



UNIVERSIDAD
AUTONOMA
DE ICA

RESOLUCIÓN N° 136-2008-CONAFU

RESOLUCIÓN N° 432-2014-CONAFU

FACULTAD DE INGENIERIA, CIENCIAS Y ADMINISTRACION

INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL
“LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA.
PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
CULTURA Y ORGANIZACION

DOCENTE INVESTIGADOR:
Dr. TASAYCO JALA, Abel Alejandro
Código Orcid N° 0000-0002-3993-1713

ESTUDIANTES:
WILMAN RAMOS, Sandra Aracely
CORDOVA TASAYCO, Celia Tais
MANRRIQUE SANCHEZ, Johana Araceli

2019

**“LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA.
PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL”**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
CULTURA Y ORGANIZACION**

Indice

Portada	1
Titulo	1
Linea de investigacion desarrollada	1
Indice	3
Resumen	11
Abstract	12
Introduccion	13
CAPITULO I: JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	
1.1 Justificacion social	15
1.2 Justificacion economica	15
1.3 Justificacion ambiental	16
CAPITULO II: MARCO TEORICO	
2.1 Antecedente	
2.1.1 Antecedente internacional	17
2.1.2 Antecedente nacional	18
2.1.3 Antecedente regional – locales	19
2.2 Bases teoricas	
2.2.1 Fundamentos	19
2.2.2 Teorias	40
2.2.3 Articulos	40
2.2.4 Marco conceptual	42
CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	
3.1 Descripcion de la realidad problemática	43
3.1.1 Formulacion del problema	43
3.1.2 Problema de investigacion	43
3.2 Objetivos de la investigacion	
3.2.1 Objetivo general	43
3.2.2 Objetivo especifico	43
3.3 Formulacion de la hipotesis	
3.3.1 Hipotesis general	44

3.3.2 Hipotesis especifica	44
3.4 Identificacion de variables e indicadores	
3.4.1 Definicion conceptual de variables	44
3.4.2 Defincion operacional de variables	45
3.4.3 Operacionalizacion de variables	45
CAPITULO IV: METODOLOGIA Y PROCEDIMEINTOS	
4.1 Diseño metodologico	
4.1.1 Tipo de investigacion	48
4.1.2 Nivel de investigacion	48
4.1.3 Diseño de la investigacion	48
4.1.4 Metodo	48
4.2 Poblacion y Muestra	49
4.3 Tecnicas e instrumentos de recoleccion de datos	
4.3.1 Tecnicas	49
4.3.2 Instrumentos	50
4.3.3 Validacion de instrumentos Juicio de Experto.	50
4.3.4 Prueba de Confiabilidad de los instrumentos	51
CAPITULO V: RESULTADOS	
5.1 Analisis e interpretacion de tablas y figuras	53
5.2 Prueba de hipotesis	82
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1 Conclusiones	90
6.2 Recomendaciones	92
FUENTE DE INFORMACION	
Referencias bibliograficas	93
Tesis	93
Libros	93
Referencias electronicas	95
Libros electronicos	95

Articulos científicos	95
-----------------------	----

ANEXOS

Anexo N°1 Instrumentos de investigacion	97
Anexo N° 2 Ficha de validacion de instrumentos	101
Anexo N° 3 Consentimiento informado	107
Anexo N° 4 Informe estadistico	114
Anexo N° 5 Propuesta de formacion profesional	115
Anexo N° 6 Informe de Turnitin 28%	116
Anexo N° 7 Fotografias	116

Indice de Tablas

Tabla N° 1: Características de los Millenials	21
Tabla N° 2: Características de los millenials, según actividades, ámbito laboral y hogar y afectos.	22
Tabla N° 3: Características del aprendizaje en Millennials.	33
Tabla N° 4: Definicion conceptual de variables.	44
Tabla N° 5: Definicion operacional de variables.	45
Tabla N° 6: Operacionalizacion de variables.	45
Tabla N° 7: Poblacion y Muestra	49
Tabla N° 8: Juicio de experto	50
Tabla N° 9: Confiabilidad de instrumentos	51
Tabla N° 10: Estadistica total del elemento	51
Tabla N° 11 Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo	53
Tabla N° 12 Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.	54
Tabla N° 13 Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.	55
Tabla N° 14 Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.	56
Tabla N° 15 Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.	57
Tabla N° 16 Asumes compromisos en casa y los cumples.	58
Tabla N° 17 Sientes la urgencia de independizarte.	59
Tabla N° 18 Una familia implica tener pareja e hijos.	60
Tabla N° 19 Deseo permanecer en mi centro laboral.	61
Tabla N° 20 La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.	62
Tabla N° 21 Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.	63
Tabla N° 22 Eres entusiasta a la hora de laborar.	64
Tabla N° 23 Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente.	65
Tabla N° 24 Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria.	65

Tabla N° 25 Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano)	66
Tabla N° 26 El valor agregado genera valor competitivo	67
Tabla N° 27. Dimension aspectos personales	68
Tabla N° 28 Dimension aspectos familiar	69
Tabla N° 29 Dimension aspectos laboral	70
Tabla N° 30 Dimension aspectos profesional	71
I Entrevistado:	
Tabla N° 31: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?	73
Tabla N° 32: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?	73
Tabla N° 33: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?	74
Tabla N° 34: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?	74
II Entrevistado:	
Tabla N° 35: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?	74
Tabla N° 36: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?	75
Tabla N° 37: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?	75
Tabla N° 38: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?	75
III Entrevistado:	
Tabla N° 39: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?	76
Tabla N° 40: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?	76

Tabla N° 41: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral? 76

Tabla N° 42: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional? 77

reunir un colaborador en el aspecto profesional?

IV Entrevistado:

Tabla N° 43: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal? 77

Tabla N° 44: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar? 77

Tabla N° 45: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral? 78

Tabla N° 46: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional? 78

V Entrevistado:

Tabla N° 47: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal? 78

Tabla N° 48: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar? 79

Tabla N° 49: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral? 79

Tabla N° 50: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional? 79

VI Entrevistado:

Tabla N° 51: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal? 80

Tabla N° 52: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar? 80

Tabla N° 53: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral? 81

Tabla N° 54: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional? 81

reunir un colaborador en el aspecto profesional?

VII Entrevistado:

Tabla N° 55: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal? 81

Tabla N° 56: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador 82

Tabla N° 57: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral? 82

Tabla N° 58: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional? 83

VIII Entrevistado:

Tabla N° 59: Prueba de hipótesis general 84

Tabla N° 60: Prueba de hipótesis específica 1 85

Tabla N° 61: Prueba de hipótesis específica 2 86

Tabla N° 62: Prueba de hipótesis específica 3 87

Tabla N° 63: Prueba de hipótesis específica 4 88

Indice de Graficos

Grafico N° 1 Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo	53
Grafico N° 2 Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.	54
Grafico N° 3 Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.	55
Grafico N° 4 Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales	56
Grafico N° 5 Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.	57
Grafico N° 6 Asumes compromisos en casa y los cumples.	58
Grafico N° 7 Sientes la urgencia de independizarte.	59
Grafico N° 8 Una familia implica tener pareja e hijos.	60
Grafico N° 9 Deseo permanecer en mi centro laboral.	61
Grafico N° 10 La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.	62
Grafico N° 11 Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.	63
Grafico N° 12 Eres entusiasta a la hora de laborar.	64
Grafico N° 13 Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente.	65
Grafico N° 14 Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria.	66
Grafico N° 15 Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano)	67
Grafico N° 16 Asumes compromisos en casa y los cumples.	68
Grafico N° 17. Dimension aspectos personales	69
Grafico N° 18 Dimension aspectos familiar	70
Grafico N° 19 Dimension aspectos laboral	71
Grafico N° 20 Dimension aspectos profesional	72

Resumen

La presente investigación pretende definir cuáles son las principales características de los Millennials con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019, al misma que fue validada por juicios de expertos, sometiendo a la fiabilidad de Alfa de Crombach cuyo valor fue 0.836, la misma que se corrobora con el 52.67% del valor asignado luego de procesar las entrevistas aplicadas a los gerentes y /o quienes hacen sus veces.

Con referencia a los aspectos personales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.854, la misma que varía con respecto a la percepción empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (75%), E2(75%), E3(75%), E4(50%), E5(0%), E6(25%), E7(50%), siendo un consolidado de 50%, similar situación se visualiza con los aspectos familiares de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.894, donde se tiene que E1 (75%), E2(50%), E3(0%), E4(0%), E5(0%), E6(0%), E7(0%), siendo un consolidado de 17.86%.

Con relación a los aspectos laborales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.892, la misma que concuerda parcialmente con respecto a la percepción empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (100%), E2(75%), E3(75%), E4(25%), E5(100%), E6(50%), E7(75%), siendo un consolidado de 71.43%, en el caso de los aspectos profesionales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.892, la misma que concuerda parcialmente con respecto a la percepción empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (100%), E2(75%), E3(75%), E4(50%), E5(75%), E6(75%), E7(50%), siendo un consolidado de 71.43%.

PALABRAS CLAVES: Millennials, Empleabilidad, familia, profesionalismo, perfeccionamiento académico, procrastinación

Abstract

The present research aims to define what are the main characteristics of the Millennials with respect to employability in the Ica Region, 2019, which was valid by expert judgments, subject to the reliability of Cronbach's Alpha whose value was 0.836, the same which is corroborated with 52.67% of the value assigned after processing the interviews applied to the managers and / or those who do their times.

With reference to the personal aspects of the Millennials, it is stated that if they are related to employability in the Ica Region, 2019, since their Pearson correlation is 0.854, the same that varies with respect to the business perception of the 7 interviewees, where you have to E1 (75%), E2 (75%), E3 (75%), E4 (50%), E5 (0%), E6 (25%), E7 (50%), being a consolidated 50%, similar situation is visualized with the familiar aspects of the Millennials, it is affirmed that if they are related to employability in the Ica Region, 2019, since its Pearson correlation is 0.894, where E1 (75%), E2 (50%), E3 (0%), E4 (0%), E5 (0%), E6 (0%), E7 (0%), being a consolidated 17.86%.

Regarding the labor aspects of the Millennials, it is affirmed that if they are related to employability in the Ica Region, 2019, since their Pearson correlation is 0.892, the same one that partially agrees with respect to the business perception of the 7 interviewees, where you have to E1 (100%), E2 (75%), E3 (75%), E4 (25%), E5 (100%), E6 (50%), E7 (75%), being a consolidated of 71.43%, in the case of the professional aspects of the Millennials it is affirmed that if they are related to employability in the Ica Region, 2019, since their Pearson correlation is 0.892, the same one that partially agrees with respect to the perception business of the 7 interviewees, where you have to E1 (100%), E2 (75%), E3 (75%), E4 (50%), E5 (75%), E6 (75%), E7 (50%), being a consolidated 71.43%.

KEY WORDS: Millennials, Employability, family, professionalism, academic improvement, procrastination

Introducción

El presente trabajo de investigación denominado: “Los milleniales y la empleabilidad en la región de Ica. Propuesta de formación profesional”, responde al propósito de Determinar cuáles son las principales características de los Millennials con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

La mencionada investigación está conformada por VI capítulos, los mismos que se encuentran estructurados de la siguiente manera:

Capítulo I: Justificación de la investigación, en sus niveles social, económico y ambiental.

Capítulo II: Marco teórico que involucra los antecedentes (los mismos que son internacionales, nacionales, regionales), y la segunda parte las bases teóricas (Desarrollado por fundamentos, teorías, artículos, marco conceptual).

Capítulo III: Planteamiento del problema de investigación a través de la descripción de la realidad problemática (desarrollando los problemas y objetivos), la formulación de las hipótesis que se contrastaran al termino de procesamiento de datos, la identificación de variables (Definición conceptual, definición operacional y operacionalización de variables).

Capítulo IV: Metodología y procedimientos, que involucra el diseño metodológico (tipo, nivel, diseño y método que se empleará en la investigación), la determinación de población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos (técnicas, instrumentos, validación por expertos, prueba de confiabilidad de instrumentos)

Capítulo V: Resultados que serán expresados a nivel de tablas y figuras que permitirán dar detalles de los resultados, las mismas que serán validados por la prueba de hipótesis.

Capítulo VI: Conclusiones e impacto en la zona de influencia, a través de conclusiones, recomendaciones e impacto en los resultados finales.

En la presente investigación se ha aplicado instrumentos, en el caso de la primera variable un cuestionario con 16 items para poder determinar las características de los Millennials, para el caso del nivel de empleabilidad se ha considerado una guía de entrevista que se aplicó a directivos de algunas organizaciones.

1.1 Justificación social

La empleabilidad en la actualidad, es un tema de connotación nacional que involucra la PEA (Población Económicamente Activa), PENA (Población Económicamente No Activa) todo ello en función a las demandas de las organizaciones fuese cual fuese su estamento, cuyos parámetros de selección y estabilidad laboral, corresponde a las peculiaridades de los grupos generacionales.

Dichos grupos generacionales tienen vastas expectativas en los ámbitos que consideren las más significativas, por ello se hace necesario que frente al incremento de una inestabilidad laboral y siendo más vulnerables los colaboradores que no cuentan con un grado académico que los respalde, a su vez también aquellos que sobrepasan las edad de 65 años, es necesario identificar los perfiles que demanda el mercado, a fin de poder contribuir con un plan de mejora a dichas situaciones laborales que involucra a los mencionados ciudadanos.

1.2 Justificación económica

Sin duda, la restricción presupuestaria y el poder adquisitivo son herramientas claves para poder ejercer autonomía económica y financiera, las mismas que están en función a la condición laboral y al monto remunerativo de su trabajo.

Sin embargo, se sabe que la mayoría de ciudadanos enmarcados de 25 a 37 años cuenta con carga familiar, lo mismo que aducen que la remuneración percibidas es reducida para enfrentar sus obligaciones de pago, por ello la presente investigación pretende dar propuestas de solución a determinada situación, a fin de poder contribuir a la competitividad laboral.

1.3 Justificación ambiental

El medio ambiente, se ha convertido en un elemento predisponible a las existentes patologías fisiológicas y organizacionales, las mismas que atañen a la Seguridad y Salud Ocupacional, por ello es necesario determinar los estándares mínimo que debe coberturar las organizaciones y por ende el individuo que forma parte, ya que en base a ellos es que se da las conductas bioéticas y de responsabilidad socioambiental.

2.1 Antecedente

2.1.1 Antecedente internacional

Ramos, A. (2017) Los millennials y la cultura de innovación en las empresas de TI. Trabajo de obtención de grado, Maestría en Administración. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO. En la presente investigación concluye que: “En la fase de la gestión de información, abarco una gran cantidad de contenido en donde se manifiestan opiniones diferentes, sin embargo, con ciertas características de innovación y lo Millennial, donde se pensó que el tema escogido era el equivocado pero a medida que fue avanzando la investigación se percato de la forma de pensar característico de los Millennials y la innovación de las empresas, de tal manera que se presento como un reto el juntar dos grandes egos para descubrir si esa vinculación funcionaba como se esperaba”.

Horikian, S. (2017) Evaluaciones de desempeño y millennials: el valor del feedback en las generaciones más jóvenes. Tesis para optar el MBA en Administración. Universidad Torcuato Di Tella, concluyendo que: “Los Millennials resaltan es su necesidad de tener nuevos desafíos con mayor frecuencia. Este aspecto es clave y sumamente relevante para esta generación y su permanencia en la organización. En este sentido, y de acuerdo a los relevamientos realizados, más de la mitad de los encuestados indica que son evaluados solo una vez al año. Las evaluaciones de desempeño tradicionales (o de Largo Plazo como lo nombro en la encuesta) no parecieran estar en línea con la demanda de los Millennials respecto a tener constantemente nuevos desafíos respecto a los cuales luego serán evaluados”.

Medina C. (2016) Los millennials su forma de vida y el streaming. Investigación del Departamento de Administración, concluye: “Con el aumento de los tarifarios, el usuario en Sao Paulo percibía un salario mínimo mensual y que a su vez gastaba 10,6% del mismo en el año de 1974, 20.4% en 1989 y hasta 35% en 1995 (Vasconcellos, 1996); en Santiago de Chile 17% de dicho ingreso hasta a fines de los 80's

(Figuroa, 1990). En la ciudad de México, donde la práctica de una política permanente y consecuente a subsidios con respecto a transporte público y los reajustes realizados en 1992 de los tarifarios significó que el gasto de transporte en el presupuesto familiar pasara de 12% a 23% y casi a 40% en 1995 (Sánchez, 1995). Por lo que este fenómeno de alza tarifaria ha sido bastante generalizado en la región”

2.1.2 Antecedente nacional

Polanco, F. y Lima, J. (2017) “Satisfacción laboral en los millennials en comparación a la generación “X” en Arequipa, 2017”. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de negocios. Universidad Católica de San Pablo, aterrizando a la siguiente conclusión: “Los factores que más afectan a la satisfacción laboral en los millennials se clasifican por cada dimensión estudiada, las cuales presentan el siguiente resultado: Cultura organizacional 59% parcial satisfacción laboral, comunicación y feedback de los jefes 42%, salario económico y emocional 39%. Para la generación X se presentó el siguiente resultado: Cultura organizacional 50%, comunicación y feedback de los jefes 35% y finalmente en salario económico y emocional 32% no encontrando diferencias significativas entre los grupos en cuanto a factores”.

Chávez, V. y Sobrino, C. (2018) Los millennials y desempeño laboral en la empresa CORPO SAC, Chiclayo 2017. Tesis para optar título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Señor de Sipán, concluyen que: “El nivel de desempeño laboral por grupo generacional en la empresa CORPO SAC determina la eficiencia de los Millennials, sin embargo, la existencia de otros factores que podrían contribuir a la mejora y crecimiento profesional tales como la capacitación en el uso de herramientas tecnológicas la cual facilita el trabajo, además de facilitar la comunicación, asimismo, como factor importante también está la flexibilidad el cual debe mejorar en la empresa.

