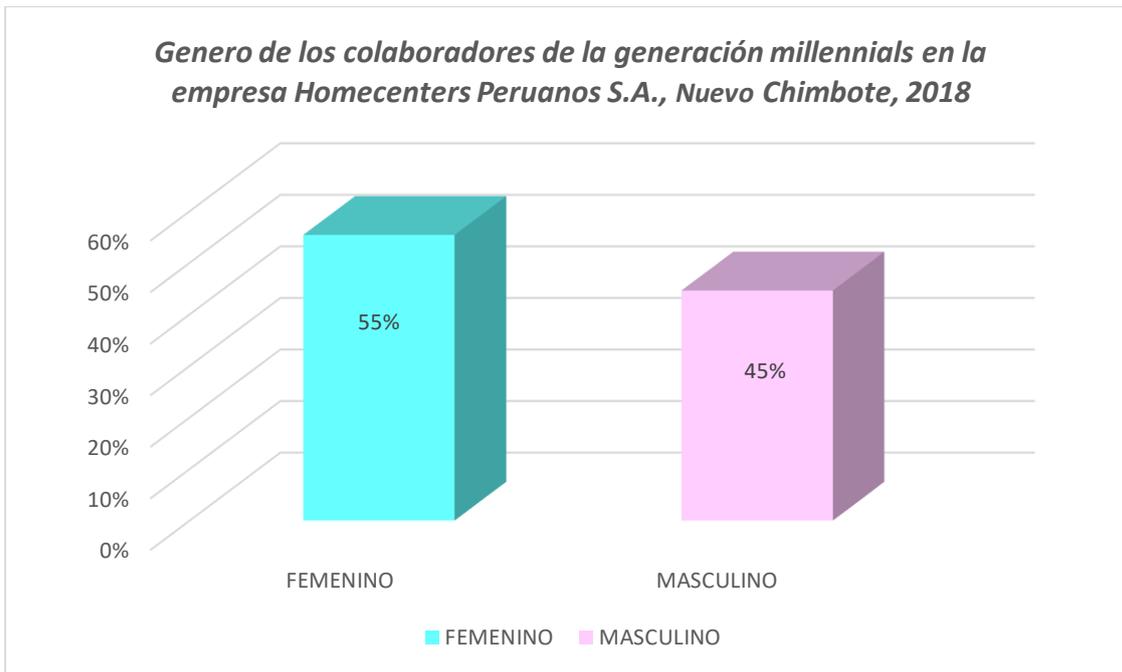
  
Firma

**Tabla 16:**

***Género de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

GENERO	ENCUESTADOS	
	N°	%
FEMENINO	72	55%
MASCULINO	58	45%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 15: Género de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 16

**INTERPRETACION:**

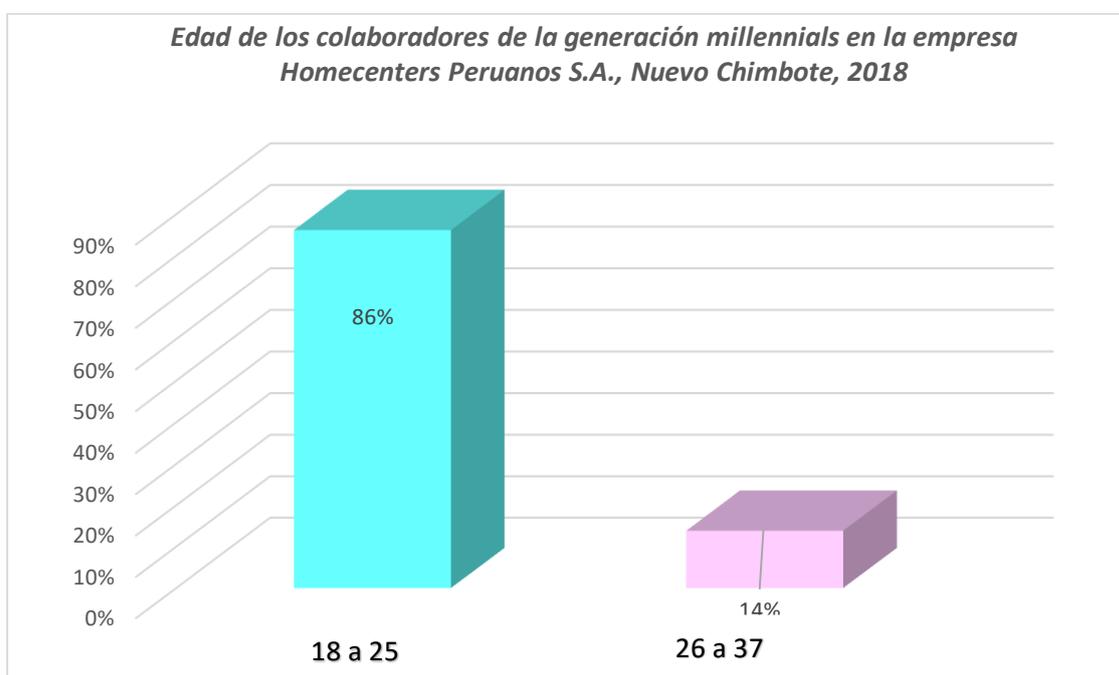
Del 100% (130) de los encuestados, el 55%(72) son de género femenino y el 45%(58) son de género masculino.

**Tabla 17:**

***Edad de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

EDAD	ENCUESTADOS	
	N°	%
DE 26 A 37	18	14%
DE 18 A 25	112	86%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 16: Edad de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 17.

**INTERPRETACION:**

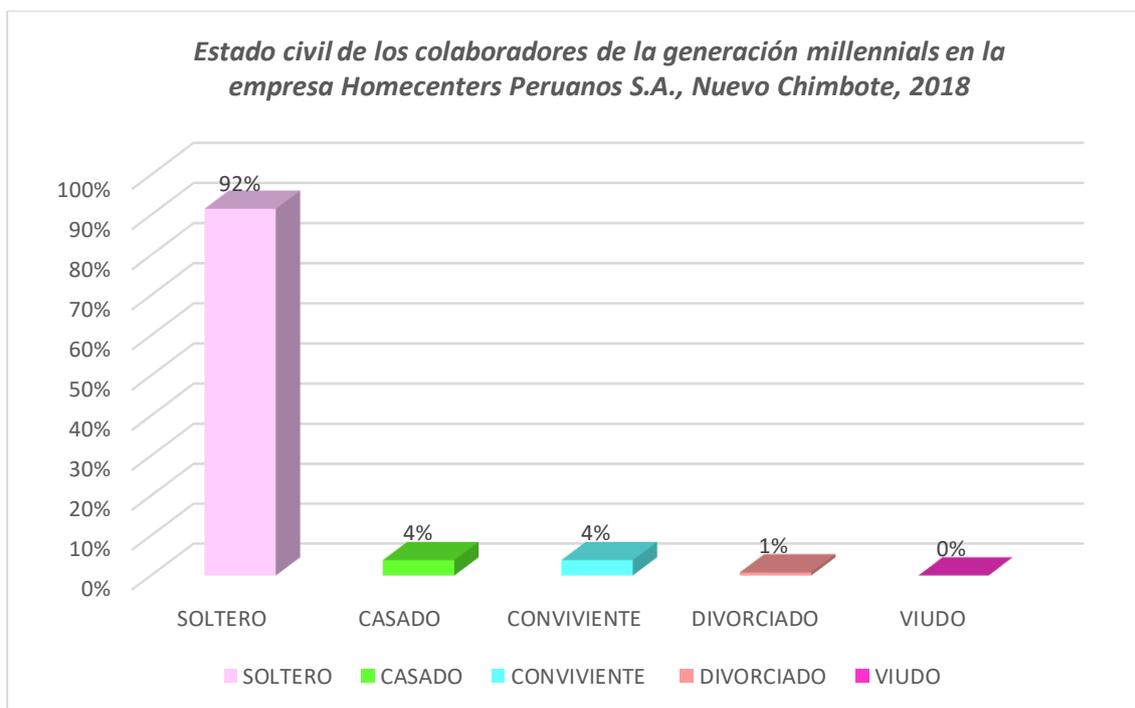
Del 100% (130) de los encuestados, el 86%(112) tienen la edad de 26 a 37 años y el 14%(18) de 18 a 25 años.

**Tabla 18:**

***Estado civil de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

ESTADO CIVIL	ENCUESTADOS	
	N°	%
SOLTERO	119	92%
CASADO	5	4%
CONVIVIENTE	5	4%
DIVORCIADO	1	1%
VIUDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 17: Estado civil de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 18.

**INTERPRETACION:**

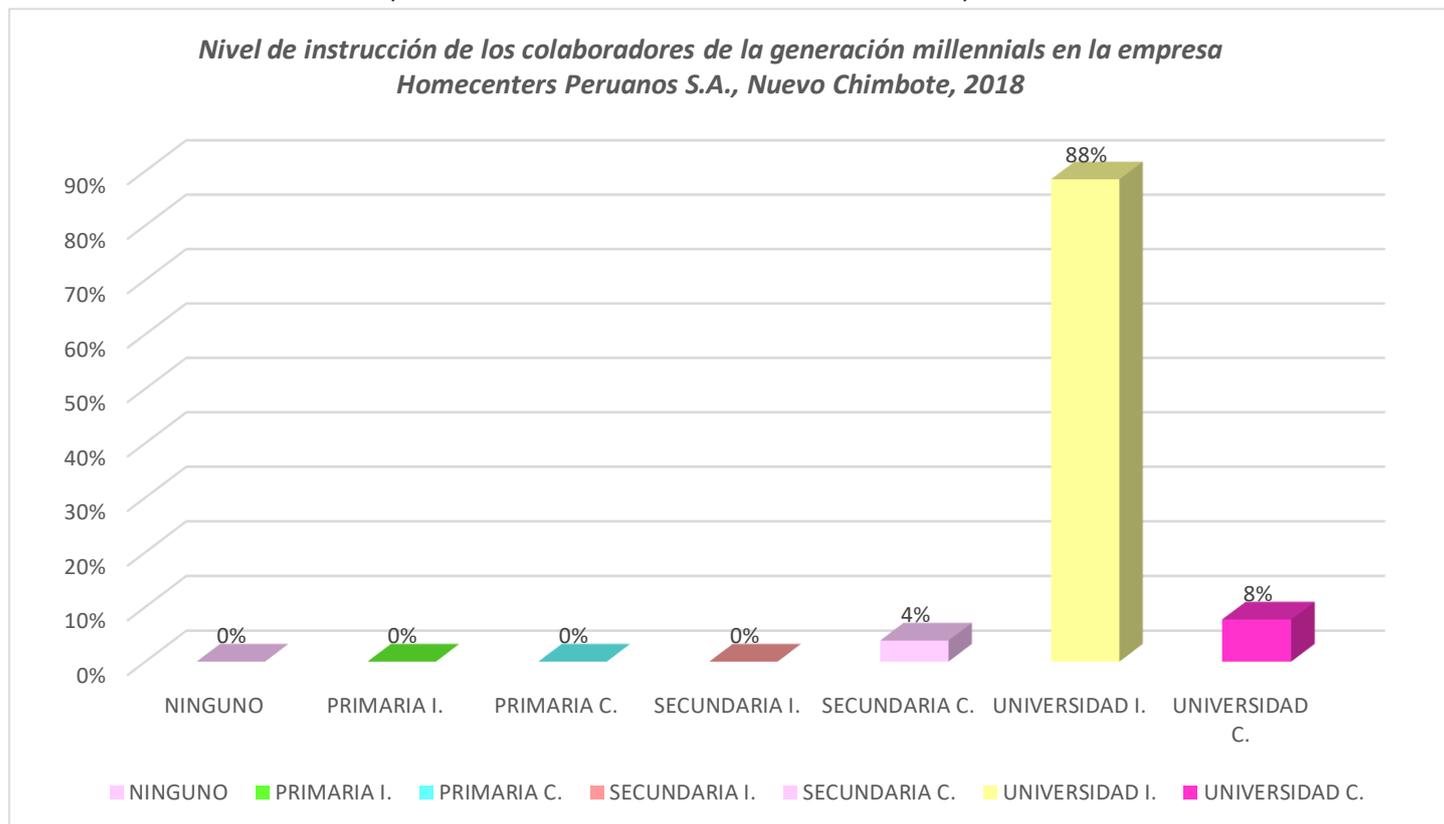
Del 100% (130) de los encuestados, el 92%(119) son solteros, el 4%(5) son casados, el 4%(5) son convivientes y el 1%(1) es divorciado.

**Tabla 19:**

***Nivel de instrucción de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ENCUESTADOS	
	N°	%
NINGUNO	0	0%
PRIMARIA I.	0	0%
PRIMARIA C.	0	0%
SECUNDARIA I.	0	0%
SECUNDARIA C.	5	4%
UNIVERSIDAD I.	115	88%
UNIVERSIDAD C.	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters



Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

***Figura 18: Nivel de instrucción de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 19.

INTERPRETACION:

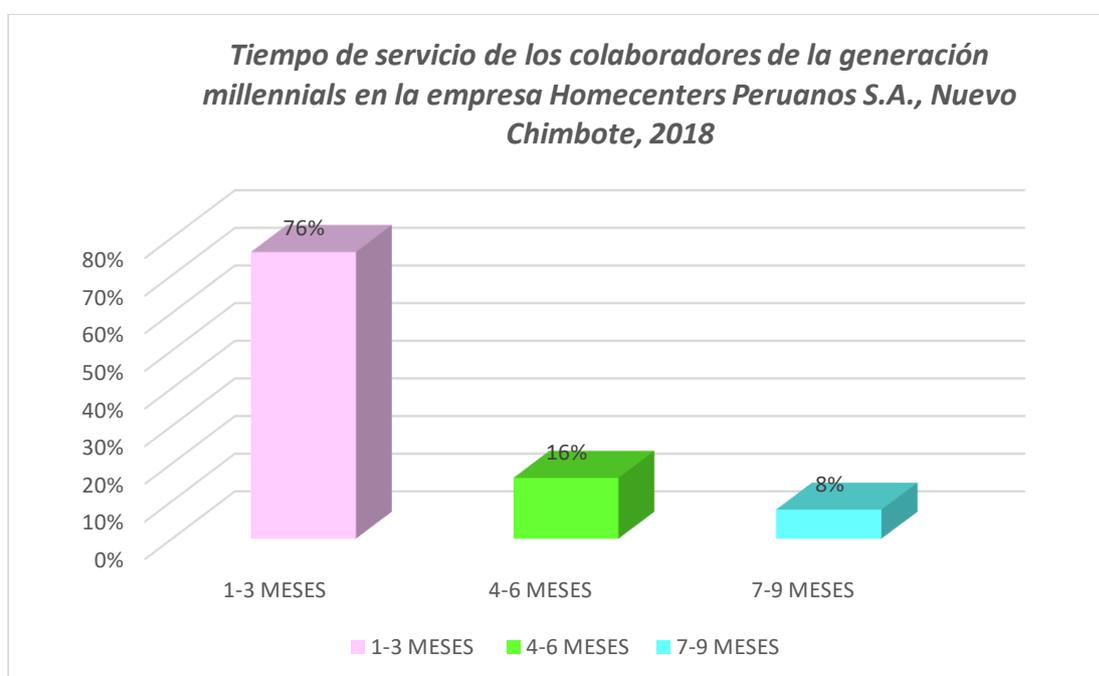
Del 100% (130) de los encuestados, el 88%(115) cuentan con universidad incompleta, el 8%(10) tienen universidad completa y el 4%(5) secundaria completa.

**Tabla 19:**

***Tiempo de servicio de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

TIEMPO DE SERVICIO	ENCUESTADOS	
	N°	%
1-3 MESES	99	76%
4-6 MESES	21	16%
7-9 MESES	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 18: Tiempo de servicio de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 19.

**INTERPRETACION:**

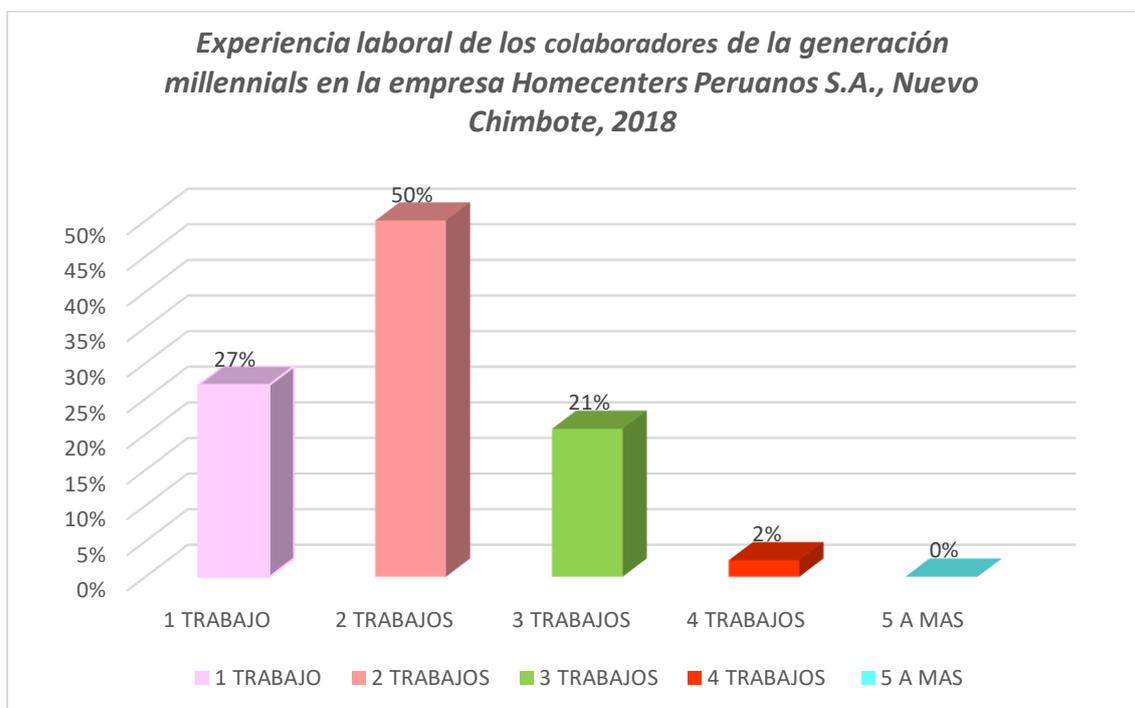
Del 100% (130) de los encuestados, el 76%(99) tienen un tiempo de servicio de 1-3 meses, el 16%(21) de 4-6 meses y el 8%(10) de 7-9 meses.

**Tabla 20:**

***Experiencia laboral de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

EXPERIENCIA LABORAL	ENCUESTADOS	
	N°	%
1 TRABAJO	35	27%
2 TRABAJOS	65	50%
3 TRABAJOS	27	21%
4 TRABAJOS	3	2%
5 A MAS	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 19: Experiencia laboral de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 20.

**INTERPRETACION:**

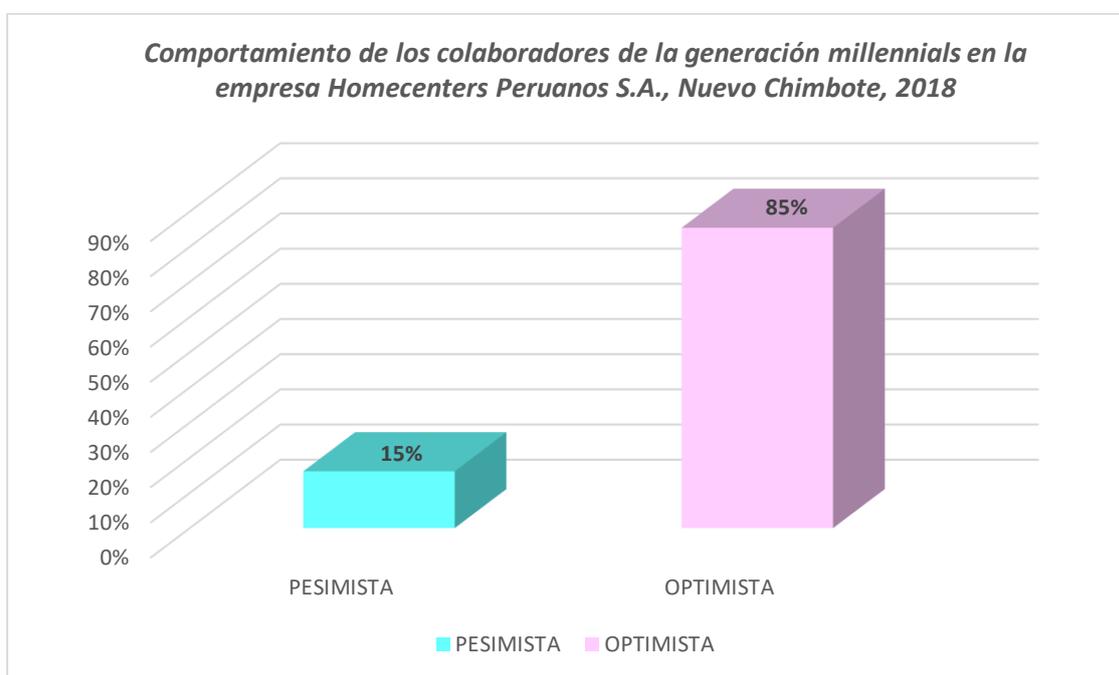
Del 100% (130) de los encuestados, el 50%(65) tienen 2 trabajos, el 27%(3) cuentan con tan solo 1 trabajo, el 21%(27) con 3 trabajos y el 2%(3) con 4 trabajos.

**Tabla 21:**

***Comportamiento de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

COMPORTAMIENTO	ENCUESTADOS	
	N°	%
PESIMISTA	19	15%
OPTIMISTA	111	85%
TOTAL	130	102%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 20: Comportamiento de los colaboradores de la generación millennials en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 21.

**INTERPRETACION:**

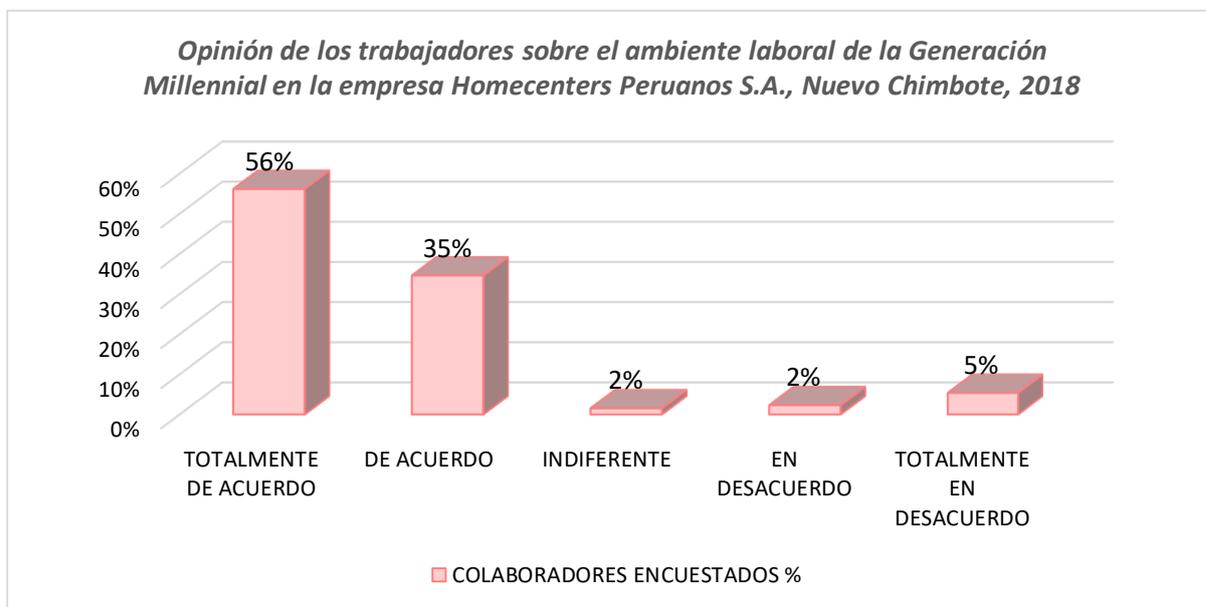
Del 100% (130) de los encuestados, el 85%(111) tienen un comportamiento optimista y el 15%(19) con un comportamiento pesimista.

**Tabla 22:**

***Opinión de los trabajadores sobre el ambiente laboral de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	73	56%
DE ACUERDO	45	35%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	7	5%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 21: Opinión de los trabajadores sobre el ambiente laboral de la Generación Millennial en la empresa Homecenters Peruanos S.A., Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 22.

