

Generación Millennial y sus expectativas en el entorno laboral. El caso de estudiantes de ingeniería de San Luis Potosí

Irma Esthela
Hernández Ramos
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí
México

Paola Isabel
Rodríguez Gutiérrez¹
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí
México

Eder Francisco
Oliva Chávez
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí
México

Lucía Alejandra
Rocha Ortega
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí
México

Artículo de investigación

Recibido: Septiembre 5, 2020

Aceptado: Julio 28, 2021

Disponible en línea: Septiembre 20, 2021

Resumen

En México, más de 38 millones de jóvenes pertenecen a la denominada generación Millennial, algunos de ellos acaban de obtener su primer empleo o aún están próximos a insertarse en el terreno laboral. Esto representa un reto para los empleadores, ya que se ha detectado que además de las características específicas propias de dicha generación, este sector poblacional posee nuevas demandas, expectativas y prioridades para sus futuros empleos. Por ello el objetivo de esta investigación es analizar las expectativas laborales de jóvenes estudiantes de ingeniería de la ciudad de San Luis Potosí que pertenecen a la generación Millennial, cuyas elecciones de carrera los hacen altamente elegibles para el sector industrial del estado. Este estudio se abordó con un enfoque cuantitativo, exploratorio, descriptivo, transversal, realizado en la segunda mitad del año 2017, con una muestra de 467 jóvenes provenientes de cinco universidades de la ciudad de San Luis Potosí, México. Los principales hallazgos sugieren que los jóvenes de esta generación valoran mucho el trabajar haciendo algo que les apasione, recibir capacitación constante y que se les proporcione posibilidad de crecimiento profesional a mediano y largo plazo.

Palabras clave: Atracción de talento; Generación Y; Juventud; Millennial; Retención de talento.

Millennial generation and their expectations in the work environment. The case of engineering students from San Luis Potosí

Abstract

In Mexico, more than 38 million young people belong to the so-called Millennial generation, some of them have just obtained their first job or are close to entering the labor market. This represents a challenge for employers, since it has been detected that in addition to the specific characteristics of this generation, this population sector has new demands, expectations and priorities for their future

1 Autor de correspondencia: Paola Isabel Rodríguez Gutiérrez, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, paola.rodriguez@uaslp.mx

jobs. Therefore, the objective of this research is to analyze the job expectations of young engineering students from the city of San Luis Potosí who belong to the Millennial generation, whose career choices make them highly eligible for the industrial sector of the state. This problem was addressed with a quantitative, exploratory, descriptive, cross-sectional study, carried out in the second half of 2017, with a sample of 467 young people from five universities in San Luis Potosí, Mexico. The main findings suggest that young people of this generation appreciate doing something that they are passionate about, receiving constant training and that the company provides the possibility of growth.

Key words: Generation Y; Millennial; Talent attraction; Talent retention; Youth.

1 Introducción

Generación *Millennial*. Los ahora denominados “nativos digitales”. En dicho grupo etario se concentra todo aquel sector de la población mundial cuyo nacimiento se fecha entre los años de 1980 y principios de la década de los 2000 (Weber & Urick 2017). La característica común a todos estos jóvenes reside -según afirman los autores considerados pioneros en el tema de la Generación *Millennial*, Winograd y Hais (2008)- en que el sector ha crecido inmerso en los tiempos en que la revolución tecnológica ha generado su producto más llamativo: el acceso masivo y doméstico al Internet. Además, esta nueva generación no ha necesitado prácticamente adaptarse a estos nuevos medios por la vía de un proceso de transición, ya que crecieron a la par de la nueva era digital.

Tan sólo en México -de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020)-, residen actualmente un total de 38.9 millones de jóvenes, cuyas edades oscilan entre los 20 y los 39 años, dato que representa cerca del 30.9 por ciento de la población total en el país. Estos jóvenes pertenecen a la denominada Generación *Millennial*, lo cual se deduce por su edad que indica que han nacido entre los años 1980 y 2000. La relevancia de estudiar las expectativas laborales y profesionales de los jóvenes *Millennial* radica en el impacto socio-económico que durante las próximas décadas tendrá dicha generación.

Su inserción al actual mercado laboral ha generado grandes retos en cuanto a las relaciones laborales de las empresas y de las organizaciones. Capelli (2001, p. 18) lo propone de la siguiente manera:

La nueva relación laboral es una nerviosa danza entre una relación abierta y la presión del mercado, en la que las partes están constantemente renegociando sus compromisos. Ahora, las presiones del mercado de trabajo son las importantes fuerzas que dan forma a la relación.