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 – 2016. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, concluye que: “Los intereses de la generación Millennials o generación “Y” del Banco de Crédito del Perú se enfoca en 5 aspectos, tales como: Valores, promesas, relación con las personas, capacidad para aprender y condiciones físicas. El resultado obtenido fue un nivel estable pero no óptimo es por ello que mediante la propuesta el fin es ayudar a reforzar las debilidades halladas de la entidad.

Chávez, J., y Ríos E. (2017). Factores no remunerativos como causa de la rotación de millennials y propuestas de acciones de retención en empresas grandes de Lima. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), concluye que: Un 26% de millennials que declararon sentirse satisfechos o muy satisfechos actualmente con sus empleos respondieron que estarían dispuestos a cambiarse a otro. Sin embargo, estos millennials se cambiarían, en su mayoría, por una oportunidad que signifique un crecimiento en su línea de carrera, reafirmando la conclusión general de esta investigación”.

2.1.3 Antecedente regional – locales

No se han registrado trabajos de investigación .

2.2 Bases teoricas

2.2.1 Fundamentos

2.2.1.1 Generalidades:

Según Martin (2005), los Millennials tienen a tener un potencial para ser la generación más productiva, teniendo en cuenta que deben estar orientados por dirigentes dispuestos a cumplir expectativas para que se cumpla con lo dicho.

Los Millennials son la generación de adultos jóvenes nacidos entre 1982 y 2001, representando el 33% de la población como tal. (Howe y Strauss, 2009)

Según Ferrer (2010), la búsqueda del camino al éxito y la satisfacción inmediata es propia de la generación Millennials, debido a que temen menos la autoridad de sus predesores, presentando también una orientación muy extendida a la familia y a los valores propios de la misma.

Es por ello, que esta generación es la que más prevalente a la red social y la interconectividad con la red, su prioridad es la familia, el círculo de amigos y la tecnología, a su vez profundizan mucho en desarrollar vínculos con las iniciativas de las marcas ligadas a Responsabilidad Social “llamado el Triple Bottom Line: People, Planet, Profit”.

Cervantes y Rosales (2012) Millennials, llamados así debido a “que cumplieron la mayoría de edad con el cambio de milenio. Se les reconoce por poseer estilos de vida y motivaciones particulares que dan sustento a diversos paradigmas en el desarrollo de las compañías y, también, en la vida cotidiana”.

De acuerdo con el Cone Communications Millennial CSR Study (2013), “en razón de 9 a 10 Millennials, cambiarían de preferencia con respecto a una marca a una que encuentra asociada a una causa social, y la porción que requieren las redes sociales para poder estar informados y relacionarse con la RSE”.

Para Thompson (2015), los consumidores millennials adquieren más productos naturales, más sostenibles y menos tóxicos. Durante el desarrollo de su investigación evidencia que: “el 80% de los Millennials en los EE.UU. y el 83% de ellos con hijos menores de 6 años en los EE.UU., están dispuestos a pagar más por alimentos

y bebidas de origen natural y orgánico” (...), mientras que “dos de cada tres Millennials en los EE.UU. su consumo predominates esta en vinos, cervezas y bebidas energéticas de origen natural y el 84% están interesados en bebidas no alcohólicas naturales”.

Según Gutiérrez, A. (2016), los millennials “emplean frecuentemente múltiples canales y dispositivos digitales para desarrollar sus actividades, con el específico de multitasking, que se representa en la práctica al realizar multiples funciones al mismo tiempo”.

2.2.1.2 Características:

Las características indicadas por los teroicos son diversas, entra las consensuadas enumeramos las siguientes:

Tabla Nº 1: Características de los Millenials

Ambito general	Ambito familiar	Ambito de empleo
<ul style="list-style-type: none"> • Cultura del reconocimiento. • Valoración de juicios y preferencias • Capacidad polifacéticos. • Sociabilización virtuales. • Orientación a la familia. • Vacíos ideológicos. • Demanda vinculado al gusto personal y 	<ul style="list-style-type: none"> • Niñez sobrecargada de actividades • Espiritu de deporte. • Interacción con los videojuegos. • Su desarrollo con la prosperidad económica. • Analisis de carreras universitarias. • Elección 	<ul style="list-style-type: none"> • Su empleo fue por recomendaciones. • Buscan la estabilidad en el empleo. • No considera quedarse en un solo trabajo. • Cómodos en la autoridad. • Enfatizan en las competencias y la inteligencia emocional. • El desarrollo de la vida personal y

la utilidad.	profesional por	familiar es basico
• Impacientes.	gusto	en su bienestar.
• Toman decisiones rapidas.	personal, no por imposición de otros.	
• No tienen cultura de ahorro y muy propensos al gasto.		

Fuente: Rainer TS, Rainer JW (2011)

Tabla N° 2: Características de los *millenials*, según actividades, ámbito laboral y hogar y afectos.

Actividades	1. Variación de preferencia de ver cine en ambientes externo, a comprar y/o descargar para verlo en lugares más cómodos para ellos.
	2. Es la generación por excelencia que prefiere los superhéroes, de forma masiva.
	3. Utilizan en su comunicación los emojis para entablar interacción, prueba de ellos tenemos el hashtag, selfies, WhatsApp y memes.
	4. Su vida social es encaminada a los videojuegos.
	5. Pertenecen a la comunidad de juegos como usuarios de Dragon Ball, Pokémon, Los Simpson.
Ámbito laboral	6. Su prioridad no es básicamente laboral, ya que tienden a buscar nuevas oportunidades, el salario es considerado como algo básico.
	7. Con respecto a la proyección, los universitarios más siguen carreras cortas, desligándose de priorizar una ocupación como ser bloguer, youtuber o diseñadores gráficos.
	8. Su práctica cotidiana es rutinaria, son menos apegados al dogma católico.
	9. Con respecto a lo psicológico y fisiológico su cerebro está programando por la dopamina.
	10. Tienen gran predisposición en la producción de endorfinas de fácil

Hogar y afectos	<p>inducción.</p> <p>11. Con respecto al proceso de maduración es más tardía, caracterizado por un desarrollo cerebral direccionando a la competitividad y el narcisismo</p> <hr/> <p>12. Procuran mantener equilibrio entre el trabajo, su vida personal y el cuidado ambiental.</p> <p>13. Priorizan el cumplimiento de sus necesidades inmediatas y las realizan.</p> <p>14. Evidencian buen sentido del humor de forma individual que en grupo.</p> <p>15. No se agobia por problemas familiares, tiende a dar prioridad a su familia.</p> <p>Presentan una tendencia a frustrarse más rápidamente por disminución rápida de serotonina.</p>
-----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Ortega, I. (2014).

2..1.3 Comportamiento de los millennials:

Los millennials al igual que las demás generaciones que les antecederon tienen peculiaridades, las mismas que están determinadas por:

- a) **Comportamiento social:** Esta generación se caracteriza por eminentemente social, ello evidencia un gran apego e interés en interactuar con otros usuarios virtuales para adquirir un producto o servicios, no tiene restricción presupuestaria para poder limitarse a la situación actual (crisis económica, conflictos, ascensos de ideologías de ultra derecha), por el contrario se trata de una generación increíblemente optimista, con gran resiliencia para poder para cambiar el mundo.

Por su parte Ferrer, A (2010), considera elementos como:

- **Infancia y educación.** Los millennials están en un contexto de una economía que les permite gozar de prosperidad económica durante su infancia, debido a que sus padres los apoyan en su deseo de alcanzar las cosas que se proponen. El esquema de familia a pesar de ser tradicional, no es tan absorbente proponiendo

un entendimiento de libertar el cual con el paso de las generaciones se transmitiría de igual manera.

- **Consumo Cultural.** Los millennials, conforme van avanzando en grupo etareo poseen de alguna manera independencia parcial, tienden a relacionarse socialmente sin hacer énfasis en las clases sociales, sexo, religión o aspectos culturales; no condicionan para tener amigos e interrelacionarse. No requieren de otras personas, ellos solos se dan su espacio, autovalorándose a ellos mismos. Son exigentes en cuanto al trato, consideran que el trato que brinden dependerá mucho de cómo se manifieste hacia ellos. No imponen sus opiniones pero si las comunican con los demás.

Según Ortega (2014) A los jóvenes por encima de lo material es más importante el ámbito personal, el cual consiste en tener personas en su entorno en el que puedan confiar al igual de buenas relaciones familiares.

Se presenta como una generación preocupada por la calidad de vida, sustentados en la sanidad o la educación están como eje mediador, bajo esa perspectiva están disconformes con los aspectos políticos que se practican en la actualidad, ya que ellos quieren ser escuchados y aportar con mejoras, bajo este esquema consideran que las redes sociales es la mejor vía para transmitir información e informarse con el fin de la interacción virtual tales como debates directamente con un líder político.

b) **Comportamiento laboral:**

La existencia de características particulares con enfoque en el comportamiento hacen distinción de los millennials con otras generaciones en función a la compra.

A la hora de escoger una marca, su decisión o elección dependerá de los valores que defienden.... “No están dispuestos a soportar un trabajo que

les prive de su tiempo libre o, ni que disminuya su calidad de vida, es así que demandan ciertos derechos que no son caprichos, en realidad son peticiones que cualquiera quisiera tener en su puesto de trabajo”. (Ortega, 2014, p. 138).

Hay probabilidad que el salario laboral sea menor pero cuyo horario sea más flexible, ellos atinan a dar más tiempo para sí mismos, como consecuencia de ver cómo sus padres trabajaban duramente, y no quieren lo mismo.

“Su limitada capacidad económica y la desconfianza hacia la publicidad tradicional llevan a los jóvenes consumidores a buscar orientación y referencias [...] en otras personas” (Ortega, 2014, p. 47).

La inserción laboral de los millennials se da un factor fundamental el valorarse a ellos mismos: “saben que han estudiado y que tienen el potencial para trabajar, por lo que quieren que sus ideas sean escuchadas”. Su relación de integración está definida por tener metas y objetivos claros al entrar a trabajar para alguien, por lo que si no se cumplen tienen menos reparo en dejar el trabajo.

En el aspecto de desarrollo de labores, hacen del ambiente un sistema competitivo cuya proyección es producto de una nueva cosmovisión cuando a una mayor tolerancia y un altruismo que se manifiestan en la economía colaborativa” (Ortega, 2014, p. 138).

c) Comportamiento Tecnológico:

“Los millennials es el grupo donde más escuchan la radio según el autor Nielsen (2015) por consiguiente escuchan semanalmente”. Dado a este término también se encuentra la fuente de internet donde podrá facilitar más rápido la comunicación, las noticias que estará a plena disposición del usuario, como también el podcast el libre acceso, disposición y

disponible sin conexión al servicio del usuario ya que ello brinda el servicio tecnológico hoy en día.

En la generación hiperconectada según (Dans, 2010, p.38) en la que los millennials están en constante contacto en las redes sociales con otros usuarios.

Es por ello, que la tecnología lo aplica a diario en la forma que uno se va a comunicar con otros usuarios y relacionarse con los demás como bien sabemos la tecnología no define la generación millennials pero es en lo que se habilita y lo que le permite ser quienes son.

Puesto que la flexibilidad, adaptabilidad y ingeniosidad tecnológica le han servido de ayuda a los millennials como herramienta estratégica y competidora útil en el proceso de la generación, ya que ellos manejan y jacen el uso de la tecnología, redes sociales, pantallas de sus celulares, tablets o laptops, dado así los jóvenes actuales al usar internet o sms es algo natural y tan rápido la comunicación y el uso de envío que hacen. Sabemos que cada generación y cada grupo social es natural las tecnologías que tienen a su alcance intentan sacarles provecho ya que ello le va a beneficiar gran ayuda en su labor.

1.1 Metas de los Millennials:

Según Cuesta et al. (2010), que trabajo con jóvenes de millennials en Argentina, sostiene en que “esta generación representa un 80% que eligió su carrera por un gusto personal y el resto por el ingreso al entrar en el mercado laboral” considerando así que sus metas que lo motivo fue:

- ✓ Desarrollo de su línea de carrera.
- ✓ Equilibrio en su vida laboral y personal.
- ✓ Desarrollo de funciones y tareas.
- ✓ Remuneración.
- ✓ Buen Clima laboral
- ✓ Jornada laboral optima al trabajar.
- ✓ Firmeza laboral.

- ✓ Teniendo prestigio así con la compañía.

La generación de los millennials les ha tocado vivir en una época donde la incertidumbre y el cambio constante ya es algo dado.

2.2.1.4. Gestión de los Millennials:

a) Retención del Talento:

Según Prieto (2013) señalo que para “lograr un equipo de trabajo efectivo y unificar, es importante garantizar la atracción y fidelización constante en el talento de la organización”. (p.50)

Por ende, las particularidades individuales son los motivos en el cual los colaboradores ellos deciden o no desvincularse de una organización, siendo así esta definición argumentada por Santacruz (2011) que define “La inclinación a desvincular en una organización relacionada en el nivel de satisfacción de recompensas del trabajo.”, Kinichi y Kreitner (2011), concibe que la “La Motivación es una relación positiva y de intensidad proactiva que ayuda así a los colaboradores hacia la satisfacción laboral poder sobresalir y ser recompensando por sus logros motivándolo”

Es por ello que en una empresa debe haber relaciones sociales en la organización para que así haya una buena productividad y generación de entrada de obtener ganancias mediante la motivación que así los millennials puedan sentirse satisfechos por el reconocimiento y motivación por un “tu puedes”, “eres el mejor”, “muy buen trabajo”, “felicidades”.

Motivación:

La motivación es el factor intrínseco que requiere mayor atención, “Es decir la fuerza intrínseca que impulsa cualquier ámbito en la actividad humana y en el trabajo” . Fernández & Moreno (2006). Se refiere a la realización de acciones por un esmero de satisfacción de hacerlo sin necesidad de ningún incentivo externo.

La teoría de Vroom:

Define que la motivación “Es el producto que el individuo atribuye de manera anticipada una meta y posibilidad que se cumpla” (Cantu, 2006, p.23), es así que la motivación son las expectativas que se va cumpliendo en función a las actividades determinadas por el colaborador y la importancia que se le atribuye.

Cuando hablamos de motivacion se destaca que los empleados tienden a modificar su comportamiento y colaborar más en el trabajo para recibir ciertos beneficios que ellos esperan que la organización les proporcione.

La Teoría de Davenport:

Prieto (2013), determina que “las personas en una empresa son inversores en un negocio ya que brinda su capital y esperan conseguir acabo un beneficio”, es decir que la empresa espera ganar la inversión que hizo como también le beneficiaria al trabajador una buena remuneración. Podemos definir que para Davenport va ser basada en la voluntad de tanto la empresa como el del trabajador en generar mayor beneficios para ambas partes y no beneficios aislados.

Estrategias de Retención:

En caso de mantener al personal, según Conrado (2009) se refiere que “Los beneficios sociales permite a la empresa crear un valor adicional y depender el impacto en que el colaborador no quiera salirse de la organización”.(pp.42-43).

La capacidad en que se quiera mantener al colaborador se deberá identificar las expectativas que espera la organización, en términos según el autor Castillo (2009),“Indica que las organizaciones deben tener conocimientos que es lo que necesitan sus colaboradores, que les haría estar más motivados y satisfechos en su satisfacción laboral de como así retenerlos”.

Incentivos Económicos:

Para Prieto (2013), enumera que “La nueva generación millennials define que las partes salariales pretenden ser más complacido en el salario emocional”. Los incentivos económicos es la parte en que motiva al colaborador, brindándole así mismo bonos salariales, capacitaciones, cursos ya que para ellos es una gran oportunidad de aprovecharla y para la empresa sería una estrategia de poder retenerlo y no se retiren.

Desarrollo Personal y Profesional:

Según Castillo (2009), define que “la formación continua es importante porque no solo sirve motivación y retención del talento humano, sino que también reduce los fallos profesionales”.(p.48).

Los millennials busca encontrar una política sobre la promoción interna y oportunidades para su realización personal, pretendiendo así mantener la actitud activa, motivado, ascendiendo profesionalmente.

Por ello es importante evidenciar de darle reconocimiento sobre el buen desempeño que ha tenido el colaborador dentro de la empresa, se debe tener en cuenta “el hecho de reconocer a las personas por sus buenas intenciones y acciones de mejoría ya que con ello motiva e incentiva a que los colaboradores puedan seguir mejorando los procesos dentro de la organización”. Según (Prieto, 2013, p.44).

Estrategias de Retención:

La generación Millennials según el autor Karsh y Templin (2013), nos indica que es necesario lo siguiente:

- **Ayudarlos a crecer:** Es decir ubicarlos por perfiles para garantizar el adiestramiento en las funciones, para generar cadena de valor, a través del aprendizaje cooperativo.
- **Poner en conocimiento los planes a ejecutar:** Esta generación considera que se tomen en cuenta la contribución positiva y el mejoramiento continuo antes las demás competencias.

- **Dejarlos ser:** Darle la prioridad a los millennials de realizar actividades de acuerdo a su ritmo laboral, haciendo así que evidencien su proactividad.
- **Brindar el balance entre lo laboral y personal:** Considera que su jornada laboral no altere a su vida familiar y prive de su tiempo.
- **Motivarlos constantemente:** Los jefes de la empresa deben respetar sus opiniones e ideas a los millennials así mismo valorar y darle reconocimiento por el desempeño de su labor que hacen.
- **Trabajo en Equipo:** Los millennials no se identifican como líderes, al contrario por gestores de información para trabajo colectivo.
- **Ambiente entretenido:** Requiere ambiente en que le permita salir de rutina donde se puedan sentir cómodos.