**INTERPRETACIÓN:**

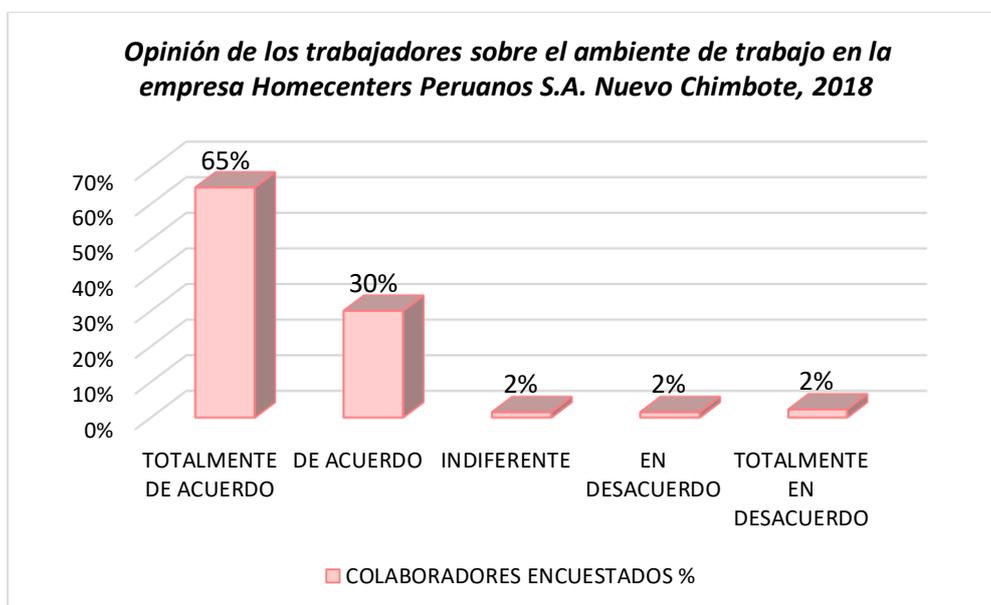
Del 100% (130) de los encuestados, el 56%(73) están "totalmente de acuerdo" que el clima laboral es importante, el 35%(45), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 5%(7) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 23:**

***Opinión de los trabajadores sobre el ambiente de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	84	65%
DE ACUERDO	39	30%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	2	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 21: Opinión de los trabajadores sobre el ambiente de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 23

**INTERPRETACIÓN:**

Del 100% (130) de los encuestados, el 65%(84) están "totalmente de acuerdo" que en su organización existe un buen clima laboral, el 30%(39), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 2%(2) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(3) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

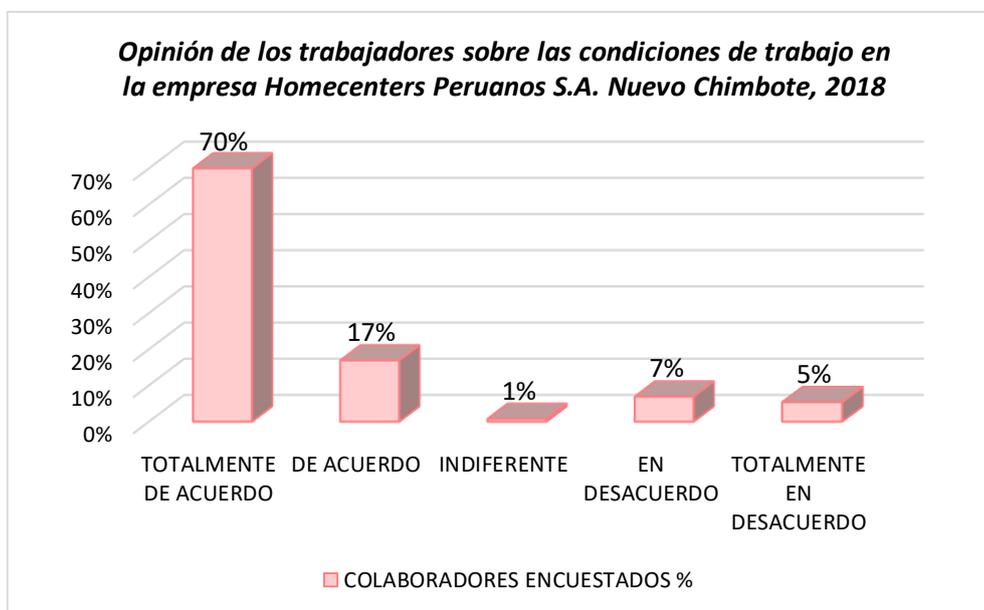
**Tabla 24:**

***Opinión de los trabajadores sobre las condiciones de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	91	70%
DE ACUERDO	22	17%
INDIFERENTE	1	1%
EN DESACUERDO	9	7%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	7	5%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 23: Opinión de los trabajadores sobre las condiciones de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

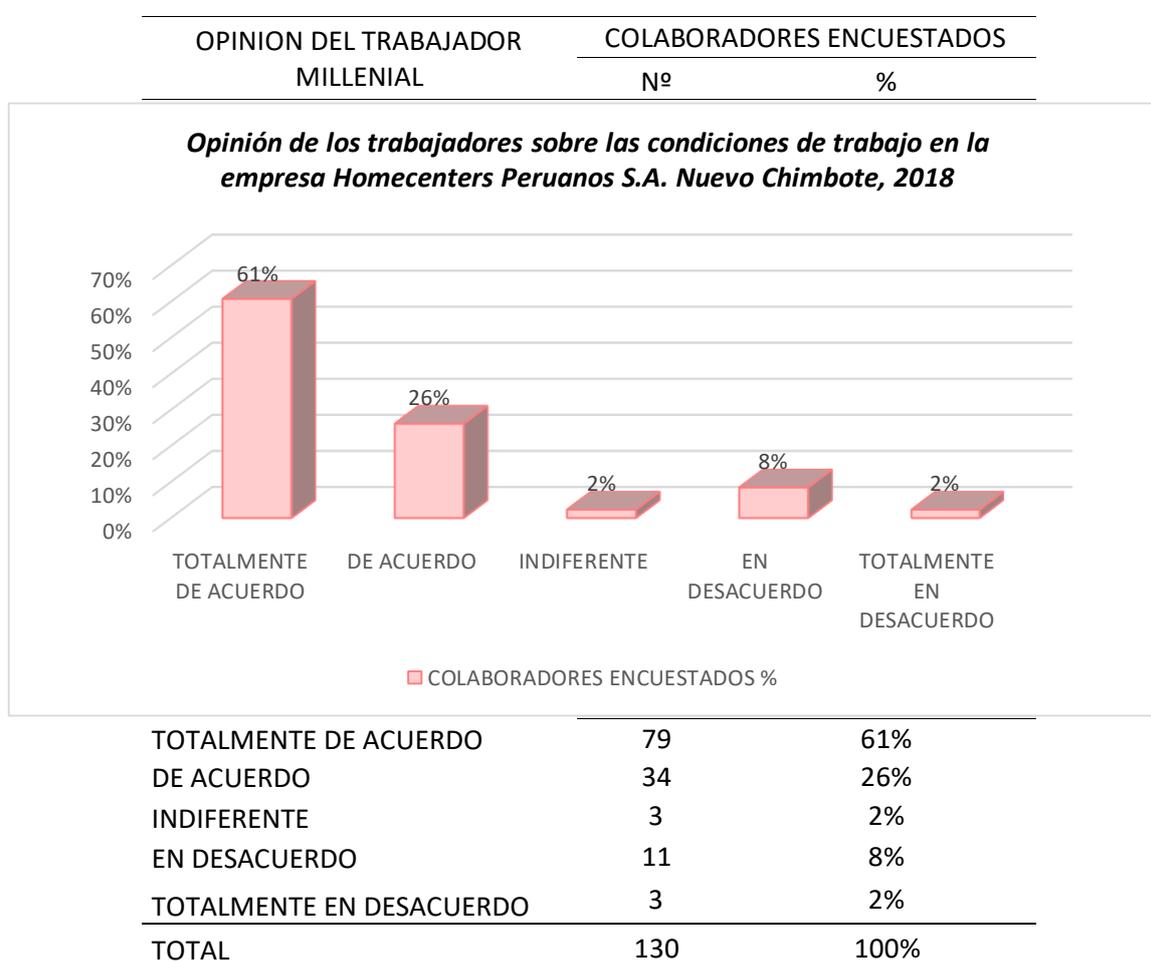
Fuente: Tabla 24.

INTERPRETACIÓN:

Del 100% (130) de los encuestados, el 70%(91) están "totalmente de acuerdo" que la organización les brinda buenas condiciones de trabajo para el correcto desarrollo de sus funciones con la seguridad adecuada, el 17%(22), solo están "de acuerdo", el 1%(1) es indiferente al tema, el 7%(9) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 5%(7) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 25:**

***Opinión de los trabajadores sobre las condiciones de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***



Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

***Figura 24: Opinión de los trabajadores sobre las condiciones de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 25.

INTERPRETACIÓN:

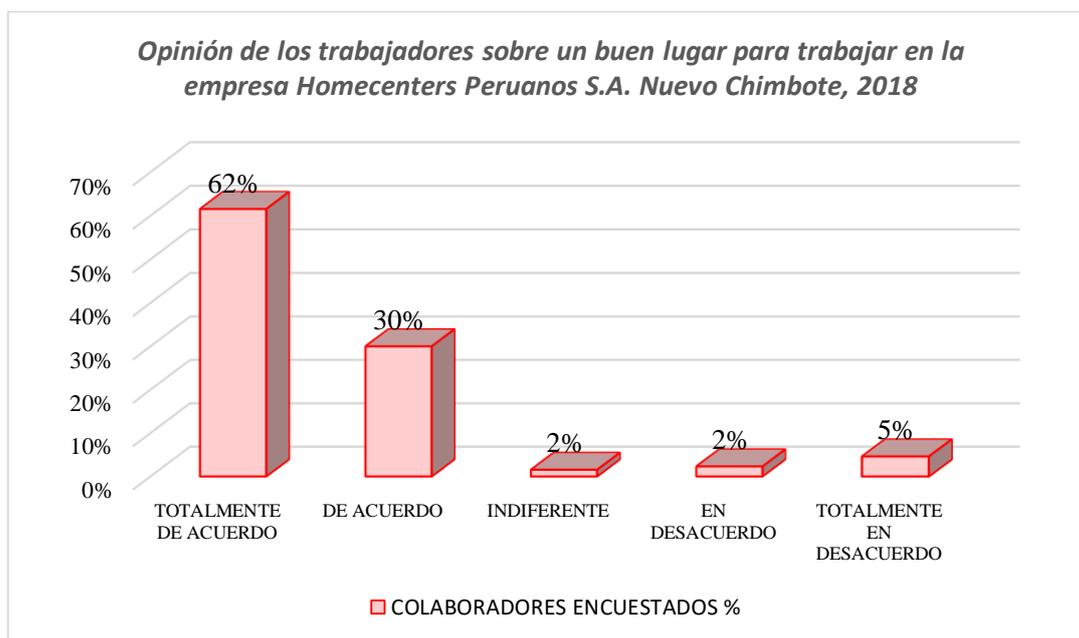
Del 100% (130) de los encuestados, el 61%(79) están "totalmente de acuerdo" satisfechos con las condiciones físicas de su trabajo, el 26%(34), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, el 8%(11) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(3) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 26:**

***Opinión de los trabajadores sobre un buen lugar para trabajar en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	80	62%
DE ACUERDO	39	30%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	5%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 25: Opinión de los trabajadores sobre un buen lugar para trabajar en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 26.

INTERPRETACIÓN:

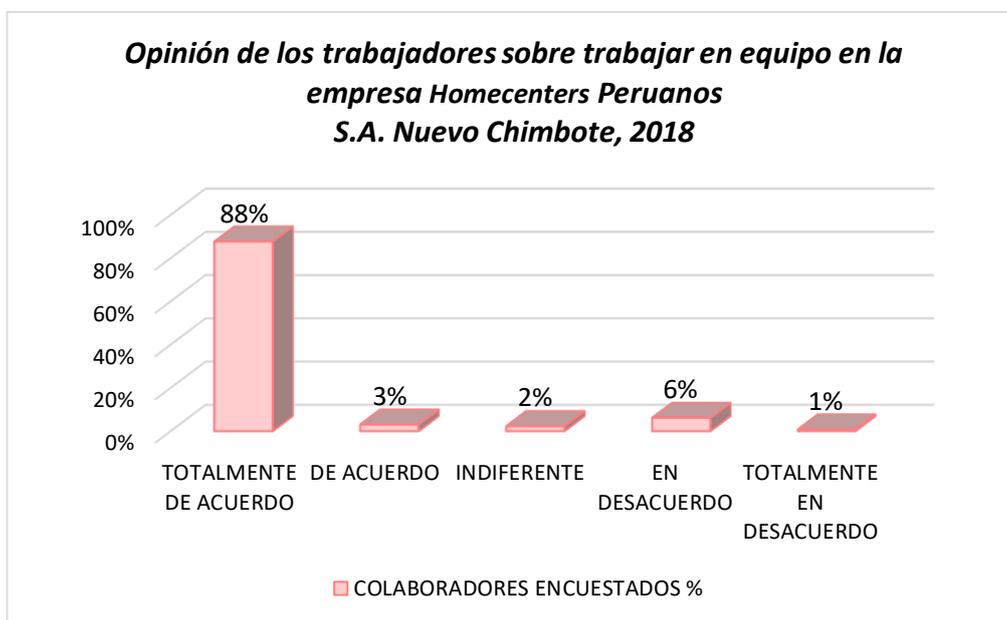
Del 100% (130) de los encuestados, el 62%(80) están "totalmente de acuerdo "que la empresa donde se encuentran es un buen lugar para trabajar, el 30%(39), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que estan "en desacuerdo", y por último el 5%(6) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 27:**

**Opinión de los trabajadores sobre trabajar en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	114	88%
DE ACUERDO	4	3%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	8	6%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 26: Opinión de los trabajadores sobre trabajar en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 27.

INTERPRETACIÓN:

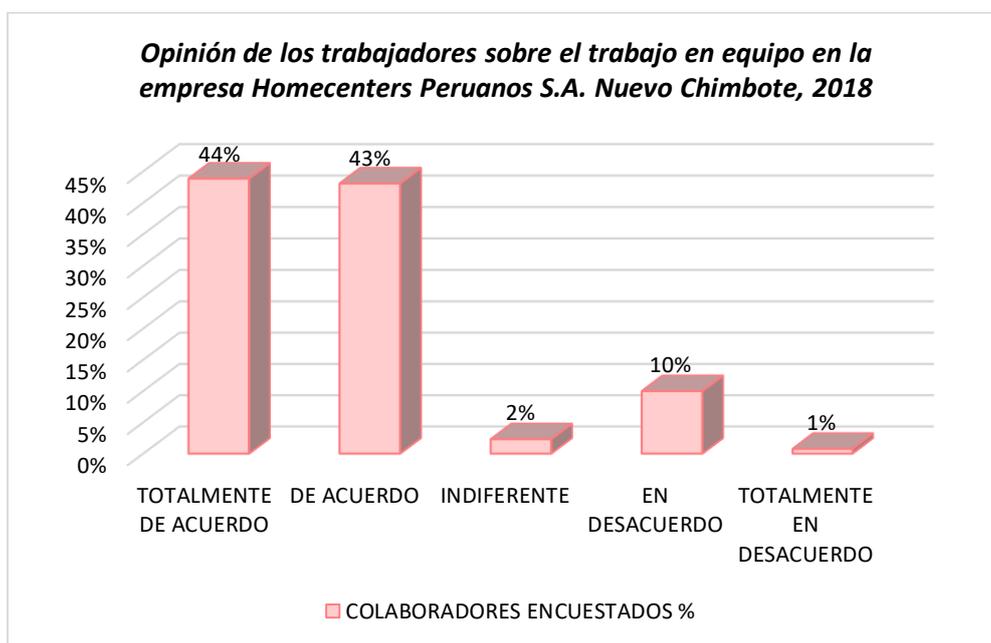
Del 100% (130) de los encuestados, el 88%(114) están consideran "totalmente de acuerdo" la importancia de trabajar en equipo, el 3%(4), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, mientras que el 6%(8) están "En desacuerdo" y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 28:**

***Opinión de los trabajadores sobre el trabajo en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	79	61%
DE ACUERDO	38	29%
INDIFERENTE	1	1%
EN DESACUERDO	2	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 27: Opinión de los trabajadores sobre el trabajo en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 28.

INTERPRETACIÓN:

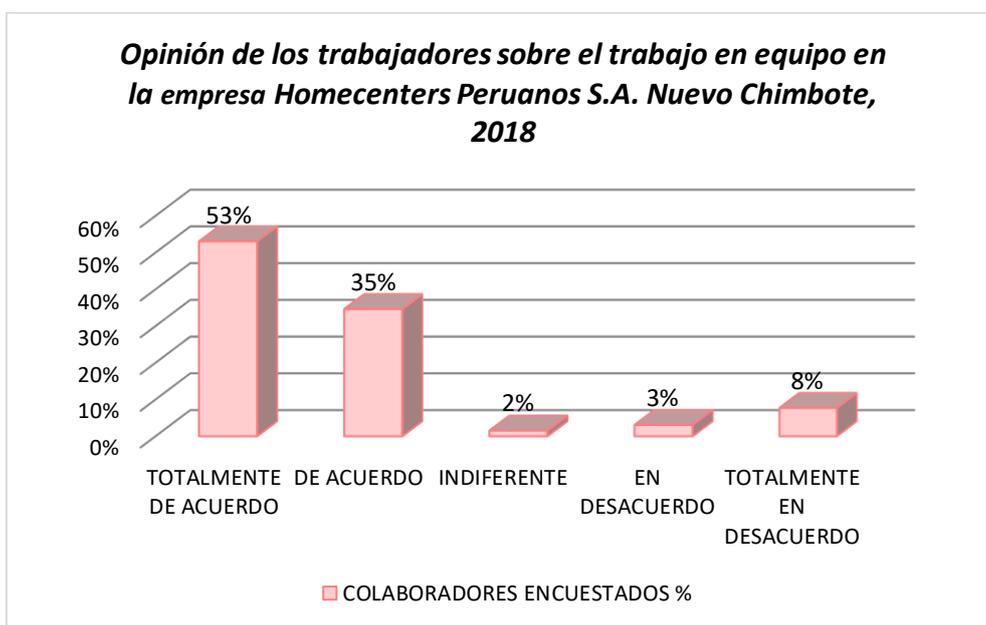
Del 100% (130) de los encuestados, el 61%(79) están "totalmente de acuerdo" que les gusta trabajar en equipo, el 29%(38), solo están "de acuerdo", el 1%(1) es indiferente al tema, el 2%(2) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(10) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 29:**

***Opinión de los trabajadores sobre el trabajo en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	57	44%
DE ACUERDO	56	43%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	13	10%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 28: Opinión de los trabajadores sobre el trabajo en equipo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 29.

INTERPRETACIÓN:

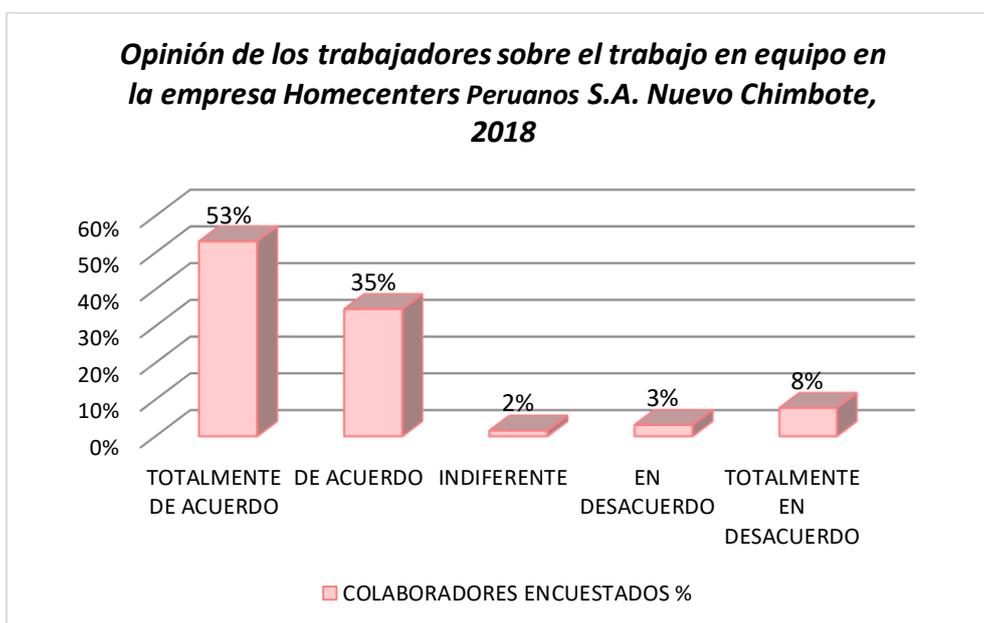
Del 100% (130) de los encuestados, el 44%(57) están "totalmente de acuerdo" que su organización fomenta el trabajo en equipo, el 43%(56), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, el 10%(13) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 30:**

***Opinión de los trabajadores sobre la comunicación entre compañero y jefes en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	69	53%
DE ACUERDO	45	35%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	4	3%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 29: Opinión de los trabajadores sobre la comunicación entre compañero y jefes en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 30.

INTERPRETACIÓN:

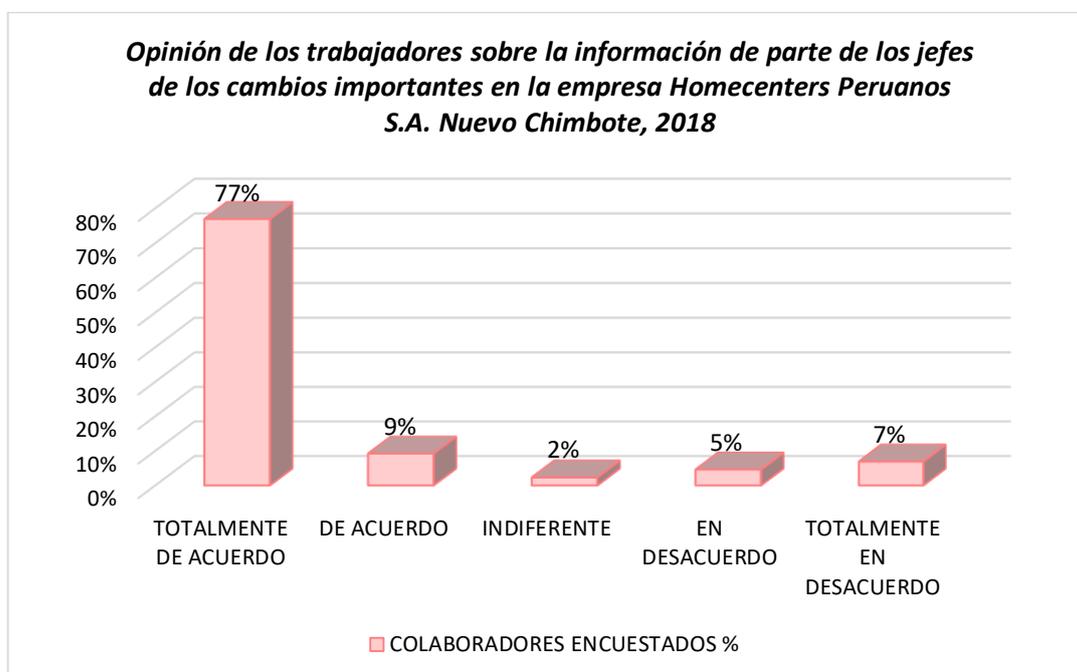
Del 100% (130) de los encuestados, el 53%(69) están "totalmente de acuerdo" que en su organización existe un una adecuada comunicación entre jefes y compañeros, el 35%(45), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 3%(4) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(10) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 31:**

***Opinión de los trabajadores sobre la información de parte de los jefes de los cambios importantes en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	100	77%
DE ACUERDO	12	9%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	6	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	9	7%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 30: Opinión de los trabajadores sobre la información de parte de los jefes de los cambios importantes en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 31.