Ng, Schweitzer y Lyons (2010) detectaron que, además de las características específicas propias de dicha generación, este sector poblacional posee nuevas demandas, expectativas y prioridades para sus futuros empleos. Sumado a esto, actualmente se desarrolla una batalla campal por el talento humano, ya que para el éxito y sobrevivencia de las empresas es crucial encontrar y reclutar al personal adecuado (Durocher, Bujaki & Brouard, 2016), por ello resulta de vital importancia identificar las prioridades de esta generación para poder ofrecer lo que ellos están buscando.

En trabajos de investigación anteriores (Durocher *et al.*, 2016; Myers & Sadaghiani, 2010; Ng & Burke 2010; Rentz, 2015; Pyöriä *et al.*, 2017; Stewart *et al.*, 2017) se ha observado que cada grupo generacional tiene características propias, que se manifiestan en motivaciones y expectativas en el escenario laboral. Algunas de las

características o rasgos que se han observado en literatura académicas son: gusto por flexibilidad en diseño de carrera, comunicación abierta, preferencia por trabajo en equipos, equilibrio en la vida y trabajo, enfoque en lo que es justo a nivel institucional y deseo de retroalimentación y reto constante (Hayes *et al.*, 2018). Por tal motivo, los líderes de talento humano son los llamados a asumir un rol protagónico en rediseñar nuevas estrategias de atracción de talento alejándose de los antiguos paradigmas (Pozzi, 2014).

“Estrategias efectivas de reclutamiento y retención deben tomar en cuenta las necesidades y expectativas de la fuerza de trabajo” (Broom, 2010, p. 57), y de la misma forma el costo de no administrar de una manera correcta las distintas generaciones y sus preferencias podría incrementar la tasa de rotación y afectar la rentabilidad ante la pérdida de elementos valiosos (Gursoy, Chi & Karadag, 2013).

Es por ello que la presente investigación analiza las expectativas laborales de alumnos pertenecientes a la generación *Millennial*, que estudian ingeniería en la capital de San Luis Potosí, y que son altamente elegibles para el sector industrial del estado. Pretende identificar las características que debe tener un centro de trabajo para que resulte atractivo a los estudiantes que forman parte de la generación *Millennial*.

Las preguntas que se busca responder son las siguientes: ¿Cuáles son las características que debe reunir una empresa y un puesto para ser considerada prioridad entre las opciones de empleo de un profesionista en ingeniería de la generación *Millennial*? ¿Cuáles son sus principales motivaciones laborales? ¿Cuáles son las razones por las que considerarían cambiar de lugar de trabajo?

2 Materiales y métodos

La decisión de centrarse en las carreras del ramo de ingeniería obedece a la importancia que posee la industria manufacturera en San Luis Potosí. Esta actividad es la que agrupa el mayor número de personas ocupadas a nivel estatal. Las últimas cifras revelan que en dicho rubro laboran 184,705 hombres y mujeres, aproximadamente el 33.2 por ciento del total de personas ocupadas en esta entidad federativa (INEGI, 2019). De acuerdo con la Secretaría de Desarrollo Económico (2019) del estado de San Luis Potosí, el sector manufacturero genera 43.9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del estado, siendo la tercera fuerza económica más importante en San Luis Potosí; un sector que continuará al alza durante los próximos años.

Construcción de instrumento

Esta investigación diseñada con enfoque cuantitativo es transversal, de alcance exploratorio descriptivo, utilizando un cuestionario para la recopilación de datos. Sin embargo, es importante mencionar que la base de la construcción de este instrumento fue la realización de 14 *focus group* a un total de 139 alumnos, de 17 diferentes carreras del ramo de ingeniería en las universidades incluidas en este estudio (un promedio de 10 estudiantes por cada *focus group*). Los sujetos de prueba cursaban algún semestre entre quinto y décimo. La variante de muestreo que se empleó en esta primera fase fue de tipo no probabilístico, entendido éste como un procedimiento de selección informal, que permite a partir de sus resultados, hacer inferencias sobre la población (Hernández, Fernández & Baptista, 2006). El instrumento aplicado durante dicha etapa constó de un guión temático integrado por 12 preguntas abiertas.

Una vez realizada la totalidad de los *focus group*, los resultados se emplearon para crear otro instrumento y, con ello, reforzar los hallazgos de esta primera fase. A continuación, se presentan las categorías de los temas tratados.