Esta generación ha desafiado al mercado laboral por lo tanto es necesario que las empresas que desean retener este talento de los millennials reconozcan las características, atributos, necesidades y sistemas de trabajo propios de esta generación para aprovecharlo e integrarlo en los objetivos de la organización.

2.2.1.5 Generación Millennials en Perú:

Se define Millennials a las personas que han nacido en los años 1981 y 1993, ya que en la actualidad es entre los 26 y 38 años. “Internet a través de años en años para estar actualizada que es la tecnología a que llamamos esto es a la generación en los cambios que se ha visto continuamente y como también la era digital”. (Ipsos Apoyo,2015)

Es por ello Millennial Peruano, para tener una estrategia eficiente es necesario primero conocer las características que definen su público objetivo.

En otros casos en que los Millennials nacidos entre los 80 y 90 años cuentan mucho con el aspecto económico y la estabilidad laboral, debido a que la informalidad y reducción en la tecnología han conllevado que las generaciones peruanas se demoren en cambiar sus características. Siendo así la generación busca un trabajo con trascendencia, nos comenta Ipsos

Apoyo que “los jóvenes peruanos millennials equivalen al 35% de la población nacional, aquellos entre 25 y 40 años en mayor poder adquisitivo determinan características asociadas a millennials”.

Se señala que por dinero un millennials se queda en un centro laboral y su nivel de sueldo es uno de los tres principales factores al momento de buscar un trabajo.

“Para un millennial peruano se desarrolla de manera profesional cuando la organización le permite ascender paulatinamente, así mismo se define que la generación “Y” peruana se trabaja hora extras a fin de ascender más rápido”. (Ipsos Apoyo,2015)

Los millennials como consumidores, no se diferencian a las generaciones anteriores por que observan el precio y marca del producto y/o servicio, dando así mayor prioridad a la percepción de terceros sobre una marca, con respecto ello a las encuestas realizadas, y evidenciando a los productos tecnológicos que se respetan, se busca por ende sugerencias, recomendaciones, como también los productos en cuidado personal en que la marca sea única y diferente ante los demás.

La generación “Y” peruana responde a ciertas peculiaridades que se dice de la generación que es hiperconectados, determina que son emprendedores y no vacilan en cambiar de trabajo ante una propuesta tentadora, en el caso de la era digital se ha convivido desde siempre con las nuevas tecnologías.

Por ello “La convivencia intergeneracional en América Latina no es solo vertical, sino que es horizontal también así como EE.UU, determinando así que no solo la necesidad de poder comprender a los colaboradores, sino también al trabajo en equipo”(Arellano,2014).

2.2.1.6 Características de los Millennials Peruanos:

El millennials ya no presenta un reto de angustias, si no que reacciona en que lo dejara sin remordimiento y buscara otro en donde se sienta más a

gusto e identificado con su puesto, actualmente en otro país que es USA se dice que un joven cambia 15 veces de trabajo antes que cumpla los 38 años, esto se demuestra que el poco conocimiento y relación que tiene al trabajar no se siente a gusto y por ello cambia de trabajo, el poco apego que existe en la generación en lo referente a lo laboral.

En otro factor es que buscan en un centro laboral que le exija poca posesión con más disfrute, aunque parezca extraño en nuestro país esta generación tiene esta mentalidad. “No les interesa el sueño de tener su casa propia ni el carro, tampoco de acumular bienes ni de recibir remuneraciones por reconocimiento, si no que el único gasto que le vale la pena es comprar los últimos modelos de Smartphone”.

“Si una empresa no le da a sus colaboradores jóvenes la oportunidad de crecer, aprender, y desarrollarse en la organización simplemente se van o mejor dicho se retiran a otra organización”. Arellano (2014).

En el estudio de centro de investigación PEW (2015), en Estados Unidos revelo que el 83% de miembros de generación de millennials que han sido encuestados se dice que duermen teniendo cerca sus Smartphone, es que se da un porcentaje mucho más alto.

Los millennials entre 25 y 38 años lo que buscan es tener acceso instantáneo a la organización tecnológica, al mismo tiempo que se les elogie por su trabajo evidenciando que la nueva generación requiere de constante retroalimentación y el visto bueno de los jefes, cuando alguien está siendo algo productivo o algo mal, es así que requiere apoyo instantáneo la nueva generación.

Este factor se caracteriza sobre toda las cosas que se quieren vivir en el momento actual y buscan la felicidad, pasión en todo lo que hacen, la cual genera incentivación a la satisfacción laboral, es que los millennials esperan estar confiados en la vida laboral y trabajar en equipo, como se define tener una mejor gestión enfatizando así aquellos que les interesa y

brindar beneficios que deseen aplicarlos y que permita así mismo que se sientan cómodos con la organización en la que trabajan es decir dejarlos ser.

2.2.1.7 Educación Superior y los Millennials

Uno de los desafíos en la educación, es que la generación permita obtener respuestas inmediatas a las demandas, ya que va a requerir de estrategia tecnológica como en recurso de la enseñanza.

Para ello se evidencia tres características en el aprendizaje de los millennials, que son:

Tabla N° 3: Características del aprendizaje en Millennials.

La Autodidaxia	Se define que las personas pueden recibir clases virtuales en diferentes lugares del mundo los millennials y sobre todo la generación “Z” que tiene sus reglas y mediación del tutor, considerando que el aprendizaje está basado en google y YouTube, tutoriales, que son más prácticos.
El mundo digital	En el aprendizaje se limita el learnign y sus variantes, que se ha convertido en la herramienta de educación de calidad hacia la llegada de personas a menor costo, optimizando así de esa manera el inter- aprendizaje.
La Gamificación	Es un recurso para la educación que posee una potencialidad, hacia la atracción en los jóvenes por los videojuegos en contracción de la clase magistral que los aburre, es por ello que los videojuegos va a vincular las simulaciones, recreación y construcción de procesos del mundo real , viendo así experimentar los caminos para resolver cualquier problema.

“La generación millennials se convierte en el centro de aprendizaje y participación continua, manera atractiva en sus conocimientos, habilidades y actitudes, teniendo la capacidad de decidir cuál será el

trayecto formativo más a fin con los intereses” (Manovich,2013; Alonso,2015)

La Tecnología de la información y comunicación (TIC) y el subconjunto de Tecnologías sociales (TS) construyen y regulan los puentes comunicativos entre las personas y organizaciones.

En términos generales los millennials son intuitivos y creativos, que define sus estados emocionales, dentro de la organización sobre todo se centra en la comunicación y posee una visión global e integral de resolver los problemas.

Con base en las neurociencias se observa que esta generación posee un desarrollo cerebral derecho, lugar donde se dan las habilidades humanas. En las Universidades Peruanas, “no explotan estas nuevas habilidades de sus estudiantes ingresantes, es por ello que lo profesores de los primeros años de las carreras universitarias deberían propiciar nuevas formas de motivación, estrategias, soluciones, para captar la atención de los egresados alumnos recientes”. (Rossi, 2015).

EMPLEABILIDAD

2.1 Definición:

La empleabilidad surgió de la palabra inglesa employability, que da a conocer “la unión de las palabras: employ equivalente al empleo y hability que es habilidad”.

Cuando hablamos de empleabilidad construyen su propio camino y se desarrollan las competencias necesarias para asegurar su empleo y

seguridad laboral ya que la generación tienden a emprender la base del éxito actual y futuro.

Está asociada a conseguir un trabajo, vista como un beneficio, ya que según la percepción de los millennials, la experiencia les brinda mayor seguridad y los hace más competitivos en el mercado laboral posibilidades que tiene una persona para conseguir y mantenerse en el tiempo, así como también les suma a su hoja de vida el empleo.

Según Weinberg (2004), “La empleabilidad abarca las calificaciones, conocimientos y competencias que aumenta la capacidad de los colaboradores de mantenerse en un empleo, mejorando así su trabajo y adaptarse a los cambios para integrarse en el mercado de trabajo”.

2.2 Habilidades y Competencias de Empleabilidad:

Según el autor Fundipe (1999) considera cuatro grupo:

a) Actitudes de la Persona: Son condiciones que debe reunir un colaborador para acceder al puesto de trabajo, en el cual la persona debe ser motivada, responsable, predisposición a modificaciones de cambios en el trabajo.

b) Seguridad y Competencia Emocional del Empleado: Es la capacidad de interacción de relacionarse con los demás colaboradores.

c) Inteligencia Práctica o Habilidades para la Solución de Problemas: Es el conjunto de características del colaborador para desarrollar la comunicación, análisis y resolución a los problemas, empleando el uso de tecnología, razonamiento lógico y verbal.

d) Conocimiento del Entorno: Define como el uso de las habilidades de trabajar en equipo, y poder comprender a los clientes a sus necesidades sobre el producto y/o servicio, como también a los beneficiarios de la organización conocer que actividad requiere o necesitan plantear en el cual debe gestionar y aprender continuamente el colaborador.

Según Brunner (2001), “nos dice que la competencia genérica de la empleabilidad no se relaciona con una ocupación específica, pero las

transferibles se adaptan a los procesos de enseñanza y aprendizaje, y por ende las negativas permite que continuamente se desarrollen”.

Según Fundipe (2012), “Para emplear a una persona es que demuestre la actitud que desea avanzar e invertir su autodesarrollo es decir que tenga la voluntad”. Estas competencias tienen relación con Becker (1983) “que considera como formación general, y son medibles al desarrollo que se encuentran”. Por eso podemos afirmar que aquellos individuos son eficientes en los recursos, capacidades interpersonales tanto en la información, relaciones sociales, organizacionales y tecnológicos.

En este sentido la importancia de la autonomía y confianza que tiene el hombre en sí mismo, establece que “los individuos con baja valorización de sí mismos poseen menos probabilidad de alcanzar sus metas en relación que no confían ni en su capacidad”.(Cinterfor- OIT 2005).

2.3 Empleabilidad y Educación

a) Educación:

Cuando hablamos de educación se enfatiza en la medida en que los atributos de cada individuo emplea constantemente. Dichas características que el colaborador pasa por entrevistas personales posteriores al ver “las actitudes de cada individuo junto con sus aptitudes marcan el éxito o fracaso en la obtención de puesto laboral que va darse. Así mismo la educación formal e informal define que la empleabilidad del individuo es importante del capital humano”. (Bellei,2012).

Se menciona que los Millennials no solo quieren obtener títulos universitarios y un trabajo que sea estable, sino que, ellos quieren ser emprendedores y por eso se convierten en personas muy capaces con grandes ideas novedosas, que inclusive son premiadas por que han llevado acaba la educación. La empleabilidad incluye factores tangibles e intangibles, acentuando la característica actitudinal que se manifiesta desde la infancia del individuo, generando el circulo de retroalimentación positiva durante su desempeño escolar.

Es por ello, que el individuo crece y estudia para tener una educación, en el entorno que crece y se educa puede o no surgir las aptitudes y actitudes que lo hagan más empleable.

Según Fundipe(1999), “la práctica y actitud para el aprendizaje debe comenzar desde la infancia, hogar del individuo y continuar en la escuela, universidad, etc. El aprendizaje continuo es como una necesidad”. Mientras que los conocimientos están enfocados por el contenido formales en la educación formal de cómo se desempeña la familia y el ambiente del individuo.

De esta forma el concepto de “educación encabeza una visión más moderna, donde el eje vertical indica que esta dura toda la vida de una persona, y el eje horizontal por los espacio que se involucra el individuo se vuelve educativos”. (Cinterfor-OIT2005).

En general la conclusión en el mundo actual la educación y formación son los pilares de empleabilidad del individuo, por ello es la aplicación necesaria en el ambiente que el individuo nace y crece.

Según Formichella (2010) , define que “la equidad educativa se evidencia a la igualdad en lo educativo, lo cual incluye el grado de empleabilidad de los individuos. Si no existe equidad en la educación, habría individuos menos empleables que otros, lo cual contribuiría a una inequidad social”.

Pensar en cómo educar para un mundo que no conocemos aún es como intentar trazar un camino a ciegas, y la única forma en que se puede preparar a una persona para un mundo desconocido es educándole en todas sus dimensiones, sólo un ser inteligente es capaz de responder de una manera creativa a lo desconocido.

Cuando uno no sabe aquello que le espera, debe estar preparado para todo y es por eso que la flexibilidad y la capacidad de conexión se vuelven

disciplinas fundamentales a la hora de formar a personas que se enfrentarán a un mundo de los cambios que se sucederán cada vez a mayor velocidad, la tecnología será valiosa si aprendemos a usarla con inteligencia y será perjudicial si la usamos con ignorancia.

2.4 La Universidad y la empleabilidad

UNESCO (2010) difundió mediante un artículo del Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación enumera que la introducción en el mercado laboral de graduados de la educación superior. En este aprendizaje se manifiesta que el título universitario es un principio para conceder a puestos de empleos en los países donde las jornadas son más bajas” (...) “los graduados universitarios no siempre localizan empleo en su especialidad de su profesión por lo que las universidades deben ser objetivos y estudiar la demanda de profesionales para que su oferta de estudio sea relacionado.

Lo cual involucra que deben contraer los enlaces entre las universidades y el mercado laboral no “sólo en la evolución de formación, también en la inserción laboral, por definitivo se predomina las barreras para desenvolver el estudio”. (Fundipe 1999)

Las grandes problemáticas en esta asociación es:

- a) Impedimento para desplegar la búsqueda a los graduados debido a “la no presencia de direcciones, no en todas las universidades los graduados obtienen alguna representación, todo aquello interrumpe la información sobre la posición laboral de los graduados . (Fundipe 1999, p.34)
- b) La búsqueda a graduados y los estudios acerca de su empleabilidad da oportunidad a importantes gastos y uso de tiempo.
- c) La evolución sustantivos de las instituciones de educación superior.
- d) La expectativa de los graduados no se examina el proceso de vinculación entre la universidad y la sociedad del trabajo. (Fundipe 1999, p.35).
- e) No se inserta siempre el análisis de la existencia socioeconómica de los países y territorios donde deben aplicarse los graduados.
- f) Determinados cuestionarios a graduados necesitan de calidad, no se “fijan bien los ítems de la encuesta y su concordancia con el vínculo

universidad-mercado laboral, asimismo no tienen la posibilidad de evaluar fiabilidad y validez del cuestionario empleado”. (Bellei, 2012)

- g) Tener en cuenta que el mercado laboral puede cambiar de forma rápida, por ello la información se queda desfasada a menudo cuando el mercado laboral mejora o se deteriora de forma considerable.

2.5 Competencias y empleabilidad

El planteamiento por competencias, no “se describe a ser competitivo, sino más bien a la capacidad para rescatar las experiencias y conocimientos para lograr interactuar y retroalimentarse en equipo”. Tsoukas y Vladimirou (2001),

Para la OIT (2009) la define como “la capacidad efectiva para llevar a cabo de manera exitosa una actividad laboral plenamente identificada”. (p.33).

Por otro lado, Arroyo (2012) considera que las competencias tienen los siguientes elementos:

- a) **Conocimiento:** Según Nonaka et al.(2000) tener en cuenta el conocimiento “es como un bien creado y sustentado de una manera colectiva a raíz de la interacción entre ellos mismos conjunto de personas

En otras circunstancias, cabe señalar Tsoukas y Vladimirou (2001), constituye que “el conocimiento es la capacidad para ejecutar juicios en correlación a un contexto, es decir es la capacidad para expresar un juicio que implica: habilidad de la persona para realizar distinciones; la situación de la persona o individuo dentro de un contexto”

- b) **Habilidades:** Drucker (2007), señala que uno de los principios empresariales que supera las dificultades más resaltantes en una organización es el escasez de dirección. En este contexto “todo directivo debe desarrollar un conjunto de habilidades y destrezas, para el desarrollo de su labor directiva se encuentran: la representatividad, la comunicación, la toma de decisiones y problemas, la negociación, el autocontrol, la flexibilidad, el liderazgo y dirección”. (p.67)

- c) Actitudes y valores:** Las actitudes están incluidas en el comportamiento de las personas, “cabe señalar que esta relacionado a lo que piensa, siente, así como se obtiene el tiempo suficiente para desarrollarse en las etapas de su entorno”. Tsoukas y Vladimirov (2001)

2.2.2 Teorías

A) Modelos Teóricos sobre la empleabilidad

a) Teoría de Weber La presente teoría identifica mediante la encuesta, indicadores necesarios y útiles para seleccionar el personal idóneo de una empresa. Para Weber (1924) el “atributo del trabajador no depende de su posición del mercado laboral, los trabajadores deben alinearse a la condición de la clase social”.

b) Teoría institucionalista Esta corriente se inicia a comienzos del siglo XX con Thorstein Veblen, años más tarde, en la década del 70, se retomarán estos planteamientos. Veblen (1899) señala que “el mercado está influenciado por entidades que regulan la permanencia en el trabajo, mediante contratos o algún convenio”. Considera al mercado como “una institución que señala la regla del juego y enfrenta a personas cuya reacción no se ajusta a modo alguno una conducta idónea, que busca un empleo y a veces es obstáculo de superar de forma individual”. (Arbaiza, 2011, p. 487).

c) Teoría del capital humano El autor Shultz (1981) plantea que “factor trabajo no es uniforme, pues se manifiesta en la potencialidad de un apropiado desempeño laboral de los trabajadores los cuales son decisivos para el ingreso a un puesto de trabajo”.

