

Retener a los millennials: una preocupación para el 50% de las firmas

Los millennials son motivo de preocupación para las empresas de todas las dimensiones. Al 50,7% de las firmas medianas argentinas, se les hace difícil atraer y retener millennials, solo a un 12% les parece fácil y al 37,3% restante les es indistinto, indica un estudio de Grant Thornton Argentina.

En la mayoría de las empresas medianas argentinas (62,7%), la tasa de rotación de millennials es inferior al 10%. A esta figura le sigue otro 17,3% cuya tasa de rotación está entre 10 y 30%. A la hora de fidelizarlos, las políticas para fidelizarlos las encabezan las capacitaciones (50%), seguido de un 25,8% que ofrece horarios flexibles y otro 10,6% que ofrece beneficios no remunerativos.●

Retener a los millennials: una preocupación para el 50% de las firmas

Los millennials son motivo de preocupación para las empresas de todas las dimensiones. Al 50,7% de las firmas medianas argentinas, se les hace difícil atraer y retener millennials, solo a un 12% les parece fácil y al 37,3% restante les es indistinto, indica un estudio de Grant Thornton Argentina.

En la mayoría de las empresas medianas argentinas (62,7%), la tasa de rotación de millennials es inferior al 10%. A esta figura le sigue otro 17,3% cuya tasa de rotación está entre 10 y 30%. A la hora de fidelizarlos, las políticas para fidelizarlos las encabezan las capacitaciones (50%), seguido de un 25,8% que ofrece horarios flexibles y otro 10,6% que ofrece beneficios no remunerativos.