Tema
Planes al terminar la carrera
Aspectos importantes en un empleo
Preocupaciones del futuro laboral
Movilidad internacional
Factores que ocasionarían renunciar al empleo ideal
Herramientas búsqueda de empleo

Tabla 1. Temas de *focus group*. Fuente: elaboración propia

Componentes	Número de elementos	Tipo de variable	Alfa de Cronbach
Aspectos importantes en un empleo (cultura)	4 elementos	Ordinal	0.850
Aspectos importantes en un empleo (puesto y clima)	3 elementos	Ordinal	0.637
Aspectos importantes en un empleo (valores equidad género y diversidad)	2 elementos	Ordinal	0.837
Aspectos importantes en un empleo (reputación de la empresa)	2 elementos	Ordinal	0.848
Aspectos importantes en un empleo (económicos)	3 elementos	Ordinal	0.715
Aspectos importantes en un empleo (tiempo y ubicación)	3 elementos	Ordinal	0.624
Preocupaciones sobre el futuro laboral	5 elementos	Ordinal	0.735
Movilidad internacional mayor a tres meses	4 elementos	Ordinal	0.856
Movilidad internacional hasta tres meses	2 elementos	Ordinal	0.879
Factores que ocasionarían renunciar al empleo ideal	3 elementos	Ordinal	0.740
Herramientas búsqueda de empleo vinculación y ferias	3 elementos	Ordinal	0.775
Herramientas búsqueda de empleo bolsas de trabajo online	4 elementos	Ordinal	0.903
Herramientas búsqueda de empleo redes sociales	2 elementos	Ordinal	0.760

Tabla 2. Componentes y fiabilidad del cuestionario. Fuente: elaboración propia

Con los resultados del *focus group*, se elaboró el cuestionario con respuesta en una escala de Likert de 7 puntos que iba del 0 ("Nada") al 6 ("Es indispensable"). En el texto *Técnicas de Investigación. En sociedad, cultura y comunicación*, Galindo (1998) hace referencia a la importancia del método de encuesta para las investigaciones en el ámbito social, además aborda las características principales de los cuestionarios: variedad y flexibilidad de aplicación, comparabilidad, desarrollo tecnológico, comprensión, precisión, por mencionar algunas, las cuales son un referente al momento de tener la necesidad de aplicar esta herramienta, ya que además de ser aceptada entre las organizaciones cada vez tiene más demanda en el ámbito académico.

La recopilación de datos se hizo en la segunda mitad del año 2017, el cuestionario se administró cara a cara en algunos casos y en otros casos las áreas de vinculación de cada una de las universidades participantes enviaron un enlace vía correo electrónico, a fin de que los estudiantes respondieran la encuesta en el momento que les resultara conveniente. Dicho enlace redireccionaba a la plataforma "SurveyMonkey", encargada de recopilar la información. Las respuestas se analizaron con un análisis factorial exploratorio con el método de extracción máxima verosimilitud y rotación Promax. Como resultado se obtuvo una matriz de patrón con 12 componentes, los cuales se especifican en la siguiente tabla, incluyendo el número de elementos que incluye cada una y el tipo de variable a la que corresponde. Adicionalmente se muestra el alfa de Cronbach para cada conjunto de ítems, el cual en todos los casos es superior al nivel recomendado (Hernández *et al.*, 2006).

La muestra final comprendió un total de 467 respuestas. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, con un nivel de confianza y precisión de la muestra que corresponde a 95% y 4.5% respectivamente.

3 Resultados

En la primera etapa del análisis de los datos se explican las características de la muestra. En una segunda etapa se presentan los resultados de cada componente del cuestionario, en este caso de manera agrupada, incluyendo las siguientes categorías:

- Aspectos importantes en un empleo
- Preocupaciones sobre el futuro laboral
- Movilidad internacional
- Factores que ocasionarían renunciar al empleo ideal
- Herramientas de búsqueda de empleo

Con relación a la descripción de la muestra, se observa que los participantes de este estudio provienen de cinco instituciones de educación superior, en mayor proporción de la Universidad Politécnica y en segundo lugar de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, ocupando éstas dos universidades más del 70% del total de la muestra. En la tabla tres se muestra la distribución de los estudiantes que participaron en el estudio agrupados por institución y licenciatura.

Las edades de los jóvenes corresponden a la generación *Millennial* por el año de nacimiento entre 1980 y 2000, con mayor concentración para los nacidos en el año 1995, 1996 y 1997.

En la figura 2 se puede observar que los participantes en el estudio son en su mayoría del género masculino (76.82%), ante esto se debe recordar que la población de las carreras de ingeniería se comporta generalmente de esa manera. El 23.18% son del género femenino, aunque se debe mencionar que 96 personas (20% del total) se negaron a responder esta pregunta.

La mayoría de los estudiantes cursan del semestre quinto al undécimo (véase figura 3), lo cual los hace más próximos a insertarse en el mercado laboral de tiempo completo.