Según Becker (1983) señala que la educación es “la asociación de experiencias laborales y capacitaciones que conforma el talento humano, de tal forma que el crecimiento también es el aumento de atributos”. Arbaiza (2008) señala que “el capital humano fortalece la educación académica respondiendo a la necesidad 26 actual de

la ciencia económica. Finalmente, la educación apoya el aumento de la destreza que mejora la productividad del trabajador”.

d) Teoría segmentalistas Doeringer y Piore (1971), con la Teoría de la fila señala que “la educación y el entrenamiento no es un factor para establecer la productividad, por lo tanto, en el puesto de trabajo se encuentra la productividad mas no esta en la persona”.

e) Teoría del filtro Fue planteada por Arrow (1973) quienes señalaron que “la educación es una forma de diferenciar al trabajador deseable y no deseable, la educación no realiza contribución al crecimiento económico y es útil para la clasificación de la persona hacia su empleo”

f) Teoría regulacionista Según Boyer y Sallard (1996) mencionan que “el salario cambia con el tiempo porque es una asociación de condiciones institucionales que rige la utilización del trabajo asalariado, y tiene un concepto macroeconómico”.

2.2.4 Marco conceptual

Actitudes: Es la conducta que el individuo utiliza para realizar las labores.

Atributo: Son las propiedades, características o cualidades.

Competitividad: Es la extension de un individuo u organización para desglosar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y así lograr obtener, un reconocimiento y posición destacada en su entorno.

Expectativa: Es la accion que experimenta un individuo ante la posibilidad.

Grupos generacionales: Es la segmentación por grupos que nos permite comprender de una mejor manera el comportamiento de los clientes y sus evoluciones de toma de decisiones.

Mercado: Es cualquier conjunto de mecanismos mediante cuales los compradores y los vendedores de un bien se encuentran en contacto para comerciarlo.

Oferta de trabajo: En términos económicos describe la conducta de los vendedores reales y potenciales de un bien en el mercado.

CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

3.1 Descripción de la realidad problemática

3.1.1 Formulación del problema

El presente trabajo de investigación, solicita identificar las características más significativas de los millennials con respecto a la empleabilidad en nuestra región, por ello se ha sintetizado en lo siguiente:

¿Cuáles son las principales características de los Millennials con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019?

3.1.2 Problemas de la investigación

PE₁: ¿De que manera los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019?

PE₂: ¿De que manera el aspecto familiar de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019?

PE₃: ¿De que manera el aspecto laboral de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019?

PE₄: ¿De que manera el aspecto profesional de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019?

3.2 Objetivos de la informacion

3.2.1 Objetivo general

OG: Definir cuáles son las principales características de los Millennials con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

3.2.2 Objetivo especifico

OE₁: Determinar de que manera los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

OE₂: Determinar de manera el aspecto familiar de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

OE₃: Determinar de manera el aspecto laboral de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

OE₄: Determinar de manera el aspecto profesional de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

3.3 Formulacion de la hipotesis

3.3.1 Hipotesis general

HG: Existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

3.3.2 Hipotesis especifica

HE₁: Los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

HE₂: El aspecto familiar de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

HE₃: El aspecto laboral de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

HE₄: El aspecto profesional de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

3.4 Identificación de variables e indicadores

3.4.1 Definición conceptual de variables

Tabla N° 4: Definición conceptual de variables.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL
MILLENNIALS	“Millennials” es una calidad cada vez más divulgada en los medios de comunicación, que, de forma general, designa a quienes nacieron con la consolidación de la era digital y cuya primera cohorte se fue haciendo adulta en el cambio de milenio. Congreso de ESOMAR 2013 (Christian Kurz, Carlos Garcia y Jo McIlvenna)
EMPLEABILIDAD	Thijssen (2000) señala que el término empleabilidad, en cuanto indicador de las posibilidades de trabajar que tienen las personas, puede adquirir diferentes significados dependiendo de la perspectiva desde la que se contemple el término “trabajo”

3.4.2 Definición operacional de variables

Tabla N° 5: Definición operacional de variables.

VARIABLE	DEFINICION OPERACIONAL
MILLENNIALS	Es el conjunto de individuos que se caracteriza por tener entre 21 y 35 años, los mismos que se caracterizan por tener expectativas más ambiciosas que las generaciones pasadas.
EMPLEABILIDAD	Es la capacidad que tiene un colaborador para generar valor agregado en su desempeño profesional.

3.4.3 Operacionalización de variables

Tabla N° 6: Operacionalización de variables.

VARIABLE	DIMENSION	ITEMS	ESCALA
----------	-----------	-------	--------

MILLENNIALS	Aspecto Personal	<p>1. Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo.</p> <p>2. Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.</p> <p>3. Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.</p> <p>4. Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Raras veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. Casi siempre</p> <p>5. Siempre</p>
	Aspecto Familiar	<p>5. Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.</p> <p>6. Asumes compromisos en casa y los cumples.</p> <p>7. Sientes la urgencia de independizarte.</p> <p>8. Una familia implica tener pareja e hijos.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Raras veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. Casi siempre</p> <p>5. Siempre</p>
	Aspecto Laboral	<p>9. Deseo permanecer en mi centro laboral.</p> <p>10. La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.</p> <p>11. Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Raras veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. Casi siempre</p> <p>5. Siempre</p>

		12. Eres entusiasta a la hora de laborar.	
	Aspecto Profesional	13. Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente. 14. Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria. 15. Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano) 16. El valor agregado genera competitividad laboral.	1. Nunca 2. Raras veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
EMPLEABILIDAD	Aspecto Personal	1. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?	
	Aspecto Familiar	2. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?	
	Aspecto Laboral	3. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?	
	Aspecto Profesional	4. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?	

CAPITULO IV: METODOLOGIA Y PROCEDIMEINTOS

4.1 Diseño metodologico

4.1.1 Tipo de investigacion

Mixto

Es la unificacion sistematica de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con la finalidad de tener una “fotografia” adecuada del fenómeno. Estos pueden ser unidos de tal forma que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa mantengan sus estructuras y evoluciones originales. (Chen, 2006).

4.1.2 Nivel de investigacion

Descriptiva

Arias, F (2012), detalla que la investigacion descriptiva “se refiere a la caracterizacion del hecho, fenomeno, individuo y grupo, con la finalidad de conservar su estructura o comportamiento”

4.1.3 Diseño de la investigacion

No experimental

Es aquello que se desarrolla sin manipular deliberadamente las variables. Fundamentalmente esta basada en la observación de fenómenos tal y como se brinda en el contexto natural y así luego son analizados. Arias, F (2012).

4.1.4 Metodo

Método inductivo

La evolución inductiva, es una técnica que va de lo individual a lo general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, procura encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten. Hernández, R (2010)

Método analítico

Este método “consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas”, es decir, es un método de investigación, que consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. Sin duda, este método puede explicar y comprender mejor el fenómeno de estudio, además de establecer nuevas teorías. Hernández, R (2010)

4.2 Poblacion y Muestra

Tabla N° 7: Poblacion y Muestra

POBLACION			
Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica	Universidad Autonoma de Ica	Universidad Privada San Juan Bautista	Universidad Inca Garcilaso de la Vega
19 472	1 071	5 264	1 514
Total		27 321	
MUESTRA			

Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica	Universidad Autonoma de Ica	Universidad Privada San Juan Bautista	Universidad Inca Garcilaso de la Vega
138	116	132	104
Total		494	

4.3 Tecnicas e instrumentos de recoleccion de datos

4.3.1 Tecnicas

Cuestionario

Un cuestionario es, por definición, “el instrumento estandarizado que utilizamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas”. Díaz de Rada, V.; Núñez, A. (2008)

Entrevista

Para Platt (2002), la entrevista se aplica en investigaciones cualitativas, ya que tendemos a regresar a sus planteamientos iniciales, con un alto grado de libertad y de iniciativa del entrevistador.

4.3.2 Instrumentos

Encuesta

García Ferrando (1993), una encuesta es “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”.

Guia de entrevista

Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos. Martinez, M (1998)

4.3.3 Validacion de instrumentos

La validacion de los instrumentos estuvo a cargo del invetsigador, para lo cual dos especialistas dieron el visto bueno de aplicabilidad.

Tabla N° 8: Juicio de experto

Experto	Confiabilidad.
Mg. Susana Marleni Atuncar Deza	80%
Mg. Giorgio Aquije Cardenas	80%
Mg. Mg. Cesar Ivan Torres Sotelo	80%

4.3.4 Prueba de Confiabilidad de los instrumentos

Tabla N° 9: Confiabilidad de instrumentos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	16

Tabla N° 10: Estadistica total del elemento

Estadísticas de total de elemento			
Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido

Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo.	58,05	68,093	,474	,825
Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.	58,08	70,173	,435	,827
Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.	57,89	68,982	,555	,821
Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.	57,88	70,173	,423	,828
Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.	57,79	68,984	,511	,823
Asumes compromisos en casa y los cumples.	57,77	71,100	,393	,830
Sientes la urgencia de independizarte.	57,89	71,016	,331	,834
Una familia implica tener pareja e hijos.	58,07	69,351	,365	,833
Deseo permanecer en mi centro laboral.	57,90	69,581	,424	,828
La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.	57,90	68,200	,487	,824
Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.	57,88	68,601	,489	,824
Eres entusiasta a la hora de laborar.	57,68	68,534	,554	,821
Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente.	57,74	69,113	,490	,824
Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria.	57,66	70,334	,434	,827
Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano)	57,52	70,952	,440	,827
El valor agregado genera competitividad laboral.	57,53	70,919	,403	,829

CAPITULO V: RESULTADOS

5.1 Analisis e interpretacion de tablas y figuras

Tabla N° 11

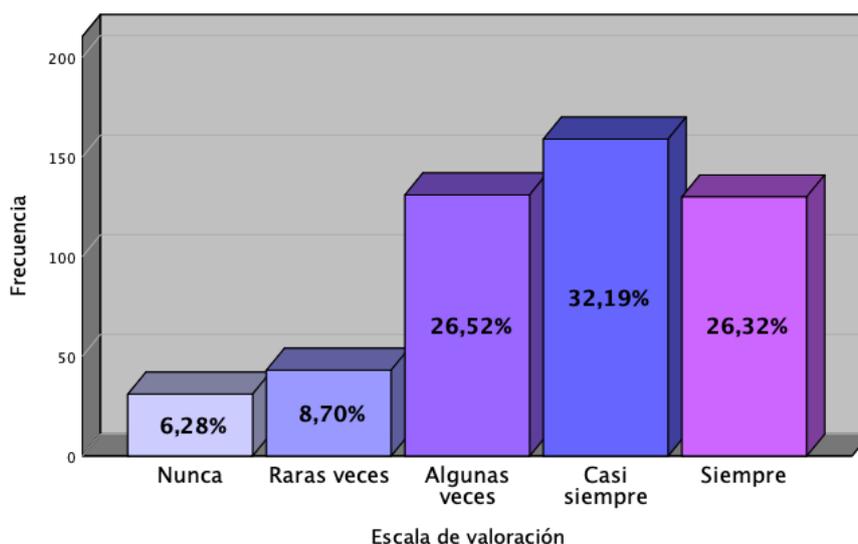
Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	31	6,3	6,3	6,3
	Raras veces	43	8,7	8,7	15,0
	Algunas veces	131	26,5	26,5	41,5
	Casi siempre	159	32,2	32,2	73,7
	Siempre	130	26,3	26,3	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°1

Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que su trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo, refieren que un 6.28% (31) menciona nunca, un 8.70% (43) raras veces, el 26.52% (131) algunas veces; en otro extremo un 32.19% (159) casi siempre y 26.32% (130) siempre

Tabla N° 12

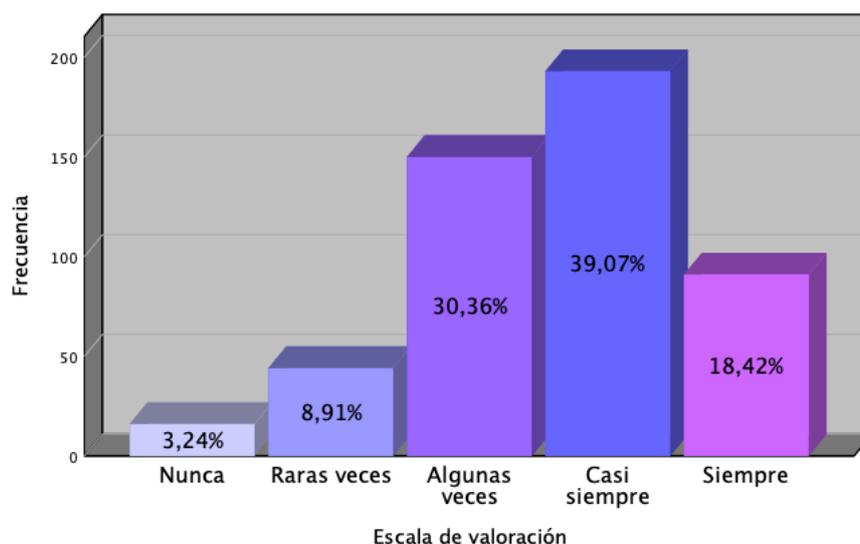
Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	16	3,2	3,2	3,2
Raras veces	44	8,9	8,9	12,1
Algunas veces	150	30,4	30,4	42,5
Casi siempre	193	39,1	39,1	81,6
Siempre	91	18,4	18,4	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°2

Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 3.24% (16) menciona nunca, un 8.91% (44) raras veces, el 30.36% (150) algunas veces; en otro extremo un 39.07% (193) casi siempre y 18.42% (91) siempre tienen la oportunidad de recibir un reconocimiento en su centro laboral.

Tabla N° 13

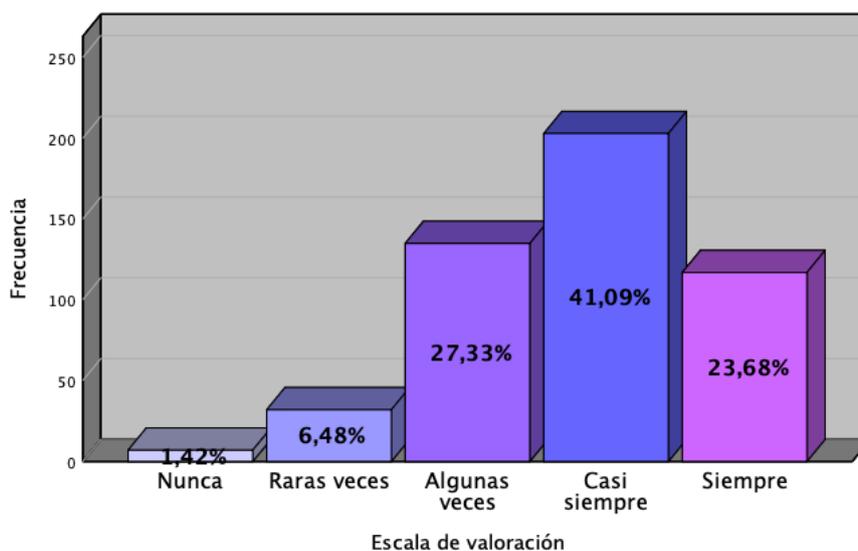
Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	1,4	1,4	1,4
	Raras veces	32	6,5	6,5	7,9
	Algunas veces	135	27,3	27,3	35,2
	Casi siempre	203	41,1	41,1	76,3
	Siempre	117	23,7	23,7	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°3

Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials se sienten satisfechos con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo., refieren que un 1.42% (7) menciona nunca, un 6.48% (32) raras veces, el 27.33% (135) algunas veces; en otro extremo un 41.09% (203) casi siempre y 23.68% (117) siempre.

Tabla N° 14

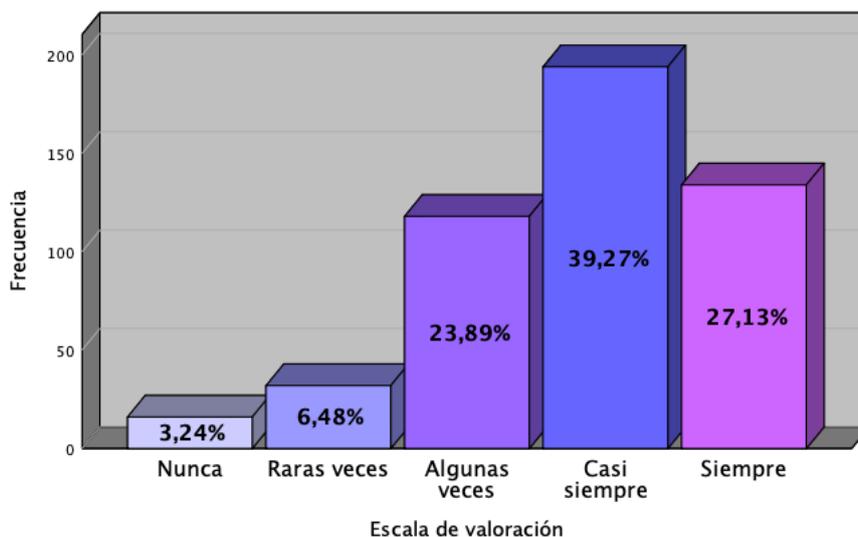
Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	16	3,2	3,2	3,2
Raras veces	32	6,5	6,5	9,7
Algunas veces	118	23,9	23,9	33,6
Casi siempre	194	39,3	39,3	72,9
Siempre	134	27,1	27,1	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°4

Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 3.24% (16) menciona nunca, un 6.48% (32) raras veces, el 23.89% (118) algunas veces; en otro extremo un 39.27% (194) casi siempre y 17.13% (134) siempre se encuentran en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.