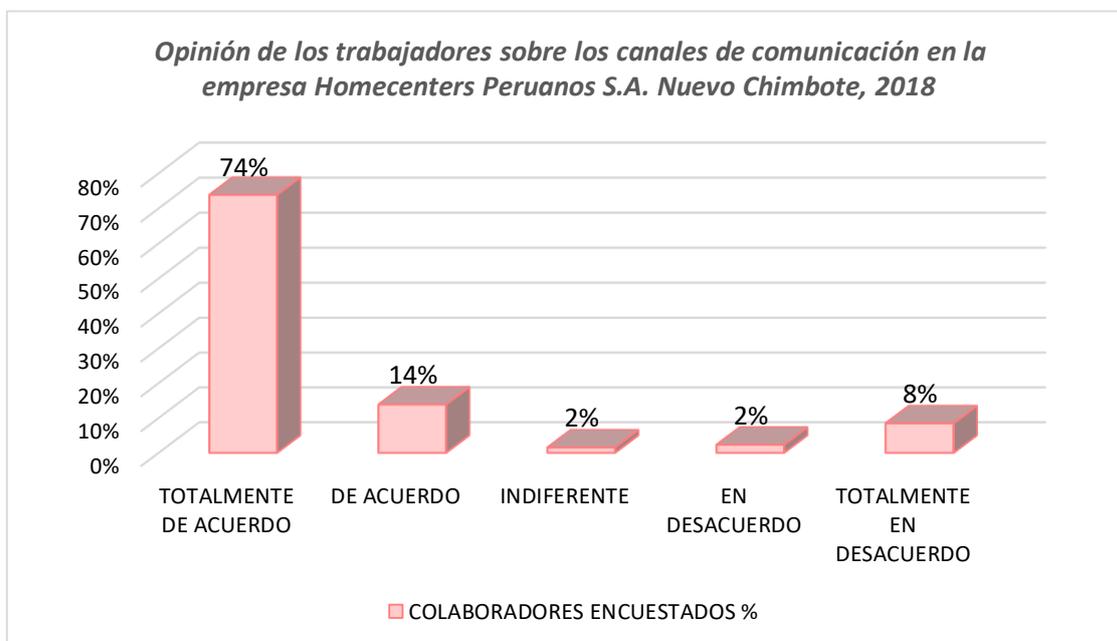
INTERPRETACIÓN:

Del 100% (130) de los encuestados, el 77%(100) están "totalmente de acuerdo" que en su organización los jefes mantienen informados a los colaboradores acerca de temas y cambios importantes, el 9%(12), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 5%(6) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 7%(9) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 32:

**Opinión de los trabajadores sobre los canales de comunicación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	96	74%



DE ACUERDO	18	14%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	11	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 31: Opinión de los trabajadores sobre los canales de comunicación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

Fuente: Tabla 32.

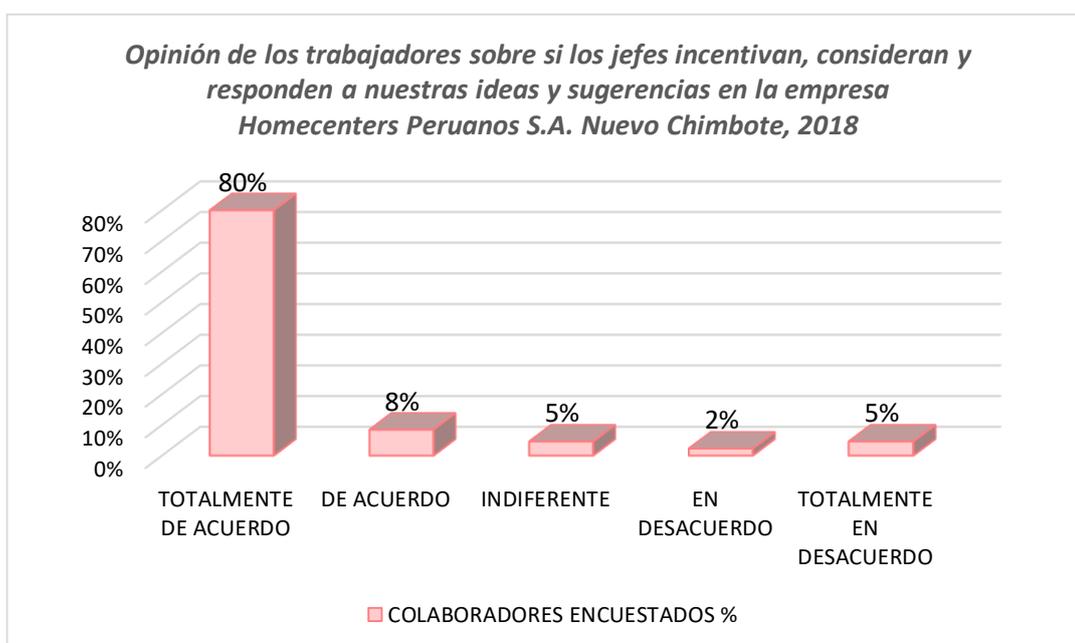
INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 74%(96) están "totalmente de acuerdo" que en su organización existen canales de comunicación como whatsapp, facebook para realizar cualquier comunicado, el 14%(18), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(11) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 33:

**Opinión de los trabajadores sobre si los jefes incentivan, consideran y responden a nuestras ideas y sugerencias en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%



TOTALMENTE DE ACUERDO	104	80%
DE ACUERDO	11	8%
INDIFERENTE	6	5%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 32: Opinión de los trabajadores sobre si los jefes incentivan, consideran y responden a nuestras ideas y sugerencias en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

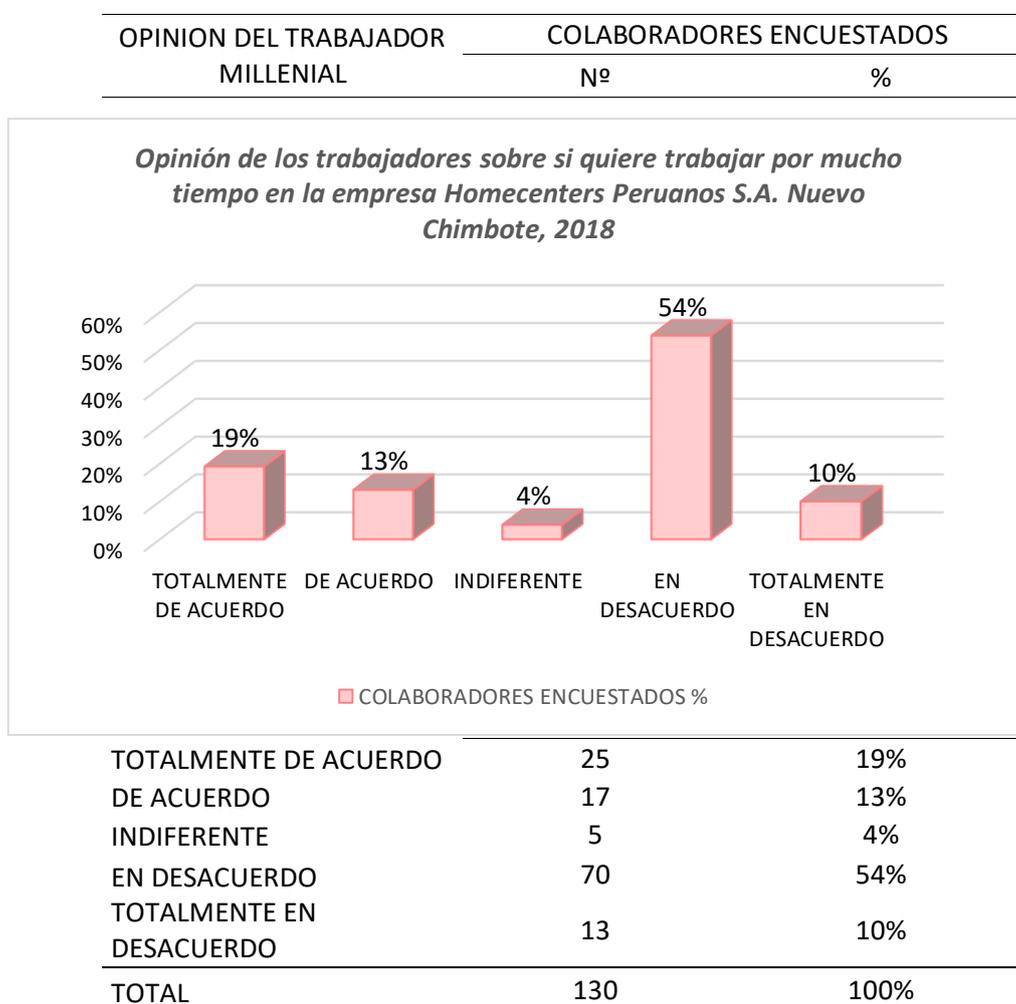
Fuente: Tabla 33.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 80%(104) están "totalmente de acuerdo" que en su organización los jefes consideran y responden a las ideas y sugerencias de los colaboradores, el 8%(11), solo están "de acuerdo", el 5%(6) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 5%(6) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 34:

**Opinión de los trabajadores sobre si quiere trabajar por mucho tiempo en la empresa  
Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 33: Opinión de los trabajadores sobre si quiere trabajar por mucho tiempo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 34.

INTERPRETACION:

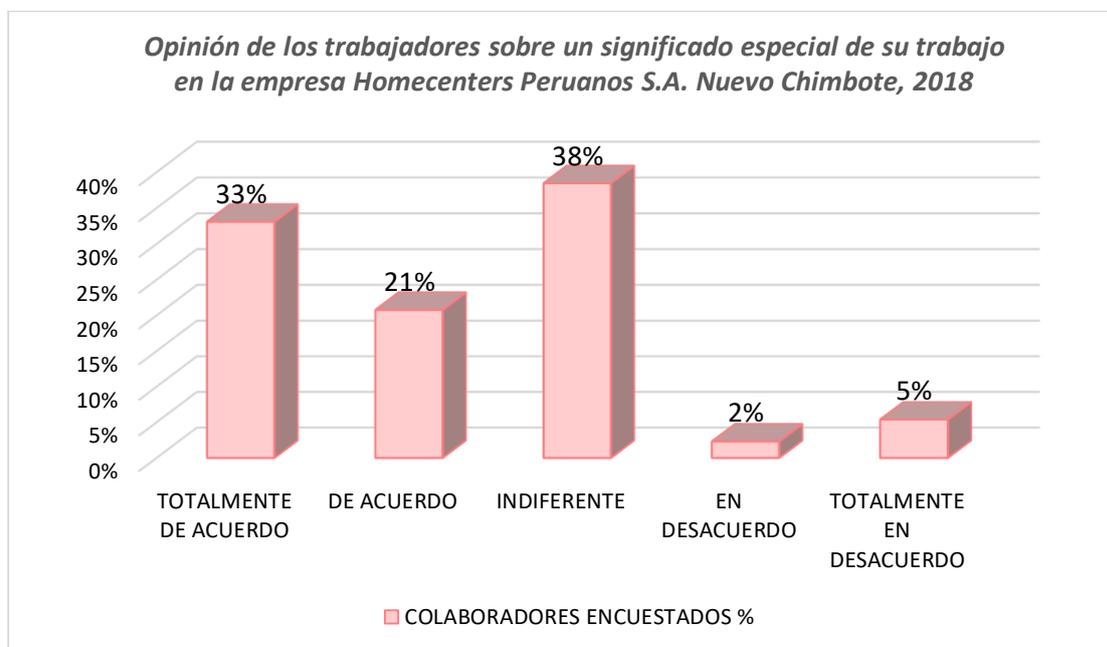
Del 100% (130) de los encuestados, el 19%(25) están "totalmente de acuerdo" que no desean estar mucho tiempo laborando en la empresa Homecenters Peruanos S.A., el 13%(17), solo están "de acuerdo", el 4%(5) es indiferente al tema, el 54%(70) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 10%(13) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 35:

**Opinión de los trabajadores sobre un significado especial de su trabajo en la empresa  
Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	43	33%
DE ACUERDO	27	21%
INDIFERENTE	50	38%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	7	5%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 34: Opinión de los trabajadores sobre un significado especial de su trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

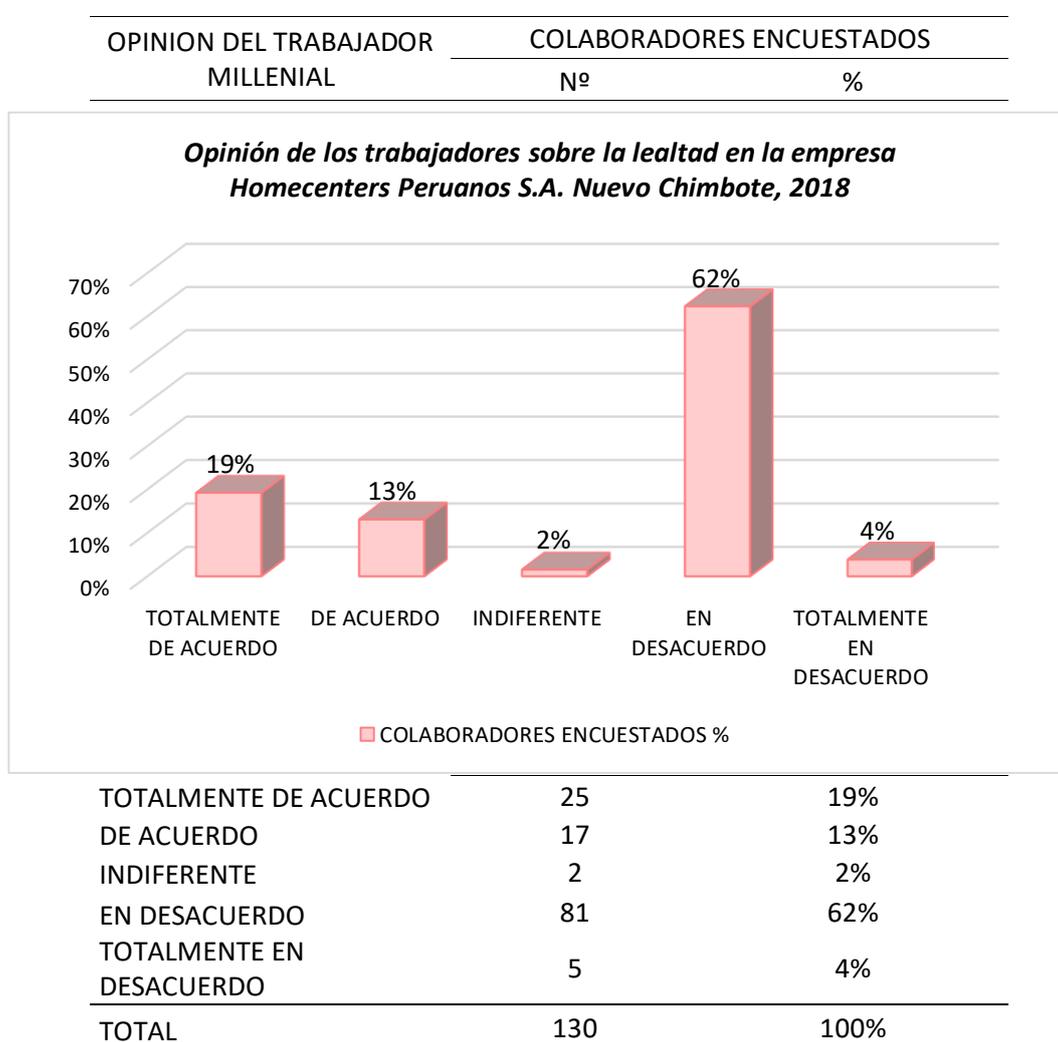
Fuente: Tabla 35.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 33%(43) están "totalmente de acuerdo" que su trabajo tiene un significado especial y no es solo un trabajo, el 21%(27), solo están "de acuerdo", el 38%(50) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 5%(7) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 36:

**Opinión de los trabajadores sobre la lealtad en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 35: Opinión de los trabajadores sobre la lealtad en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

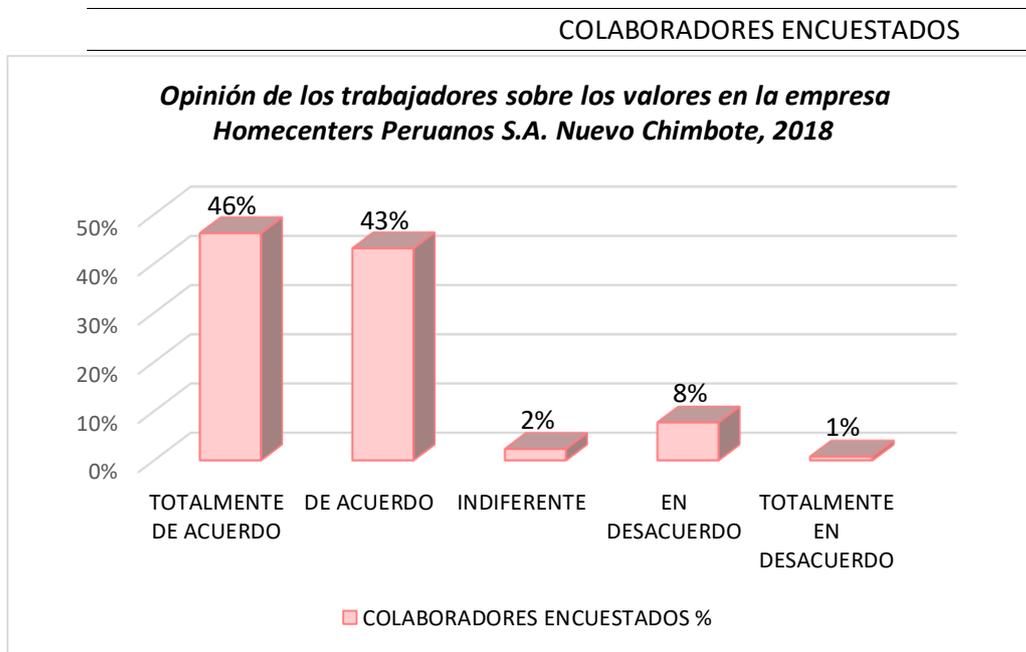
Fuente: Tabla 36.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 19%(25) están "totalmente de acuerdo" que sienten que le deben lealtad a la empresa porque les dio la oportunidad de trabajo, el 13%(17), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 62%(81) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 4%(5) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 37:

**Opinión de los trabajadores sobre los valores en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	60	46%
DE ACUERDO	56	43%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	10	8%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 36: Opinión de los trabajadores sobre los valores en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 37.

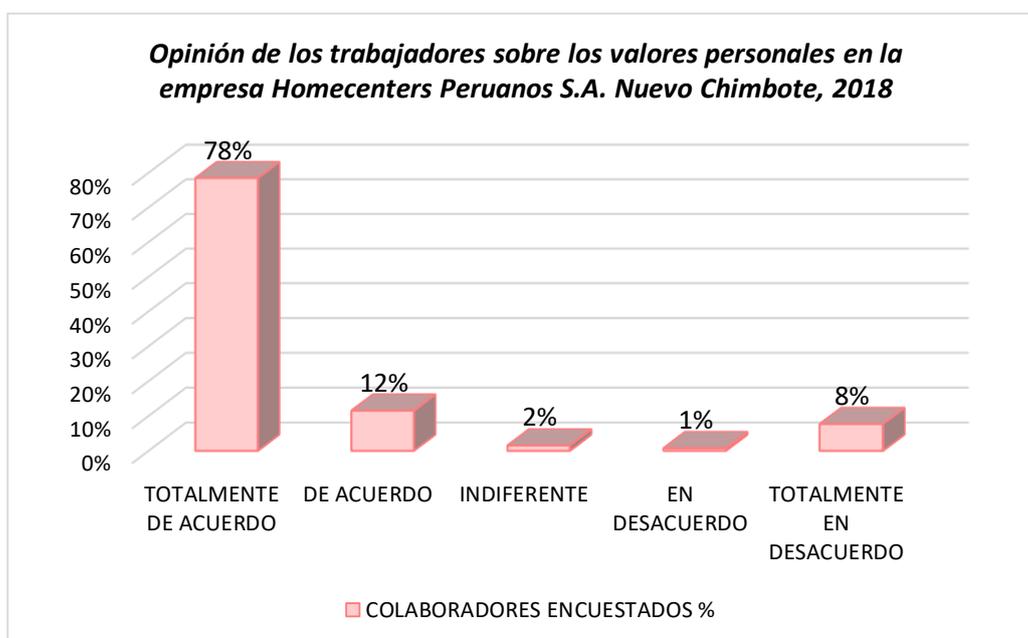
INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 46%(60) están "totalmente de acuerdo" que se sienten identificados con los valores de la empresa, el 43%(56), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, el 8%(10) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 38:

**Opinión de los trabajadores sobre los valores personales en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%



TOTALMENTE DE ACUERDO	102	78%
DE ACUERDO	15	12%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	1	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	8%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 37: Opinión de los trabajadores sobre los valores en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 38.

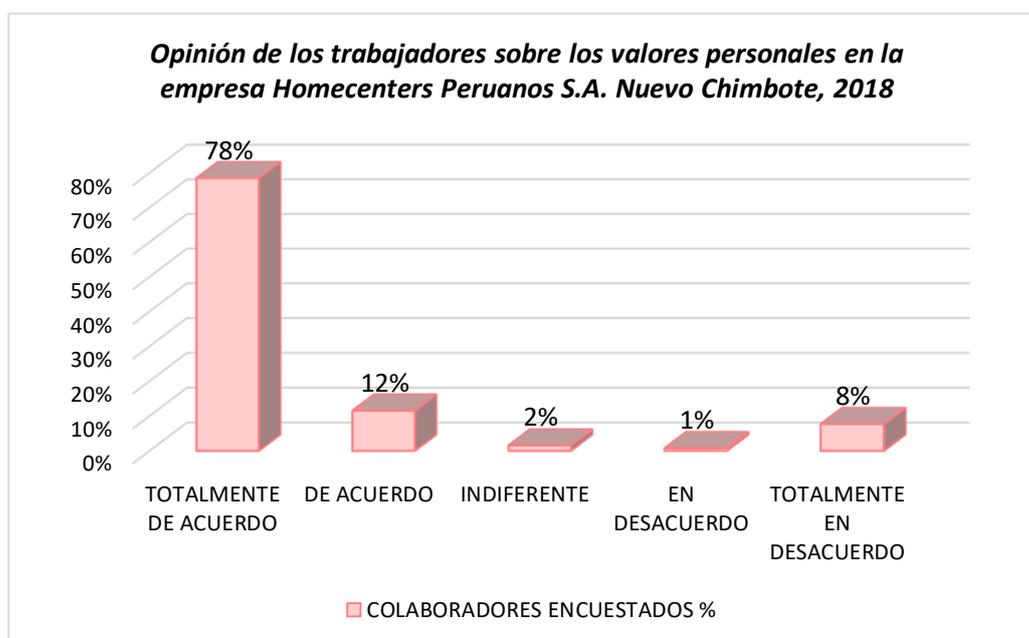
INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 78%(102) están "totalmente de acuerdo" que consideran que los valores personales son importantes en el trabajo, el 12%(15), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 1%(1) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(10) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 39:

**Opinión de los trabajadores sobre consejos de los jefes en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%



TOTALMENTE DE ACUERDO	51	39%
DE ACUERDO	26	20%
INDIFERENTE	6	5%
EN DESACUERDO	44	34%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 38: Opinión de los trabajadores sobre los valores en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

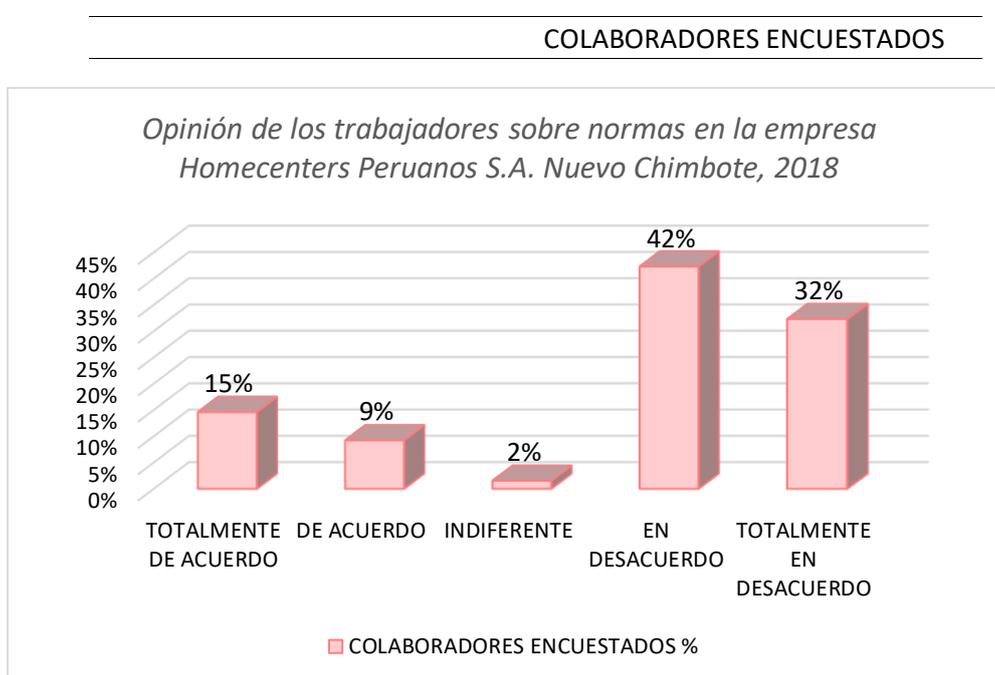
Fuente: Tabla 39.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 39%(51) están "totalmente de acuerdo" que las palabras y consejos de los jefes coinciden con sus acciones, el 20%(26), solo están "de acuerdo", el 5%(6) es indiferente al tema, el 34%(44) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(3) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 40:

**Opinión de los trabajadores sobre normas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	19	15%
DE ACUERDO	12	9%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	55	42%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	42	32%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 39: Opinión de los trabajadores sobre normas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

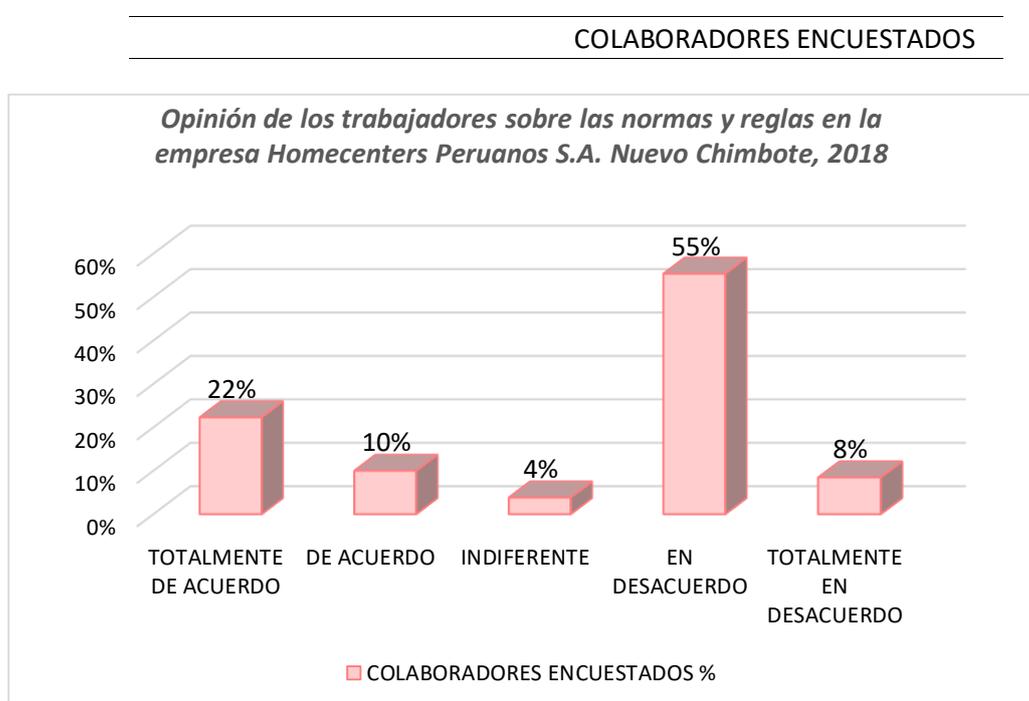
Fuente: Tabla 40.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 15%(19) están "totalmente de acuerdo" que es importante que la empresa tenga normas y reglas internas, el 9%(12), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 42%(55) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 32%(42) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 41:**

**Opinión de los trabajadores sobre las normas y reglas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	29	22%
DE ACUERDO	13	10%
INDIFERENTE	5	4%
EN DESACUERDO	72	55%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	11	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018

**Figura 40: Opinión de los trabajadores sobre las normas y reglas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

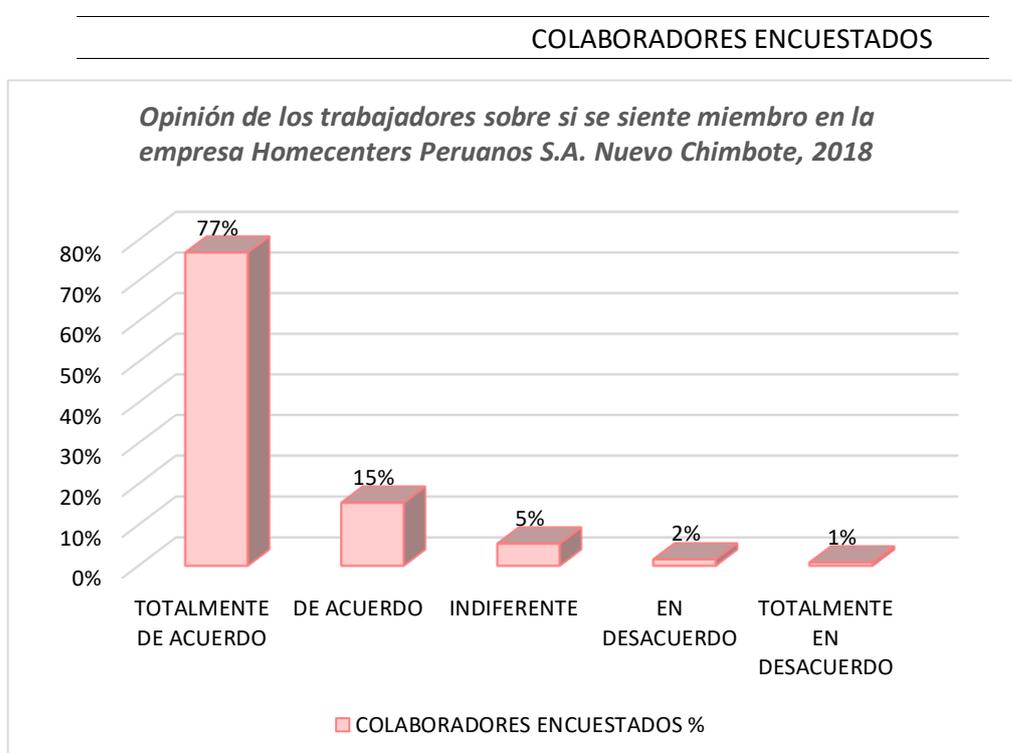
Fuente: Tabla 41.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 22%(29) están "totalmente de acuerdo" con las normas y regla que tiene la empresa hacia sus empleados, el 10%(13), solo están "de acuerdo", el 4%(5) es indiferente al tema, el 55%(72) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(11) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 42:**

**Opinión de los trabajadores sobre si se siente miembro en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**



	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	100	77%
DE ACUERDO	20	15%
INDIFERENTE	7	5%
EN DESACUERDO	2	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

OPINION DEL TRABAJADOR  
MILLENNIAL

**Figura 41: Opinión de los trabajadores sobre si se siente miembro en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 42.

**INTERPRETACION:**

Del 100% (130) de los encuestados, el 77%(100) están "totalmente de acuerdo" que los trabajadores se sienten miembro de la organización, el 15%(20), solo están "de acuerdo", el 5%(7) es indiferente al tema, el 2%(2) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 43:**

**Opinión de los trabajadores sobre si se fomenta en compañerismo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4%
DE ACUERDO	3	2%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	60	46%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	59	45%
TOTAL	130	100%

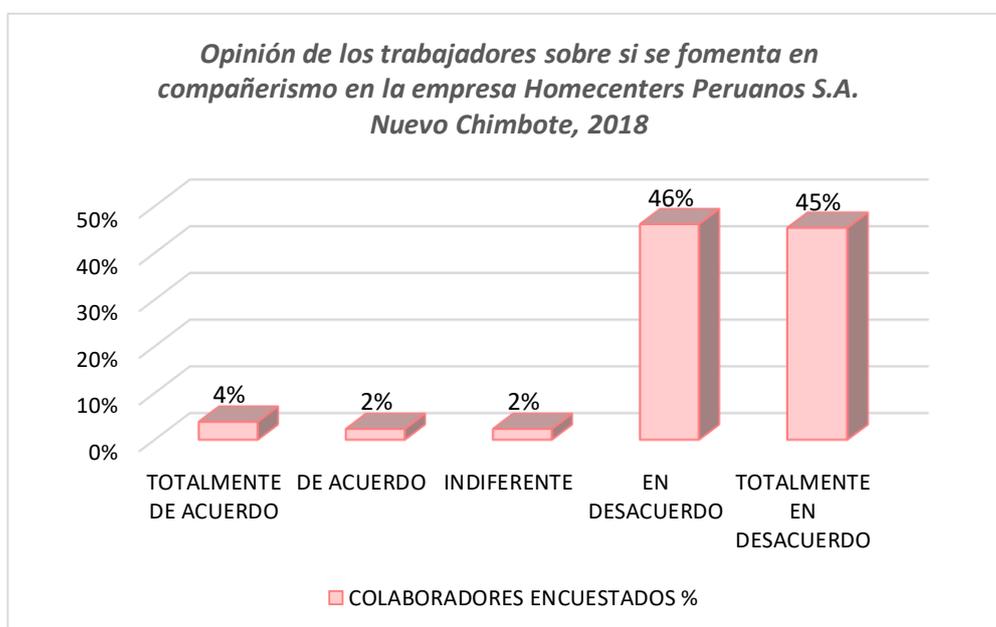
Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 42: Opinión de los trabajadores sobre si se fomenta en compañerismo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 43.

INTERPRETACION:

Del 100% (130) de los encuestados, el 4%(5) están "totalmente de acuerdo" que se realizan actividades culturales, deportivas y sociales dentro de la empresa para fomentar el compañerismo, el 2%(3), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, el 46%(60) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 45%(59) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".



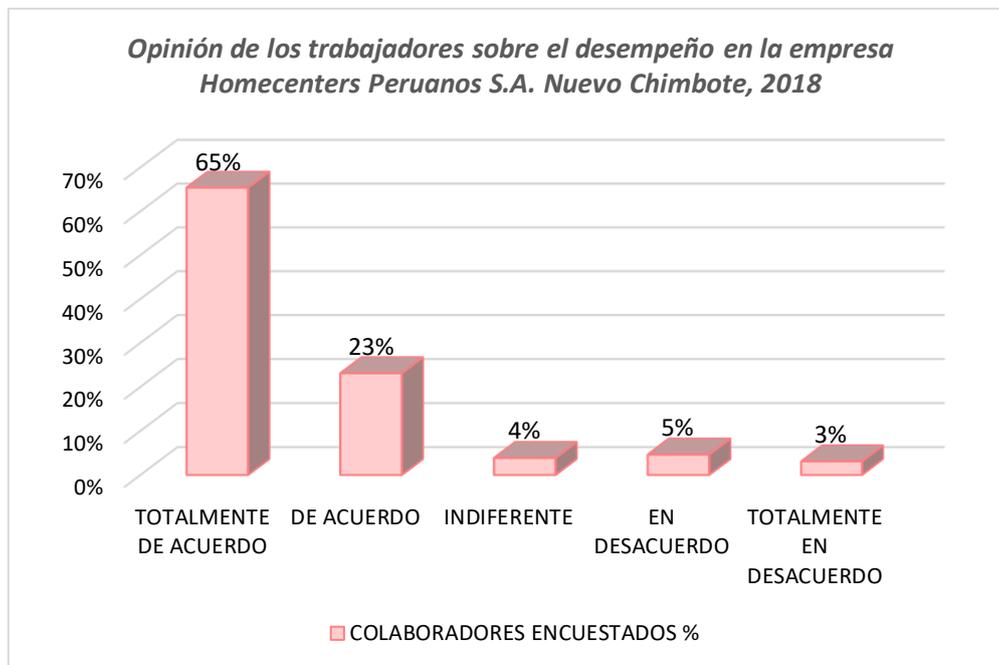
**Tabla 44:**

**Opinión de los trabajadores sobre el desempeño en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	85	65%
DE ACUERDO	30	23%
INDIFERENTE	5	4%
EN DESACUERDO	6	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	3%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.

**Figura 43:**  
**Opinión de los trabajadores sobre el desempeño en la empresa**



**el desempeño en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 44.

INTERPRETACION:

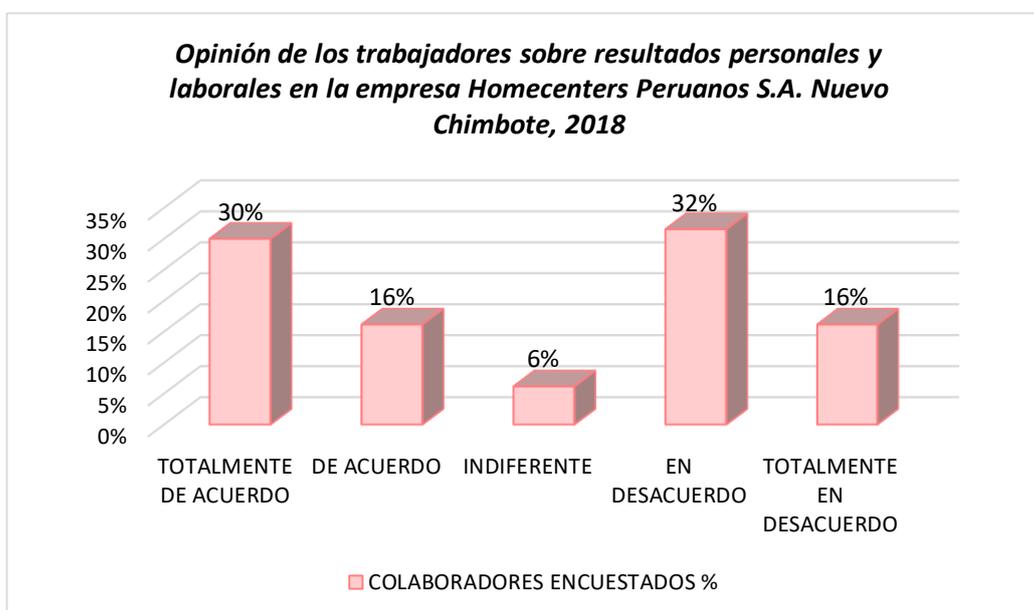
Del 100% (130) de los encuestados, el 65%(85) están "totalmente de acuerdo" que poseen las competencias y habilidades necesarias para el desempeño de su trabajo, el 23%(30), solo están "de acuerdo", el 4%(5) es indiferente al tema, el 5%(6) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 3%(4) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 45:**

**Opinión de los trabajadores sobre resultados personales y laborales en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	39	30%
DE ACUERDO	21	16%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	41	32%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	21	16%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 44: Opinión de los trabajadores sobre resultados personales y laborales en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 45.

**INTERPRETACION:**

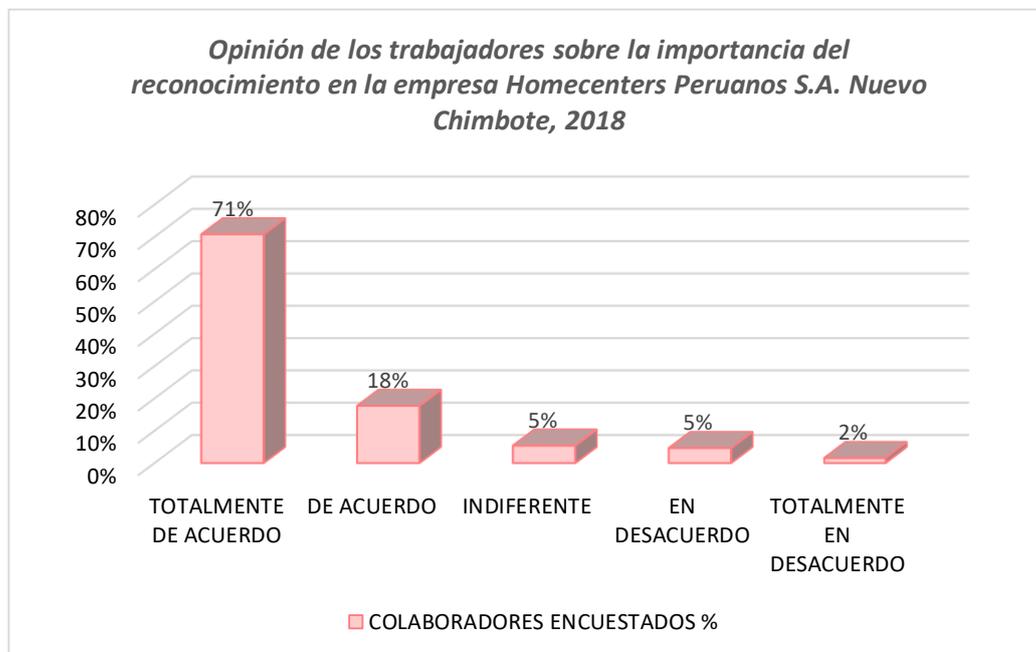
Del 100% (130) de los encuestados, el 30%(39) están "totalmente de acuerdo" que diariamente logran resultados personales y laborales en su puesto de trabajo, el 16%(21), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 32%(41) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 16%(21) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 46:**

**Opinión de los trabajadores sobre la importancia del reconocimiento en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	92	71%
DE ACUERDO	23	18%
INDIFERENTE	7	5%
EN DESACUERDO	6	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 45: Opinión de los trabajadores sobre la importancia del reconocimiento en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 46.

**INTERPRETACION:**

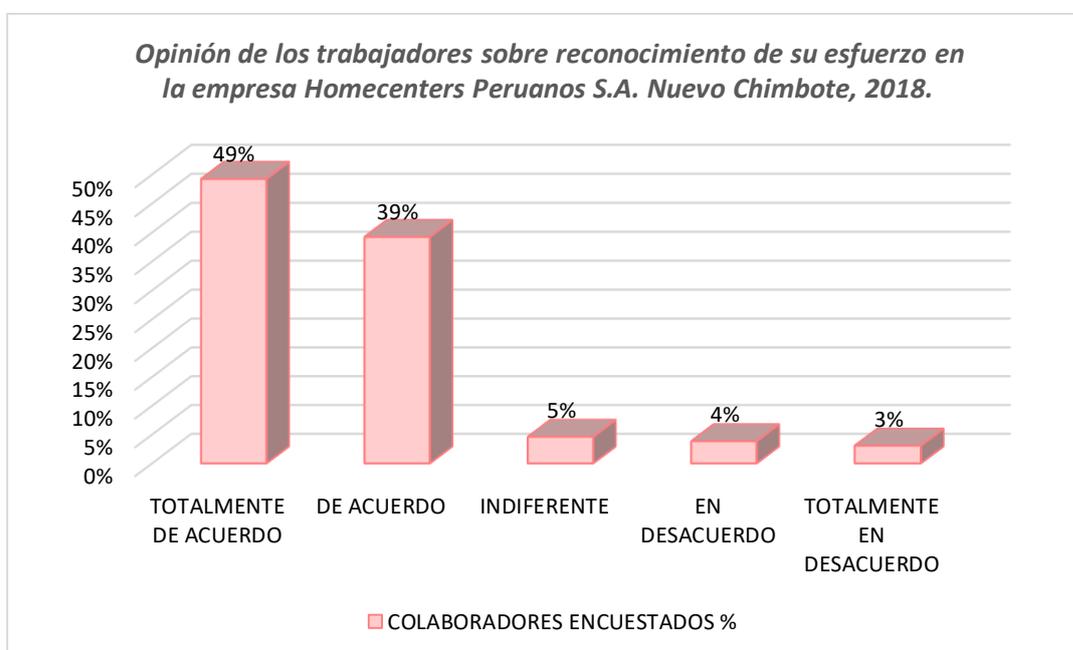
Del 100% (130) de los encuestados, el 71%(92) están "totalmente de acuerdo" que el reconocimiento es importante, el 18%(23), solo están "de acuerdo", el 5%(7) es indiferente al tema, el 5%(6) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 47:**

***Opinión de los trabajadores sobre reconocimiento de su esfuerzo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	64	49%
DE ACUERDO	51	39%
INDIFERENTE	6	5%
EN DESACUERDO	5	4%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	3%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 46: Opinión de los trabajadores sobre reconocimiento de su esfuerzo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.***

Fuente: Tabla 47.

**INTERPRETACION:**

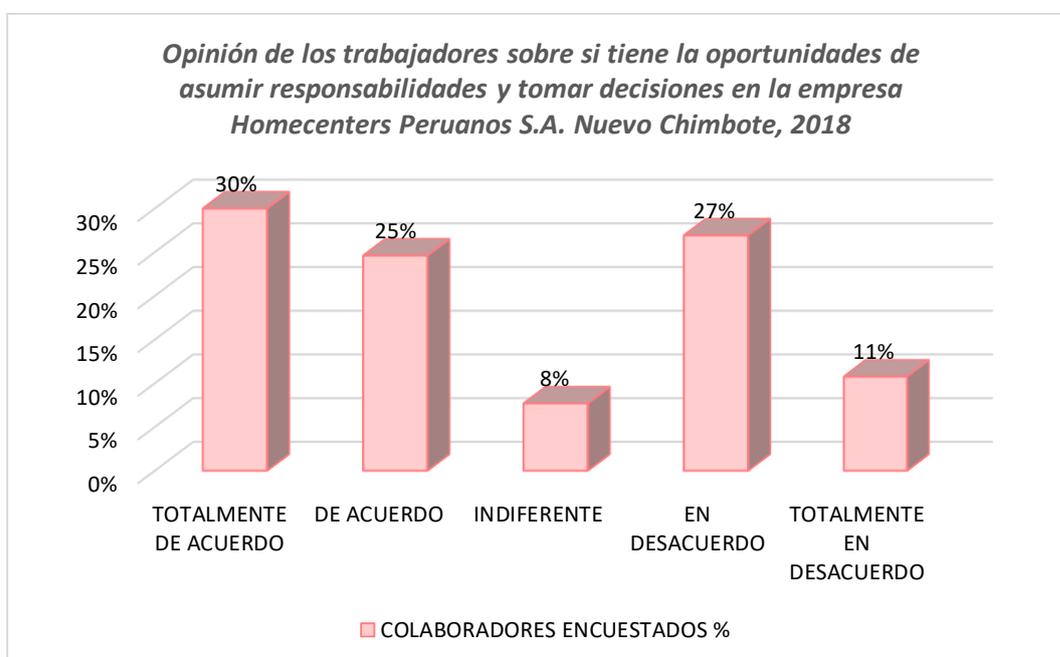
Del 100% (130) de los encuestados, el 49%(64) están "totalmente de acuerdo" que la empresa Homecenters Peruanos S.A. valora y brinda reconocimiento por el esfuerzo, el 39%(51), solo están "de acuerdo", el 5%(6) es indiferente al tema, el 4%(5) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 3%(4) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 48:**

***Opinión de los trabajadores sobre si tiene la oportunidades de asumir responsabilidades y tomar decisiones en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	39	30%
DE ACUERDO	32	25%
INDIFERENTE	10	8%
EN DESACUERDO	35	27%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	14	11%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 47: Opinión de los trabajadores sobre si tiene la oportunidades de asumir responsabilidades y tomar decisiones en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 48.

**INTERPRETACION:**

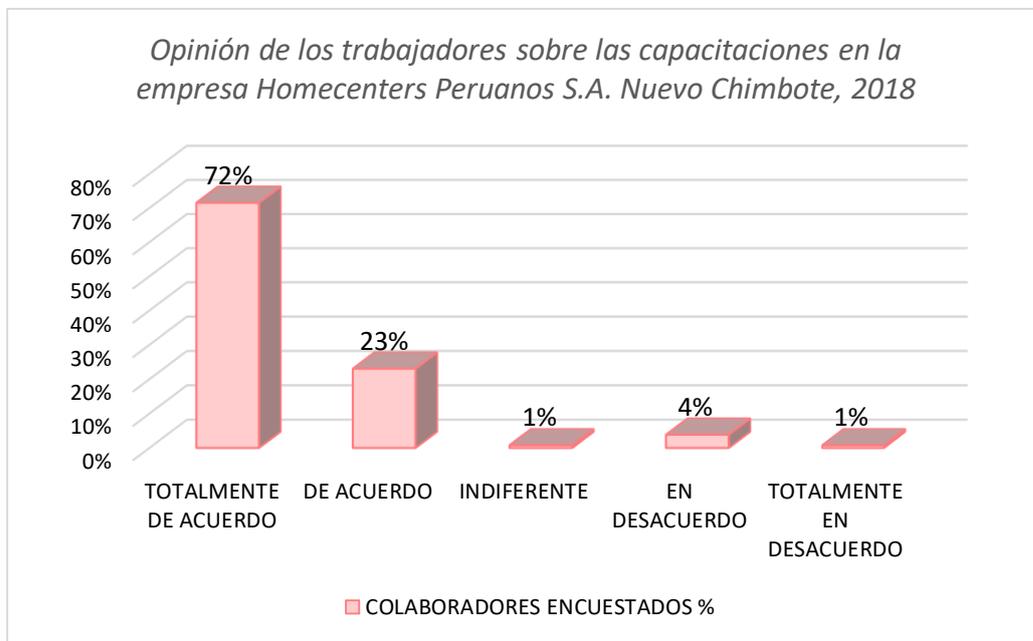
Del 100% (130) de los encuestados, el 30%(39) están "totalmente de acuerdo" que en su puesto de trabajo tienen la oportunidad de asumir responsabilidades y tomar decisiones, el 25%(32), solo están "de acuerdo", el 8%(10) es indiferente al tema, el 27%(35) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 11%(14) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 49:**

***Opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	93	72%
DE ACUERDO	30	23%
INDIFERENTE	1	1%
EN DESACUERDO	5	4%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 48: Opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 49.