Universidad Politécnica (UP)		
Sistemas y tecnologías industriales	67	37.02%
Tecnologías de la información	61	33.70%
Tecnologías de manufactura	52	28.89%
Total UP	180	100.00%
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí (ITSLP)		
Industrial	47	51.09%
Mecánica	32	34.78%
Mecatrónica	13	14.13%
Total ITSLP	92	100.00%
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)		
Mecatrónica	5	100.00%
Total ITESM	5	100.00%
Universidad Tecnológica (UT)		
Mantenimiento industrial	3	7.50%
Metalmecánica	17	42.50%
Tecnologías para la automatización	19	47.50%
Sistemas productivos	1	2.50%
Total UT	40	100.00%
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)		
Ingeniería en Electricidad y Automatización	18	12.00%
Ingeniería Mecánica	21	14.00%
Ingeniería Mecánica Administrativa	41	27.33%
Ingeniería Mecánica Eléctrica	34	22.67%
Ingeniería en Mecatrónica	36	24.00%
Total UASLP	150	100.00%
Total	467	

Tabla 3. Composición de la muestra, Fuente: elaboración propia

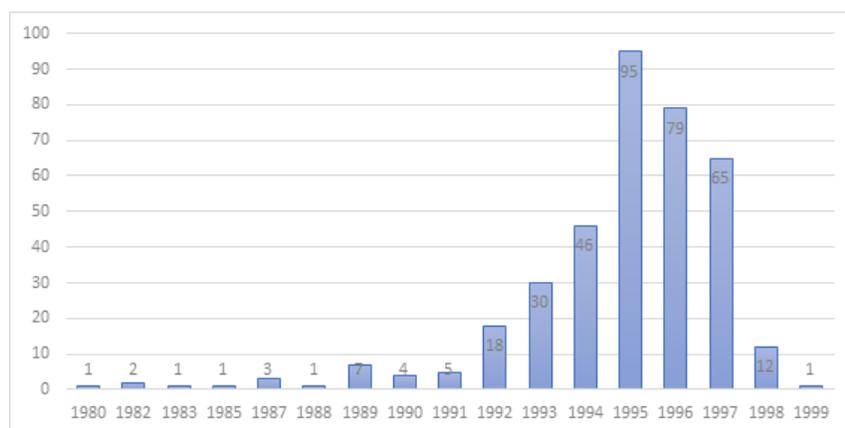


Figura 1. Edad de los estudiantes que participaron en el estudio. Fuente: elaboración propia.

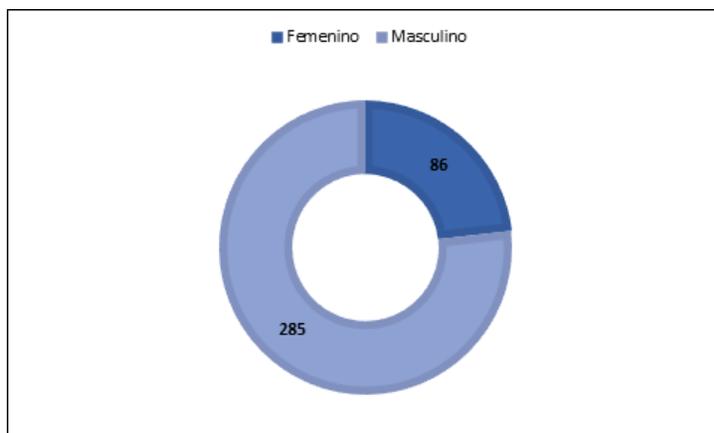


Figura 2. Género de los estudiantes que participaron en el estudio. Fuente: elaboración propia.

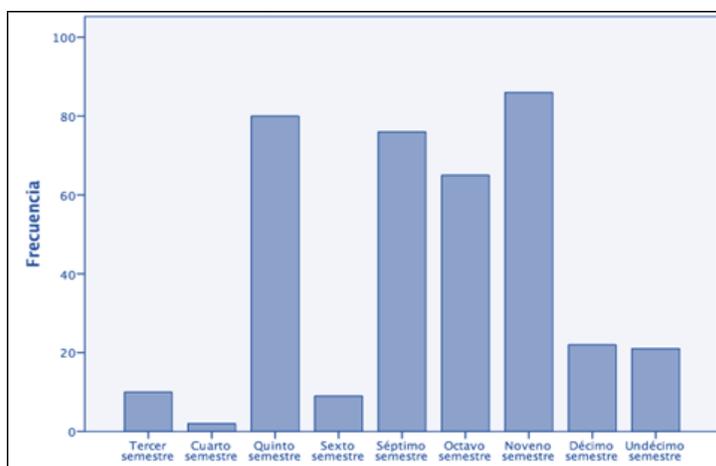


Figura 3. Semestre que cursan los estudiantes. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los planes al terminar su carrera (véase el detalle en la figura 4), los estudiantes en sus respuestas muestran mayor preferencia (57.8%) por la opción de trabajar un tiempo para una empresa y posteriormente emprender su propio negocio, esto en contraste con el 4.7% de estudiantes que eligieron emprender directamente al terminar su carrera. El 24.6% piensa sólo en emplearse y con menor proporción encontramos a la investigación académica y la docencia, así como la opción otros, en la que algunos estudiantes expusieron su interés por estudiar su maestría y trabajar al mismo tiempo, así como algunas opciones muy distintas a su profesión como las ventas o el sacerdocio.