Tabla N° 15

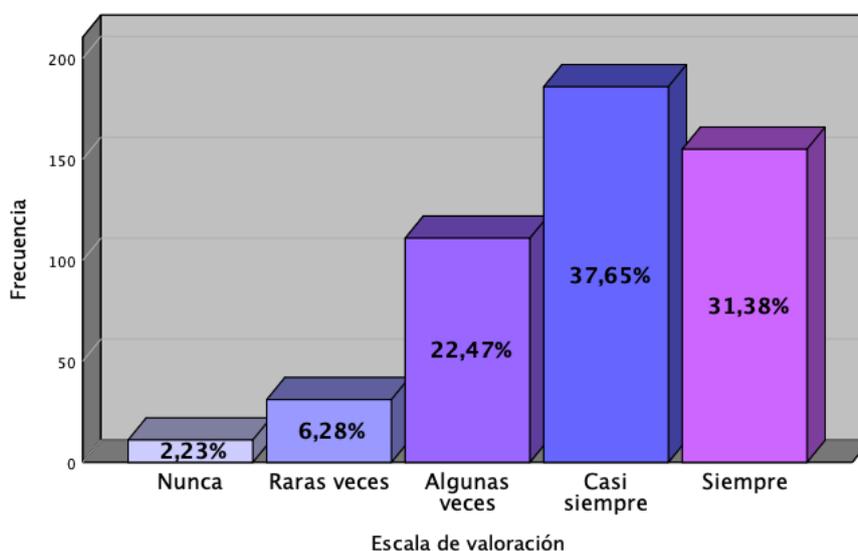
Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	2,2	2,2	2,2
	Raras veces	31	6,3	6,3	8,5
	Algunas veces	111	22,5	22,5	31,0
	Casi siempre	186	37,7	37,7	68,6
	Siempre	155	31,4	31,4	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°5

Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials se mantiene informado con su familia acerca de temas y acuerdos internos, es decir refieren que un 2.23% (11) menciona nunca, un 6.28% (31) raras veces, el 22.47% (111) algunas veces; en otro extremo un 37.65% (186) casi siempre y 31.38% (155) siempre.

Tabla N° 16

Asumes compromisos en casa y las cumples.

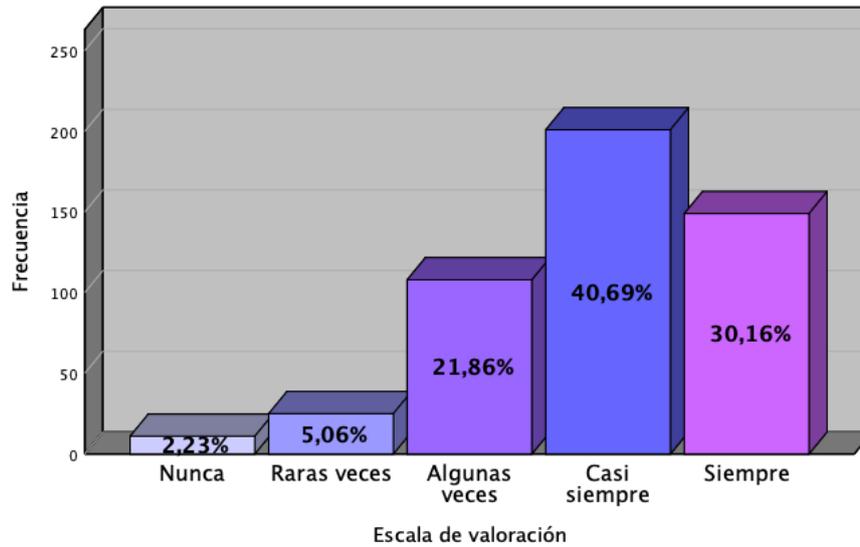
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	2,2	2,2	2,2
	Raras veces	25	5,1	5,1	7,3
	Algunas veces	108	21,9	21,9	29,1
	Casi siempre	201	40,7	40,7	69,8
	Siempre	149	30,2	30,2	100,0

Total	494	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°6

Asumes compromisos en casa y las cumple



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 3.24% (11) menciona nunca, un 8.91% (25) raras veces, el 30.36% (108) algunas veces; en otro extremo un 39.07% (201) casi siempre y 18.42% (149) siempre asumen compromisos en casa y las cumple.

Tabla N° 17

Sientes la urgencia de independizarte.

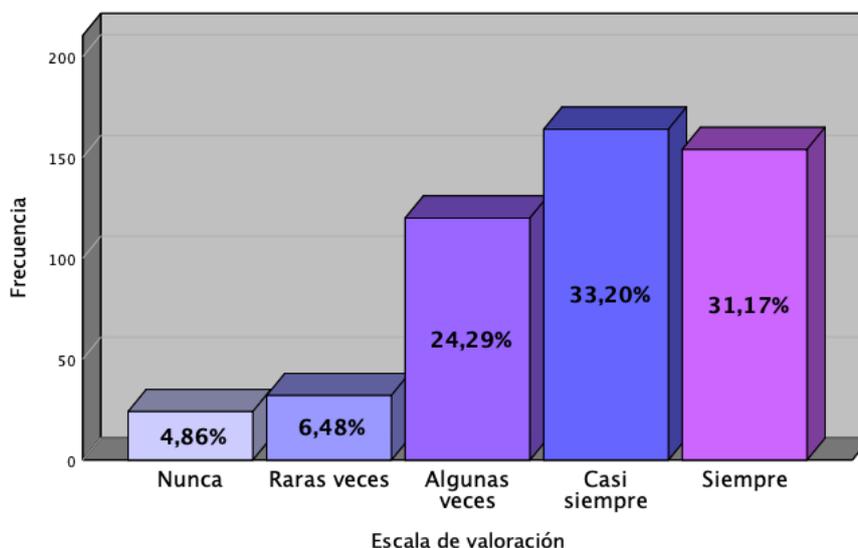
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	4,9	4,9	4,9
	Raras veces	32	6,5	6,5	11,3
	Algunas veces	120	24,3	24,3	35,6
	Casi siempre	164	33,2	33,2	68,8
	Siempre	154	31,2	31,2	100,0

Total	494	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°7

Sientes la urgencia de independizarte



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials sienten la urgencia de independizarte, refieren que un 4.86% (24) menciona nunca, un 6.48% (32) raras veces, el 24.29% (120) algunas veces; en otro extremo un 33.20% (164) casi siempre y 31.17% (154) siempre.

Tabla N° 18

Una familia implica tener pareja e hijos.

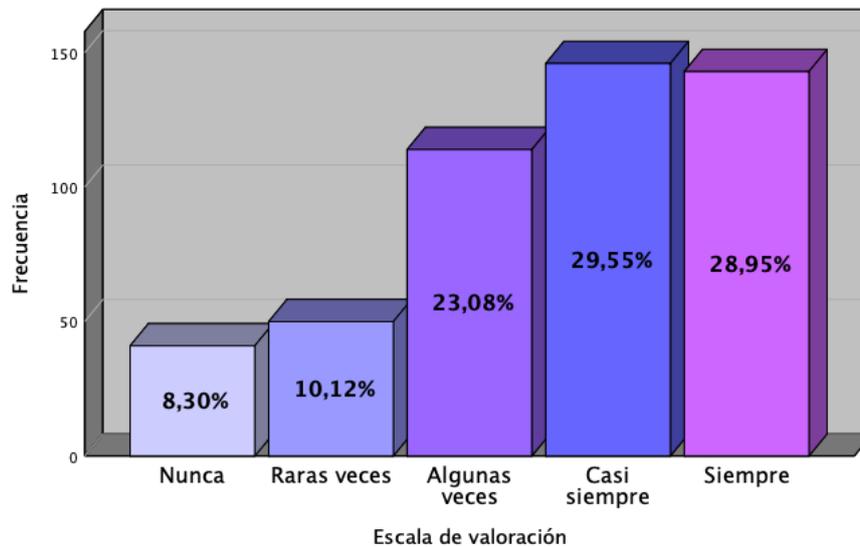
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	41	8,3	8,3	8,3
	Raras veces	50	10,1	10,1	18,4
	Algunas veces	114	23,1	23,1	41,5
	Casi siempre	146	29,6	29,6	71,1
	Siempre	143	28,9	28,9	100,0

Total	494	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°8

Una familia implica tener pareja e hijos



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 8.30% (41) menciona nunca, un 10.12% (50) raras veces, el 23.08% (114) algunas veces; en otro extremo un 29.55% (146) casi siempre y 28.95% (143) siempre la constitucion de una familia implica tener pareja e hijos

Tabla N° 19

Deseo permanecer en mi centro laboral.

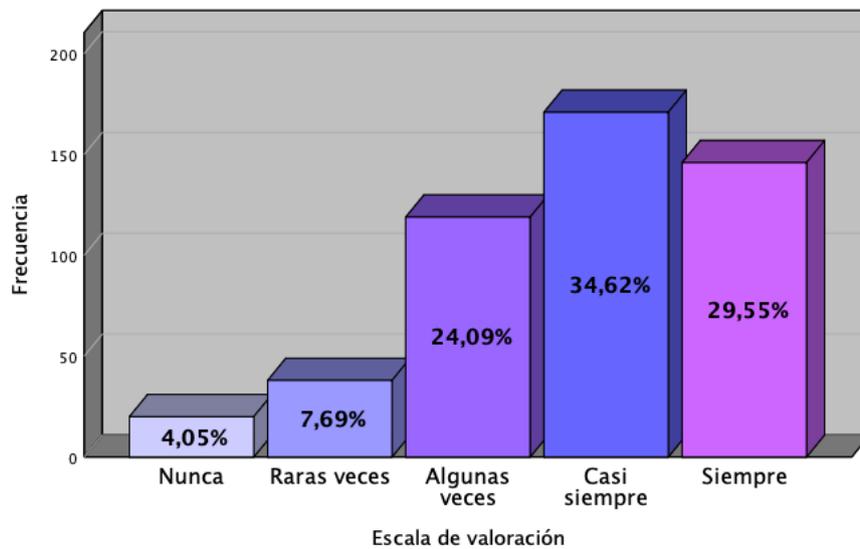
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	4,0	4,0	4,0
	Raras veces	38	7,7	7,7	11,7
	Algunas veces	119	24,1	24,1	35,8
	Casi siempre	171	34,6	34,6	70,4
	Siempre	146	29,6	29,6	100,0

Total	494	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°9

Deseo permanecer en mi centro laboral



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 3.24% (16) menciona nunca, un 7.69% (38) raras veces, el 24.09% (119) algunas veces; en otro extremo un 34.62% (171) casi siempre y 29.55% (146) siempre desean permanecer en su centro laboral.

Tabla N° 20

La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.

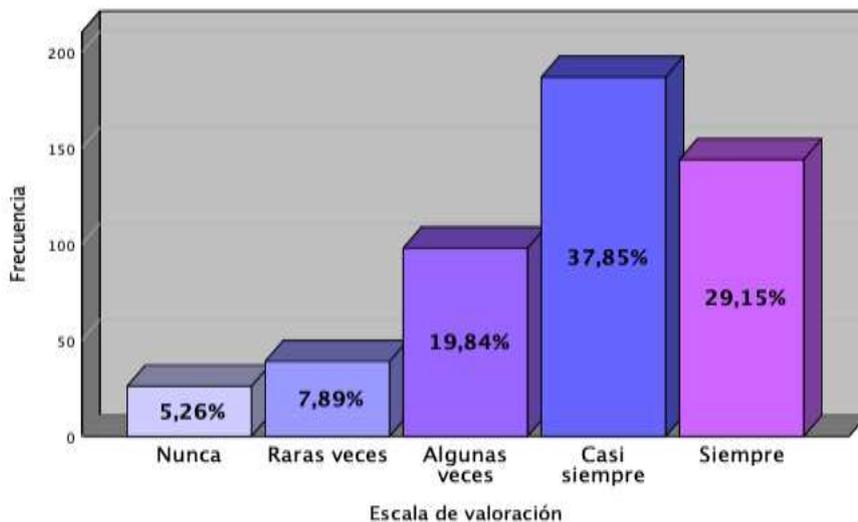
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	26	5,3	5,3	5,3
	Raras veces	39	7,9	7,9	13,2
	Algunas veces	98	19,8	19,8	33,0
	Casi siempre	187	37,9	37,9	70,9
	Siempre	146	29,55	29,55	100,0

Siempre	144	29,1	29,1	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°10

La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 5.26% (26) menciona nunca, un 7.89% (39) raras veces, el 19.84% (98) algunas veces; en otro extremo un 37.85% (187) casi siempre y 29.15% (144) siempre existe una competencia laboral justa y objetiva en la organización donde formo parte, lo que me motiva a mejorar.

Tabla N° 21

Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.

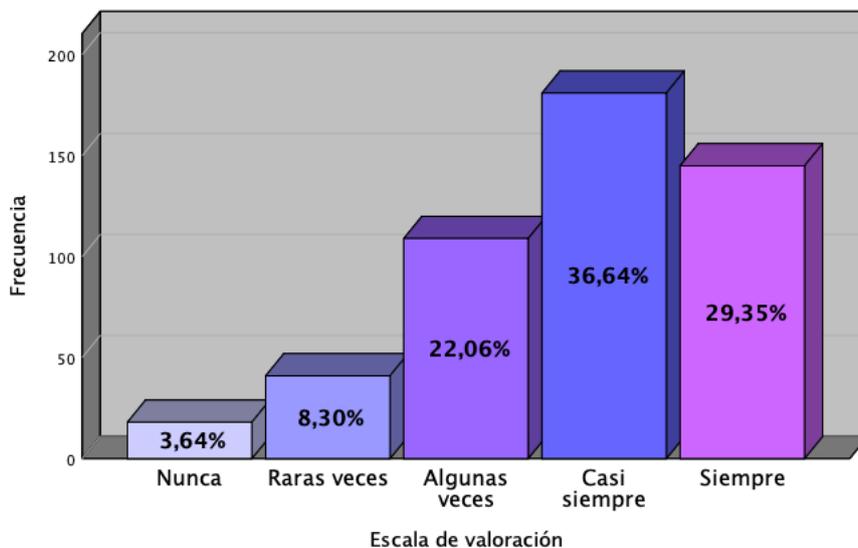
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	3,6	3,6	3,6
	Raras veces	41	8,3	8,3	11,9
	Algunas veces	109	22,1	22,1	34,0
	Casi siempre	181	36,6	36,6	70,6

Siempre	145	29,4	29,4	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°11

Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que su centro laboral, es un gran lugar para trabajar, refiriendo que un 3.64% (18) considera nunca, un 8.30% (41) raras veces, el 22.06% (109) algunas veces; en otro extremo un 36.64% (181) casi siempre y 29.35% (145) siempre

Tabla N° 22

Eres entusiasta a la hora de laborar.

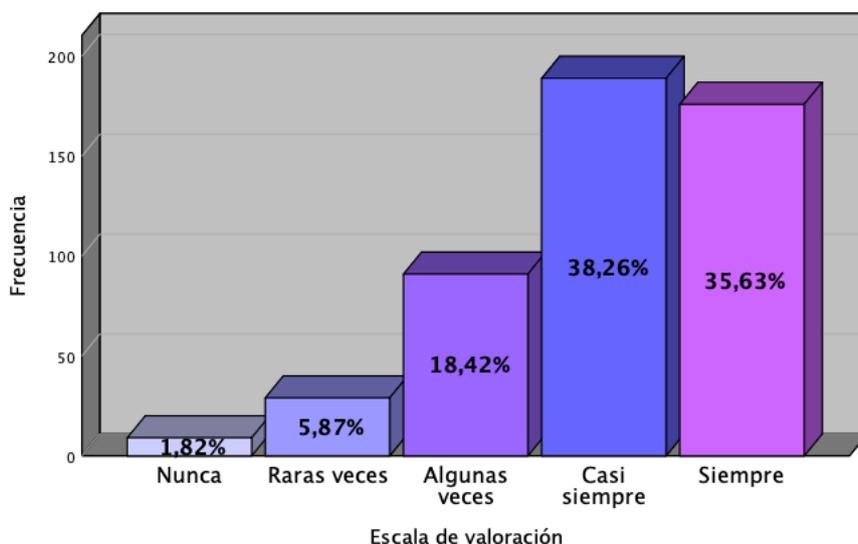
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	1,8	1,8
	Raras veces	29	5,9	7,7
	Algunas veces	91	18,4	26,1
	Casi siempre	189	38,3	64,4

Siempre	176	35,6	35,6	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°12

Eres entusiasta a la hora de laborar



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 1.82% (16) menciona nunca, un 5.87% (29) raras veces, el 18.42% (91) algunas veces; en otro extremo un 38.26% (189) casi siempre y 35.63% (176) siempre es entusiasta a la hora de laborar

Tabla N° 23

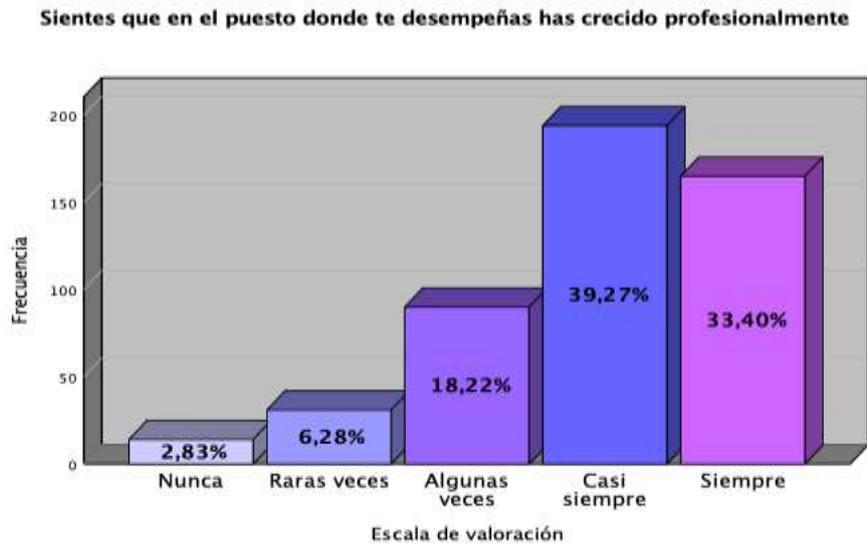
Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	2,8	2,8	2,8
	Raras veces	31	6,3	6,3	9,1
	Algunas veces	90	18,2	18,2	27,3

Casi siempre	194	39,3	39,3	66,6
Siempre	165	33,4	33,4	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°13



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials sienten que en el puesto donde se desempeñan están creciendo profesionalmente, refieren que un 2.83% (14) menciona nunca, un 6.28% (31) raras veces, el 18.22% (90) algunas veces; en otro extremo un 39.27% (194) casi siempre y 33.40% (165) siempre.