**INTERPRETACION:**

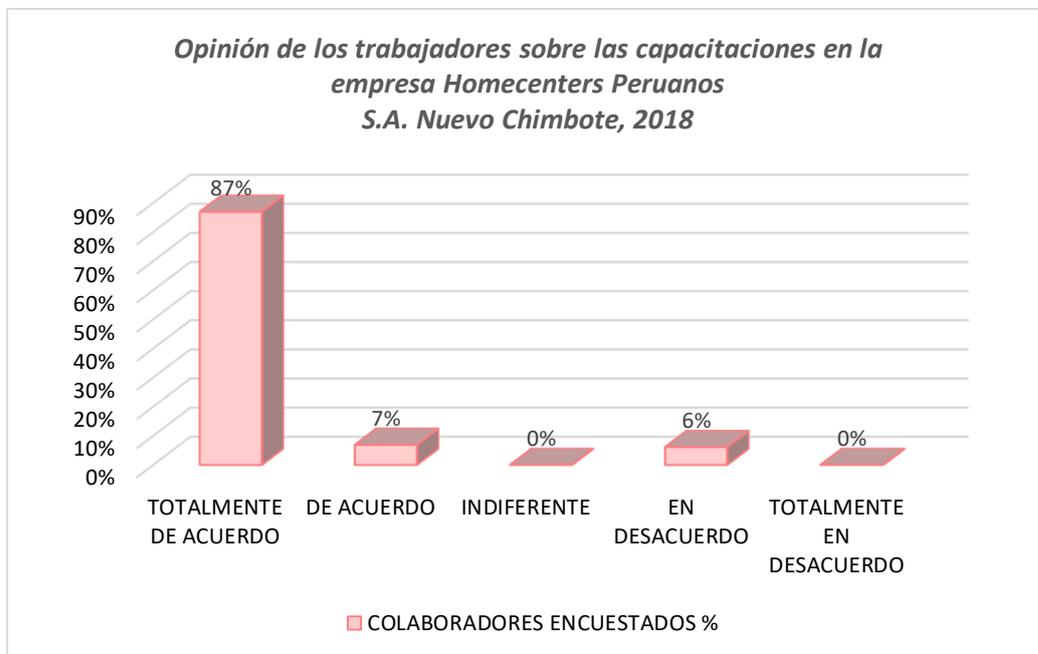
Del 100% (130) de los encuestados, el 72%(93) están "totalmente de acuerdo" que es importante que se les brinde capacitaciones constantes, el 23%(30), solo están "de acuerdo", el 1%(1) es indiferente al tema, el 4%(5) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 50:**

***Opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	113	87%
DE ACUERDO	9	7%
INDIFERENTE	0	0%
EN DESACUERDO	8	6%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 49: Opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones en la empresa Homecenters Peruano S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 50.

**INTERPRETACION:**

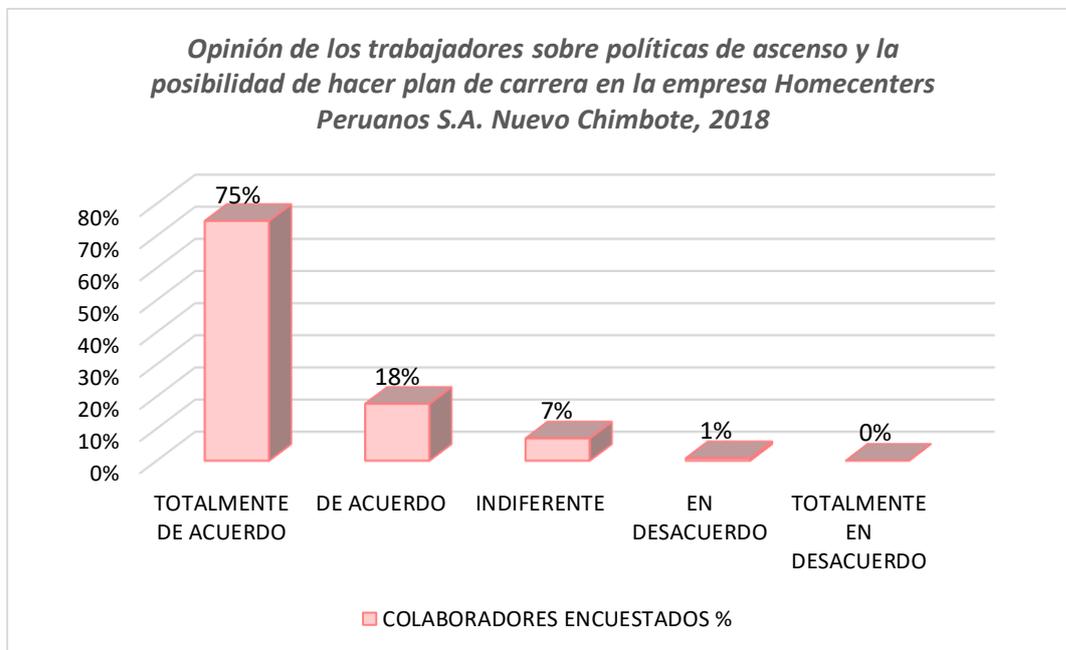
Del 100% (130) de los encuestados, el 87%(113) están "totalmente de acuerdo" que la empresa Homecenters Peruanos S.A. les brinda capacitación y/o entrenamiento constante con el objetivo de promover y mejor el desarrollo profesional, Por último el 7% (9) están "De acuerdo", el 6% (8) están "en desacuerdo"

**Tabla 51:**

***Opinión de los trabajadores sobre políticas de ascenso y la posibilidad de hacer plan de carrera en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	97	75%
DE ACUERDO	23	18%
INDIFERENTE	9	7%
EN DESACUERDO	1	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 50: Opinión de los trabajadores sobre políticas de ascenso y la posibilidad de hacer plan de carrera en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 51.

**INTERPRETACION:**

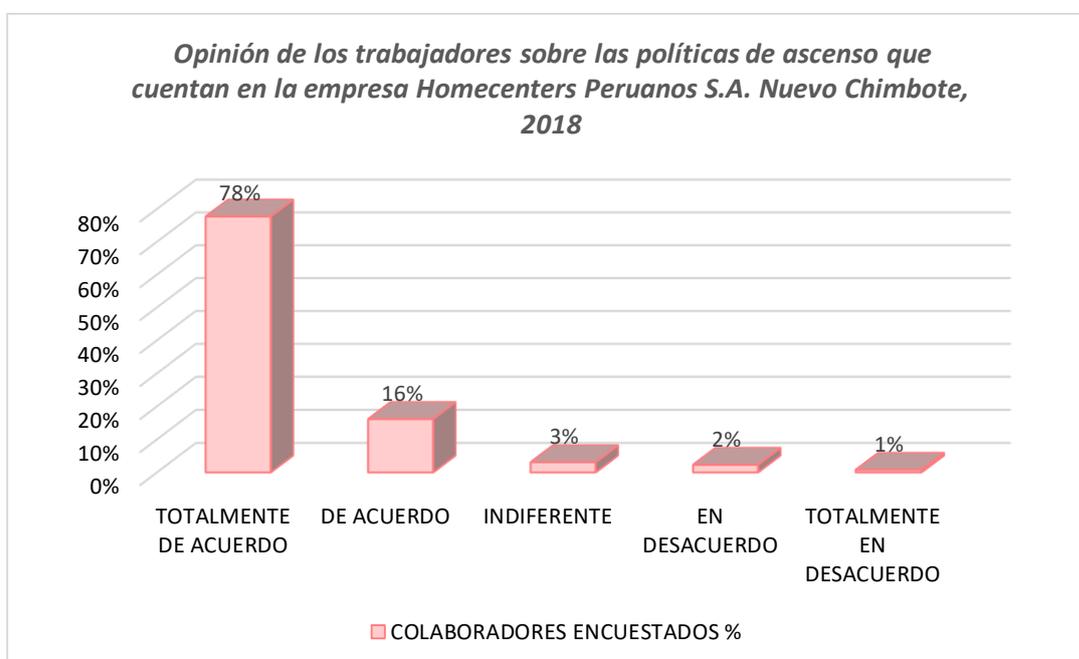
Del 100% (130) de los encuestados, el 75%(97) están "totalmente de acuerdo" que la empresa tenga políticas de ascenso y la posibilidad de hacer plan de carrera, el 18%(23), solo están "de acuerdo", el 7%(9) es indiferente al tema, y por último el 1%(1) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 52:**

***Opinión de los trabajadores sobre las políticas de ascenso que cuentan en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	101	78%
DE ACUERDO	21	16%
INDIFERENTE	4	3%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 51: Opinión de los trabajadores sobre las políticas de ascenso que cuentan en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 52.

**INTERPRETACION:**

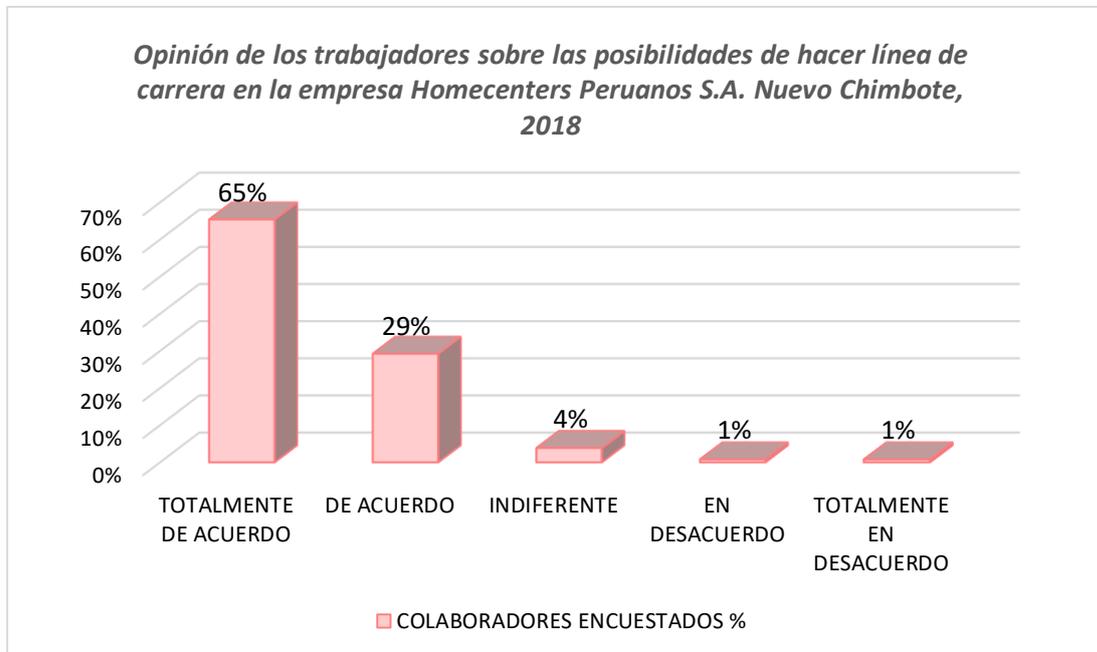
Del 100% (130) de los encuestados, el 78%(101) están "totalmente de acuerdo" que la empresa cuenta con políticas de ascenso a sus colaboradores, el 16%(21), solo están "de acuerdo", el 3%(4) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 53:**

**Opinión de los trabajadores sobre las posibilidades de hacer línea de carrera en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	85	65%
DE ACUERDO	38	29%
INDIFERENTE	5	4%
EN DESACUERDO	1	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 52: Opinión de los trabajadores sobre las políticas de ascenso que cuentan en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 53.

**INTERPRETACION:**

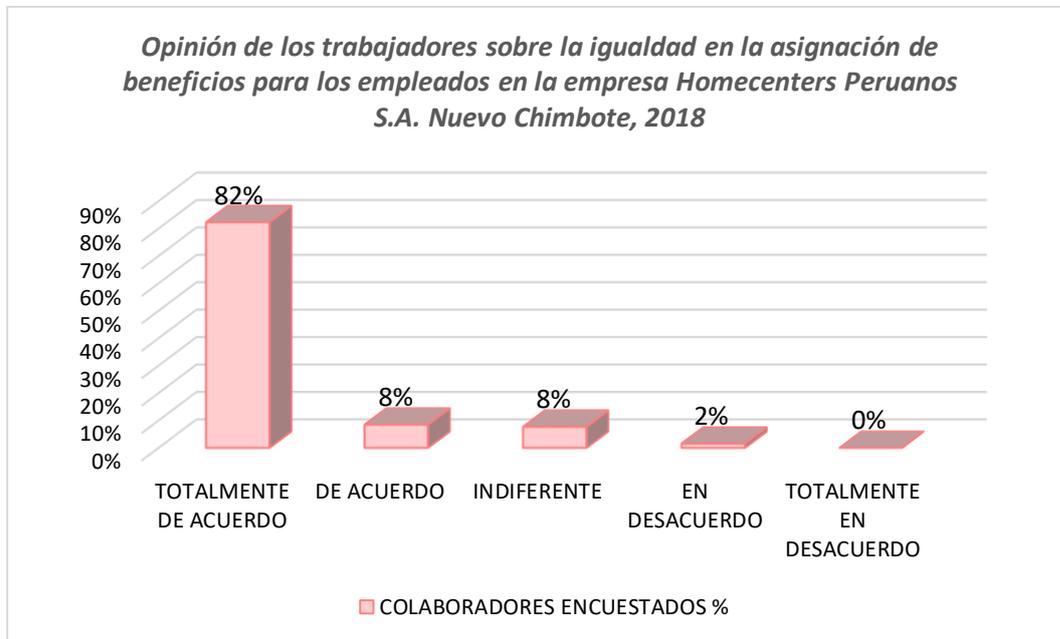
Del 100% (130) de los encuestados, el 65%(85) están "totalmente de acuerdo" que los trabajadores se sienten miembro de la organización, el 29%(38), solo están "de acuerdo", el 4%(5) es indiferente al tema, el 1%(1) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 54:**

***Opinión de los trabajadores sobre la igualdad en la asignación de beneficios para los empleados en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	107	82%
DE ACUERDO	11	8%
INDIFERENTE	10	8%
EN DESACUERDO	2	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 53: Opinión de los trabajadores sobre la igualdad en la asignación de beneficios para los empleados en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 54.

**INTERPRETACION:**

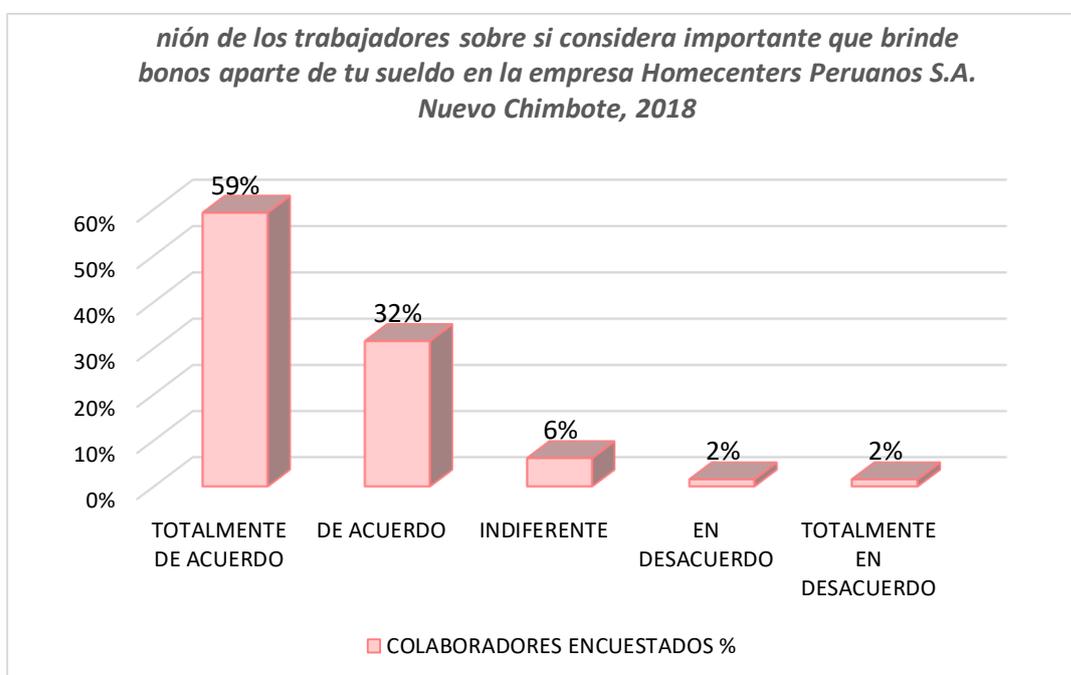
Del 100% (130) de los encuestados, el 82%(107) están "totalmente de acuerdo" que existe igualdad en la asignación de beneficios para todos los empleados en la empresa, el 8%(11), solo están "de acuerdo", el 8%(10) es indiferente al tema, y por último el 2%(2) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 55:**

***Opinión de los trabajadores sobre si considera importante que brinde bonos aparte de tu sueldo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	77	59%
DE ACUERDO	41	32%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	2	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 54: Opinión de los trabajadores sobre si considera importante que brinde bonos aparte de tu sueldo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 55.

**INTERPRETACION:**

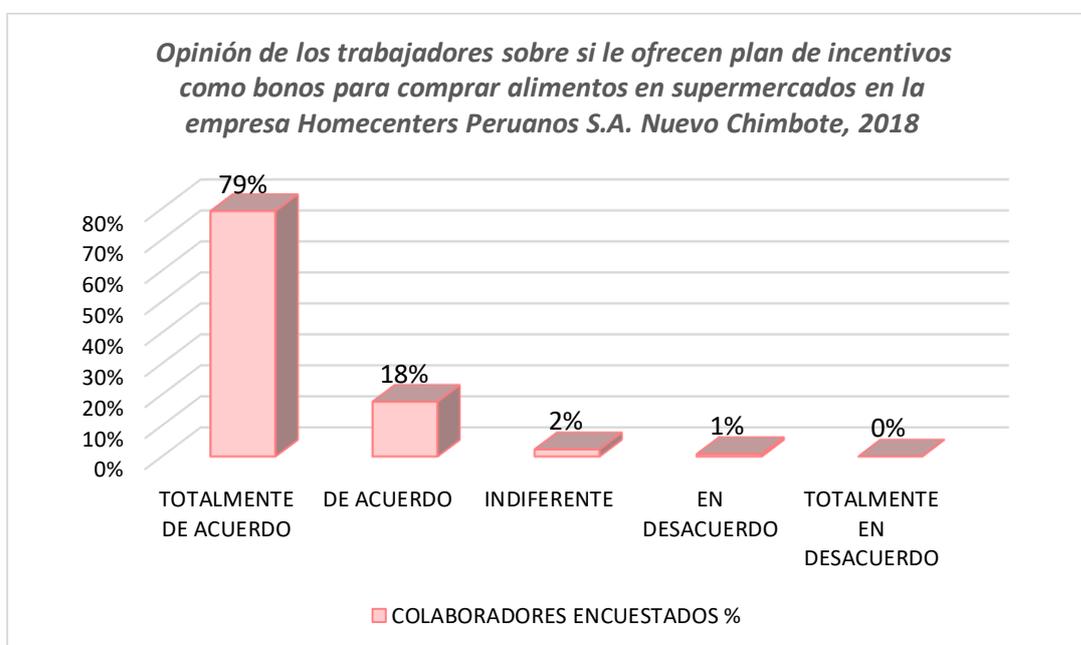
Del 100% (130) de los encuestados, el 59%(77) están "totalmente de acuerdo" que consideran importante que la empresa brinde bonos aparte del sueldo a los trabajadores, el 32%(41), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 2%(2) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 56:**

***Opinión de los trabajadores sobre si le ofrecen plan de incentivos como bonos para comprar alimentos en supermercados en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	103	79%
DE ACUERDO	23	18%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	1	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 55: Opinión de los trabajadores sobre si le ofrecen plan de incentivos como bonos para comprar alimentos en supermercados en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 56.

**INTERPRETACION:**

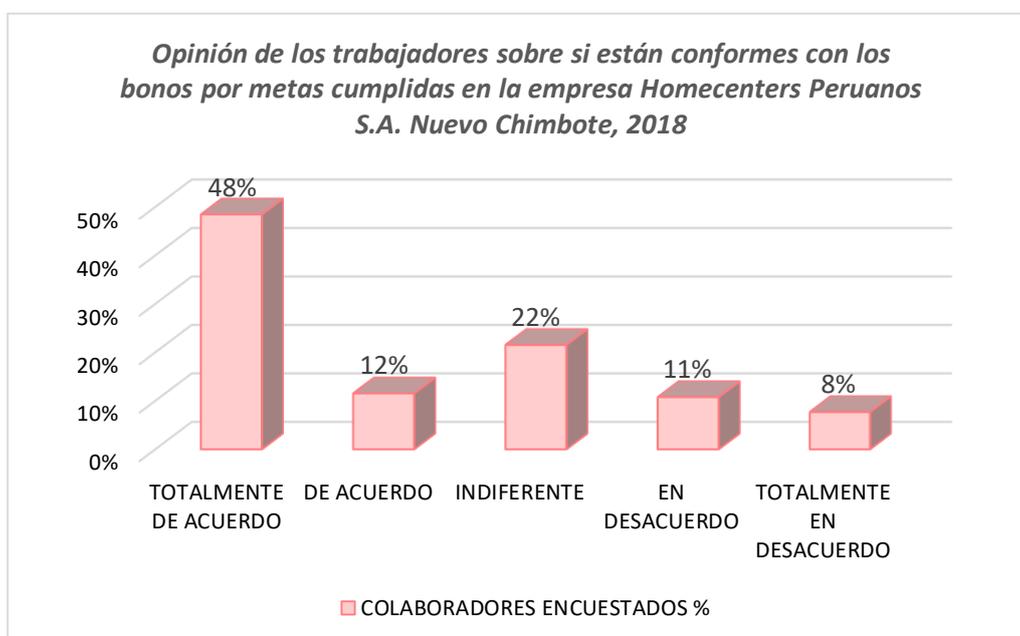
Del 100% (130) de los encuestados, el 79%(103) están "totalmente de acuerdo" que la empresa brinda plan de incentivos como bonos, para comprar alimentos en supermercados, el 18%(23), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, y por último el 1%(1) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 57:**

***Opinión de los trabajadores sobre si están conformes con los bonos por metas cumplidas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	63	48%
DE ACUERDO	15	12%
INDIFERENTE	28	22%
EN DESACUERDO	14	11%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 56: Opinión de los trabajadores sobre si están conformes con los bonos por metas cumplidas en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 57.

**INTERPRETACION:**

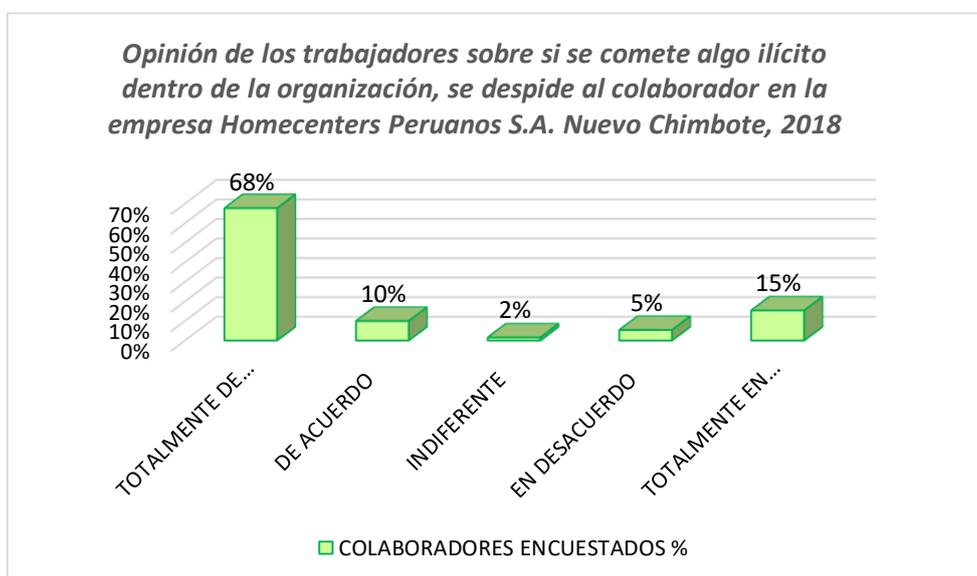
Del 100% (130) de los encuestados, el 48%(63) están "totalmente de acuerdo" que están conformes con los incentivos o bonos que les brinda la empresa por metas cumplidas, el 12%(15), solo están "de acuerdo", el 22%(28) es indiferente al tema, el 11%(14) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(10) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 58:**

***Opinión de los trabajadores sobre si se comete algo ilícito dentro de la organización, se despide al colaborador en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	88	68%
DE ACUERDO	13	10%
INDIFERENTE	2	2%
EN DESACUERDO	7	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	20	15%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 57: Opinión de los trabajadores sobre si se comete algo ilícito dentro de la organización, se despide al colaborador en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 58.