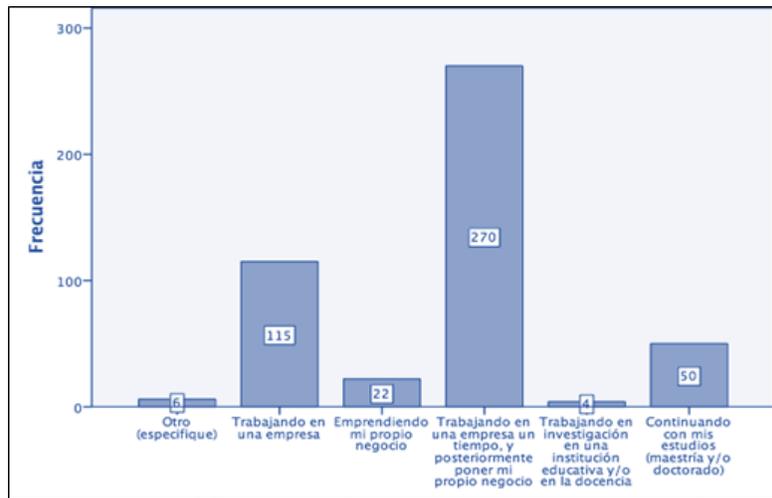


Figura 4. Planes al terminar su carrera. Fuente: elaboración propia.

Respecto a los aspectos que consideran importantes en un empleo (véase figura 5), los estudiantes sitúan en primer lugar (muchísima importancia) el trabajar en algo que les apasione, este aspecto tiene una media mayor que todos los aspectos que consideran importantes al buscar empleo. En segundo lugar, colocan recibir capacitación constante, lo cual muestra su interés por continuar su aprendizaje. Estos dos aspectos son los que se interpretan de muchísima importancia si consideramos la escala de Likert en la que respondieron el cuestionario.

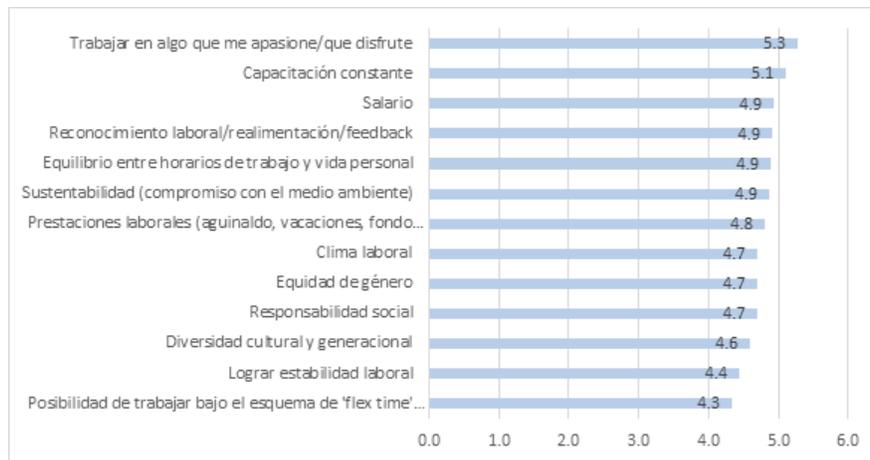


Figura 5. Aspectos importantes en un empleo. Fuente: elaboración propia.

Los siguientes aspectos que califican como importantes son el salario, el reconocimiento y retroalimentación sobre su desempeño, equilibrio del horario entre trabajo y vida personal, así como la sustentabilidad. Con menor puntuación, muy cercana, manifestaron la importancia de aspectos de la cultura organizacional como el clima laboral, valores de responsabilidad social, equidad de género, y diversidad.

Con base en el resumen de estos aspectos podemos comentar que para los jóvenes de la generación *Millennial*, una prioridad al momento de insertarse en el mercado laboral es disfrutar su trabajo, es decir, que

les apasionen las funciones que les son designadas por parte de sus superiores. La estabilidad laboral queda en los niveles más bajos de esta agrupación de elementos.

Sobre las preocupaciones del futuro laboral, llama la atención que es de mayor importancia lograr el crecimiento al interior de la empresa (plan de carrera), que no recibir el salario adecuado a las actividades que realice y lograr estabilidad laboral (véase figura 6). Se puede decir que el énfasis de sus preocupaciones no se ubica en aspectos económicos o de estabilidad en la empresa, sino en la mejoría de su posición o jerarquía dentro de la misma.