Tabla N° 24

Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria.

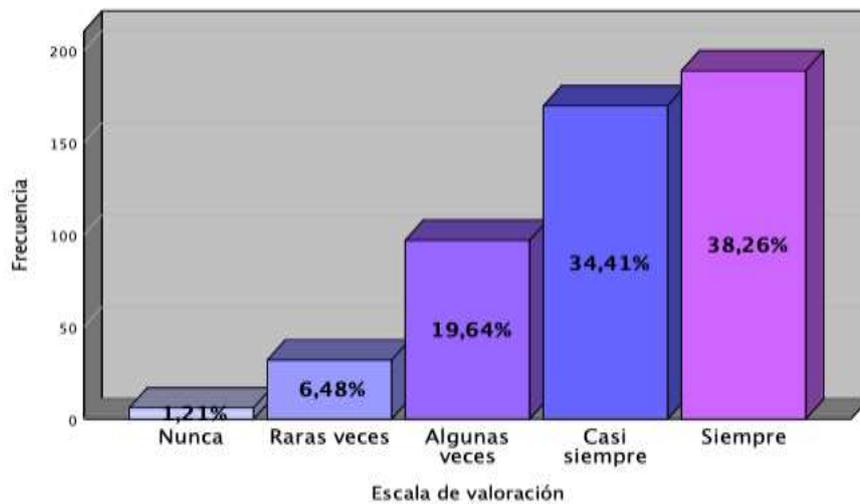
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	1,2	1,2	1,2
	Raras veces	32	6,5	6,5	7,7

Algunas veces	97	19,6	19,6	27,3
Casi siempre	170	34,4	34,4	61,7
Siempre	189	38,3	38,3	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°14

Consideras que se debe contar con más de una carrera técnica o universitaria



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 1.21% (6) menciona nunca, un 6.48% (32) raras veces, el 19.64% (97) algunas veces; en otro extremo un 34.41% (170) casi siempre y 38.26% (189) siempre consideran que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria para poder alcanzar un puesto laboral.

Tabla N° 25

Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano)

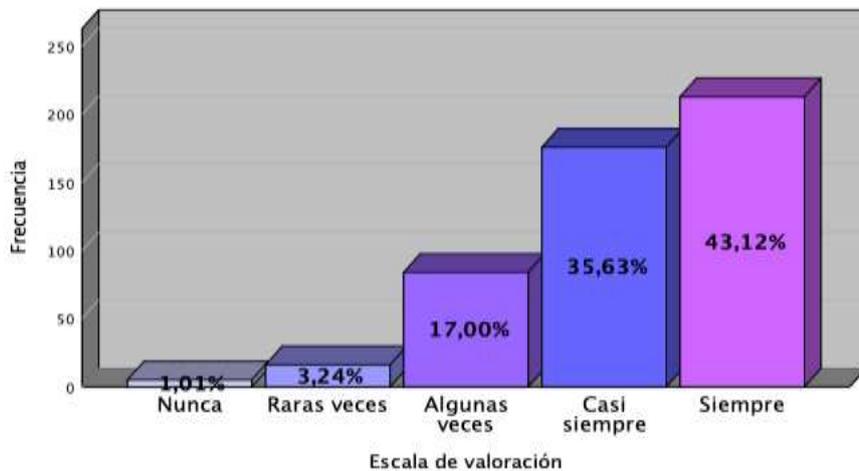
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	1,0	1,0	1,0

Raras veces	16	3,2	3,2	4,3
Algunas veces	84	17,0	17,0	21,3
Casi siempre	176	35,6	35,6	56,9
Siempre	213	43,1	43,1	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°15

Toda organización debe contar con equipo tecnológico (infraestructura, soporte técnico, capital humano)



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano), ello refieren que un 1.01% (5) menciona nunca, un 3.24% (16) raras veces, el 17.00% (84) algunas veces; en otro extremo un 35.63% (176) casi siempre y 43.12% (213) siempre.

Tabla N° 26

El valor agregado genera competitividad laboral.

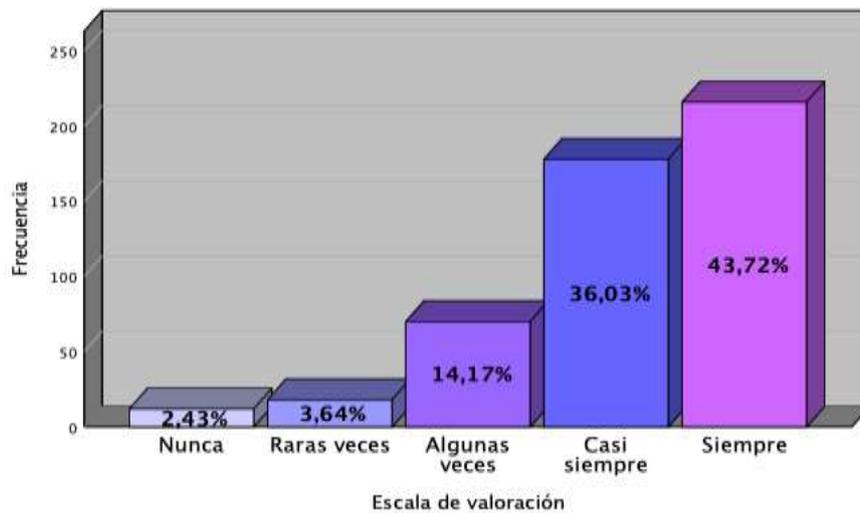
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	12	2,4	2,4	2,4

Raras veces	18	3,6	3,6	6,1
Algunas veces	70	14,2	14,2	20,2
Casi siempre	178	36,0	36,0	56,3
Siempre	216	43,7	43,7	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico N°16

El valor agregado genera competitividad



Fuente: Elaboracion Propia

De los resultados obtenemos que los Millennials consideran que un 2.43% (12) menciona nunca, un 3.64% (18) raras veces, el 14.17% (70) algunas veces; en otro extremo un 36.03% (178) casi siempre y 43.72% (216) siempre el valor agregado genera competitividad laboral en cualquier organización.

CONSOLIDADO POR DIMENSIONES

Tabla N° 27

Dimensión Aspecto personales

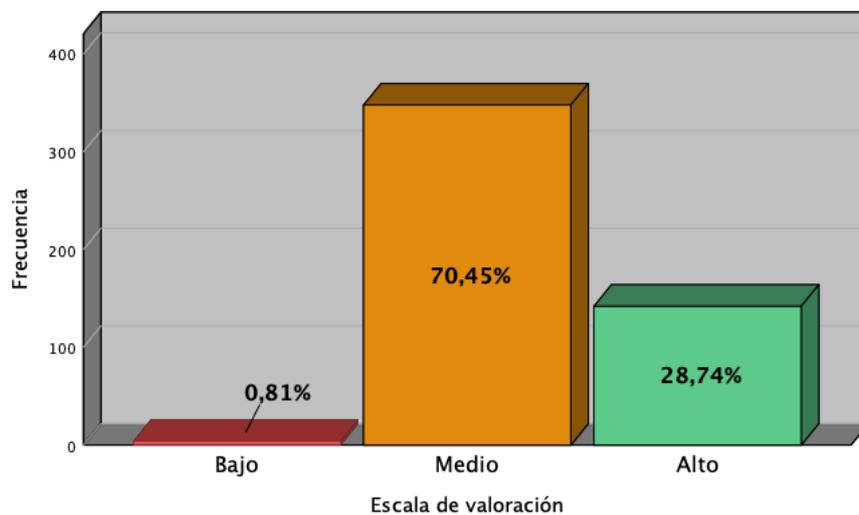
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Bajo	4	,8	,8	,8
	Medio	348	70,4	70,4	71,3
	Alto	142	28,7	28,7	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion Propia

Grafico N° 17

Dimensión Aspecto personales



Fuente: Elaboracion Propia

Con respecto a la dimensión aspecto personales que involucra 4 ítems, y tomando como referencia que la escala de valoración por encuestado es de 1 a 20 por cada dimensión, ubicando la siguiente escala 1-7 "Bajo", 8-16 "Medio" y de 17-20 "Alto", se infiere que el 0.81% (4) se encuentra en un nivel bajo, un 70.45% (438) en escala media y un 28.74% (142).

Tabla N° 28

Dimensión Aspecto familiar

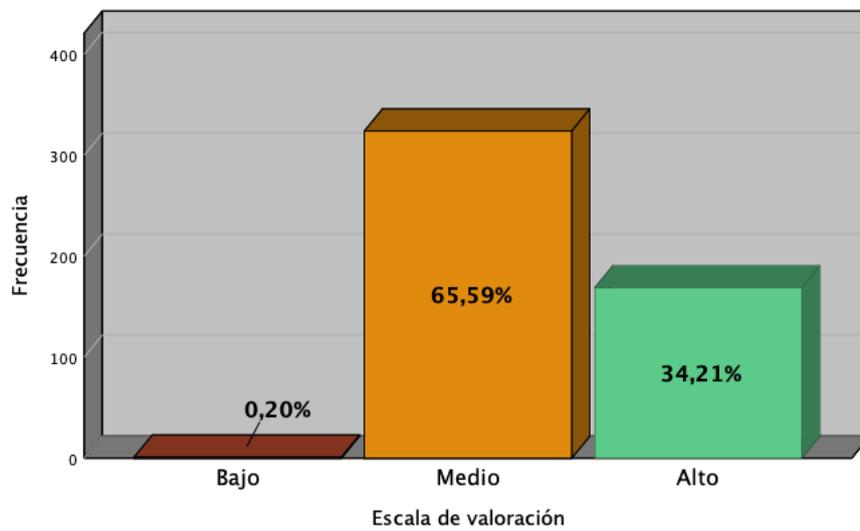
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	,2	,2	,2

Medio	324	65,6	65,6	65,8
Alto	169	34,2	34,2	100,0
Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion Propia

Grafico N° 18

Dimensión Aspecto familiar



Fuente: Elaboracion Propia

Con respecto a la dimension aspecto familiar que involucra 4 items, y tomando como referencia que la escala de valoracion por encuestado esa de 1 a 20 por cada dimension, ubicando la siguiente escala 1-7 "Bajo", 8-16 "Medio" y de 17-20 "Alto", se infiere que el 0.20% (1) se encuentra en un nivel bajo, un 65.59% (324) en escala media y un 34.21% (169).

Tabla N° 29

Dimensión Aspecto laboral

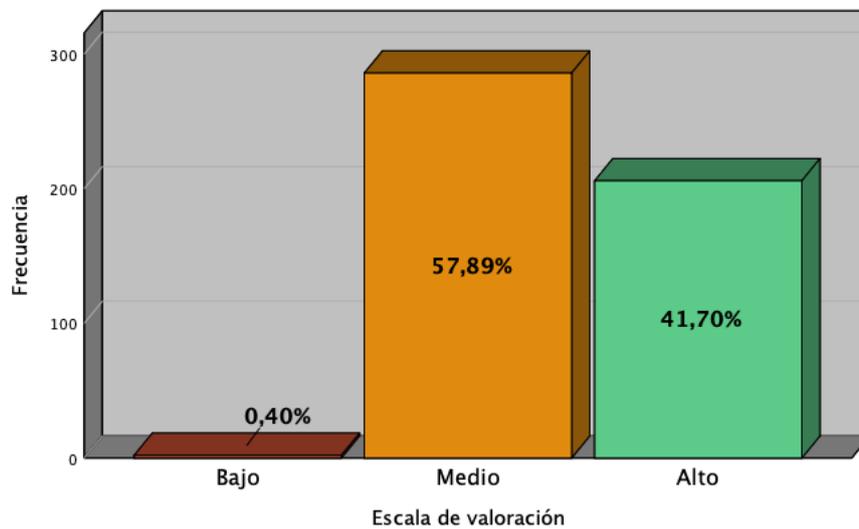
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Bajo	2	,4	,4	,4
	Medio	286	57,9	57,9	58,3
	Alto	206	41,7	41,7	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion Propia

Grafico N° 19

Dimensión Aspecto laboral



Fuente: Elaboracion Propia

Con respecto a la dimension aspecto laboral que involucra 4 items, y tomando como referencia que la escala de valoracion por encuestado esa de 1 a 20 por cada dimension, ubicando la siguiente escala 1-7 "Bajo", 8-16 "Medio" y de 17-20 "Alto", se infiere que el 0.40% (2) se encuentra en un nivel bajo, un 57.89% (286) en escala media y un 41.70% (206).

Tabla N° 30

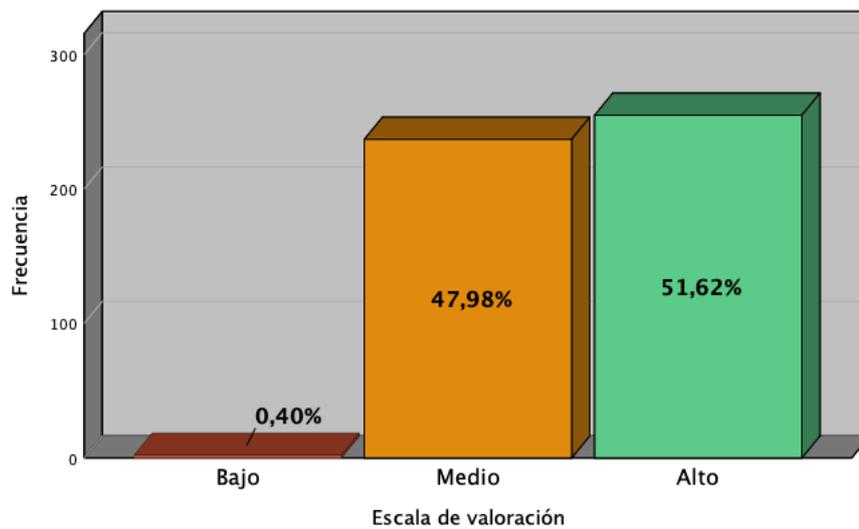
Dimensión Aspecto profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	,4	,4	,4
	Medio	237	48,0	48,0	48,4
	Alto	255	51,6	51,6	100,0
	Total	494	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion Propia

Grafico N° 20

Dimensión Aspecto profesional



Fuente: Elaboracion Propia

Con respecto a la dimensión aspecto profesional que involucra 4 ítems, y tomando como referencia que la escala de valoración por encuestado esa de 1 a 20 por cada dimensión, ubicando la siguiente escala 1-7 “Bajo”, 8-16 “Medio” y de 17-20 “Alto”, se infiere que el 0.40% (2) se encuentra en un nivel bajo, un 47.98% (237) en escala media y un 51.62% (255).

I Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 31: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : VME	
SUBCODIGO	<ul style="list-style-type: none"> • Integro con la empresa y sus compañeros de trabajo. • Leal con la empresa y sus compañeros de trabajo. • Sincero en sus actos con el centro laboral y sus compañeros y los usuarios. • Solidario con los compañeros de trabajo. • Inquieto para buscar la solución a los problemas. • Creativo para la ejecución de las tareas. • Limpio en lo personal y su espacio. • Higienico en lo personal y su espacio designado. • Ordenado en su trabajo y su entorno. • Formal en su comportamiento y vestimenta.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 1,3,4

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 32: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : VME	
SUBCODIGO	<ul style="list-style-type: none"> • Respetuoso de su familia. • Dedicado a su familia, así como a la empresa. • Leal y fiel a su familia con la empresa. • Involucrar a su familia con la empresa. • Evitar los conflictos empresa familia. • Lograr la coordinación y cooperación entre familia y empresa.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 5,7,8

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 33: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : VME	
SUBCODIGO	<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad • Eficiencia • Eficacia • Cumplir y respetar el horario. • Respeto a sus jefes y subordinados. • Colaborador con la empresa y sus compañeros. • Proactivo
TOTAL DE RESPUESTA	100% de 100% Items 9,10,11,12

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 34: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : VME	
SUBCODIGO	<ul style="list-style-type: none"> • Además de los valores anteriores, un alto conocimiento de su profesión. • Altos valores éticos. • Capacidad de gestión. • Liderazgo.
TOTAL DE RESPUESTA	100% de 100% Items 13,14,15,16

II Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 35: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : SFE	
SUBCODIGO	<p>La empresa SUN FRUITS EXPORTS. Tiene el rubro de la agroexportación. En la ciudad de Ica.</p> <p>Responsabilidad. Honesto. Valores. Proactivo. Que trabajo bajo presión. Resolución de conflictos</p>

TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 2,4
---------------------------	--------------------------

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 36: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : SFE	
SUBCODIGO	Se recibe todo personal hombres, mujeres, discapacitado con o sin carga familiar, gestantes, madres solteras, etc.
TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 6,8

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 37: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : SFE	
SUBCODIGO	Se requiere que cumpla con el perfil establecido; a la vez con test de evaluación. Y la entrevista personal. Ahí deberá demostrar todo lo que sabe acerca de la empresa. Este proceso es riguroso.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 9,11,12

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 38: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : SFE	
SUBCODIGO	El futuro colaborador debe asumir sus funciones y desarrollarlas de manera óptima. Todos sin excepción alguna. Estén presentándose para el área que soliciten. Deben ser proactivos, estar capacitándose. Muy aparte que la empresa siempre los envía a talleres, cursos, ahora están con una asesoría externa de coaching por dos años. El colaborador debe recibir y transmitir toda esa información a sus subalternos.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 1,3,4

III Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 39: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : FSAC	
SUBCODIGO	La empresa FRIOCHECK S.A.C Se dedica al rubro de la comercialización de sistemas de control de temperaturas en industria alimentaria y asesoría. <ul style="list-style-type: none">• Leal.• Proactivo.• Carismático.• Amable.• Que se identifique con la empresa.• Responsable.• Indispensable trabajo de campo.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 1,2,3

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 40: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : FSAC	
SUBCODIGO	No es relevante este criterio.
TOTAL DE RESPUESTA	0% de 0% Ningun items

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 41: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : FSAC	
SUBCODIGO	Se le evalúa mediante un test de desempeño y perfil que se requiere. Si está apto para ocupar el puesto que está postulando y luego se le hace seguimiento de su desarrollo.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 9,11,12

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 42: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : FSAC	
SUBCODIGO	Debe estar dispuesto a considerar el trabajo bajo presión, tener una comunicación asertiva con los clientes, saber todas las características de los sensores y si es asesoría dominio del tema específico.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 14,15,16

IV Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 43: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	NET WORKING PERU EIRL, se dedica al rubro de redes y telecomunicaciones. Proactivo. Leal. Identifique con la empresa. Puntualidad. Trabajo en equipo. Con valores.
TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 1,3

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 44: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	No se toma en cuenta este punto.
TOTAL DE RESPUESTA	0% de 0% Ningun items

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 45: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	Se revisa el cv, y la entrevista personal. Estos factores son fundamentales. Enseguida se decide si encaja en el perfil solicitado.
TOTAL DE RESPUESTA	25% de 100% Items 10

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 46: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	Aquí es base que maneje todo lo concerniente a redes y telecomunicaciones, que esté dispuesto aprender nuevas tendencias que requiere el mercado; ya que este rubro es amplio. Haga toma de decisiones rápidas y constantes.
TOTAL DE RESPUESTA	05% de 100% Items 15,16

V Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 47: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : SSAC	
SUBCODIGO	En la empresa SERTEL SAC la cual se dedica al rubro del Sector Comercio Personal calificado: De acuerdo al área que requiera el personal debe evidenciar: Trabajo en equipo, Actitud positiva, Preparación profesional Personal operario: Personal mayor de 18 años con actitud positiva y experiencia en trabajos de campo.
TOTAL DE RESPUESTA	0% de 100% Ningun items

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 48: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : SSAC	
SUBCODIGO	<p>Un colaborador debe tener ciertos requisitos para ocupar un puesto de trabajo, esto va depender al área que será contratado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiene que tener estudios universitarios concluidos - Contar con experiencia en el cargo como mínimo 3 años - Tener conocimiento de office certificados - Ser proactivo - Trabajar en equipo <p>Asimismo, por parte de la empresa se brindara una línea de carrera en cuanto a su desempeño y compromiso que asume con los objetivos de la empresa, se le dará capacitaciones, contara con un grato ambiente laboral, se dará los beneficios conforme a lo que establece la ley.</p>
TOTAL DE RESPUESTA	<p>0% de 100% Ningun items</p>

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 49: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	<p>Nuestros colaboradores deben asumir con responsabilidad y compromiso los objetivos de la empresa, trabajar en equipo, debe tener capacitaciones constantes para que asi puede aportar nuevas ideas en mejora de la empresa, mantener actitud positiva para realizar sus tareas laborales y asi cumplir con el objetivo de la empresa.</p>
TOTAL DE RESPUESTA	<p>100% de 100% Items 9,10,11,12</p>

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 50: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	<p>Nuestros colaboradores deben asumir con responsabilidad y compromiso los objetivos de la empresa, trabajar en equipo, debe tener capacitaciones constantes para que asi puede aportar nuevas ideas en mejora de la empresa, mantener actitud positiva</p>

	para realizar sus tareas laborales y así cumplir con el objetivo de la empresa.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 13,14,16

VI Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 51: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : SSAC	
SUBCODIGO	En la empresa SERTEL SAC la cual se dedica al rubro del Sector Comercio Personal calificado: De acuerdo al área que requiera el personal debe evidenciar: Trabajo en equipo, Actitud positiva, Preparación profesional Personal operario: Personal mayor de 18 años con actitud positiva y experiencia en trabajos de campo.
TOTAL DE RESPUESTA	25% de 100% Items 4

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 52: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : SSAC	
SUBCODIGO	Un colaborador debe tener ciertos requisitos para ocupar un puesto de trabajo, esto va depender al área que será contratado. <ul style="list-style-type: none"> - Tiene que tener estudios universitarios concluidos - Contar con experiencia en el cargo como mínimo 3 años - Tener conocimiento de office certificados - Ser proactivo - Trabajar en equipo Asimismo, por parte de la empresa se brindara una línea de carrera en cuanto a su desempeño y compromiso que asume con los objetivos de la empresa, se le dará capacitaciones, contara con un grato ambiente laboral, se dará los beneficios conforme a lo que establece la ley.
TOTAL DE RESPUESTA	0% de 100% Ningun item

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 53: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	Evidenciar responsabilidad y compromiso para aportar mejora de la empresa, y así cumplir con el objetivo de la empresa.
TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 11,12

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 54: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : NWP	
SUBCODIGO	Tener capacitaciones constantes, actitud positiva.
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 16

VII Entrevistado:

1^{era} Pregunta:

Tabla N° 55: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?

CATEGORIA: DIMENSION PERSONAL	
CODIGO : DTSAC	
SUBCODIGO	<p>En la empresa DANPER TRUJILLO SAC la cual se dedica al rubro de la agroexportación tenemos 2 tipos de contratación:</p> <p>Personal calificado: De acuerdo al área que requiera el personal se hace una convocatoria interna y externa para cubrir el puesto, los criterios que se consideran son:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Compromiso2. Responsabilidad3. Trabajo en equipo4. Trabajo bajo presión5. Habilidad para resolver desafíos y toma de decisiones6. Actitud positiva7. Proactivo8. Preparación profesional

	Personal operario: Personal mayor de 18 años con actitud positiva y experiencia en trabajos de campo.
TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 1,4

2^{da} Pregunta:

Tabla N° 56: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?

CATEGORIA: DIMENSION FAMILIAR	
CODIGO : DTSAC	
SUBCODIGO	No tenemos restricciones para contratar personal con algún tipo de aspecto familiar.
TOTAL DE RESPUESTA	0% de 100% Ningun item

3^{era} Pregunta:

Tabla N° 57: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?

CATEGORIA: DIMENSION LABORAL	
CODIGO : DTSAC	
SUBCODIGO	<p>Esta parte si es importante porque para la contratación de personal calificado si hay pautas y requisitos las cuales debe cumplir el contratado.</p> <p>Se hace una previa evaluación y test para su contratación. Cada 6 meses se aplica una evaluación del desempeño a los empleados pues es algo vital para cualquier empresa que quiera comprobar el nivel de productividad interno. Lo tomamos especialmente para analizar los objetivos de nuestros colaboradores si están cumpliendo o no y poder tomar decisiones que desbloqueen al trabajador y le permitan seguir trabajando y logrando objetivos en la empresa.</p> <p>Realizando la evaluación del desempeño de manera regular, es posible planificar incrementos salariales, promociones internas de nuestros empleados o la oferta de beneficios sociales para empleados de cumplirse los objetivos previamente marcados al inicio de la campaña.</p>
TOTAL DE RESPUESTA	75% de 100% Items 9,11,12

4^{ta} Pregunta:

Tabla N° 58: Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CATEGORIA: DIMENSION PROFESIONAL	
CODIGO : DTSAC	
SUBCODIGO	Un colaborador comprometido con los objetivos de la empresa es importante para realizar un buen trabajo. Con una mente abierta para aprender cosas nuevas y realizar un buen trabajo. Constante búsqueda de nuevos conocimientos. Que siga formándose y aprendiendo en una actitud positiva. Un empleado constante en cumplir objetivos y preparación.
TOTAL DE RESPUESTA	50% de 100% Items 13,16

5.2 Prueba de hipótesis

5.2.1 Para Hipótesis General:

HG: Existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

a) Planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

H_i Existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

H_o No existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

b) Para un nivel de significancia (Sig.), $\alpha < 0.05$

c) El estadístico de prueba Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Donde el recorrido del coeficiente de correlación muestral r está en el intervalo: $-1 < r < 1$

d) El resultado del coeficiente de correlación de Pearson en SPSS (v 25.0)

Tabla N° 59: Prueba de hipótesis general

CORRELACIÓN		CARACTERÍSTICAS DE LOS MILENNIALS	EMPLEABILIDAD
CARACTERÍSTICAS DE LOS MILENNIALS	Correlación de Pearson	0.854(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	494	494
EMPLEABILIDAD	Correlación de Pearson	1	0.854(**)
	Sig. (bilateral)		.000
	N	494	494

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el nivel de significancia es igual a 0.00, y por tanto menor a 0.05; se rechaza la hipótesis nula. A partir del resultado obtenido se infiere que existe una correlación estadísticamente significativa de 0.854. Este valor correlacional determina que existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

5.2.2 Para Hipótesis específica 1:

HE₁: Los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

H_i Los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

H_o Los aspectos personales de los Millennials no se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Para un nivel de significancia (Sig.), $\alpha < 0.05$

a) El estadístico de prueba Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Donde el recorrido del coeficiente de correlación muestral r está en el intervalo: $-1 < r < 1$

b) El resultado del coeficiente de correlación de Pearson en SPSS (v 25.0)

Tabla N° 60: Prueba de hipótesis específica 1

CORRELACIÓN		ASPECTOS PERSONALES	EMPLEABILIDAD
ASPECTOS PERSONALES	Correlación de Pearson	0.894(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	494	494
EMPLEABILIDAD	Correlación de Pearson	1	0.894(**)
	Sig. (bilateral)		.000
	N	494	494

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el nivel de significancia es igual a 0.00, y por tanto menor a 0.05; se rechaza la hipótesis nula. A partir del resultado obtenido se infiere que existe una correlación estadísticamente significativa de 0.894. Este valor correlacional determina que los aspectos personales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

5.2.3 Para Hipótesis específica 2:

HE₁: El aspecto familiar de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

H_i El aspecto familiar de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

H_o El aspecto familiar de los Millennials no se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Para un nivel de significancia (Sig.), alfa < 0.05

a) El estadístico de prueba Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Donde el recorrido del coeficiente de correlación muestral r está en el intervalo: $-1 < r < 1$

b) El resultado del coeficiente de correlación de Pearson en SPSS (v 25.0)

Tabla N° 61: Prueba de hipótesis específica 2

CORRELACIÓN		ASPECTOS FAMILIAR	EMPLEABILIDAD
ASPECTOS FAMILIAR	Correlación de Pearson	0.892(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	494	494
EMPLEABILIDAD	Correlación de Pearson	1	0.892(**)
	Sig. (bilateral)		.000
	N	494	494

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el nivel de significancia es igual a 0.00, y por tanto menor a 0.05; se rechaza la hipótesis nula. A partir del resultado obtenido se infiere que existe una correlación estadísticamente significativa de 0.892. Este valor correlacional determina que los aspectos familiares de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

5.2.4 Para Hipótesis específica 3:

HE₁: El aspecto laboral de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

H_i El aspecto laboral de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

H_o El aspecto laboral de los Millennials no se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Para un nivel de significancia (Sig.), alfa < 0.05

c) El estadístico de prueba Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Donde el recorrido del coeficiente de correlación muestral r está en el intervalo: $-1 < r < 1$

d) El resultado del coeficiente de correlación de Pearson en SPSS (v 25.0)

Tabla N° 62: Prueba de hipótesis específica 3

CORRELACIÓN		ASPECTOS FAMILIAR	EMPLEABILIDAD
ASPECTO LABORAL	Correlación de Pearson	0.892(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	494	494
EMPLEABILIDAD	Correlación de Pearson	1	0.892(**)
	Sig. (bilateral)		.000
	N	494	494

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el nivel de significancia es igual a 0.00, y por tanto menor a 0.05; se rechaza la hipótesis nula. A partir del resultado obtenido se infiere que existe una correlación estadísticamente significativa de 0.892. Este valor correlacional determina que los aspectos laborales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

5.2.5 Para Hipótesis específica 4:

HE₁: El aspecto profesional de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

H_i El aspecto profesional de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

H_o El aspecto profesional de los Millennials no se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

Para un nivel de significancia (Sig.), alfa < 0.05

a) El estadístico de prueba Correlación de Pearson

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Donde el recorrido del coeficiente de correlación muestral r está en el intervalo: $-1 < r < 1$

b) El resultado del coeficiente de correlación de Pearson en SPSS (v 25.0)

Tabla N° 63: Prueba de hipótesis específica 4

CORRELACIÓN		ASPECTO PROFESIONAL	EMPLEABILIDAD
ASPECTO PROFESIONAL	Correlación de Pearson	0.892(**)	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	494	494
EMPLEABILIDAD	Correlación de Pearson	1	0.892(**)
	Sig. (bilateral)		.000
	N	494	494

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el nivel de significancia es igual a 0.00, y por tanto menor a 0.05; se rechaza la hipótesis nula. A partir del resultado obtenido se infiere que existe una correlación estadísticamente significativa de 0.892. Este valor correlacional determina que los aspectos profesionales de los Millennials se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. Con respecto al planteamiento general, si existen principales características de los Millennials que se relacionan con respecto a la empleabilidad en la Región Ica, 2019, se tiene que el 39% de los encuestados responden a las principales características en una escala de medio, un reducido 0.5% indica que es bajo el nivel de características de los Millennials en terminos generales, a su vez un marcado 60.5% se infiere que presenta un alto nivel con respecto a la características planteadas, dichos datos se encuentran bajo un nivel de fiabilidad de Alfa de Crombach equivalente a 0.836 con respecto a la encuesta aplicada, la misma que se contrasta con los resultados obtenidos en la entrevista a gerentes y/o representantes de organizaciones en nuestra región Ica, arrojando un 52.67% de correspondencia de sincronización con respecto a sus expectativas de colaboradores.
2. Con referencia a los aspectos personales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.854, a su vez refrendada por los resultados obtenidos en la encuesta que ubica en un nivel medio al 70.4% del total de encuestados con respecto a dichos aspectos, un mínimo 0.8% en una escala de bajo y 28.7% en un nivel de alto, la misma que varía con respecto a la percepción empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (75%), E2(75%), E3(75%), E4(50%), E5(0%), E6(25%), E7(50%), siendo un consolidado de 50%.
3. Con referencia a los aspectos familiares de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlación de Pearson es de 0.894, a su vez refrendada por los resultados obtenidos en la encuesta que ubica en un nivel medio al 65.6% del total de encuestados con respecto a dichos aspectos, un mínimo 0.2% en una escala de bajo y 34.2% en un nivel de alto, la misma que varía con respecto a la percepción empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (75%), E2(50%),

E3(0%), E4(0%), E5(0%), E6(0%), E7(0%), siendo un consolidado de 17.86%.

4. Con relacion a los aspectos laborales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlacion de Pearson es de 0.892, a su vez refrendada por los resultados obtenidos en la encuesta que ubica en un nivel medio al 57.9% del total de encuestados con respecto a dichos aspectos, un minimo 0.4% en una escala de bajo y 41.7% en un nivel de alto, la misma que concuerda parcialmente con respecto a la percepcion empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (100%), E2(75%), E3(75%), E4(25%), E5(100%), E6(50%), E7(75%), siendo un consolidado de 71.43%.

5. Con respecto a los aspectos profesionales de los Millennials se afirma que si se relacionan con la empleabilidad en la Región Ica, 2019, ya que su correlacion de Pearson es de 0.892, a su vez refrendada por los resultados obtenidos en la encuesta que ubica en un nivel medio al 48% del total de encuestados con respecto a dichos aspectos, un minimo 0.4% en una escala de bajo y 51.6% en un nivel de alto, la misma que concuerda parcialmente con respecto a la percepcion empresarial de los 7 entrevistados, donde se tiene que E1 (100%), E2(75%), E3(75%), E4(50%), E5(75%), E6(75%), E7(50%), siendo un consolidado de 71.43%.

6.2 Recomendaciones

1. Afianzar el aspecto profesional y laboral de los jóvenes Millennials, aunado a lo familiar y personal a modo que las habilidades y destrezas que presentan los antes mencionados respondan a las expectativas de los gerentes y/o quienes hagan sus veces `para poder responder a la oferta y demanda del mercado competitivo, generando así capital intelectual y axiológico.
2. Promover el desarrollo y crecimiento personal de los Millennials, para que se ellos se sientan complcidos en sus centro lavboral, a su vez tengan la oportunidad de recibir reconocimientos, la misdma que contribuye a cobertuar lo que el mercado demandas y reponda a los intereses de quienes dirigen las organizaciones. El mencionado desarrollo y crecimiento podria sistematizarse en convenios interinstitucionales (Educacion, sector publico, sector privado, etc).
3. Impulsar el afianzamiento de la vision tripartita Sociedad, familia y organización, referido a los espacios de integracion que se deben dar en Loa Milennilas, ya que cosnideran que es de suma importancia, los mismo que se podrian dar con charlas, talleres, juego recreativos.
4. Propiciar lineas de carrera profesional o desarrollo profesional, que buscan los Millennials, para poder permamecer en una institucion, y poder evitar la fuga de talentos, siendo un alternativa la constante agreagacion de valor laboral, ya que una de sus características es la proactividad.
5. Motivar y ejecutar espacios de perfeccionamiento (Bolsa de trabajo universitarios, Subgerencia de Promocion de Trabajo y Empleo, Ferias de Emprendimiento y laborales), para afianzar la identidad institucional y el compromiso con la institucion.

FUENTE DE INFORMACION

Referencias bibliograficas

Tesis

Cantu, L (2006) "*Factores que se aplican para la atracción y retención de personal en organizaciones grandes de manufactura del estado de nueva león*". (Proyecto final de campo para optar a título de maestría en psicología laboral. Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León, México). Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/5584/>

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-Francisco-javier-santacruz-villegas.html>

Prieto, P. (2013) "*Gestión del talento humano como estrategia para retención del personal*" (Tesis de especialización, Universidad de Medellín, Medellín, Colombia). Recuperado de: <http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>

Libros

Brunner, José. (2001). "*Competencias de empleabilidad*".

Cuesta E, Ibáñez ME, Tagliabue R, Zangaro M (2010) "*La nueva generación y el trabajo*". *Barbarói* 31: 126-138.

Ferrer A (2010) "*Millennials, la generación del siglo XXI*". *Nueva Rev. Polít. Cult. Arte* 130: 16-19

García Ferrando, M. (1993) "*La Encuesta*" En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (Comp.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp. 123-152). Madrid, España: Alianza Universidad.

Howe, N., y Strauss, W. (2009) "*Millennials rising: The next great generation*". New York: Vintage.

Hernández Sampieri, Roberto (2010) "*Fundamentos de metodología de la investigación*", México, McGraw-Hill.

Manovich, L. (2013) "*El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*". Barcelona, Paidós.

Martínez M. (1998) "*La investigación cualitativa etnográfica en educación*". México: Trillas. pp. 65-68

Ortiz de Zevallos, Fernando (2013). "*Los hábitos de la próxima generación*".

Rainer TS, Rainer JW (2011) "*The Millennials: Connecting to America's Largest Generation*". B&H. Nashville, TN, EEUU. 304 pp

Martin, C. (2005) "*From high maintenance to high productivity: What managers need to know about Generation Y*". *Industrial and Commercial Training*, 37(1), 39-44.

Platt, J. R. (2002) "*The history of the interview*". En J. F. Gumbrium; J. A. Holstein (eds.), *Handbook of Interview Research* (pág. 33-54). Londres: Sage.

Díaz de Rada, V.; Núñez, A. (2008) "*Estudio de las incidencias en la investigación con encuesta. El caso de los barómetros del CIS*". Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Referencias electronicas

Libros electronicos

Karsh, B. & Templin, C. (2013) *Manager 3.0: "A Millennial's Guide to Rewriting the Rules of Management"* [Version Kindle]. IOD: 4246212/5699818. Obtenido de Amazon.com

Ortega, I. (2014) *"Millennials: inventa tu futuro"*. España: Universidad Internacional de La Rioja. [Consulta: 20 de mayo de 2017]

Articulos científicos

Blazquez, S. (2015) *"El país. La educación se adapta los millennials"* 5deabril. https://elpais.com/economia/2015/03/31/actualidad/1427800907_904691.html

Castillo, C. (2009) *"Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional directivo"*. Fundación EOI. Recuperado de <http://www.eoi.es/savia/documento/eoi12007/nuevas-tendencias-en-la-retencion-y-mejora-del-talento-profesional-y-directivo>

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico CEPLAN PERU *"Los Millennials – Características"* (Artículo del Diario Gestión 4 Marzo 2015 – Lima-Perú).

Cervantes I, Rosales R (2012) *"Cultura de Conocimiento y Gestión Adecuada de los Recursos Humanos: Pilares para una Gestión del Conocimiento Sustentable"*. Recuperado de : www.psicologiaonline.com/articulos/2010/05/cultura_conocimiento.shtml (Cons. 18/11/2016).

Cone Study. (2013) *"Cone Communications Social Impact Study: The next cause evolution"*. Recuperado septiembre, 14, 2014, de http://www.conecomm.com/stuff/contentmgr/files/0/e3d2eec1e15e858867a5c2b1a22c4cfb/files/2013_cone_comm_social_impact_study.pdf

Revista Semana Económica. N.º 18, Lima - Perú. Thalía Penagos & Ernesto Rubio (2015). "Millenials y Millen"

Pew Research Center (2010) "*Millennials. Confident*". Connected. Open to change. Washington D. C: Pew Research Center. Pág. 26 [Consulta: 2 de junio de 2017]

Rodríguez (2012) "*Orientación profesional por competencias transversales para mejorar la empleabilidad*". Universidad de Zaragoza.

Tasayco Jala, A & Rangel Magallanes, M (2019) Investigación para universitarios. Documenta Asesoría y Servicios Generales. ISBN: 978-612-48037-0-3

Taylor, M. (2005) "*Generation neXt: Today's postmodern student-meeting, teaching, and serving*". A Collection of Papers on Self-Study and Institutional Improvement, Chicago: The Higher Learning Commission.

Thijssen, J. (2000) "Employability in het brandpunt. Aanzet tot verheldering van een diffuus fenomeen". Tijdschrift HRM, 1, 7–34.

Thompson, W (2015). "*New Natural: The Next Generation of Conscious Consumerism*". Recuperado abril, 09, 2015, de <https://www.jwtintelligence.com/trend-reports/new-natural/>

Vidal García, J. (2013) "*Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios*". Salamanca: Consejo de Coordinación Universitaria.

Weinberg, Pedro. (2004) "*Formación profesional, empleo y empleabilidad*"

Anexo N°1 Instrumentos de investigación

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE ICA INVESTIGACION INSTITUCIONAL

CUESTIONARIO “LOS MILENNIALS”

Estimado compañero la siguiente encuesta tiene por finalidad **Determinar las principales características de los Millennials en la empleabilidad de la Region Ica**. Para el cual, le pedimos su ayuda con sus respuestas, las mismas que serán tratadas de forma confidencial.

Instrucciones: Observe detenidamente cada items, elija marcando con un aspa (x), la escala mas pertinente desde su punto de vista con total de franqueza, se le agradece por su cooperación.

Escoge una de las 5 alternativas:

1	2	3	4	5
Nunca	Raras veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre

CARACTERISTICAS DE LOS MILENNIALS		ESCALAS DE VALORACION				
ITEMS		1	2	3	4	5
		NUNCA	RARAS VECES	ALGUNA S VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
ASPECTO PERSONALES						
01	Consideras que tu trabajo tiene un significado especial para ti, que no solo es un trabajo.					
02	Tienes la oportunidad de recibir un reconocimiento.					
03	Te sientes satisfecho con los resultados obtenidos en tu puesto de trabajo.					
04	Te encuentras en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.					
ASPECTO FAMILIAR						
05	Te mantienes informado con tu familia acerca de temas y acuerdos internos.					

06	Asumes compromisos en casa y las cumples.					
07	Sientes la urgencia de independizarte.					
08	Una familia implica tener pareja e hijos.					
ASPECTO LABORAL						
09	Deseo permanecer en mi centro laboral.					
10	La competencia laboral en mi centro laboral es justa y objetiva, lo que me motiva a mejorar.					
11	Tu centro laboral, es un gran lugar para trabajar.					
12	Eres entusiasta a la hora de laborar.					
ASPECTO PROFESIONAL						
13	Sientes que en el puesto donde te desempeñas has crecido profesionalmente.					
14	Consideras que se debe contar con más de una carrera sea técnica o universitaria.					
15	Toda organización debe contar con equipo tecnológico (Infraestructura , soporte técnico, capital humano)					
16	El valor agregado genera competitividad laboral.					

INVESTIGACION INSTITUCIONAL

ENTREVISTA

“LOS MILENNIALS”

Estimado compañero la siguiente encuesta tiene por finalidad **Determinar las principales características de los Millennials en la empleabilidad de la Region Ica**. Para el cual, le pedimos su ayuda con sus respuestas, las mismas que serán tratadas de forma confidencial.

1. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto personal?
2. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto familiar?
3. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto laboral?
4. Desde su trayectoria: ¿Qué criterios considera que debe reunir un colaborador en el aspecto profesional?

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: de Noviembre de 2019

Yo _____, acepto voluntariamente que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Ica, tomen en cuenta mi participación en la investigación “**LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA. PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL**”, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica .

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

**Apellidos y Nombre
Participante**

**NOMBRE:
Dr. Abel Alejandro
Tasayco Jala**

Anexo Nº 2 Ficha de validacion de instrumentos

INFORME DE VALIDACIÓN INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

INFORME DE VALIDACIÓN INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS Cuestionario "LOS MILENNIALS"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRE DEL INFORMANTE :
Mg. César Iván Torres Sotelo
- 1.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA:
Docente de la Universidad Autónoma de Ica
- 1.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO :
Cuestionario "LOS MILENNIALS."
- 1.4. OBJETIVO DE LA EVALUACIÓN:
Medir la consistencia interna (Validez de Contenido) del instrumento en relación con la variable dependiente de la investigación.
- 1.5. AUTORES DEL INSTRUMENTO :
Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala

II.- ASPECTOS DE VALIDACION:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro				80%	
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas.				80%	
ACTUALIDAD	Está de acuerdo a los avances de las teorías de la escuela para padres.				80%	
ORGANIZACION	Existe una organización lógica y coherente.				80%	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.				80%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para establecer los conocimientos de convivencia.				80%	
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos				80%	
COHERENCIA	Entre los índices e indicadores.				80%	
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación descriptiva.				80%	

III.- OPINION DE APLICABILIDAD:
Se recomienda la aplicación de los items porque garantizan la medición de los indicadores propuestos en su variable Millennials.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION

80%

Chincha Alta, 24 de Octubre de 2019



Ally César León Torres Sotelo
MATEMÁTICO E INFORMÁTICO
COBAN N° 2017

Anexo N° 3 Consentimiento

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 25 de Noviembre de 2019

Yo MAGALLANES TELLO JONATHAN, acepto voluntariamente que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Ica, tomen en cuenta mi participación en la investigación "LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA. PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL", conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

Apellidos y Nombre
Participante

MAGALLANES TELLO JONATHAN
Jonathan Magallanes Tello

NOMBRE:
Investigador Responsable

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 25 de noviembre de 2019

Yo, Mirna Nelly Sebastian Gil, acepto voluntariamente que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Ica, tomen en cuenta mi participación en la investigación **“LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA. PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL”**, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe



Apellidos y Nombre
Participante

NOMBRE:
Investigador Responsable

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 20 de Noviembre de 2019

Yo Edwin Antonio Vásquez Mansilla, acepto voluntariamente que los estudiantes de la Universidad Autónoma de Ica, tomen en cuenta mi participación en la investigación "LOS MILENNIALES Y LA EMPLEABILIDAD EN LA REGION DE ICA. PROPUESTA DE FORMACION PROFESIONAL", conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

Apellidos y Nombre

Participante

EDWIN VÁSQUEZ MANSILLA
ABOGADO - NOTARIO



NOMBRE:

Investigador Responsable

PROFESIONAL™, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tayaico Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

META COLD S.A.C.
RUC. 20603051051

Apellidos y Nombre

Participante
Enmanuel Santa Cruz Mendoza
GERENTE GENERAL

NOMBRE

Investigador Responsable

PROFESIONAL, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

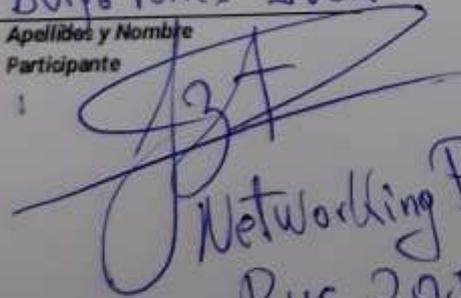
Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

Burga Torres Jack

Apellidos y Nombre
Participante

NOMBRE

Investigador Responsable



Networking Perú EIRL
Ruc 20534260262

PROFESIONAL”, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dipi@autonomadeica.edu.pe

ECOS S. Ana N

Apellidos y Nombre
Participante

NOMBRE

Investigador Responsable

Friochack


ANA N. ECOS SARMIENTO
GERENTE DE MARKETING

PROFESIONAL”, conducido por el Docente Investigador Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala de la Universidad Autónoma de Ica.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de la participación. Reconozco que la información que se provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que se puede hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que es posible el retiro del mismo cuando así se desee, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

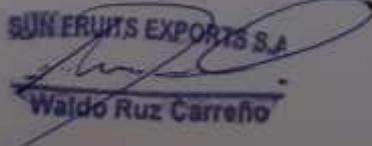
De tener preguntas sobre la participación en este estudio, puedo con la Directora de Investigación y Producción Intelectual de la Universidad Autónoma de Ica teléfono: 056- 269176

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar con la Dirección de Investigación y Producción Intelectual al correo electrónico dpi@autonomadeica.edu.pe

Apellidos y Nombre
Participante

NOMBRE
Investigador Responsable

SUN ERUITS EXPORTS S.A


Waldo Ruz Carreño

Anexo N° 4: Informe Estadístico

INFORME N° 001-2019

A : **Dr. Abel Alejandro Tascayo Jala**
Docente Responsable Scientia 2018

DE : **Mg. César Iván Torres Sotelo**
Docente de la E.P. de Estadística de la Facultad de Ciencias - UNICA

CC : **Dra. Maribel Cecilia Rangel Magallanes**
Directora de Investigación de la Universidad Autónoma de Ica

ASUNTO : **Informe Estadístico**

FECHA : Ica, 28 de noviembre del 2019

Tengo el agrado de dirigirme a su despacho para expresar mi cordial saludo y presentar el informe acerca del procesamiento y análisis de datos estadísticos del proyecto Scientia 2018 denominado "Los Millennials y la empleabilidad en la región de Ica- Propuesta de formación profesional".

Las actividades se iniciaron con la recepción de seis sobres manila lacrados, verificándose en el interior de cada una de ellas el número total de 494 encuestas. De inmediato se procedió a la organización de los resultados de las encuestas mediante una base de datos, para ello se usó el software estadístico SPSS Versión 25 para IOS, se registraron en total 2964 datos repartidos en 16 ítems en una escala de valoración del 1 al 5. Luego se procedió con el análisis de fiabilidad, usando el alfa de Cronbach. Posteriormente se generaron 16 cuadros de frecuencias y 16 gráficos de barras correspondientes a cada uno de los ítems, del mismo modo se realizó el análisis por dimensión, generándose adicionalmente cuatro cuadros de frecuencias y la misma cantidad de gráficos de barras. Adjunto CD con resultados, un ejemplar impreso de resultados y recibo por honorarios.

Es todo en cuanto debo informar.


Mg. César Iván Torres Sotelo
MATEMÁTICO E INFORMÁTICO
CCNAP N° 2017

Anexo N° 5: Propuesta de Formación Profesional.

PROPUESTA TÉCNICA

“POTENCIAR LOS ATRIBUTOS DE LOS MILENNILAS. REGION ICA”

ESTRATEGIAS PLANTEADAS.

1.- ASPECTOS PERSONALES

Objetivo: Promover el desarrollo y crecimiento personal de los Millennials, para que se ellos se sientan complcidos en sus centro laboral, a su vez tengan la oportunidad de recibir reconocimientos, la misma que contribuye a coberturar lo que el mercado demanda y responda a los intereses de quienes dirigen las organizaciones.

Estrategia a utilizarse:

Focus Group

Es una técnica para obtener datos cualitativos necesarios para una investigación. Esta información se logra reuniendo a un pequeño grupo entre 6 y 12 personas con el fin de presentar sus opiniones, gustos y preferencias en torno a un producto, servicio, idea, publicidad o contenido.

2. ASPECTO FAMILIAR

Objetivo: Impulsar el afianzamiento de la vision tripartita Sociedad, familia y organización, referido a los espacios de integracion que se deben dar en los Millennials, ya que consideran que es de suma importancia, los mismo que se podrian dar con charlas, talleres, juegos recreativos.

Estrategia a utilizarse:

Capital Humano

Comprende afianzar los conocimientos, habilidades, competencias y atributos personificados en individuos productos del seno familiar que facilita el bienestar personal, social y economico.

3.- ASPECTO LABORAL

Objetivo: Propiciar líneas de carrera profesional o desarrollo profesional, que buscan los Millennials, para poder permamecer en una institución, y poder evitar la fuga de talentos, siendo un alternativa la constante agregación de valor laboral, ya que una de sus características es la proactividad.

Estrategia a utilizarse:

Evaluación de desempeño

Es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual. Este sistema permite una medición sistemática, objetiva e integral de la conducta profesional y el rendimiento o el logro de resultados.

4.- ASPECTO PROFESIONAL

Objetivo: Motivar y ejecutar espacios de perfeccionamiento (Bolsa de trabajo universitarios, Subgerencia de Promoción de Trabajo y Empleo, Ferias de Emprendimiento y laborales), para afianzar la identidad institucional y el compromiso con la institución.

Estrategia a utilizarse:

Empowerment

Es una herramienta gerencial encargada de proveer la cantidad y calidad de insumos en la que se pueden alcanzar los beneficios óptimos de la tecnología, pues los miembros de los equipos de trabajos, y la organización tendrán un completo acceso y uso de información crítica; poseerán la tecnología, habilidades, responsabilidad y autoridad para utilizar la información y llevar a cabo la organización.

Anexo N° 6: Informe de turnitin 28%

Anexo N° 7: Fotografias