INTERPRETACION:

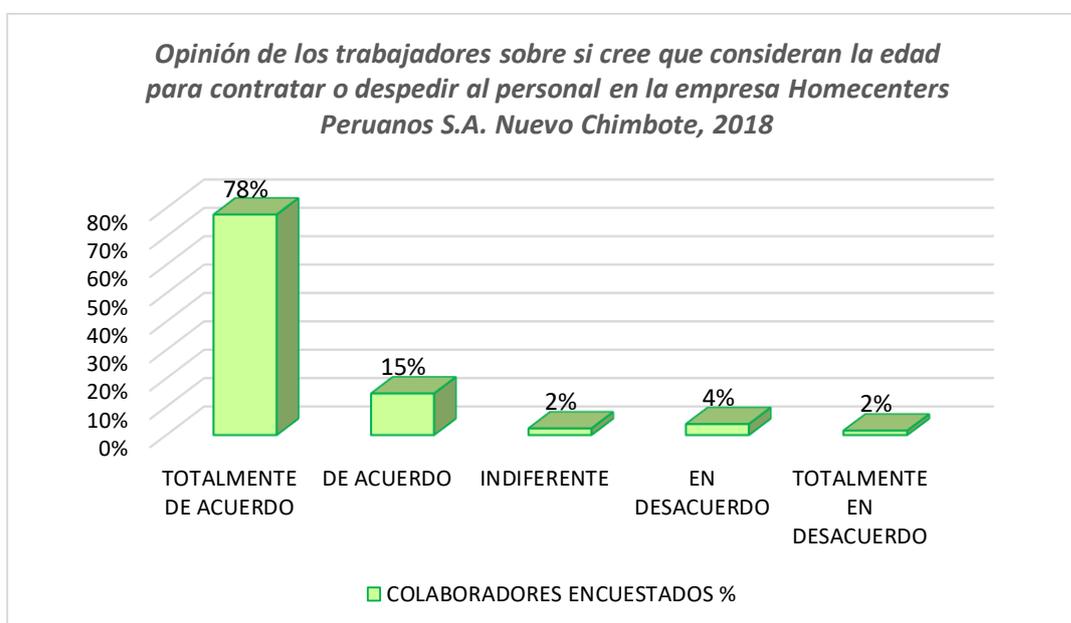
Del 100% (130) de los encuestados, el 68%(88) están "totalmente de acuerdo" que si se comete algo ilícito dentro de la organización se debe despedir al colaborador, el 10%(13), solo están "de acuerdo", el 2%(2) es indiferente al tema, el 5%(7) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 15%(20) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 59:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cree que consideran la edad para contratar o despedir al personal en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	101	78%
DE ACUERDO	19	15%
INDIFERENTE	3	2%
EN DESACUERDO	5	4%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 58: Opinión de los trabajadores sobre si cree que consideran la edad para contratar o despedir al personal en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 59.

**INTERPRETACION:**

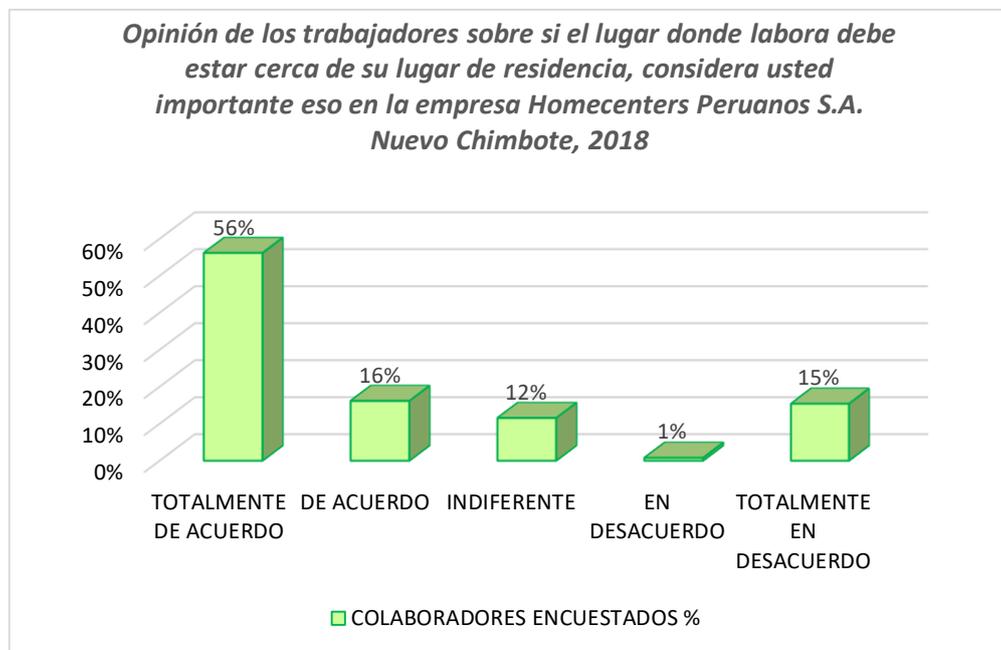
Del 100% (130) de los encuestados, el 78%(101) están "totalmente de acuerdo" que la empresa considera la edad para contratar o despedir al personal, el 15%(19), solo están "de acuerdo", el 2%(3) es indiferente al tema, el 4%(5) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 60:**

***Opinión de los trabajadores sobre si el lugar donde labora debe estar cerca de su lugar de residencia, considera usted importante eso en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	73	56%
DE ACUERDO	21	16%
INDIFERENTE	15	12%
EN DESACUERDO	1	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	20	15%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 59: Opinión de los trabajadores sobre si el lugar donde labora debe estar cerca de su lugar de residencia, considera usted importante eso en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018,***

Fuente: Tabla 60.

INTERPRETACION:

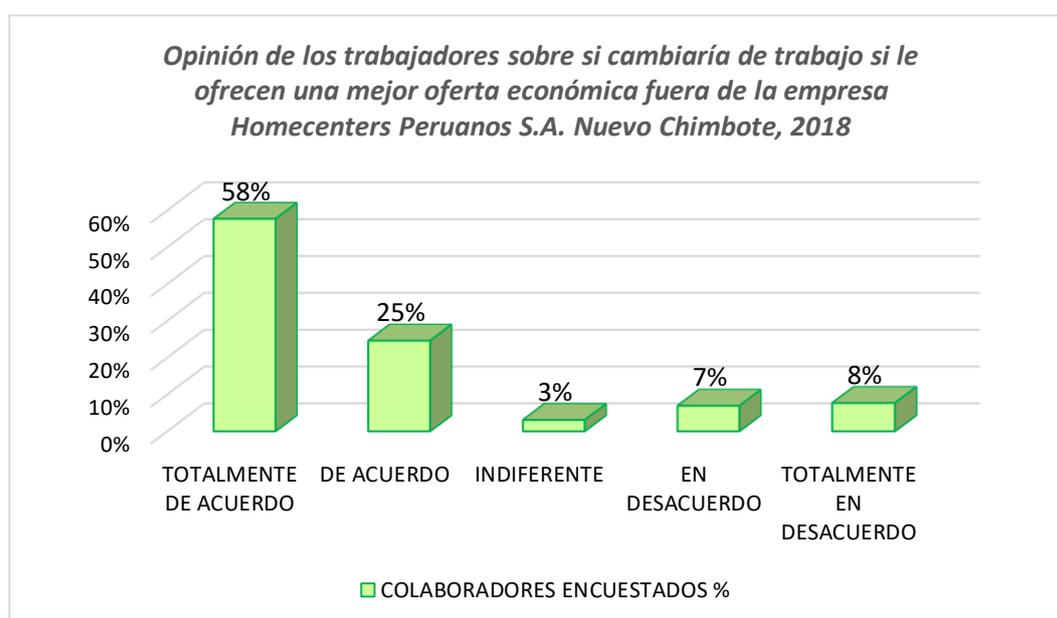
Del 100% (130) de los encuestados, el 56%(73) están "totalmente de acuerdo" que la empresa donde laboran debe estar cerca de su lugar de residencia, el 16%(21), solo están "de acuerdo", el 12%(15) es indiferente al tema, el 1%(1) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 15%(20) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 61:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecen una mejor oferta económica fuera de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	75	58%
DE ACUERDO	32	25%
INDIFERENTE	4	3%
EN DESACUERDO	9	7%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	8%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 60: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecen una mejor oferta económica fuera de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 61.

**INTERPRETACION:**

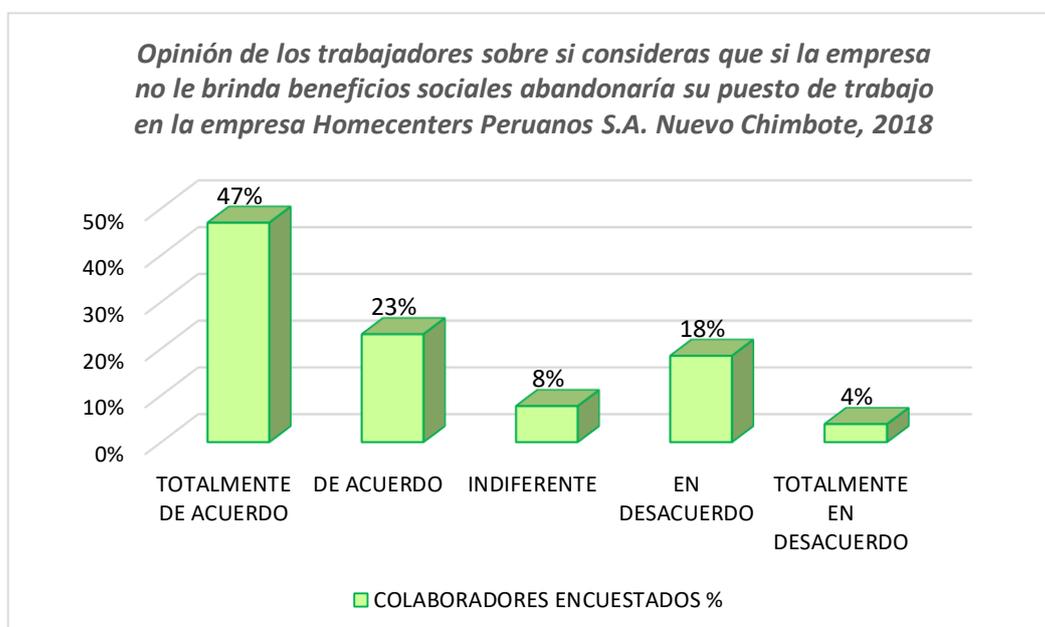
Del 100% (130) de los encuestados, el 58%(75) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecieran una mejor oferta económica, el 25%(32), solo están "de acuerdo", el 3%(4) es indiferente al tema, el 7%(9) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 8%(10) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 62:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideras que si la empresa no le brinda beneficios sociales abandonaría su puesto de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	61	47%
DE ACUERDO	30	23%
INDIFERENTE	10	8%
EN DESACUERDO	24	18%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	4%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 61: Opinión de los trabajadores sobre si consideras que si la empresa no le brinda beneficios sociales abandonaría su puesto de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 62.

**INTERPRETACION:**

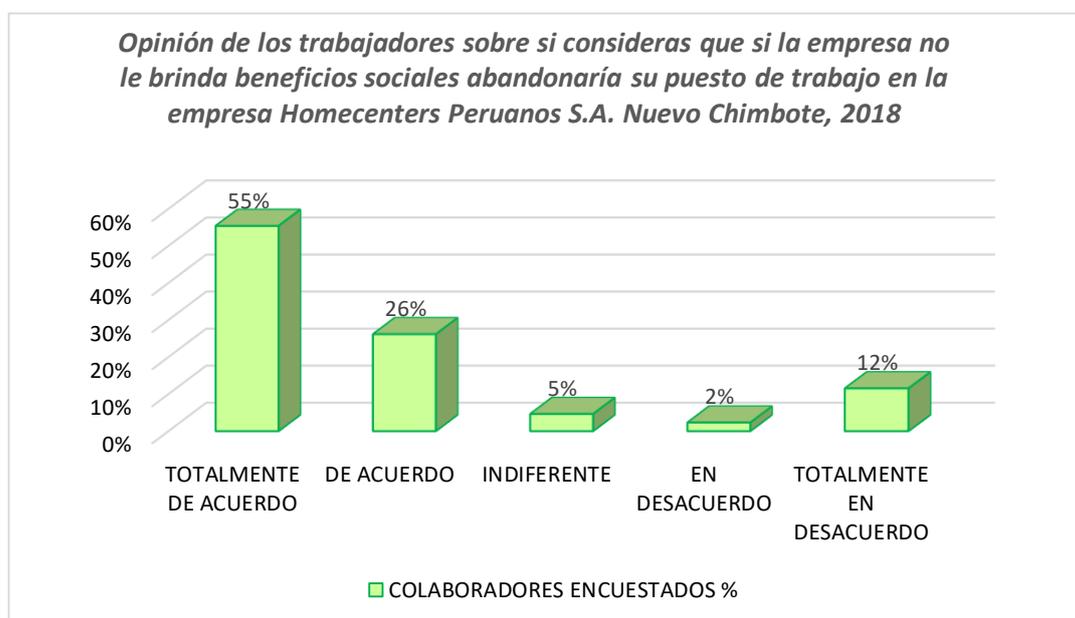
Del 100% (130) de los encuestados, el 47%(61) están "totalmente de acuerdo" que si la empresa no les brindara beneficios sociales abandonarían su puesto de trabajo, el 23%(30), solo están "de acuerdo", el 8%(10) es indiferente al tema, el 18%(24) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 4%(5) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 63:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecieran un mejor clima laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	72	55%
DE ACUERDO	34	26%
INDIFERENTE	6	5%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	15	12%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 62: Opinión de los trabajadores sobre si consideras que si la empresa no le brinda beneficios sociales abandonaría su puesto de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 63.

**INTERPRETACION:**

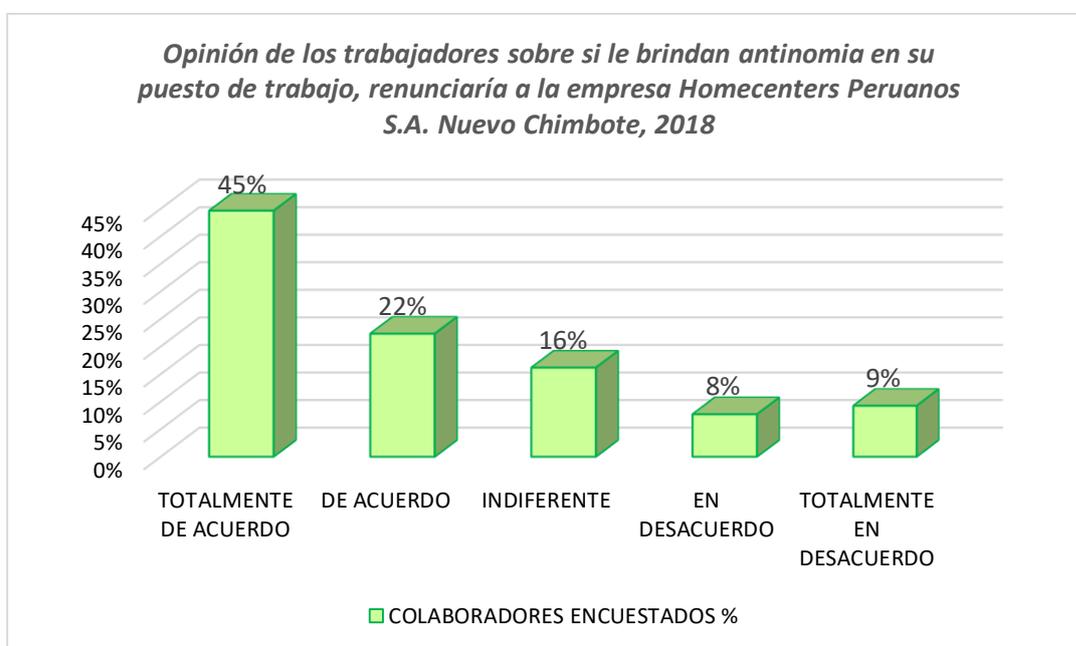
Del 100% (130) de los encuestados, el 55%(72) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecen un mejor clima laboral, el 26%(34), solo están "de acuerdo", el 5%(6) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 12%(15) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 64:**

***Opinión de los trabajadores sobre si le brindan antinomia en su puesto de trabajo, renunciaría a la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	58	45%
DE ACUERDO	29	22%
INDIFERENTE	21	16%
EN DESACUERDO	10	8%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	12	9%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



***Figura 63: Opinión de los trabajadores sobre si consideras que si la empresa no le brinda beneficios sociales abandonarías su puesto de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 64.

**INTERPRETACION:**

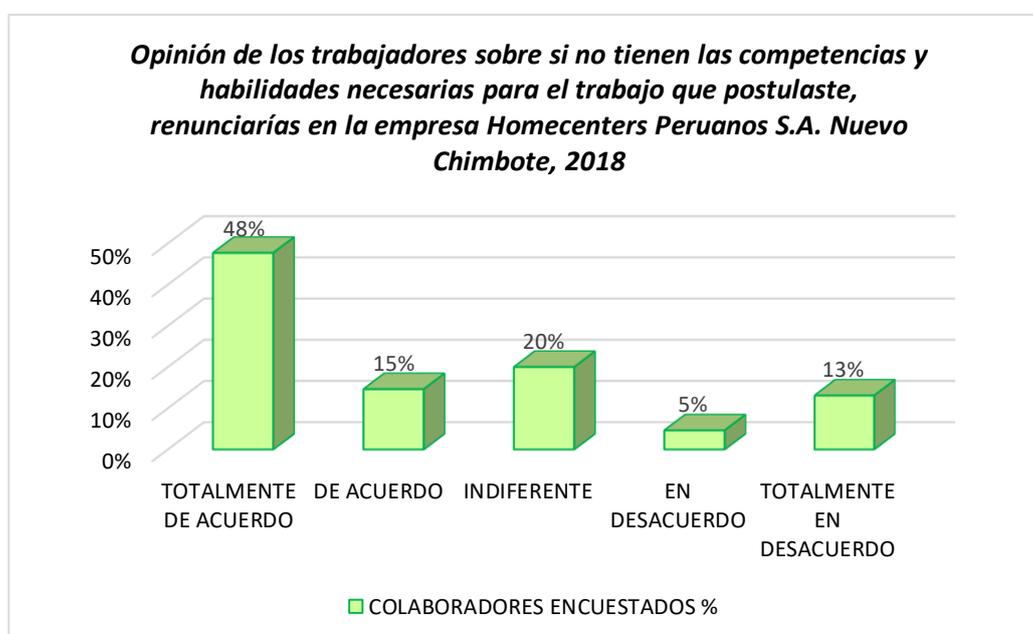
Del 100% (130) de los encuestados, el 45%(58) están "totalmente de acuerdo" que si la empresa no les brinda autonomía en su puesto de trabajo renunciarían, el 22%(29), solo están "de acuerdo", el 16%(21) es indiferente al tema, el 8%(10) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 9%(12) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

Tabla 65:

**Opinión de los trabajadores sobre si no tienen las competencias y habilidades necesarias para el trabajo que postulaste, renunciarías en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	62	48%
DE ACUERDO	19	15%
INDIFERENTE	26	20%
EN DESACUERDO	6	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	17	13%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 64: Opinión de los trabajadores sobre si no tienen las competencias y habilidades necesarias para el trabajo que postulaste, renunciarías en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 65.

INTERPRETACION:

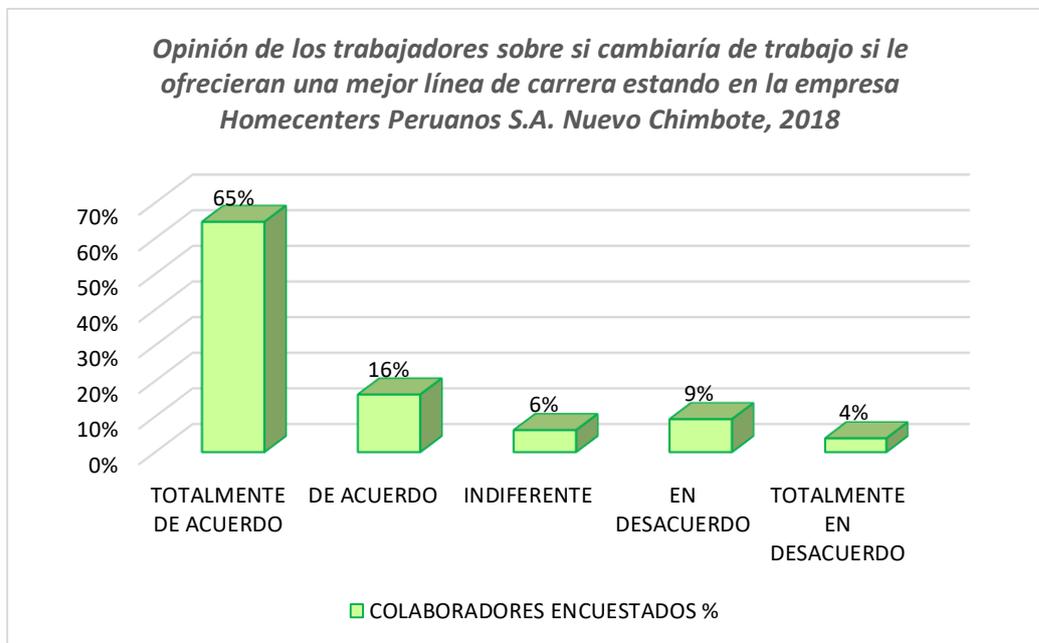
Del 100% (130) de los encuestados, el 48%(62) están "totalmente de acuerdo" que si los colaboradores no tienen las competencias, habilidades necesarias para el trabajo que postularon, renunciarían, el 15%(19), solo están "de acuerdo", el 20%(26) es indiferente al tema, el 5%(6) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 13%(17) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 66:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecieran una mejor línea de carrera estando en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	84	65%
DE ACUERDO	21	16%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	12	9%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	4%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 65: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecieran una mejor línea de carrera estando en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

Fuente: Tabla 66.

**INTERPRETACION:**

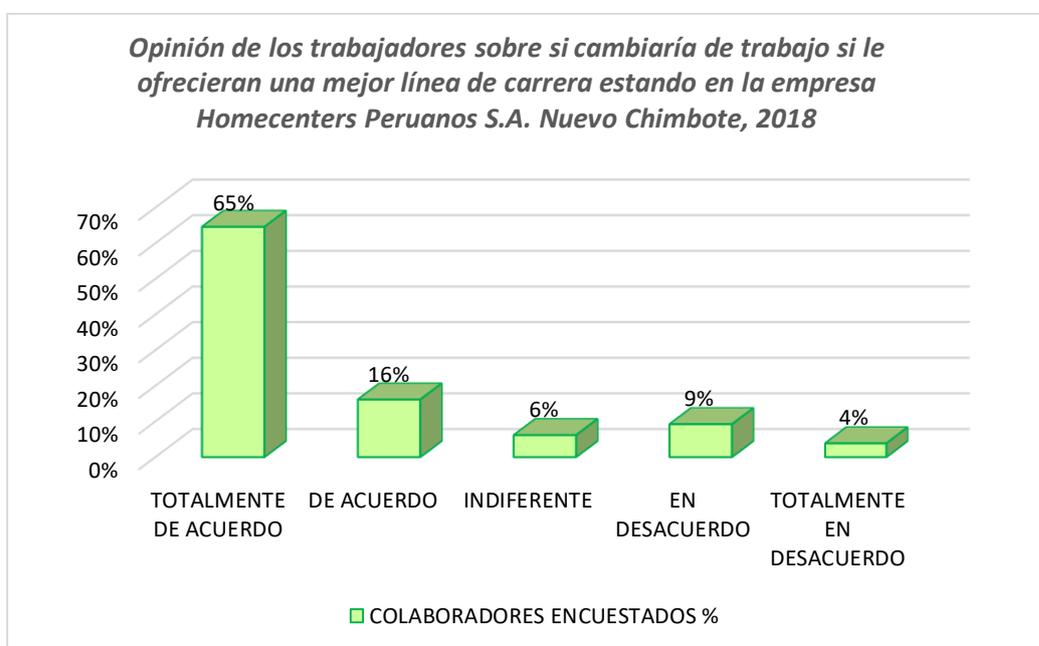
Del 100% (130) de los encuestados, el 65%(84) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecieran una mejor línea de carrera, el 16%(21), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 9%(12) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 4%(5) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 67:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecieran una mejor línea de carrera estando en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	84	65%
DE ACUERDO	21	16%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	12	9%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	4%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 66: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaría de trabajo si le ofrecieran una mejor línea de carrera estando en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.**

Fuente: Tabla 67.