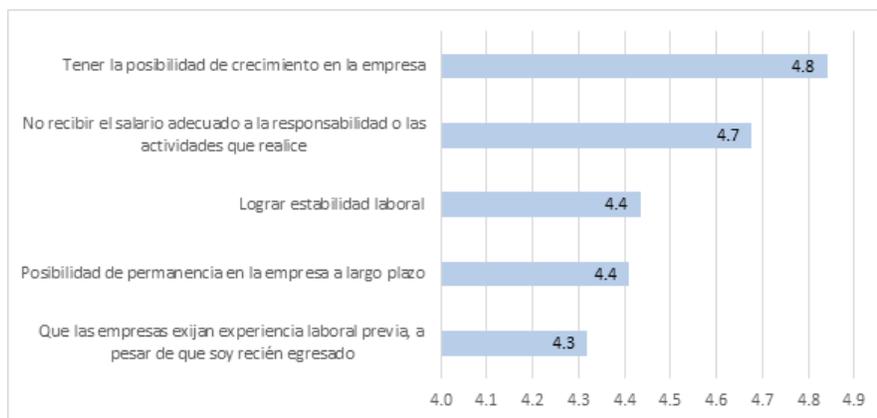


Figura 6. Preocupaciones del futuro laboral. Fuente: elaboración propia

Por otro lado, en la figura 7 se observan los tres factores que señalan como determinantes al momento de decidir si renunciar a un supuesto empleo ideal, estos son: encontrar un mejor puesto en otra empresa, en segundo lugar, está la oferta de un mayor salario y que sus sugerencias no sean tomadas en cuenta en el lugar de trabajo actual. Lo cual muestra claramente que desean un trabajo en donde tengan la capacidad de proponer nuevas acciones.

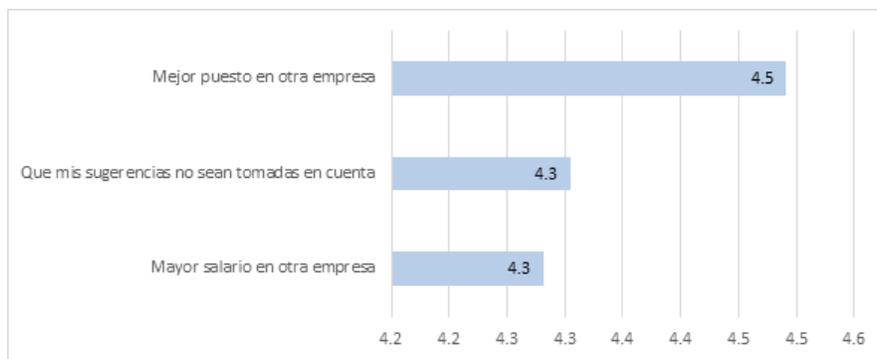


Figura 7. Factores que ocasionarían renunciar al empleo ideal. Fuente: elaboración propia

En cuestión de movilidad internacional (véase figura 8), la mayoría de los estudiantes están interesados en procesos de capacitación o estancia en el extranjero con una duración superior a los seis meses, y le asignan una calificación de regular a los periodos menores a seis meses.



Figura 8. Movilidad internacional. Fuente: elaboración propia

Las herramientas para la búsqueda de empleo que se observan en la figura 9 muestran que los jóvenes consideran importante la vinculación de la universidad y sus ferias de empleo, así como dos bolsas de trabajo online (OCC y Computrabajo) y las ferias del gobierno.

Califican con regular importancia el servicio nacional de empleo, bolsa de trabajo online Bumeran y en último lugar redes sociales como *LinkedIn* y *Facebook*.

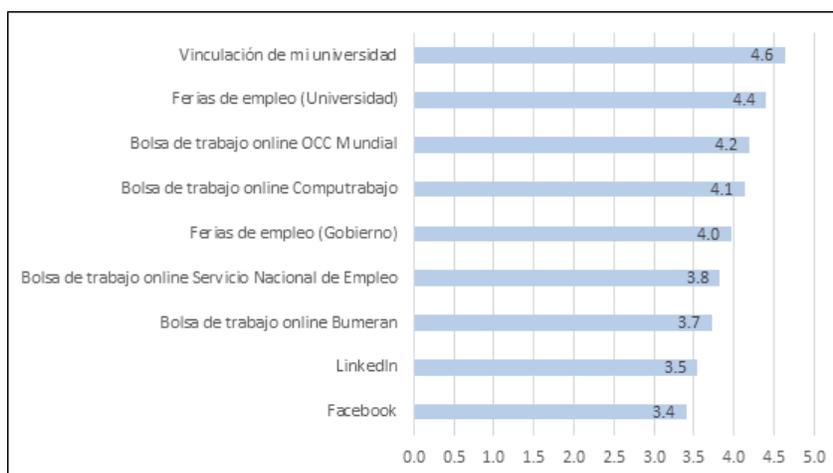


Figura 9. Herramientas para la búsqueda de empleo, tres componentes: Vinculación (3), bolsas de trabajo online (4) y redes sociales (2). Fuente: elaboración propia

4 Discusión

En referencia a las características que debe reunir una empresa y un puesto, para ser considerada prioridad entre las opciones de empleo de un joven de la generación *Millennial*, la investigación desarrollada muestra que para los estudiantes es prioridad hacer algo que disfruten y que les apasione. El diseño de puestos para ellos no puede incluir un alto grado de dependencia y poca variedad de actividades, por el contrario, la tarea realizada debe ser dotada de gran significado para ellos. En este sentido Hayes *et al.* (2018) mencionan que gustan de vivir con frecuentes retos, de la misma manera esperan continuar con el proceso de aprendizaje, por lo que valoran un nutrido y constante programa de capacitación. Esto concuerda con los hallazgos de Ng y Burke (2010) que señalan que esta generación aprecia mucho las oportunidades de entrenamiento y el poder desarrollar nuevas habilidades. Así como Myers y Sadaghiani (2010) que reconocen que un aspecto esencial para la retención de talento es el entrenamiento.

Con menor puntuación, muy cercana, los jóvenes manifestaron la importancia de aspectos de la cultura organizacional como el clima laboral, valores de responsabilidad social, equidad de género, y diversidad. Lo cual corrobora lo que proponen Myers y Sadaghiani (2010), quienes señalan como características positivas de la generación, el que aceptan la diversidad más que las pasadas generaciones, lo cual se conjunta con el gusto por trabajar en equipo.

El salario se ve calificado al mismo nivel que el reconocimiento y retroalimentación, el equilibrio entre trabajo y vida personal y el compromiso de la empresa con la sustentabilidad. Esto coincide con Rentz (2015) y Stewart *et al.* (2017) que indican que los Millennials requieren retroalimentación constante y reconocimiento a sus esfuerzos. Asimismo, esto es coincidente con lo que encontraron Ng y Burke (2010) y Myers y Sadaghiani (2010), quienes mencionan que los Millennial frecuentemente buscan un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida. Esta generación trabaja para vivir, no vive para trabajar (Durocher *et al.*, 2016).

Se ha sugerido que los jóvenes *Millennial* no valoran de la misma manera el salario de un empleo como lo hacían sus padres (Pyöriä *et al.*, 2017). En este aspecto es importante señalar que es remarkable que el salario no está en el primer lugar del total de los aspectos y que tiene la misma importancia que la sustentabilidad de la empresa, un valor que no sólo les favorece a ellos como miembros de la organización, sino que pone énfasis en el bien colectivo sobre el personal, al mismo tiempo que pone de manifiesto lo esencial que es el cuidado de los recursos para que perduren en las siguientes generaciones.

Por otro lado, el poder crecer dentro de la empresa es la principal preocupación de los jóvenes, y la segunda es el no recibir un salario que corresponda a las responsabilidades que se le asignen. La permanencia y estabilidad no parecen ser tan valoradas, probablemente porque muchos de ellos consideran el empleo como un escalón de aprendizaje para luego acceder al emprendimiento.

En este grupo de estudiantes se valora mucho la movilidad internacional, en este mismo tenor Durocher *et al.* (2016) integran dentro de las recompensas deseadas por esta generación la posibilidad de viajar a países extranjeros, especialmente a la Unión Europea.

Para esta generación *Millennial* no hay inmunidad ante otras propuestas de trabajo, las principales razones por las que tomarían la decisión de cambiar de empleador, aunque se encontraran en una situación ideal serían: que se les ofreciera un mejor puesto y un mejor salario en otra empresa y que sus sugerencias no fueran tomadas en cuenta. Lo cual se alinea con la gran necesidad de disfrutar del trabajo, sentir pasión por él. Podemos observar que en nuestro contexto en México, la decisión de cambiar de trabajo sí se centra en un

mejor puesto y salario, a diferencia de estudios en otros países como Estados Unidos, que señalan la falta de flexibilidad como la principal razón para renunciar a un empleo (Durocher *et al.*, 2016).

En relación con las motivaciones laborales de los jóvenes de la generación *Millennial*, estos muestran una cultura del emprendimiento que carece de romanticismo, ya que muchos de ellos fantasean con esta opción como un plan a futuro e incluso han delineado una estrategia para llegar a desempeñar ese papel después de la adquisición de experiencia en un empleo.

5 Conclusión

Los jóvenes de la generación *Millennial* tienen consciencia de lo esencial del cuidado de intereses colectivos, con énfasis en el deseo de aprender, desarrollarse en el ámbito laboral, proponer y ser escuchados, así como recibir lo justo y merecido por su trabajo. Tienen interés por vivir en un ambiente diverso y tener la posibilidad de vivir una experiencia de movilidad internacional. Debido a su contexto han decidido reorientar la búsqueda de oportunidades de empleo hacia las plataformas digitales (bolsas de trabajo en línea, redes sociales como *Facebook* o *LinkedIn*, entre otros), por encima de los medios de comunicación tradicionales tales como la radio, la televisión y la prensa (anuncios clasificados), pues una característica principal de dicho sector demográfico es su conocimiento avanzado sobre la tecnología.

Las implicaciones para la gestión, a partir de este estudio, radican principalmente en el reconocimiento de las características e intereses de esta generación, en particular en el grupo de profesionales de ingeniería, que son un grupo de gran interés para una ciudad que tiene como base de su economía la industria manufacturera, y que vive la intensa lucha por atracción y retención de talentos.

Como futuras líneas de investigación se sugiere que podría ampliarse el estudio a jóvenes de la generación Z y con distintas licenciaturas, que no se limite a las disciplinas de ingeniería. En ámbito geográfico también podría ampliarse la muestra ya que a nivel teórico este fenómeno generacional se propone como un movimiento global.

6 Referencias

Broom C. (2010). Entice, engage, endure: adapting evidence-based retention strategies to a new generation of nurses. *Journal of Healthcare Leadership*, 2010(2), 49-60. <https://doi.org/10.2147/JHL.S7914>

Cappelli, P. (2001). *El nuevo pacto en el trabajo. Empresas y empleados ante el mercado laboral de hoy*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.

Durocher, S., Bujaki, M., & Brouard, F. (2016). Attracting millennials: Legitimacy management and bottom-up socialization processes within accounting firms. *Critical Perspectives on Accounting*, 39, 1-24. <https://dx.doi.org/10.1016/j.cpa.2016.02.002>

Galindo, J. (Coord.) (1998). *Técnicas de investigación. En sociedad, cultura y comunicación*. Editores: México: Addison Wesley Longman.

Gursoy, D., Chi, C. G., & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40-48. <https://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.002>

Hayes, J. B., Parks, C., McNeilly, S., & Johnson, P. (2018). Boomers to millennials: Generational stereotypes at work in academic librarianship. *The Journal of*

Academic Librarianship, 44(6), 845-853. <https://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2018.09.011>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D.F: Mc Graw Hill.

INEGI. (2019). *Censos Económicos 2019*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>

Myers, K. K., & Sadaghiani, K. (2010). Millennials in the workplace: A communication perspective on millennials' organizational relationships and performance. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 225-238. <https://dx.doi.org/10.1007/s10869-010-9172-7>

Ng, E. S. W., & Burke, R. J. (2006). The next generation at work – business students' views, values and job search strategy: Implications for universities and employers. *Education + Training*, 48(7), 478-492. <https://dx.doi.org/10.1108/00400910610705872>

Ng, E., Schweitzer, L., & Lyons S. (2010). New Generation, Great Expectations: A Field Study of the Millennial Generation. *Journal of Business Psychology*, 25, 281-292. <https://dx.doi.org/10.1007/s10869-010-9159-4>

Pozzi, S. M. (2014). *Generación "Y", sus expectativas laborales: investigación acerca de los factores que buscan los jóvenes Millennials en sus trabajos y su impacto sobre el contrato psicológico: un estudio de las expectativas laborales de los graduados de la Universidad de San Andrés* (Tesis Doctoral).

Pyöriä, P., Ojala, S., Saari, T., & Järvinen, K.-M. (2017). The Millennial Generation. *SAGE Open*, 7(1), 215824401769715. <https://dx.doi.org/10.1177/2158244017697158>

Rentz, K. C. (2015). Beyond the generational stereotypes: A study of U.S. generation Y employees in context. *Business and Professional Communication Quarterly*, 78(2), 136-166. <https://dx.doi.org/10.1177/2329490615576183>

Secretaría de Desarrollo Económico [SEDECO]. (2019). *Panorama Económico del Estado de San Luis Potosí*. Recuperado de: <http://www.sedecoslp.gob.mx/wp-content/uploads/2020/02/Panorama-Economico-IV-Trim-2019.pdf>

Stewart, J. S., Oliver, E. G., Cravens, K. S., & Oishi, S. (2017). Managing millennials: Embracing generational differences. *Business Horizons*, 60(1), 45-54. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2016.08.011>

Weber, J., & Urick, J. (2017). Examining the millennials' ethical profile: assessing demographic variations in their personal value orientations. *Business and Society Review*, 122(4), 469-506. <https://dx.doi.org/10.1111/basr.12128>

Winograd, M., & Haidt, M.D. (2008). *Millennial makeover: MySpace, YouTube, and the future of American politics*. New Brunswick, N.J: Rutgers University Press.