**INTERPRETACION:**

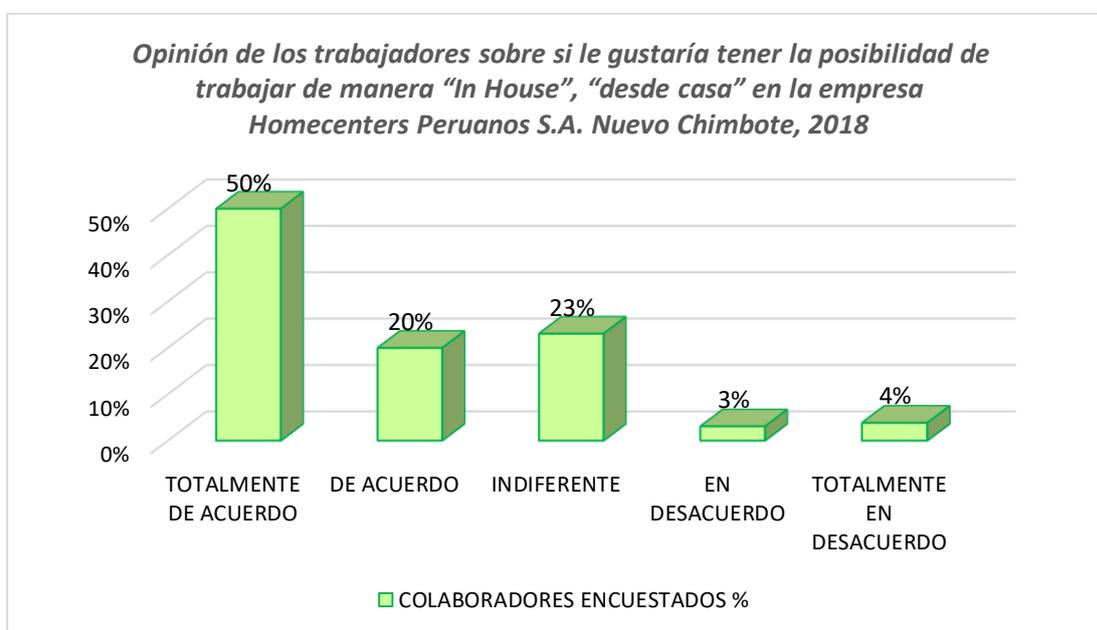
Del 100% (130) de los encuestados, el 65%(84) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecieran una mejor línea de carrera, el 16%(21), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 9%(12) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 4%(5) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 68:**

***Opinión de los trabajadores sobre si le gustaría tener la posibilidad de trabajar de manera "In House", "desde casa" en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	65	50%
DE ACUERDO	26	20%
INDIFERENTE	30	23%
EN DESACUERDO	4	3%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	4%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 67: Opinión de los trabajadores sobre si le gustaría tener la posibilidad de trabajar de manera "In House", "desde casa" en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 68.

INTERPRETACION:

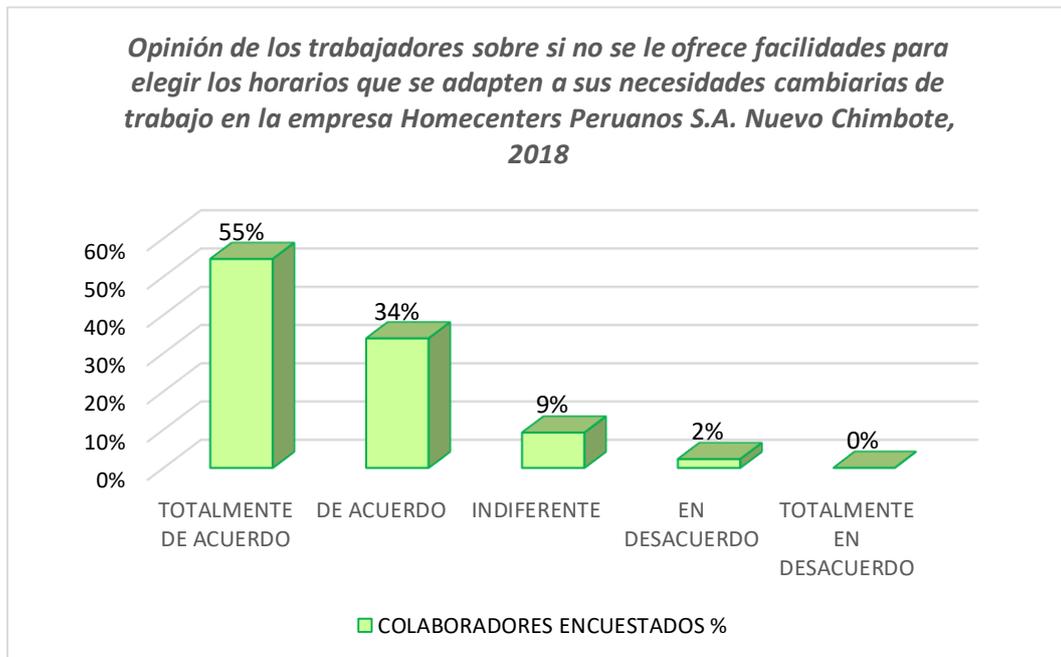
Del 100% (130) de los encuestados, el 50%(65) están "totalmente de acuerdo" que les gustaría trabajar de manera "in house" (desde casa), el 20%(26), solo están "de acuerdo", el 23%(30) es indiferente al tema, el 3%(4) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 4%(5) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 69:**

***Opinión de los trabajadores sobre si no se le ofrece facilidades para elegir los horarios que se adapten a sus necesidades cambiantes de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	71	55%
DE ACUERDO	44	34%
INDIFERENTE	12	9%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 68: *Opinión de los trabajadores sobre si no se le ofrece facilidades para elegir los horarios que se adapten a sus necesidades cambiantes de trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 69.

**INTERPRETACION:**

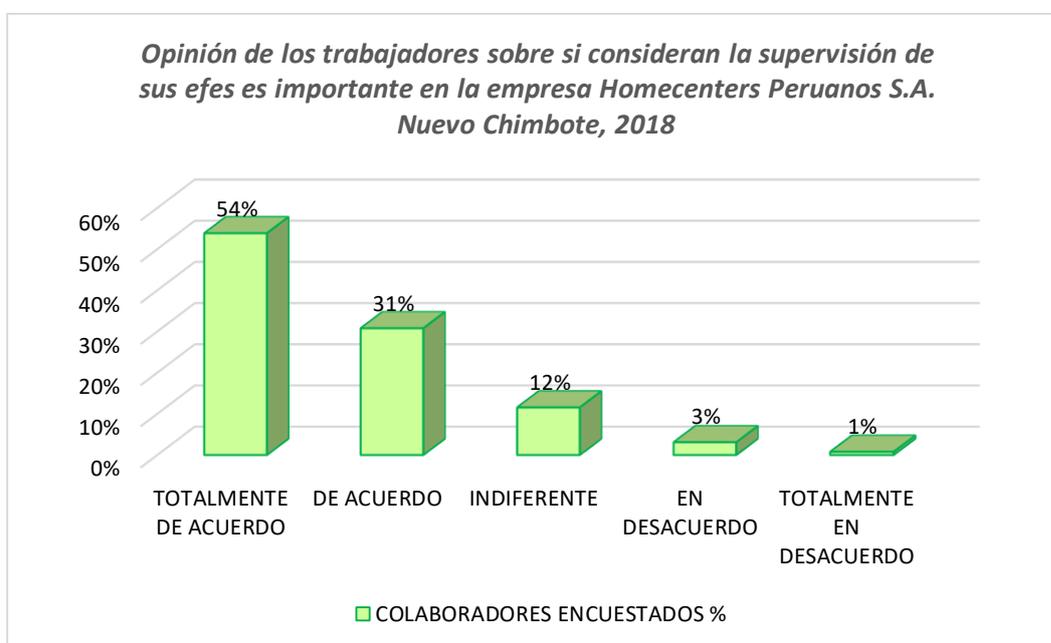
Del 100% (130) de los encuestados, el 71%(63) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si la empresa no le ofrece facilidades para elegir horarios que se adapten a sus necesidades, el 34%(44), solo están "de acuerdo", el 9%(12) es indiferente al tema, y por último el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 70:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideran la supervisión de sus efes es importante en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	71	55%
DE ACUERDO	44	34%
INDIFERENTE	12	9%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 69: *Opinión de los trabajadores sobre si consideran la supervisión de sus efes es importante en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.***

Fuente: Tabla 70.

**INTERPRETACION:**

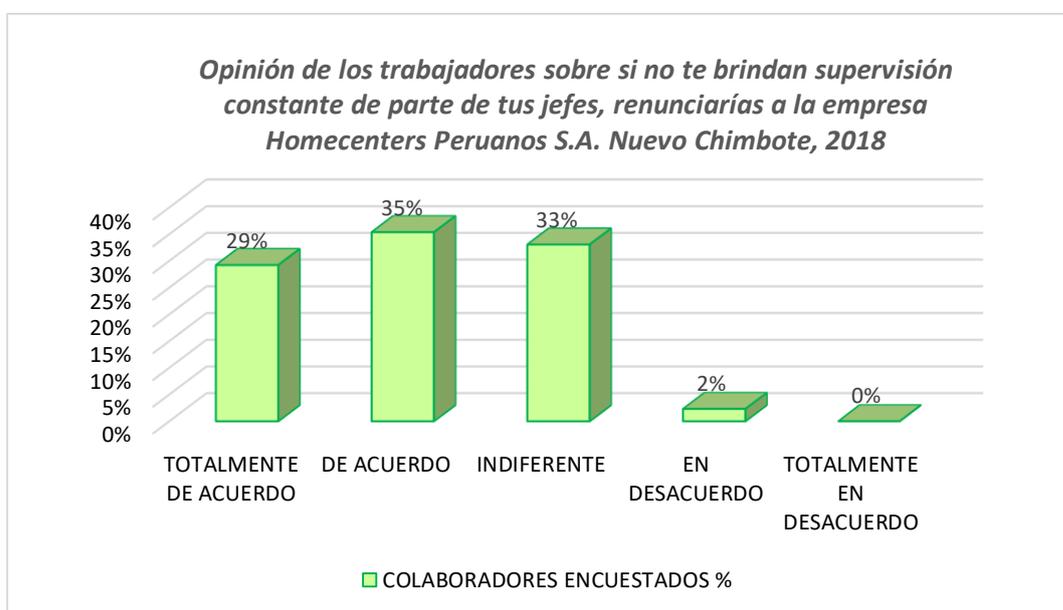
Del 100% (130) de los encuestados, el 54%(70) están "totalmente de acuerdo" que es importante la supervisión de los jefes, el 31%(40), solo están "de acuerdo", el 12%(15) es indiferente al tema, el 3%(4) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 71:**

***Opinión de los trabajadores sobre si no te brindan supervisión constante de parte de tus jefes, renunciarías a la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	38	29%
DE ACUERDO	46	35%
INDIFERENTE	43	33%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 70: *Opinión de los trabajadores sobre si no te brindan supervisión constante de parte de tus jefes, renunciarías a la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 71.

**INTERPRETACION:**

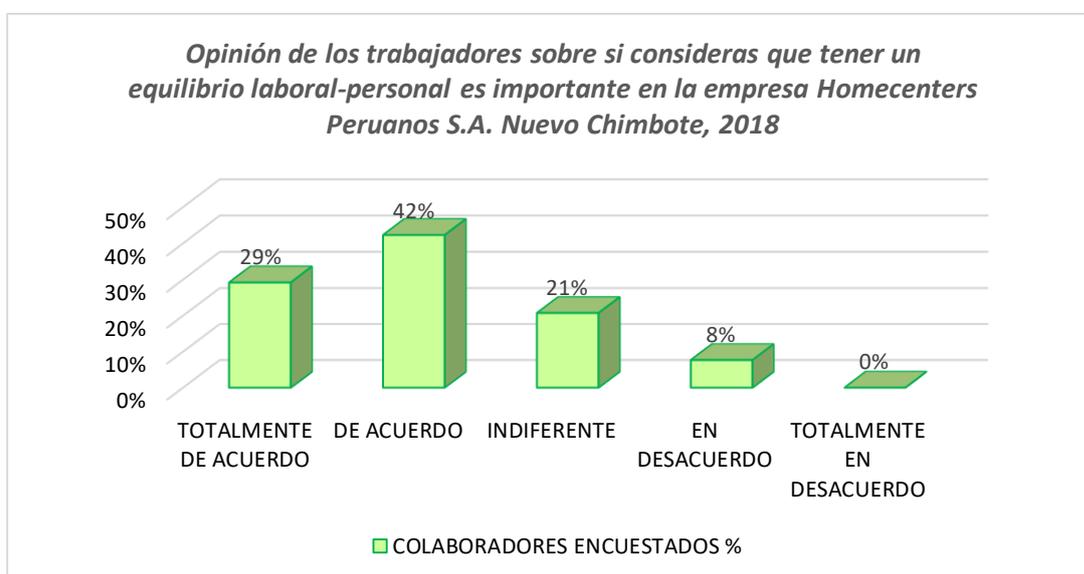
Del 100% (130) de los encuestados, el 29%(38) están "totalmente de acuerdo" que renunciarían sino tienen supervisión constante de parte sus jefes, el 35%(46), solo están "de acuerdo", el 33%(43) es indiferente al tema, y por último el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 72:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideras que tener un equilibrio laboral-personal es importante en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	38	29%
DE ACUERDO	55	42%
INDIFERENTE	27	21%
EN DESACUERDO	10	8%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 71: Opinión de los trabajadores sobre si consideras que tener un equilibrio laboral-personal es importante en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 72.

**INTERPRETACION:**

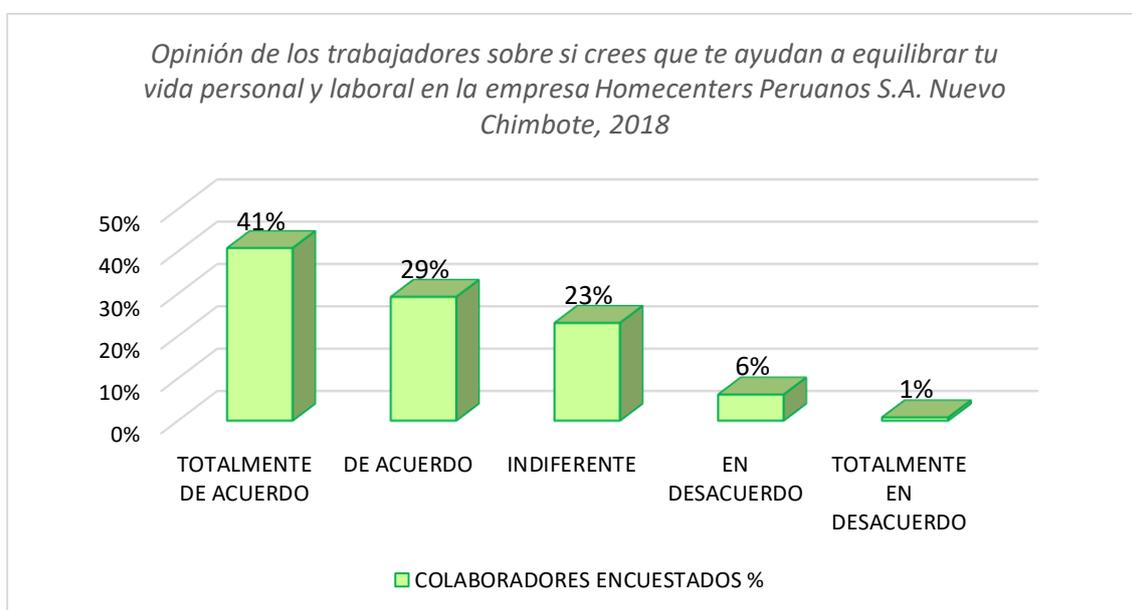
Del 100% (130) de los encuestados, el 29%(38) están "totalmente de acuerdo" que es importante lograr un equilibrio personal y laboral, el 42%(55), solo están "de acuerdo", el 21%(27) es indiferente al tema, y por último el 8%(10) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 73:**

***Opinión de los trabajadores sobre si crees que te ayudan a equilibrar tu vida personal y laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	53	41%
DE ACUERDO	38	29%
INDIFERENTE	30	23%
EN DESACUERDO	8	6%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 72: *Opinión de los trabajadores sobre si crees que te ayudan a equilibrar tu vida personal y laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

Fuente: Tabla 73.

**INTERPRETACION:**

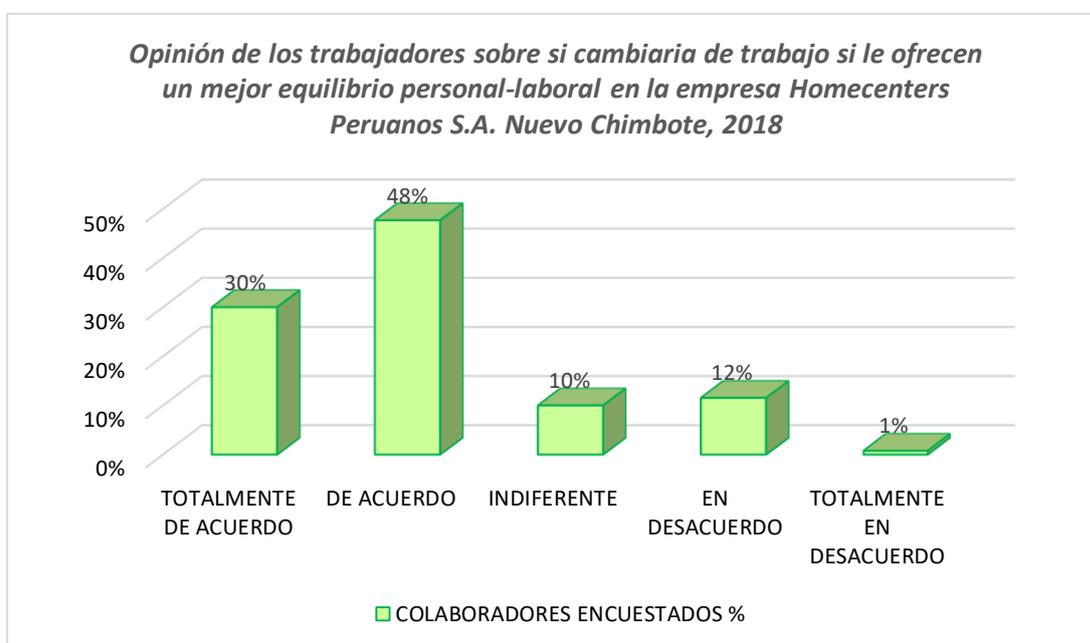
Del 100% (130) de los encuestados, el 41%(53) están "totalmente de acuerdo" que la empresa Homecenters Peruanos S.A. Le ayudan a lograr el equilibrio laboral y personal que tanto buscan, el 29%(38), solo están "de acuerdo", el 23%(30) es indiferente al tema, el 6%(8) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 74:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	39	30%
DE ACUERDO	62	48%
INDIFERENTE	13	10%
EN DESACUERDO	15	12%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 73: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 74.

**INTERPRETACION:**

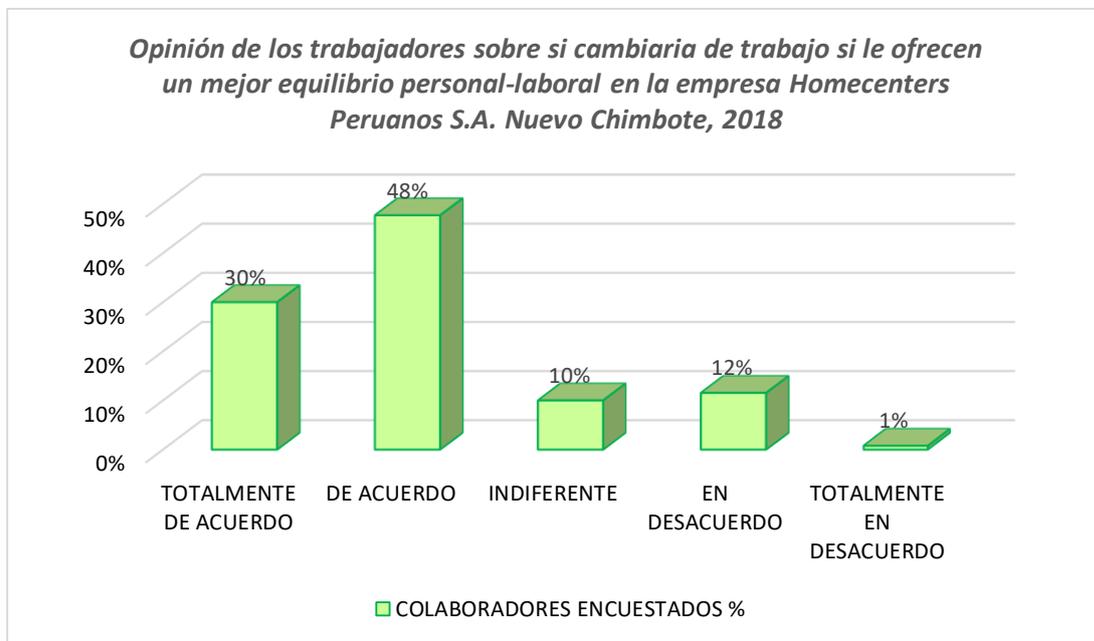
Del 100% (130) de los encuestados, el 30%(39) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral, el 48%(62), solo están "de acuerdo", el 10%(13) es indiferente al tema, el 12%(15) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 75:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	39	30%
DE ACUERDO	62	48%
INDIFERENTE	13	10%
EN DESACUERDO	15	12%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 74: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 75.

**INTERPRETACION:**

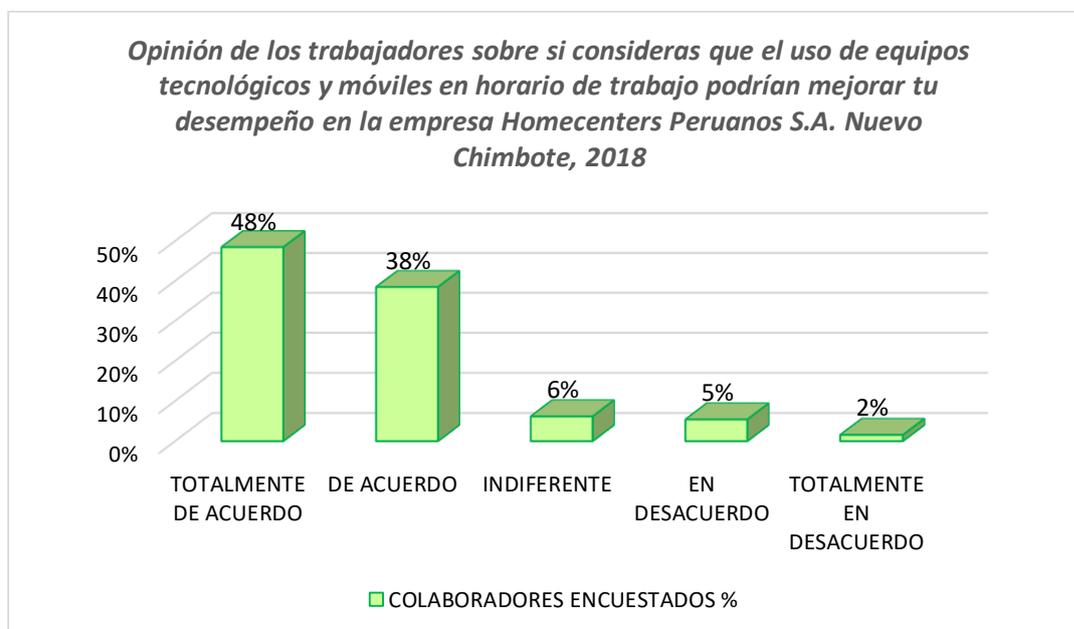
Del 100% (130) de los encuestados, el 30%(39) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si le ofrecen un mejor equilibrio personal-laboral, el 48%(62), solo están "de acuerdo", el 10%(13) es indiferente al tema, el 12%(15) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 76:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideras que el uso de equipos tecnológicos y móviles en horario de trabajo podrían mejorar tu desempeño en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	63	48%
DE ACUERDO	50	38%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	7	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 75: Opinión de los trabajadores sobre si consideras que el uso de equipos tecnológicos y móviles en horario de trabajo podrían mejorar tu desempeño en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 76.

INTERPRETACION:

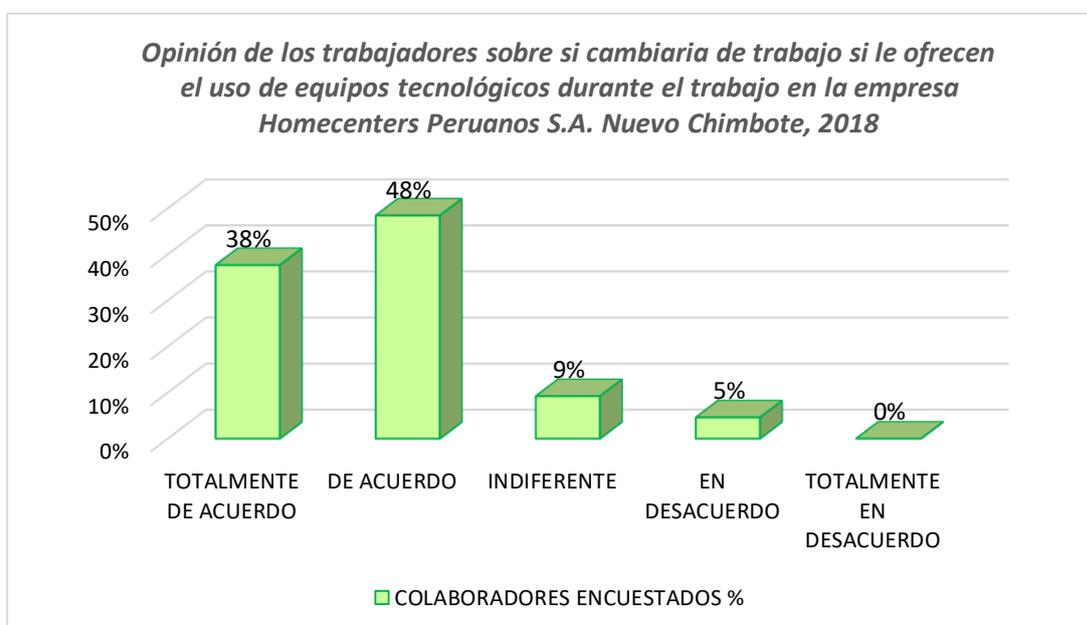
Del 100% (130) de los encuestados, el 48%(63) están "totalmente de acuerdo" que el uso de equipos tecnológicos y móviles en horario de trabajo podrían mejorar su desempeño, el 38%(50), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 5%(7) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 77:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen el uso de equipos tecnológicos durante el trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	49	38%
DE ACUERDO	63	48%
INDIFERENTE	12	9%
EN DESACUERDO	6	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 76: Opinión de los trabajadores sobre si cambiaria de trabajo si le ofrecen el uso de equipos tecnológicos durante el trabajo en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 77.

**INTERPRETACION:**

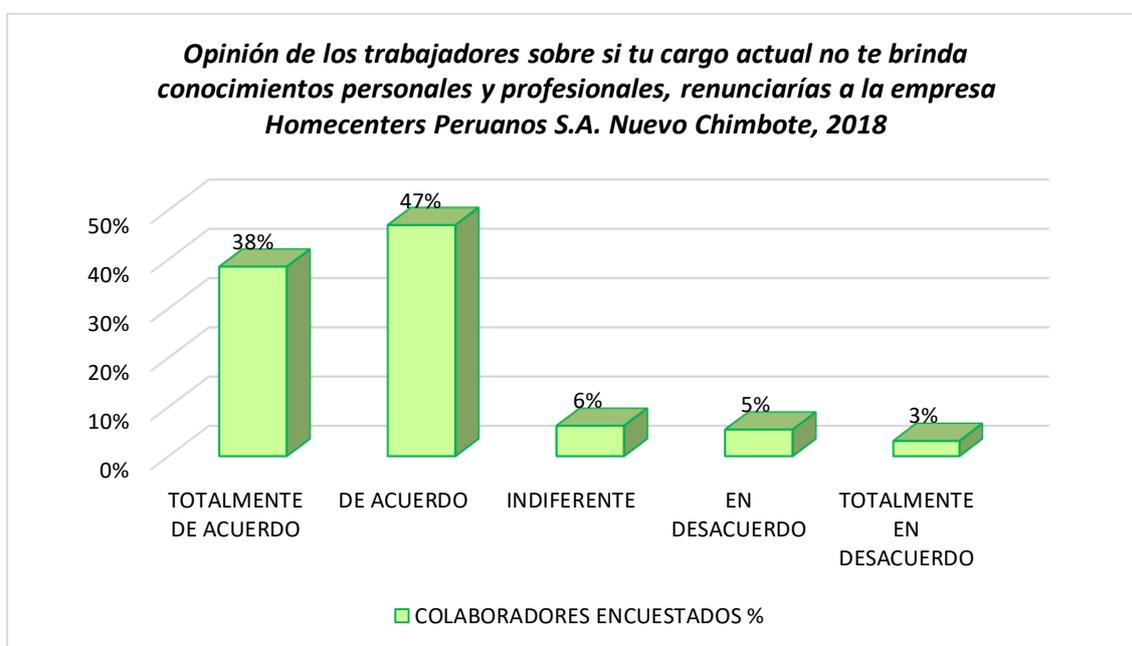
Del 100% (130) de los encuestados, el 38%(49) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecen el uso de equipos tecnológicos durante el trabajo, el 48%(63), solo están "de acuerdo", el 9%(12) es indiferente al tema, y por último el 5%(6) muestran que están "en desacuerdo".

**Tabla 78:**

***Opinión de los trabajadores sobre si tu cargo actual no te brinda conocimientos personales y profesionales, renunciarías a la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	50	38%
DE ACUERDO	61	47%
INDIFERENTE	8	6%
EN DESACUERDO	7	5%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	3%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 77: Opinión de los trabajadores sobre si tu cargo actual no te brinda conocimientos personales y profesionales, renunciarías a la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 78.

INTERPRETACION:

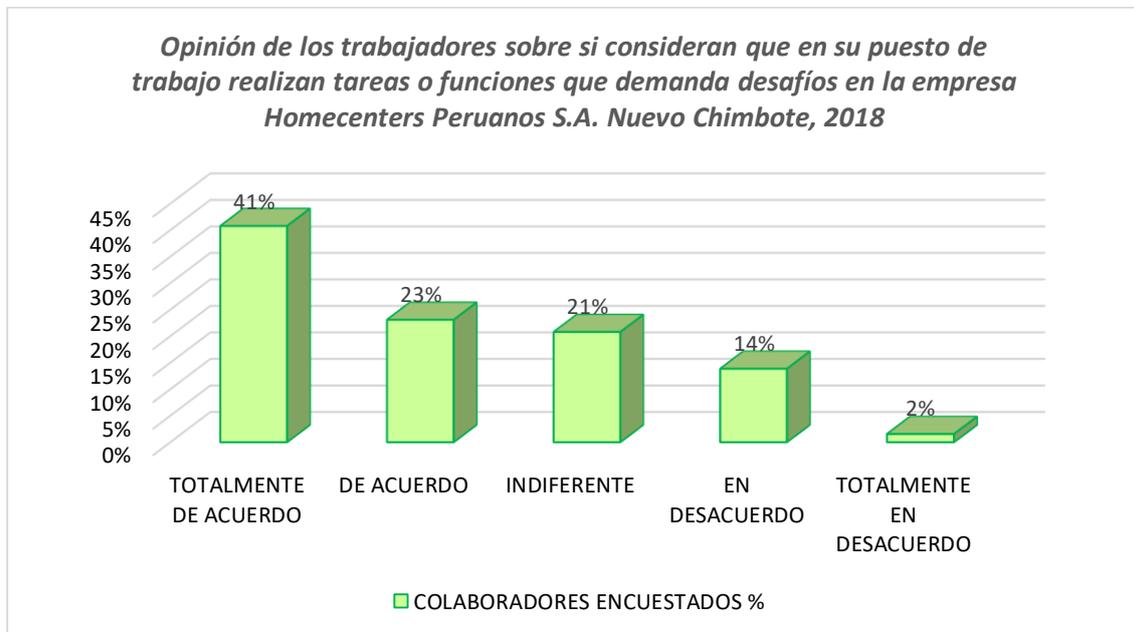
Del 100% (130) de los encuestados, el 38%(50) están "totalmente de acuerdo" renunciarían si el cargo que ocupan no les brinda conocimientos personales y profesionales, el 47%(61), solo están "de acuerdo", el 6%(8) es indiferente al tema, el 5%(7) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 3%(4) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 79:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideran que en su puesto de trabajo realizan tareas o funciones que demanda desafíos en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	53	41%
DE ACUERDO	30	23%
INDIFERENTE	27	21%
EN DESACUERDO	18	14%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 78: Opinión de los trabajadores sobre si consideran que en su puesto de trabajo realizan tareas o funciones que demanda desafíos en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 79.

INTERPRETACION:

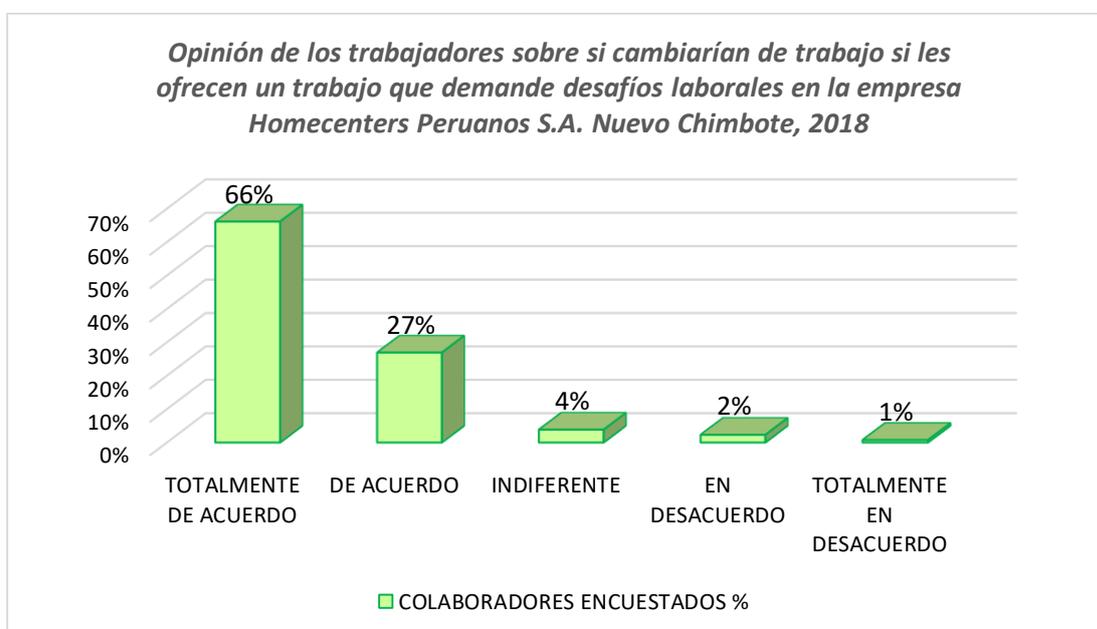
Del 100% (130) de los encuestados, el 41%(53) están "totalmente de acuerdo" que en sus puestos de trabajo realizan tareas o funciones que demandan desafíos laborales, el 23%(30), solo están "de acuerdo", el 21%(27) es indiferente al tema, el 14%(18) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 80:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiarían de trabajo si les ofrecen un trabajo que demande desafíos laborales en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	86	66%
DE ACUERDO	35	27%
INDIFERENTE	5	4%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 79: Opinión de los trabajadores sobre si cambiarían de trabajo si les ofrecen un trabajo que demande desafíos laborales en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 80.

**INTERPRETACION:**

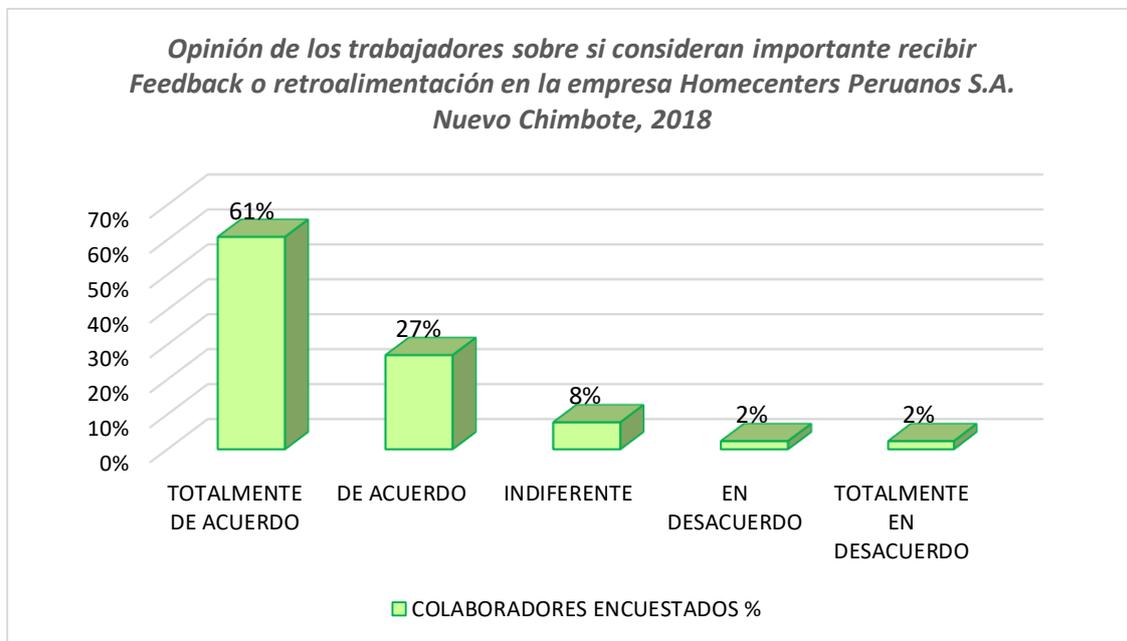
Del 100% (130) de los encuestados, el 66%(86) están "totalmente de acuerdo" que renunciarían si les ofrecen otro trabajo que demande desafíos laborales, el 27%(35), solo están "de acuerdo", el 4%(5) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 1%(1) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 81:**

***Opinión de los trabajadores sobre si consideran importante recibir Feedback o retroalimentación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	79	61%
DE ACUERDO	35	27%
INDIFERENTE	10	8%
EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 80: Opinión de los trabajadores sobre si consideran importante recibir Feedback o retroalimentación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 81.

**INTERPRETACION:**

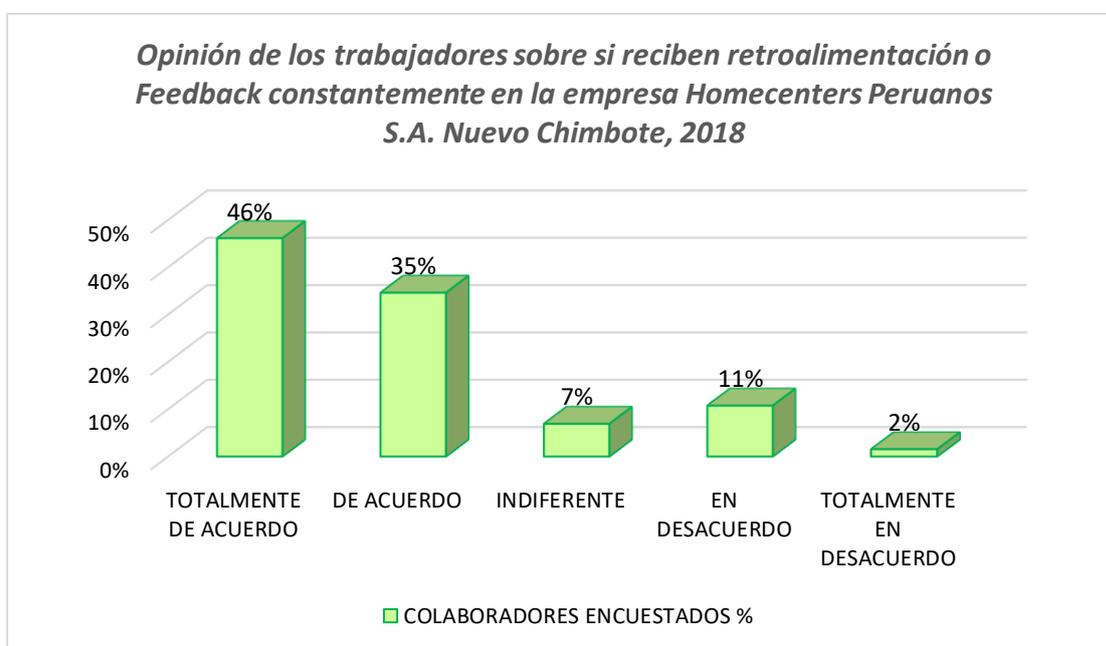
Del 100% (130) de los encuestados, el 61%(79) están "totalmente de acuerdo" que es importante recibir Feedback o retroalimentación, el 27%(35), solo están "de acuerdo", el 8%(10) es indiferente al tema, el 2%(3) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(3) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 82:**

***Opinión de los trabajadores sobre si reciben retroalimentación o Feedback constantemente en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	60	46%
DE ACUERDO	45	35%
INDIFERENTE	9	7%
EN DESACUERDO	14	11%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	2%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 81: Opinión de los trabajadores sobre si reciben retroalimentación o Feedback constantemente en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018**

Fuente: Tabla 82.

**INTERPRETACION:**

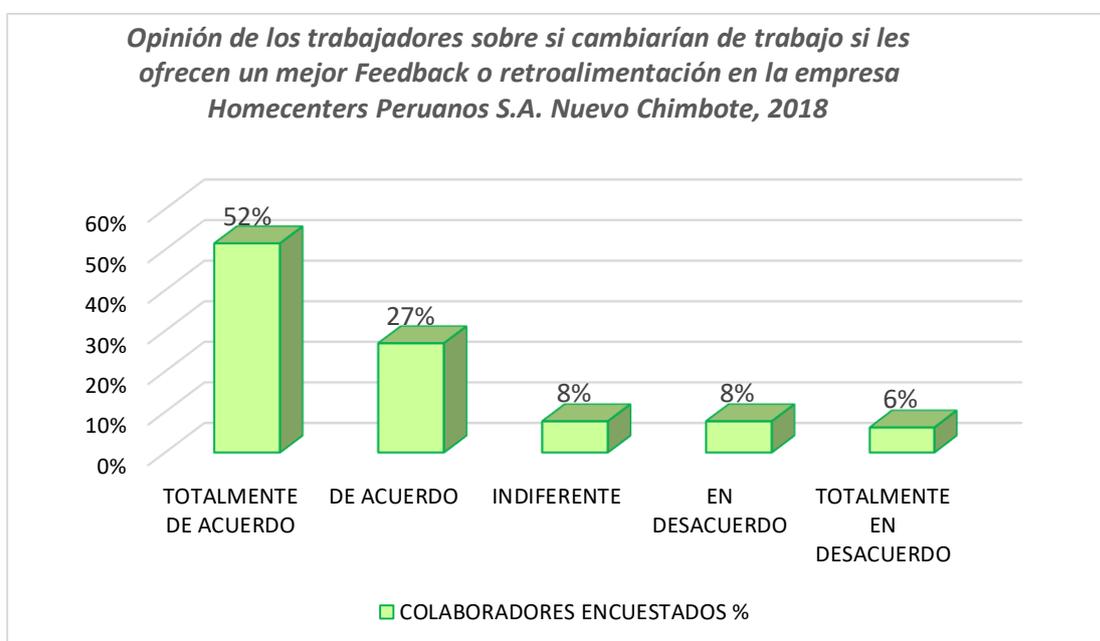
Del 100% (130) de los encuestados, el 46%(60) están "totalmente de acuerdo" que en su trabajo reciben retroalimentación o Feedback constantemente, el 35%(45), solo están "de acuerdo", el 7%(9) es indiferente al tema, el 11%(14) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 2%(2) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

**Tabla 83:**

***Opinión de los trabajadores sobre si cambiarían de trabajo si les ofrecen un mejor Feedback o retroalimentación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018***

OPINION DEL TRABAJADOR MILLENNIAL	COLABORADORES ENCUESTADOS	
	Nº	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	67	52%
DE ACUERDO	35	27%
INDIFERENTE	10	8%
EN DESACUERDO	10	8%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	8	6%
TOTAL	130	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores Millennials de la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.



**Figura 82: *Opinión de los trabajadores sobre si cambiarían de trabajo si les ofrecen un mejor Feedback o retroalimentación en la empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018.***

Fuente: Tabla 83.

**INTERPRETACION:**

Del 100% (130) de los encuestados, el 52%(67) están "totalmente de acuerdo" que cambiarían de trabajo si les ofrecieran mejor feedback o retroalimentación, el 27%(35), solo están "de acuerdo", el 8%(10) es indiferente al tema, el 8%(10) muestran que están "en desacuerdo", y por último el 6%(8) manifiestan que están "totalmente en desacuerdo".

*Consultor Part Time*



*Auxiliar de caja*



*Auxiliar de caja*



ANEXO 1:

## *Matizador Full Time*



## *Cajera Full Time*



## *Experto Full Time*



ANEXO 2: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Randall Manolo Gutierrez Chilca, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Chimbote, revisor de la tesis titulada:

“ RETENCIÓN Y ROTACION DE LA  
GENERACIÓN MILLENNIAL EN LA EMPRESA  
HOMECENTERS PERUANOS S.A.,  
NUEVO CHIMBOTE, 2018

.....”, del (de la) estudiante  
ALEGRE CRUZ GIBSY GERALDYNE

constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y Fecha: Nuevo Chimbote 12 de Diciembre de 2018



Firma

Randall Manolo Gutierrez Chilca

DNI: 41942904

Yo, Randall Manolo Gutierrez Chilca, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Chimbote, revisor de la tesis titulada:

"Retención y Rotación de la Generación Millennial de la Empresa Homecenters Peruanos S.A. Nuevo Chimbote, 2018."

.....", del (de la) estudiante  
Mery Ruth Retell Muñoz

constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y Fecha: Nuevo Chimbote 12 de Diciembre de 2018



Firma

Randall Manolo Gutierrez Chilca

DNI: 41942904

ANEXO 3: AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Mery Ruth Pabell Muñoz identificado con DNI N° 70921116  
Egresado de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la  
Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública  
de mi trabajo de investigación titulado :  
" Retención y Rotación de la Generación Millennial en la  
Empresa Homecenters Peruanos S.A., 2018 "  
; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado  
en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art.23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

  
.....  
Firma

DNI: 70921116

FECHA: 10 de Noviembre del 2018

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS          EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo Mery Ruth Pretell Muñoz identificado con DNI N° 70921116  
 Egresado de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la  
 Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública  
 de mi trabajo de investigación titulado :  
 " Retención y Rotación de la Generación Millennial en la  
Empresa Homecenters Peruanos S.A. 2018 "  
 ; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado  
 en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art.23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Firma

DNI: 70921116

FECHA: 10 de Noviembre del 2018

## ANEXO 4: AUTORIZACION DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
EP DE ADMINISTRACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:  
MERY RUTH PRETELL MUÑOZ

---

INFORME TÍTULADO:

“RETENCIÓN Y ROTACIÓN DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN LA EMPRESA  
HOMECENTERS PERUANOS S.A. NUEVO CHIMBOTE, 2018”

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 04/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
EP DE ADMINISTRACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ALEGRE CRUZ GIBSY GERALDYNE

---

INFORME TÍTULADO:

“RETENCIÓN Y ROTACIÓN DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN LA EMPRESA  
HOMECENTERS PERUANOS S.A. NUEVO CHIMBOTE, 2018”

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

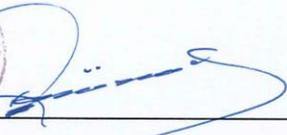
---

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 04/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16



  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN