

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**“METAS LABORALES DE UN GRUPO DE COLABORADORES PERTENECIENTES A LA
GENERACIÓN X Y GENERACIÓN Y DE UNA ENTIDAD DEL ESTADO.”**

TESIS DE GRADO

MARIA JOSE GARCIA PERALTA

CARNET 10132-07

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**“METAS LABORALES DE UN GRUPO DE COLABORADORES PERTENECIENTES A LA
GENERACIÓN X Y GENERACIÓN Y DE UNA ENTIDAD DEL ESTADO.”**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
MARIA JOSE GARCIA PERALTA

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MANUEL DE JESUS ARIAS GUZMAN

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. ARANKA MARIA POKUS YAQUIAN



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Nueva Guatemala de la Asunción, noviembre 09 de 2017

Señores:
Consejo de Facultad
Facultad de Humanidades

Estimados Señores

Por este medio les comunico que he revisado el trabajo de tesis de la estudiante María José García Peralta estudiante de la Licenciatura en Psicología Industrial / Organizacional con número de carné: 10132-07 titulado: "**Metas laborales de un grupo de colaboradores pertenecientes a la generación X y generación Y de una empresa privada**". El cual cumple a mi criterio con las normas que establece la Facultad. Por lo anterior me permito solicitarles se le asigne fecha y revisor para proceder a realizar la defensa correspondiente.

Sin otro particular me despido de ustedes, enviándoles un cordial saludo.

Atentamente,

Mgr. Manuel de Jesús Arias Guzmán
Colegiado No. 161
Asesor



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante MARIA JOSE GARCIA PERALTA, Carnet 10132-07 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051488-2017 de fecha 1 de diciembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

“METAS LABORALES DE UN GRUPO DE COLABORADORES PERTENECIENTES A LA GENERACIÓN X Y GENERACIÓN Y DE UNA ENTIDAD DEL ESTADO.”

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 4 días del mes de diciembre del año 2017.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES**

Universidad Rafael Landívar

Agradecimiento

A Dios:

Por permitirme lograr una meta más en mi vida, por guiarme por el camino correcto y no dejarme sola en ningún momento y sobre todo por regalarme sus bendiciones todos los días de mi vida.

A mi mamá:

Por el amor, por darme fuerza y ánimos, por la paciencia, por ser mi bastón en todo momento y no dejarme caer nunca, por ser mi apoyo incondicional. Esto es por ti y para ti.

A mi segundo papá:

Por apoyarme en todo momento, por ser mí ejemplo a seguir y por demostrarme lo que es ser un papá de corazón, gracias por la paciencia y por ayudarme a alcanzar una de las metas más importantes en mi vida.

A mis ángeles en el cielo:

Porque sé que desde allá arriba me mandaron muchísimas bendiciones, me apoyaron y me dieron las fuerzas necesarias para continuar.

A mi prima Sofía:

Por tener la dicha de contar contigo en todo momento, por ser siempre mi mano derecha y ser ese apoyo incondicional y sobre todo por creer en mí.

A mi mejor amiga Marichi

Por cada una de las palabras de aliento, por motivarme y no dejarme caer, por estar conmigo en las malas y en las peores, infinitas gracias por acompañarme en este proceso.

A mi mejor amigo Joaquín:

Por ser esa persona que me daba ánimos todos los días en todo momento, por estar pendiente y por motivarme a seguir adelante.

A mi asesor Manuel Arias:

Por apoyarme en todo momento y sobre todo por la paciencia y dedicación.

Índice

I. Introducción	1
1.1 Teorías de motivación.....	13
1.1.1 Teoría bifactorial de Herzber	13
1.1.2 Teoría X y Y	14
1.1.3 Teorías de McClelland	15
1.1.4 Teorías del proceso.....	15
1.1.5 Teoría del control de la acción de Kuhl.....	16
1.1.6 Jerarquía de necesidades.....	17
1.2 Autorrealización	19
1.2.1 Metamotivación	19
1.2.2. Quejas y metaquejas.....	19
1.3 Experiencias cumbre.....	20
1.4 Experiencias de meseta.....	20
1.5 Metas	21
1.6 Desempeño laboral	21
1.7 Motivación	22
1.8 Generaciones	22
1.8.1 Tipos de Generaciones.....	22
1.9 Relaciones interpersonales	28
1.10 Motivación en el trabajo	29
II. Planteamiento del problema	34
2.1 Objetivos	36
2.1.1 Objetivo general	36
2.1.2 Objetivos específicos	36
2.2 Variables de estudio	36
2.3 Definición de variables de estudio	37
2.3.1 Definición conceptual	37
2.3.2 Definición operacional	37

2.4 Alcances y límites.....	38
2.5 Aporte.....	38
III. Método	39
3.1 Sujetos.....	39
3.2 Instrumento	40
3.3 Procedimiento	41
3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística	42
IV. Presentación de resultados	43
V. Discusión de resultados.....	50
VI. Conclusiones	54
VII. Recomendaciones	55
VII. Referencias.....	56
Anexos	60

Resumen

La presente investigación se realizó con un enfoque cuantitativo y de alcance no experimental, transversal de tipo descriptivo comparativo y tuvo como objetivo principal determinar si existe diferencia estadísticamente significativa respecto de las metas laborales entre la generación X y la generación Y en un grupo de personas que laboran en una entidad del estado. La muestra estuvo conformada por 40 sujetos de ambos géneros comprendidos en edades de 25 a 50 años, divididos de la siguiente manera: 20 personas pertenecientes a la generación X y 20 personas pertenecientes a la generación Y dichos colaboradores desempeñan diferentes puestos que forman parte del área administrativa de una entidad del estado. Para obtener los datos deseados sobre las diferentes metas que poseen estas generaciones se aplicó el instrumento creado por Wilding & Andrews (2006) que cuenta con once ítems que se subdividen de esta manera: factor económico, factor altruismo y por último el factor relaciones. Entre los principales resultados se encontró que la única diferencia estadísticamente significativa fue en el indicador de altruismo entre la generación X y Millennials y tampoco se observan diferencias significativas entre la variable sexo ya que tanto hombres como mujeres buscan el equilibrio entre la vida laboral y privada.

I. Introducción

Fijar metas en la vida es de suma importancia para todo ser humano sobre todo si se trata de metas laborales o crecimiento profesional. La presente investigación se enfocó en las distintas metas que posee tanto las personas pertenecientes a la Generación X como a los Millennials, y si estas son diferentes según el tipo de generación.

Este es un tema actual y de suma importancia dentro de la sociedad debido a que en el ámbito laboral las personas que pertenecen a estas generaciones se trazan metas en cuanto a su trabajo profesional y buscan alcanzarlas poniendo toda la dedicación y el esfuerzo posible, para crecer profesionalmente. Lo anterior ayuda a que aumente la autoestima por ende la motivación y ello contribuye a trazarse más expectativas en la vida de cada persona.

Con relación al tema de la presente investigación se citó a algunos autores que han realizado varios estudios nacionales relacionados con el tema de investigación que pueden aportar datos importantes para así poder complementar los resultados y hallazgos que se obtendrán de esta investigación.

Es importante mencionar que se encontró únicamente tres estudios nacionales debido a que el tema de investigación es un tema novedoso, razón por la que aún no existe mucha información nacional.

Azurdia (2017) en su tesis, cuyo objetivo fue determinar los principales factores que motivan a un grupo de colaboradores de distintas generaciones. Para dicho estudio la muestra fue de 30 colaboradores, 19 de género masculino y 11 de género femenino comprendido entre las edades de 18 a 70 años. Se utilizó como instrumento el cuestionario de Permanencia laboral creado por Herrera (2010) y adaptado por la autora de dicha investigación. Se utilizaron 30 enunciados con el objetivo de obtener la información de manera inmediata. Los factores tomados en cuenta fueron: satisfacción laboral, compensación, identificación, liderazgo, prestaciones, prestigio institucional, relaciones interpersonales y motivación. Los resultados obtenidos de acuerdo con las gráficas determinaron que los factores que predominan en la permanencia a la organización de acuerdo a las tres generaciones son el prestigio institucional, identificación y satisfacción laboral. Dichos resultados evidencian que los factores motivación, satisfacción, relaciones interpersonales y liderazgo con más desarrollados. El factor retribución es considerado el menos relevante en la permanencia de los trabajadores. Por lo tanto, se encuentra que la organización tiene aspectos que enorgullecen al personal. Según los resultados obtenidos de las tres generaciones se pudo observar que existe similitud con los factores que influyen en la permanencia de la organización, cabe mencionar que con un orden distinto. Siendo estos: prestigio institucional, identificación y satisfacción laboral. Se determinó que los principales factores que motivan a la permanencia laboral para la generación baby boomers, generación X y Millennials es el prestigio institucional con un 21% seguido de la satisfacción laboral e identificación con un 15%. Asimismo se encuentre a la

motivación con un 12% seguido de las relaciones interpersonales y liderazgo con un 10%, con un 9% prestaciones y un 8% compensación. De acuerdo con los resultados obtenidos se recomendó que para fortalecer y aumentar la motivación de permanecer en la organización es conveniente implementar programas de incentivos no monetarios con el fin de reconocer esfuerzos y calidad en el trabajo. Además, implementar actividades en las cuales se genere la convivencia entre los compañeros de trabajo, puesto que dentro de los resultados se evidenció que las relaciones interpersonales no son un factor predominante en la permanencia a la organización.

Asimismo, Moreno (2017) en su tesis, la cual tuvo como objetivo determinar los factores más relevantes en la motivación al logro y afiliación de un grupo de jóvenes millennials que laboran en un centro de llamadas de la ciudad de Guatemala. El estudio se realizó con 35 sujetos, 14 de género masculino y 21 de género femenino, comprendidas entre la edad de 21 a 36 años. Se utilizó un cuestionario tipo escala de Likert diseñado por la investigadora y verificado por medio de un juicio de expertos el cual mide ambos elementos, el cuestionario está conformado por veinte ítems en los que se abordaron tres características de motivación de logro y dos de motivación de afiliación, estas son: realimentación, alcance de metas, responsabilidad personal en el rendimiento, relación compañeros de trabajo y relación con superiores. Los resultados muestran que los sujetos tienen alto nivel de motivación al logro. El factor que más motiva al logro es el alcance de metas y el factor que menos motiva al logro es la responsabilidad personal en el rendimiento. Los resultados según género

demonstraron que tanto hombres como mujeres poseen un alto nivel de motivación al logro, siendo mínima la diferencia que se observa. De acuerdo a los resultados presentados se puede decir que los sujetos de estudio poseen alto nivel de motivación de poder y de motivación de afiliación. El factor que más los motiva en cuanto a poder es el alcance de metas y en motivación a afiliación la relación con los superiores. Las conclusiones fueron que el factor más relevante en la motivación al logro en un grupo de jóvenes millennials es el alcance de metas con una media de $\bar{X}= 13.74$ y el factor más relevante en la motivación de afiliación es la relación con los superiores con una media de $\bar{X}= 13.57$. También se concluye que el nivel de motivación al logro en el grupo de jóvenes millennials que laboran en un centro de llamadas es alto, de igual forma el nivel de motivación de afiliación es alto. También se estableció que tanto hombres como mujeres poseen un nivel alto de motivación al logro. Entre las recomendaciones se mencionó: establecer y comunicar metas constantemente a los jóvenes millennials que laboran en el centro de llamadas para mantenerlos motivados, reconocerles al momento de que alcancen las metas establecidas, fomentar en el centro de llamadas una buena relación entre superiores y el personal que se tiene a cargo, especialmente si son jóvenes millennials y fomentar actividades tanto a afiliación como al logro para que los jóvenes se sientan motivados y así realicen de mejor manera su labor.

Por su parte, De León (2009) en su tesis, cuyo objetivo general fue determinar los factores que motivan a los estudiantes de las Facultades de Humanidades y Económicas de primer año universitario a elegir su primer empleo. Para esta

investigación se utilizó un grupo de estudiantes de la Universidad Rafael Landívar conformada por 256 estudiantes de ambos sexos de primer año elegidos al azar los cuales fueron 50% de la jornada matutina y 50% de la jornada vespertina de las Facultades de Económicas y Humanidades. El instrumento que se utilizó fue elaborado por el autor, el cual se titula Cuestionario para evaluar factores motivacionales en jóvenes universitarios, consta de 15 preguntas las cuales todas son de respuesta para definir el grado de importancia de 1 a 6. De acuerdo con los resultados obtenidos se observó que los estudiantes de ambos sexos tanto de Económicas como de Humanidades tienden a considerar de mucha importancia el factor de independencia económica y experiencia al momento de elegir su primer trabajo. Los factores que más motivan a los estudiantes de la Facultad de Humanidades son: aprender conocimientos diferentes a los de su carrera, adquirir experiencia laboral, lograr un nivel de independencia económica. De mediana importancia: lograr estabilidad económica, demostrarse a sí mismo que es capaz de desempeñarse en un trabajo, alcanzar un buen desarrollo profesional y de menor importancia: independizarse de los padres, ayudar económicamente al hogar y cubrir sus necesidades económicas. Se concluyó que a las mujeres les motiva más la independencia económica y adquirir experiencia laboral más que a los hombres, en el resto de los motivadores no hay diferencia significativa. Entre las recomendaciones esta: a la bolsa de empleos de la Universidad Rafael Landívar en el momento de promocionar vacantes laborales en las Facultades de Humanidades y Económicas tomar en cuenta los factores motivacionales anteriormente mencionados, promover actividades voluntarias en la Facultad de Humanidades que les genere mayor

responsabilidad a los alumnos de la misma ya que a estos les motiva ser considerados más responsables que a los demás y promover trabajos de medio tiempo, generando más vacantes para la tarde ya que es motivacional para los jóvenes de la jornada matutina más que la vespertina.

De igual forma, existen diversos estudios internacionales de distintos autores que también pueden brindar información de suma importancia sobre el tema de investigación.

Según Reis y Braga (2016) en su investigación, se tuvo como objetivo principal identificar los factores del atractivo como empleador priorizados por diferentes generaciones: Baby Boomers, Generación X y Generación Y. La encuesta fue realizada con una muestra de 937 profesionales laborando en diferentes empresas y áreas en el sureste de Brasil. El 34% de la muestra fueron mujeres y el 66% hombres. La edad media fue de 37 años, que van desde 21 a 65 años de edad. Fue adoptada la Escala del Atractivo como Empleador de Berthon et al (2005) y los resultados indican que, al elegir una empresa, las generaciones estudiadas tienen especificidades con relación a los atributos de atractivo que priorizan. También se observó que la generación Y es la que más discrimina y jerarquiza dichos atributos.

Por su parte Golik (2010) en su estudio, el cual tuvo como objetivo explorar las expectativas de los jóvenes universitarios de la generación Y, recién incorporados o próximos a integrarse al mercado laboral, sobre la problemática del equilibrio entre

vida profesional y vida privada, mediante el análisis de las formas como sus expectativas se expresan en las elecciones laborales (estatus laboral, importancia otorgada a los diferentes beneficios propuestos por las organizaciones). La muestra de carácter no probabilístico, estuvo compuesta por 217 estudiantes, 122 de sexo masculino y 95 de sexo femenino, comprendido entre las edades de 20 y 30 años, de segundo, tercero y cuarto año de las carreras vinculadas con administración de empresas, pertenecientes a una universidad privada de la ciudad de Buenos Aires. Los datos fueron recolectados mediante un cuestionario elaborado luego de una revisión extensa de la literatura correspondiente y principalmente a partir de los estudios previos sobre expectativas realizados por Friede (2005) y Conlon (2002). El cuestionario está organizado en siete secciones las cuales son: datos biográficos, estatus laboral esperado en 5 años, criterios determinantes en la elección del primer empleo luego de la obtención del título, situación laboral de los padres, expectativas del equilibrio vida laboral-vida privada y desarrollo de carrera, edad programada para tener hijos y criterios de esta elección y por ultimo beneficios privilegiados en la elección de un empleador. Entre los resultados se observó que el 35.9% desea desarrollar su propio emprendimiento. Un 53.4% prefiere un estatus que se encuentre fuera de la relación de dependencia de una organización. Los resultados muestran que la conciliación entre las esferas personal y laboral no es una preocupación exclusiva del sexo femenino, ya que no se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación a la prioridad otorgada al equilibrio entre vida laboral y vida privada.

Asimismo Garduño y Sandoval (2006) en su estudio, cuyo objetivo fue identificar los cambios ocurridos en el tipo de motivación y las expectativas de tres generaciones de estudiantes normalistas de primer ingreso. La población participante estuvo conformada por tres muestras de alumnos del primer y segundo semestre de una escuela normal pública de la ciudad de México. Se seleccionaron los primeros semestres porque se consideró que los estudiantes de recién ingreso tenían más claros los motivos por los cuales ingresaron y estaban menos influidos por el ambiente de la escuela normal. Los participantes de las tres muestras se eligieron al azar. Estas muestras correspondieron a tres generaciones de estudiantes de diferentes planes de estudio: plan 75, plan 84 y plan 97. El plan 75 se caracterizó por la participación de 144 estudiantes de primer semestre, los cuales eran 122 mujeres y 22 hombres de ambas jornadas, en un promedio de edad de 15 a 17 años. En el plan 84 la población participante fue de 140 estudiantes, de los cuales 114 eran de primer semestre y 26 del segundo, 119 eran mujeres y 21 eran hombres, su promedio de edad era de 18 a 26 años, la totalidad de estos estudiantes estudiaba en el turno matutino. Por último en el plan 97 la muestra estuvo integrada por 116 estudiantes, de los cuales 99 eran mujeres y 17 hombres, del total 103 cursaban el primer semestre y 13 el segundo, su rango de edad era de 17 a 26 años.

A los participantes se les aplicó un cuestionario de motivos de ingreso, García (1983), el cual fue aplicado por primera vez con los estudiantes de la regeneración del plan 75. El propósito de este cuestionario fue conocer los motivos y expectativas de los estudiantes de primer ingreso para estudiar en la normal y, con ello, identificar el tipo de motivación que determinó la elección de la carrera. Con el fin de adaptarlo a las

circunstancias, el diseño de este instrumento sufrió ligeras modificaciones. Los resultados señalan que casi la mitad de los estudiantes escogieron la carrera por motivos extrínsecos. El 40% de los estudiantes tenían como expectativa proseguir estudios universitarios en algún campo ajeno a la educación.

Por su parte, Hernández, Martín y Beléndez (2011) en su investigación, cuyo objetivo general fue analizar las expectativas de conflicto trabajo-familia de la Generación Y de los publicitarios durante el periplo universitario. La muestra fueron 350 alumnos de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, procedentes de la Universidad de Alicante, (68%), la Universidad de Murcia (19.7%) y la Universidad de Navarra (12.3%). En cuanto a la distribución por sexo, la muestra está formada por 264 mujeres y 86 hombres y la edad media de los estudiantes era de 21 años. Los resultados muestran que las expectativas de conflicto potencial son bajas y que la apatía ante estas cuestiones podría justificar la nula repercusión del conflicto sobre la definición de sus metas laborales.

Medina (2016) en un artículo, cuyo objetivo principal fue analizar la forma de vida de los jóvenes pertenecientes a la generación del milenio y como incorporan en ella el streaming. Para tal efecto, se muestran, primero las características de los millennials; después se abordan los diversos fenómenos provocados por la música y el video en el ser humano; por último se conjuntan las manifestaciones de la experiencia audiovisual sobre los jóvenes del milenio. Como resultado de la investigación se pudo determinar las siguientes conclusiones:

El mundo actual se muestra como un foro adecuado para el desarrollo de la generación del milenio. Destaca en su estilo de vida una intensa comunicación a través de artefactos digitales.

Se descubrió una serie de efectos provocados por estas prácticas, colocando a la actividad audiovisual streaming como una de las principales.

Por su parte, Llorent, Llorent-Bedmar y Mata (2015) en su investigación, cuyo objetivo principal fue estudiar y comprender la relación entre las expectativas de los estudiantes luso africanos y los procesos de inclusión e integración de los mismos en la sociedad portuguesa, desde la perspectiva de éxito educativo y profesional. La muestra fue de 571 alumnos de origen africano inscritos en el año escolar 2009-2010 en los centros de educación secundaria de las ciudades de Setúbal y Faro. Las edades comprendidas fueron de 15 a 19 años. En cuanto al género, el porcentaje de mujeres fue de 55.1% y de hombres el 44.9%. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario estructurado elaborado ad hoc, vertebrado en siete grandes grupos de escalas: características sociofamiliares (36 ítems), trayectoria escolar (31 ítems), autoestima (10 ítems), motivación para continuar estudiando (26 ítems), expectativas sobre el futuro profesional (14 ítems) caracterización y evaluación del contexto escolar (27 ítems) y caracterización de las expectativas al terminar la secundaria (11 ítems). En cuanto a los resultados se puede observar que respecto a los logros educativos del padre el 28.1% de los alumnos contestaron que su padre había realizado la secundaria mientras que el 22.4% tienen padres con estudios

universitarios y el 19.7% que solo habían realizado la enseñanza obligatoria. Similar tendencia se mantiene en el caso de las madres, quienes en un 31.7% de los casos cursaron la secundaria, el 24.1% tienen formación universitaria y el 20.2% realizaron la enseñanza obligatoria. Estos datos indican un mayor nivel educativo de las madres respecto a los padres de los alumnos luso-africanos. Y además, nos muestran que estos alumnos, que asisten a la escuela secundaria son fruto de familias cuyos padres tienen formación académica elevada. Respecto al ámbito académico, los encuestados afirman tener hermanos estudiando en educación superior, secundaria y básica. En lo laboral del padre y madre, la mayoría trabaja por cuenta ajena. Sólo el 26% indica que su padre trabaja por cuenta propia y el porcentaje se reduce en el caso de la madre. Respecto a las expectativas que los encuestados tienen cuando terminen sus estudios de secundaria, el 93.1% indican que desean matricularse en la educación superior, ya se manifieste la preferencia en primer, segundo o tercer lugar. Tras la interpretación y análisis de resultados se llegó a la conclusión de que el factor que influye más considerablemente en las expectativas que tienen los alumnos luso-africanos que finalizan sus estudios de educación secundaria es el interés de sus padres respecto a la formación de los niños.

Asimismo, González (2011), en su estudio, cuyo objetivo fue detectar los valores, intereses y motivaciones en relación al trabajo de la Generación Y que se incorporan al mercado laboral, y su influencia en la Gestión de Recursos Humanos. Para llevar a cabo dicho estudio se seleccionó a un grupo de jóvenes de una entidad financiera de la ciudad de Resistencia, provincia del Chaco, Republica de Argentina. Se

encuestado a 813 empleados de hasta 30 años de edad. Los resultados más relevantes fueron los siguientes:

Los jóvenes de la generación Y tienen la necesidad de “vivir conectados”. Internet, el mundo de las comunicaciones y de la informática forman parte de sus rutinas vitales y condicionan sus hábitos de vida, comunicación y, por supuesto, su relación con el trabajo. Respecto a sus valores e intereses, puede destacarse que el 84% de los encuestados consideran a la familia como el ámbito más importante. Le siguen la pareja y amigos con 28% y 26%. Con respecto a las aspiraciones en la vida de estos jóvenes, la opción más elegida fue “desarrollarse como persona”, dado que el 45.6% de los encuestados la consideran como más importante. Los factores que motivan más a los jóvenes son: el sueldo, clima laboral, la relación que tiene el trabajo con sus estudios y por último el puesto de trabajo. Las razones que desalientan a permanecer en su trabajo actual son: la falta de oportunidad de crecimiento con el 54%, el más ambiente de trabajo con el 32% y por último la disconformidad con el sueldo. Entre las conclusiones se puede encontrar que la tecnología forma parte de sus vidas, así como de sus rutinas diarias y se instala como una herramienta básica para la comunicación. Además utilizan internet diariamente. Las particularidades que presentan estos jóvenes son: prácticos, sociables, independientes, abiertos y seguros de sí mismos y decididos. En relación a sus valores, están centrados en su núcleo más cercano, como ser su familia, la pareja y los amigos. La mayor aspiración es desarrollarse como personas, lo que puede vincularse con la autorrealización, que es uno de los valores centrales de esta Generación. El principal factor de motivación de estos jóvenes en el trabajo, es el dinero seguido de la importancia del clima laboral y

finalmente se encuentra la relación que tiene el trabajo que desempeñan con su formación académica y las tareas que desarrollan en sus respectivos puestos.

Lo anteriormente descrito sustenta la presente investigación debido a que tanto a nivel nacional como internacional se ha investigado sobre el valor que tienen las distintas generaciones en la actualidad, este tema ha cobrado mucha importancia sobre todo porque puede influir tanto en el desempeño laboral como en las metas o prioridades en la vida de cada ser humano.

A continuación, se presentó algunas de las principales teorías y conceptos que han escrito diferentes autores relacionadas con las metas laborales, motivación, expectativas laborales entre otros temas que son de suma importancia para la presente investigación.

1.1 Teorías de motivación

1.1.1 Teoría bifactorial de Herzberg

Herzberg (como se citó en López 2014) en su artículo plantea que la psicología de la motivación es compleja y reconoce que lo descifrado con un cierto grado de seguridad es poco, que existe una desproporción entre conocimiento y especulación, requiriéndose ideas que han sido puestas a prueba en un sinnúmero de empresas, y este enfoque es su aporte.

Esta teoría afirma que la motivación se genera por la búsqueda de una satisfacción óptima de ciertas necesidades, las que producen satisfacción laboral.

1.1.2 Teoría X y Y

McGregor (como se citó en López, 2001) en su obra describe dos maneras diferentes del comportamiento de las personas que los gerentes las adoptan para motivar y obtener una mayor productividad de los empleados.

- Teoría X

El mismo autor indica que a las personas no les gusta trabajar y evita hacerlo, necesitan que los obliguen, vigilen, dirijan y amenacen con castigos para que así puedan esforzarse para conseguir los objetivos de la organización ya que evitan cualquier tipo de responsabilidad, poseen muy poca ambición y quieren seguridad por encima de cualquier cosa.

- Teoría Y

El autor señala que las personas están tan acostumbradas al trabajo que el desgaste mental y físico es normal para ellos. No es necesario que sus jefes los amenacen debido a que ellos mismos buscan y cumplen los objetivos de la organización.

Estas personas buscan la responsabilidad de tal manera que se comprometen tanto con los objetivos de la organización debido a que saben que la recompensa será gratificante para ellos y puede ser originada por todo el esfuerzo que ellos realizan.

1.1.3 Teorías de McClelland

McClelland (como se citó en Taype, 2015) comenta que la mayoría de necesidades son adquiridas por medio de la cultura. Tres de estas necesidades son:

- Necesidad del logro: el individuo se siente incitado a establecerse metas tentadoras, a trabajar duro y utilizar las habilidades necesarias para conseguir estas metas propuestas.
- Necesidad de afiliación: manifiesta el deseo de interactuar socialmente con otras personas.
- Necesidad de poder: las personas se centran en influir a los demás. Sin embargo el poder tiende dos orientaciones, puede ser negativo si la persona insiste en la dominación y positivo si es para inspirar a los demás.

1.1.4 Teorías del proceso

El mismo autor señala que estas teorías se preocupan por estudiar las necesidades e incentivos que induce la conducta.

Existen tres teorías del proceso.

- La teoría de las expectativas de Victor Vroom

Señala que los individuos son seres razonables y que tienen anhelos y expectativas respecto a eventos futuros. Estos individuos se ven motivados a realizar actos siempre y cuando obtengan alguna recompensa de ellos.

- La teoría de la equidad de Adams

Postula que los empleados comparan sus esfuerzos y recompensas con los de otros trabajadores en condiciones similares. Existe igualdad cuando estos perciben la relación entre los esfuerzos y recompensas con relación a otros empleados e injusticia cuando no son equivalentes por lo que llega a generar tensión.

En algunas ocasiones según esta teoría los colaboradores pueden aumentar o reducir sus resultados dependiendo si estos son más bajos o más altos en comparación con la persona o personas.

- La teoría de la fijación de metas de Locke

Según esta teoría las metas de la persona influyen en su conducta y expone que las metas de las tareas a realizar cuando son retadoras tienen resultados más altos que aquellas tareas fáciles. Cuanto más específica sea la meta el nivel de desempeño de la misma será mejor.

1.1.5 Teoría del control de la acción de Kuhl

Kuhl (como se citó en Monfort, 2012) comenta que los impulsos, deseos y valoraciones se determinan en el grado de compromiso de conseguir una meta y que entre el propósito y la conducta intervienen procesos complicados tanto internos como externos para poder alcanzar dicha meta.

1.1.6 Jerarquía de necesidades

Maslow (como se citó en Frager y Fadiman, 2010) en su teoría de la jerarquía de necesidades, integro en un solo modelo los enfoques de las principales corrientes psicológicas: el conductismo, psicoanálisis y sus vertientes mayores, y la psicología transpersonal y humanista. De esta forma, manifestó que cada uno de estos enfoques tiene su propio lugar y relevancia.



Fuente: elaboración propia. (2017)

Las necesidades fisiológicas son las de alimento, agua, oxígeno, sueño y sexo. Muchas personas logran satisfacerlas sin problema alguno.

También se deben satisfacer las necesidades psicológicas para resguardar la salud, las cuales son: la necesidad de seguridad, estabilidad e integridad; la necesidad

de amor y sentido de pertenencia y la necesidad de estima y respeto hacia uno mismo. Además de estas necesidades también está la necesidad de crecimiento la cual incluye desarrollar las capacidades propias y la necesidad de autorrealización.

Con necesidades de seguridad Maslow (como se citó en Frager y Fadiman 2010) se refiere a que el individuo necesita vivir en un entorno estable, seguro y predecible. Los individuos necesitan liberarse de ciertos temores, ansiedad y caos que cualquier situación les pueda causar.

Todas las personas tienen necesidades relacionadas con el sentido de pertenencia y amor. A cualquier individuo lo motiva buscar relaciones ya sean íntimas o sociales. El mismo autor afirma que “estas necesidades se ven cada vez más frustradas en una sociedad que, como la nuestra, privilegia la movilidad y el individualismo. Además, la frustración de estas necesidades suele ser una de las causas de la inadaptación psicológica”.

Maslow (como se citó en Frager y Fadiman, 2010) describe dos tipos de necesidades de estima. La primera es el deseo de competir y sobresalir como persona y la segunda, es que todos necesitamos el respeto de las demás personas. Cuando no se logran satisfacer estas necesidades, la persona se siente inferior y más débil que los demás. Incluso cuando se logran satisfacer estas necesidades, algunas personas siguen sintiendo cierta frustración a menos que experimenten la autorrealización, en otras palabras, que aprendan a explotar todas sus capacidades y talentos escondidos que cada individuo posee.

1.2 Autorrealización

Maslow (como se citó en Frager y Fadiman, 2010) define la autorrealización como “el uso pleno y la exploración de los talentos, las capacidades, las potencias, etc.” (p.350).

1.2.1 Metamotivación

Se refiere a la conducta inspirada por las necesidades y los valores del crecimiento. Según el mismo autor “esta motivación es común entre las personas autorrealizadas que, por definición, gozan de la satisfacción de sus necesidades inferiores” (p.351).

1.2.2 Quejas y metaquejas

El sistema de Maslow incluye niveles de quejas, que pertenecen a los niveles de necesidades frustradas. Estas se relacionan con la privación de las necesidades básicas.

Las metaquejas son frustraciones de metanecesidades como la perfección, justicia, belleza y la verdad. Este nivel de queja indica que todas las demás necesidades han sido satisfechas.

Maslow (como se citó en Frager y Fadiman, 2010) afirma en su última publicación, *The farther reaches of Human nature* (1971) ocho formas en que los individuos se autorrealizan:

- Concentración
- Decisiones de crecimiento
- Conciencia de uno mismo
- Honestidad
- Juicio
- Autodesarrollo
- Experiencias cumbre
- Supresión de los mecanismos defensivos del yo

1.3 Experiencias cumbre

Son momentos en la vida de los individuos donde se encuentran especialmente felices. Maslow (como se citó en Frager y Fadiman, 2010) afirma que “esas experiencias son inspiradas por emociones amorosas intensas, el contacto con los mejores exponentes del arte y música o por la belleza arrobadora de la naturaleza” (p. 356).

1.4 Experiencias de meseta

Para todo ser humano estas experiencias son una forma nueva y profunda de vivir en el mundo. Es un cambio profundo de actitud y genera una nueva perspectiva y conciencia intensificada del mundo que los rodea.

1.5 Metas

Según la definición establecida por la Real Academia Española (2014), las metas son un fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien.

Por otra parte, Armijo (2010) dice que las metas expresan el nivel de desempeño a alcanzar y en conjunto con los indicadores proveen la base para la planificación operativa y el presupuesto, dentro de las metas se identifican tres características esenciales, especifica un desempeño medible, especifica la fecha tope o el periodo de cumplimiento y debe ser realista y logable, pero debe presentar un desafío significativo para la persona.

1.6 Desempeño laboral

Palaci (como se citó en Calderón, 2014) comenta que el desempeño laboral es lo que el colaborador aporta a la organización y sus diferentes conductas a lo largo del tiempo. Esto contribuye a la eficiencia organizacional.

Por su parte Robbins, (como se citó en Calderón, 2014) define el desempeño laboral como un principio fundamental porque ayuda a que las personas enfoquen sus esfuerzos sobre metas complicadas.

Chiavenato (como se citó en Calderón, 2014) comenta que el desempeño laboral es el comportamiento de la persona en la búsqueda de las metas. Organiza la estrategia para alcanzar las metas y objetivos deseados.

1.7 Motivación

López (2014) define la motivación como “una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; dentro del ámbito laboral es un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.” (p.26)

Por lo tanto, en el ámbito laboral es de suma importancia conocer que es lo que motiva a los colaboradores, ya que mediante el manejo de la misma los administradores pueden hacer funcionar estos elementos con el fin de que su organización funcione adecuadamente y los colaboradores se sientan más motivados.

1.8 Generación

Según la RAE (2014) generación es un conjunto de personas que, haciendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación.

1.8.1 Tipos de Generaciones

Vega (2014) en el artículo, comenta que existen seis generaciones que no solo están delimitados por el rango de edad sino por sus ideales y gustos. Estas son:

- GI Generation: estas personas nacieron entre 1901 y 1926, aprendieron a trabajar en equipo y padecieron la crisis económica. Se destacaron por sus percepciones morales sobre lo que está bien y lo que está mal.
- Silents: nacieron entre 1945 y 1972, son personas pacíficas que disfrutaron de un periodo laboral extenso.
- Baby boomers: son personas que nacieron entre 1946 y 1964, estas personas comenzaron a ser profesionales perdiendo el sentido de comunidad.
- Generación X: son personas que nacieron entre 1965 y 1980, estas personas se caracterizan por el individualismo. Son las personas que emprendieron el camino de la era digital.
- Millennials: nacieron entre 1981 y 2000, estas personas poseen grandes ambiciones académicas. Conocieron desde muy pequeños la era digital.
- Boomlets: son personas que nacieron después del 2001 y pertenecen al mundo de la información inmediata. Cuentan con todos los aparatos electrónicos por lo tanto tienen acceso a toda la información necesaria.
- Generación X

Según González (2011), esta generación se rebela contra los valores que sus padres les han inculcado durante su vida y brindan un modelo social absolutamente diferente. Tras una infancia y adolescencia acomodada, a estas personas se les dificulta encontrar un trabajo debido a las nuevas leyes laborales.

Son grandes impulsores de la tecnología debido a que nacieron en el momento en el que se dejó de hablar de aparatos eléctricos para hablar de dispositivos electrónicos, aunque aún les resulta un poco complicado utilizarla.

A nivel laboral esta generación es ambiciosa y busca escalar posiciones dentro de una organización hasta llegar a lo más alto.

Mateos (2016) en su artículo, comenta que la generación X están menos preocupados por el puesto que ocupen y más porque este tenga sentido. A Esta generación la identifican como la generación puente debido a que viven entre dos de las grandes generaciones las cuales son los baby boomers y los millennials.

Esta generación posee la cualidad de la consolidación de la mujer en el mercado laboral y sienten presión de las demandas de una excelente carrera profesional y de sus vidas personales. A esta generación la describen como atrapados entre la conciliación de la vida familiar y el trabajo.

Lo que les hace sentir más orgullosos sobre su desempeño laboral no son los logros personales, sino que ayudar a clientes, ser honestos con las otras personas y crear equipos de trabajo de calidad.

Esta generación se ve en la necesidad de tener una mente más abierta sobre nuevas ideas y creen que deben ser flexibles y no estar cerrados a sus ideas personales.

Zabala (2012) en su artículo, comenta que la generación X se caracteriza por la falta de ideales, los temas de conversación se centran en el uso de drogas, modas o práctica de libertinaje. Crecieron en un ambiente cómodo y por lo tanto son conformistas laboralmente hablando ya que no les importa laborar en lugares con poco salario y bajo prestigio.

Son personas egoístas, solo se movilizan en masas, asisten a eventos donde pierden su identidad. Las familias son más pequeñas y heterogéneas.

El mismo autor también menciona que un factor importante es la incursión de la mujer en el mundo laboral, esto provocó la disminución de número de hijos y las horas dedicadas al hogar y a los niños. Esto causó la independencia femenina y las ambiciones profesionales de la madre aumentaron. Las mujeres de esta generación comenzaron a tener más éxito laboralmente hablando y esto hizo que aumentara los conflictos y las posibilidades de fracasos matrimoniales.

La presión por alcanzar el éxito profesional, las malas perspectivas en el mercado laboral y la falta de soluciones llevaron a esta generación a la conclusión de que no tienen posibilidades de alcanzar el éxito.

Laboralmente hablando esta generación toma muy en serio el trabajo en equipo, esta generación creció con la idea del equipo y les gusta. Dan menos valor a las jerarquías y les gusta que todos sean tratados por igual. Les gusta tomar decisiones, y no consideran que el estatus esté vinculado con el éxito y la felicidad. Se sienten más a gusto trabajando con mujeres y son más hábiles para la administración.

El mismo autor comenta que para esta generación es de suma importancia equilibrar la vida y el trabajo, valoran mucho tener y disfrutar una vida independiente del trabajo. Son personas que siempre están listas para cambiar de trabajo cuando ya no se sienten satisfechos por lo que se les considera menos leales que otras generaciones.

En la generación X se busca una forma de vida barata prefieren ser libres por encima del poder y pasarla bien antes que ser millonarios. Para ellos es mejor ganar poco, pero tener tiempo disponible para sus proyectos personales.

- Generación Y

Boschma y Groen (2006) en su artículo, comentan que esta generación crece en un mundo formado por una sociedad de la información comercializada las veinticuatro horas al día, los siete días de la semana, lo cual también tiene una serie de consecuencias importantes:

- Fin de los monopolios del conocimiento: existe una cantidad de información que nadie puede ser el portador único de la verdad
- Modo diverso de adquirir la información: adquieren información de manera diferente. No sufren de exceso de información debido que eligen la que sea más relevante para ellos.
- Modificación del papel del ordenador: esto ha pasado a convertirse en una herramienta para socializar. Un medio para contactarse con otras personas y presentarse a uno mismo a través de diferentes programas de mensajería instantánea.
 - Los jóvenes adquieren así un poder único: pueden castigar a las empresas a través de sus Weblogs o por medio de chat, incluso pueden hacer quebrar empresas o marcas.

Hoy en día esta generación socialmente aprecia los lazos de familia y consideran las amistades muy importantes, se preocupan de los males del mundo y lo discuten, funcionalmente han crecido con calidad y no esperan menos que eso, eligen lo mejor, buscan amigos, relaciones y contactos verdaderos, buscan la intimidad, están acostumbrados a encontrar todo lo que buscan de una manera rápida y útil y por último conocen a la perfección los medios de comunicación,

Mateos (2016) en su artículo, comenta que los Millennials se creen personas distintas, son protagonistas del cambio y tienen miedo a perder el control, estas personas están tan acostumbrados a que todo sea inmediato que temen desadaptarse a su vida

cotidiana. Estas personas demandan autonomía y confianza y quieren crecer de manera rápida. El temor más grande que tiene esta generación es que están conscientes que la generación Z están mejor preparados que ellos y que son más emprendedores.

1.9 Relaciones interpersonales

Berscheid (2009) en su artículo, comenta que las relaciones interpersonales son de suma importancia debido a que constituyen los principios de la condición humana. Todo ser humano considera las relaciones o la falta de ellas como algo esenciales en nuestro bienestar psicológico.

Para una gran parte de las personas que dedican largas horas a las actividades laborales, las relaciones con sus compañeros de trabajo, jefes y demás pueden convertirse en conflictos y esto conlleva al estrés.

Uno de los tipos de relaciones positivas que se establecen en el trabajo es la amistad. La amistad posee varios beneficios significativos a las personas en las organizaciones. Las amistades pueden proveer comunicación, respeto, confianza, cooperación y lo más importante seguridad que, puede influir en la conducta de las personas. No obstante, en varias ocasiones estas relaciones pueden complicarse, resultando incómodo y estresante para otros colaboradores dentro de la empresa.

1.10 Motivación en el trabajo

Fresneda (2015) en su artículo, comenta que antes se pensaba que la motivación era algo exterior a nosotros y que esto mejoraría con un aumento de salario, con mayor estabilidad laboral o siendo el jefe de algún lugar de trabajo. Pero luego Pink (como se citó en Fresneda, 2015) reveló la verdad sobre lo que verdaderamente motiva a una persona y hablo de la importancia de la autonomía y la maestría en el campo laboral y aseguró que lo que verdaderamente funciona es la motivación intrínseca, lo que llevamos dentro de nosotros. Luego de esto la Fundación Empresa y Sociedad llego a la misma conclusión y para probarlo se sondeó a 1,245 persona y se llegó a la conclusión que lo siguiente es lo que más motiva a una persona en el ámbito laboral.

- Trabajar en equipo y en un ambiente donde todos colaboren
- Innovar
- Contribuir al bien común
- Plantear nuevas metas profesionales
- Establecer buenas relaciones interpersonales
- Desarrollarse como personas
- Aprender cosas nuevas día con día
- Contribuir con los objetivos de la organización
- Mejorar económicamente
- Oportunidad de desarrollo

La motivación en el trabajo crece con la edad. La mayor parte de las personas reconoce el vínculo entre la motivación personal y laboral y prioriza el tiempo en el ámbito familiar, así como en ayudar al prójimo.

Según Abad (como se citó en Fresneda, 2015), la clave de la motivación laboral no solo implica trabajar en equipo, sino que tiene que ser en un entorno donde todos colaboren. Esta no es únicamente una preferencia de los millennials sino de todas las generaciones anteriores.

El mismo autor comenta que la encuesta realizada incluso revela la necesidad de un acercamiento entre generaciones ya que la empresa del futuro será la que incluya a todas las generaciones para poseer más energía, talento, y sobretodo dominio de la tecnología de los jóvenes con la experiencia de los mayores.

González (2013) en su artículo comenta que los individuos que ocupan los cargos altos dentro de una organización deben tomarse el tiempo para saber qué es lo que desean y motiva a los empleados para que estos den lo mejor de sí mismos. La motivación varía para cada individuo y motivarlos implica saber cómo piensan los empleados. Los incentivos pueden ser buenos, pero también pueden ser perjudiciales y causar efectos no deseados.

Cuando los sueldos y compensaciones son adecuados, los trabajadores suelen motivarse si saben que son sobresalientes en sus tareas.

Los incentivos son relativos. Si a una persona con bajos ingresos se le da un incentivo monetario seguramente se motivará, de lo contrario si a una persona con un sueldo alto se le da la misma cantidad el efecto motivador no será el mismo, ocasionando desmotivación.

El reconocimiento de un desempeño sobresaliente de un empleado siempre tiene un efecto motivador. Pero siempre se debe tener en mente que dicho efecto motivador de incentivos es a corto plazo. En ciertas empresas, el trabajo en equipo y la buena administración mantiene el equipo de trabajo motivado.

No existe algo en si para motivar al personal, para que la motivación funcione mejor el incentivo debe llenar las necesidades del equipo, y esto se logra conociendo a las personas. Para algunos la motivación se da por un logo, para otros recibir una compensación económica y para empleados maduros, puede ser únicamente por satisfacción personal y profesional de sentirse útil en su trabajo.

Por otro lado, si los trabajadores no se sienten útiles y no les gusta el trabajo que desempeñan, ellos mismos se desmotivarán, sin importar lo que los jefes hagan para motivarlos.

Según Drucker (como se citó en González, 2013) para motivar a los empleados hay que crear ciertas condiciones un ambiente de trabajo para que la motivación de cada persona aumente. No existe una teoría que se aplique con éxito en todos los casos. Los cursos de motivación solo motivan temporalmente y después vuelve la falta de hacer las cosas por parte de los empleados.

El mismo autor recomienda lo siguiente para mantener motivados a los empleados:

- Cada trabajador debe estar en el puesto idóneo de acuerdo con sus habilidades
- Mantener informados a todos de manera eficiente para que sobresalgan
- Retarlos y darles estándares medibles de desempeño
- Tratar a todos por igual
- Desarrollar trabajo voluntario
- Mantener fuera del lugar de trabajo todo lo que desmotive a los empleados
- Crear condiciones que faciliten a los trabajadores a que se automotiven

Cabe mencionar que todas las teorías mencionadas anteriormente son de suma importancia para el presente estudio debido a que si los individuos no están motivados no pueden trazarse metas tanto laborales como personales.

Una de las teorías más importantes e interesantes para el presente estudio son las teorías de motivación debido a que en ellas se describen varias formas de motivar a las personas y esto es de suma importancia a la hora de que las mismas quieran trazar sus metas ya sean tanto personales como profesionales.

Todas estas teorías y definiciones van de la mano del tema de investigación por lo cual es de suma importancia mencionarlas ya que servirán como apoyo al presente estudio.

II. Planteamiento del problema

A lo largo de la historia la humanidad ha dedicado gran parte de su tiempo a diferentes actividades dentro de las cuales se destacan las actividades laborales. Anteriormente tanto el desempeño como el estilo de vida eran diferentes, toda vez que, las personas tenían como fin principal la felicidad, teniendo por lo tanto un mayor desempeño y un modo de vida diferente al que actualmente se vive ya que el contexto social desde antes del año 1965 varia al de la actualidad.

Según la Real academia de la lengua española (2014), una meta es un fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien. Es importante para toda persona fijar metas laborales debido a que pasan gran parte de su tiempo en actividades laborales y gracias a esto las personas obtienen una serie de compensaciones ya sean económicas, materiales, psicológicas y sociales y logran desarrollar su propia identidad y sus roles en la sociedad.

De lo anterior se puede establecer que las metas hacen que se dirijan las acciones y esfuerzos de las personas hacia lo que se quiere conseguir, de tal manera el cerebro puede desarrollar estrategias para alcanzarlas, logrando así tener un balance y ser constantes en las acciones que se realizan día a día, no obstante lo anterior, la determinación de metas ha ido variando generación tras generación tanto en deseos, plazos y en las acciones a realizar, por lo que se puede decir que con el paso del tiempo la fijación de metas y realización de las mismas se han transformado.

Según García (2008) la *generación X* son las personas nacidas alrededor del año 1965 hasta aproximadamente el año 1983, son personas que no ven el éxito de la misma

manera que sus padres. En términos generales se les describe como escépticos y se caracterizan por su cinismo y desilusión ante los valores de sus padres. El trabajo para ellos representa no solo una forma de sobrevivir económicamente, sino también una fuente de satisfacción y desarrollo personal.

Por otra parte Boschma (2006) en su estudio Generación Einstein: más listos, más rápidos y más sociales comenta que la generación Y son las personas que nacieron entre 1980 hasta el año 2000, dentro de sus características se puede resaltar que son personas optimistas, serias, que han crecido con la red y herramientas para socializarse, son personas que tienen mucha confianza en ellos mismos, aprecian los lazos de familia, han crecido con calidad y no esperan menos, están acostumbrados a poder encontrar lo que buscan fácil y rápidamente, con lo que esperan lo mismo en todo lo demás: que sea útil, funcional y rápido.

Es interesante observar como la generación X y Millennials poseen distintos puntos de vista en cuanto a su visión del mundo dentro de lo que podría haber las metas laborales, razón por la cual surge la siguiente pregunta de investigación.

¿Existe diferencia estadísticamente significativa respecto a metas laborales al comparar un grupo perteneciente a la Generación X y Millennials?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Determinar si existe diferencia estadísticamente significativa respecto de las metas laborales entre la generación X y Millennials en un grupo de personas que laboran en una entidad del estado.

2.1.2 Objetivos específicos

2.1.2.1. Identificar las principales metas que posee la Generación X y Millennials

2.1.2.2. Identificar los principales indicadores de metas económicas, altruistas y de relaciones sociales según el tipo de generación en un grupo de trabajadores de una entidad del estado.

2.1.2.3. Establecer si existe diferencia en cada uno de los indicadores de metas según la Generación X y Millennials.

2.1.2.4 Determinar la relación entre las variables sexo, edad, años de laborar y los indicadores de metas laborales.

2.2 Variables de estudio

- Metas laborales

2.3 Definición de variables de estudio

2.3.1 Definición conceptual

Metas:

Según la RAE (2014). Una meta es un fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien.

Según Armijo, (2010) las metas expresan el nivel de desempeño a alcanzar y en conjunto con los indicadores proveen la base para la planificación operativa y el presupuesto, dentro de las metas se identifican tres características esenciales, especifica un desempeño medible, especifica la fecha tope o el periodo de cumplimiento y debe ser realista y logable, pero debe presentar un desafío significativo para la persona.

2.3.2 Definición operacional

Metas laborales:

Para la presente investigación se entenderán las metas de los estudiantes de las generaciones mencionadas a través de los siguientes indicadores que medirá el instrumento de Wilding y Andrews (2006). *Life goals, approaches to study and performance in an undergraduate cohort.*

- Económicas
- Altruistas
- Relaciones sociales

2.4 Alcances y límites

La presente investigación establece un alcance descriptivo comparativo, enfocado únicamente en las generaciones descritas en el presente estudio. Los resultados son extrapolables únicamente a muestras con características similares a las del presente estudio, por tanto, no se puede generalizar a otro tipo de generaciones.

2.5 Aporte

La presente investigación tiene como aporte principal dar a conocer que motiva o que mueve a estas personas de dos distintas generaciones a desenvolverse en el área laboral. Lo anterior será de mucha utilidad para procesos de reclutamiento y selección de personal así como al área de Recursos Humanos en general para crear planes de crecimiento y también de adaptación.

Además de esto, se creará un programa de capacitación para que estas dos distintas generaciones puedan estar motivados y así consigan definir sus metas tanto personales como laborales.

III. Método

3.1 Sujetos

El muestreo escogido con base en el criterio de la investigación fue no probabilístico, dicho muestreo según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “la muestra no probabilística es la elección de los elementos no dependen de la probabilidad, sino de causas relacionadas con características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (P.176).

Además, la técnica de muestreo que se utilizó fue por juicio prudencial, es decir se localizaron grupos intactos ya establecidos.

	Generación X	Millennials
Muestra	20 trabajadores tanto de sexo femenino y masculino de una entidad del estado.	20 trabajadores tanto de sexo femenino y masculino de una entidad del estado.
Edad	36 a 50 años	25 a 35 años

3.2 Instrumento

Para obtener los datos deseados sobre las diferentes metas que posee la generación X y la generación Y, se utilizará el instrumento creado por Wilding & Andrews (2006). El instrumento reúne las características necesarias para ser aplicado en la muestra de estudio. Dicho instrumento respeta los criterios de valuación de los autores y únicamente se adaptó para que sea aplicable a la muestra del estudio. El instrumento se divide en 11 preguntas y se subdividen de la siguiente manera:

- Económico: (académico/desarrollo personal): (1,4,5,8 y 10)
- Altruismo: (3 y 7)
- Relaciones: (2,6,9 y 11)

La escala está construida en un valor entre 1 y 6, donde 1 es nada importante y 6 es máxima importancia, en la medida en que la persona marca en cada meta cercano a 6, más se identifica con dicha meta.

La forma de calificación se hará a través de los indicadores y se determinará en función de aquellos indicadores que sobresalen en los resultados obtenidos.

3.3 Procedimiento

Para llevar a cabo la presente investigación se planteó los siguientes pasos:

- Se seleccionó el tema de investigación.
- Se presentó la propuesta del tema al departamento de psicología.
- Se obtuvo la pre-aprobación del tema por parte de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar.
- Se estableció el objetivo general y los objetivos específicos de dicho tema.
- Se presentó propuestas de instrumentos para medir el tema a investigar y se llegó a la conclusión de crear un instrumento para medir las metas laborales.
- Se seleccionó el instrumento adecuado a la muestra de estudio.
- Se pidió la autorización a la empresa para la aplicación del instrumento, misma que tendrá una duración aproximada de dos semanas.
- Una vez obtenidos los resultados se procedió a la tabulación y análisis de los mismos.
- Se trabajó en la discusión de resultados y en la preparación del informe final de tesis que incluye las conclusiones y recomendaciones.

3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística

La presente investigación es de un enfoque cuantitativo y tiene un alcance no experimental, transversal de tipo descriptivo comparativo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (P.80).

La metodología estadística que se utilizó, fueron las medidas de tendencia central, la desviación estándar, el cálculo de la diferencia de medias a través de la prueba t de Student. La prueba t según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “se basa en una distribución que se identifica por los grados de libertad, los cuales constituyen el número de maneras en que los datos pueden variar libremente. Son determinantes, ya que indican qué valor se debe esperar de t, dependiendo del tamaño de los grupos que se comparan” (P.320). Además, el tamaño del efecto de Cohen (d) para medir el impacto de la diferencia y el coeficiente de correlación de Pearson, para la relación con las variables adicionales. Adicionalmente se utilizaron frecuencias y porcentajes para cada establecer el comportamiento de las respuestas en cada una de las preguntas del instrumento.

Lo anteriormente descrito se realizará con el apoyo del programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 24.0 para Windows, además de programas de internet.

IV Presentación de Resultados

Tabla 4.1. Estadísticos descriptivos indicadores de metas

N = 40	Económico	Altruismo	Relaciones Sociales	Total metas
\bar{X}	23.38	9.93	193	52.33
σ	5.14	1.92	3.25	9.01

En la tabla anterior figuran la media y la desviación estándar de la muestra evaluada. La media de esta muestra corresponde a una media por ítem de 4.75 que se sitúa en la zona baja de la escala que va de 1 a 6.

La desviación esperada con un número de sujetos de 40 estaría en torno a 4.30 en la distribución normal Guilford y Fruchter 1973 citado por Morales (2008, p. 60) lo que indica que en esta muestra la dispersión es algo superior a lo que se puede esperar.

La media de la muestra de esta, muestra en el indicador económico se ubica en un rango alto (6 – 30), con base al total máximo de este indicador. De igual manera ocurre en el indicador altruismo, que la media se ubica en la zona alta (6 – 12). Finalmente el indicador relaciones sociales muestra también una positiva valoración basado en la media obtenida (6 – 24).

En general se puede decir que las metas están valoradas positivamente por la muestra tanto de la Generación X y Millennials

Tabla 4.5. Diferencia de medias según el tipo de generación.

	Tipo de Generación	N	Media	Desviación estándar	t p
Económico	Millennials	20	23.95	4.25	.702
	Generación X	20	22.80	5.97	.487
Altruismo	Millennials	20	10.55	1.57	2.14
	Generación X	20	9.30	2.08	.038
Relaciones Sociales	Millennials	20	19.50	2.76	.921
	Generación X	20	18.55	3.69	.363
Total	Millennials	20	54.00	7.43	1.18
	Generación X	20	50.65	10.28	.245

La única diferencia estadísticamente significativa se puede ver en el área de altruismo, teniendo una media mayor los Millennials, lo que indica que si hay diferencia en dichas metas entre una generación y otra, dicha diferencia tiene un tamaño del efecto de $d = .67$. Esto basado en los criterios asumiendo una curva normal es un tamaño moderado lo que indica que la diferencia entre un grupo y otra es moderada.

Esta tabla cumple con el objetivo de investigación que era determinar si había diferencia en la metas entre una generación y la otra, por tanto se ha cubierto la intención principal del estudio.

Tabla 4.2. Estadísticos descriptivos indicador Económico (académico y desarrollo personal).

N = 40		Nada importante			Máxima Importancia			
No.	Pregunta	1	2	3	4	5	6	\bar{X} (σ)
1	Tener una carrera profesional muy gratificante	0	1 2.5%	2 5%	9 22.5%	4 10%	24 60%	5.20 (1.11)
4	Tener una gran seguridad económica.	0	1 2.5%	3 7.5%	12 30%	12 30%	12 30%	4.78 (1.05)
5	Tener un puesto muy prominente en la sociedad.	2 5%	3 7.5%	8 20%	9 22.5%	14 35%	4 10%	4.05 (1.31)
8	Ser reconocido por mis logros.	1 2.5%	0	9 22.5%	9 22.5%	7 17.5%	14 35%	4.58 (1.31)
10	Llegar a la posición más alta en mi carrera.	1 2.5%	3 7.5%	3 7.5%	6 15%	11 27.5%	16 40%	4.78 (1.39)

Se puede notar en la tabla 4.2. Que la meta con la media más alta se encuentra en: tener una carrera profesional muy gratificante, seguida por seguridad económica y llegar a la posición más alta de mi carrera. Ambas generaciones valoran esto como metas importantes en la vida. En cualquier caso el grupo de metas del indicador económico está bien valorado, todas las medias están en la zona alta de la escala que va de 1 a 6.

Tabla 4.3 Estadísticos descriptivos indicador Altruismo

N = 40		Nada importante			Máxima Importancia			
No.	Pregunta	1	2	3	4	5	6	\bar{X} (σ)
3	Poder hacer una contribución importante a la sociedad	0	0	1 2.5%	1 2.5%	14 35%	24 60%	5.53 (.68)
7	Tener en la vida un compromiso religioso serio	5 12.5%	2 5%	3 7.5%	7 17.5%	8 20%	15 37.5%	4.40 (1.74)

De las dos metas presentadas en la tabla 4.3 del indicador Altruismo, ambas fueron valoradas de manera adecuada por las generaciones evaluadas. La media mayor la vemos en: Poder hacer una contribución importante a la sociedad, situación que se ve reflejada también en la distribución de frecuencias, en dónde la mayoría respondió entre la opción 5 y opción 6. Tener en la vida un compromiso religioso serio, fue valorada también en la zona alta de la escala.

Tabla 4.4. Estadísticos descriptivos indicador relaciones sociales

N = 40		Nada importante			Máxima Importancia			
No.	Pregunta	1	2	3	4	5	6	\bar{X} (σ)
2	Poder hacer una buena vida social.	0	0	3 7.5%	20 50%	7 17.5%	10 25%	4.60 (.96)
6	Mantener una buena relación con mi familia.	0	1 2.5%	1 2.5%	0	2 5%	36 90%	5.78 (.80)
9	Crear mi propia familia.	3 7.5%	0	3 7.5%	6 15%	5 12.5%	23 57.5%	4.98 (1.51)
11	Ser muy rico en recursos económicos.	3 7.5%	4 10%	10 25%	11 27.5%	10 25%	2 5%	3.68 (1.31)

En el indicador relaciones sociales, presentado en la tabla 4.4. se puede notar que la meta más valorada fue: Mantener una buena relación con mi familia, seguida de la meta crear mi propia familia. Lo anterior muestra que ambas generaciones le dan valor a la familia y estarían interesados en formar una familia. El resto de metas también han sido valoradas de forma positiva.

Tabla 4.6. Diferencia de metas según sexo

	Sexo	N	Media	Desviación estándar	t p
Económico	Femenino	27	23.48	5.12	.503
	Masculino	12	22.58	5.21	.618
Altruismo	Femenino	27	10.33	1.49	1.69
	Masculino	12	9.25	2.49	.099
Relaciones Sociales	Femenino	27	19.48	2.50	1.76
	Masculino	12	17.58	4.21	.087
Total	Femenino	27	53.30	7.93	1.25
	Masculino	12	49.42	10.99	.219

Se puede notar que no existe ninguna diferencia estadísticamente significativa entre los indicadores de metas y el sexo. Lo que indica que las metas en este grupo muestran medias similares entre un sexo y otro. Esto con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 4.7. Correlaciones entre indicadores de metas, edad y años de laborar en la empresa

N = 40		Edad	Años de laborar en la empresa
Económico	R	-.143	-.174
	Sig. (bilateral)	.379	.283
Altruismo	R	-.305	-.392
	Sig. (bilateral)	.055	.012
Relaciones Sociales	R	-.159	-.131
	Sig. (bilateral)	.326	.420
Total	R	-.204	-.230
	Sig. (bilateral)	.206	.153

Existe correlación entre el indicador altruismo y años de laborar en la empresa, dicha relación es negativa lo que indica que a más años de laborar menos altruismo y a menos años más altruismo. En el caso del mismo indicador con relación a la edad no hay diferencia significativa, pero casi la alcanza lo que indicaría que a más edad menos altruismo y viceversa. El resto de variables e indicadores no presentan ninguna relación significativa.

V. Discusión de resultados

Partiendo del objetivo general de la presente investigación, el cual fue determinar si existe diferencia estadísticamente significativa respecto de las metas laborales entre la generación X y Millennials en un grupo de colaboradores que laboran en una entidad del estado. Se puede decir que dentro de los resultados más importantes y que responden al objetivo antes mencionado, se pudo notar que, en los indicadores del instrumento, la única diferencia estadísticamente significativa fue en el indicador de altruismo entre la *Generación Millennials y Generación X*. La media mayor la tiene la generación Millennials, lo que indica que tienden a inclinarse más en ayudar y ser más condescendientes que los de la generación Y. Además, dicha diferencia es moderada siguiendo los criterios del tamaño del efecto de Cohen's (d) y asumiendo una distribución normal.

Con lo anterior se pudo evidenciar que las metas de vida están asociadas a la motivación como lo dicen las teorías que hablan sobre dicha temática. Tal es el caso de la teoría de Maslow basada en la jerarquía de necesidades o bien las de Herzberg que se basa en la importancia que tiene el conocimiento y que ciertas necesidades producen satisfacción total.

Con base a lo anterior las generaciones no están ajenas a dichas motivaciones y esto se ve demostrado en diferentes estudios que hablan de ello. Por ejemplo en el estudio de Golik (2010) que tuvo como objetivo explorar la expectativas en jóvenes universitarios de la generación Y, que recién se incorporan al mercado laboral, encontró que un 35.9% desea desarrollar su propio emprendimiento, un 53.4% prefiere un estatus que se

encuentre fuera de la dependencia en la organización. Además no se observan diferencias significativas entre la variable sexo ya que ambos buscan equilibrio entre vida laboral y privada. Lo anterior coincide con los resultados de la presente investigación en donde se puede apreciar en la tabla 4.6. que también compara las metas de vida según el sexo y muestra que no hay diferencias según dicha variable, es decir tanto hombres como mujeres muestran intereses parecidos.

Otro estudio fue el realizado por Garduño y Sandoval (2006), cuyo objetivo fue identificar los cambios ocurridos en el tipo de motivación y las expectativas de tres generaciones de estudiantes normalistas de primer ingreso. El estudio señala que casi la mitad de los estudiantes escogieron su carrera por motivos extrínsecos, el 40% de ellos deseaban seguir con sus estudios universitarios en algún campo ajeno a la educación.

Dicho estudio coincide con los resultados de esta investigación debido a que en la tabla 4.2, las metas o motivaciones que sobresalen son las relacionadas con el tema económico. Tener una carrera profesional gratificante (media de 5.20) y tener una seguridad económica y una posición alta en mi carrera (ambas medias de 4.78), reflejan la importancia que le dan estas generaciones, tanto la X como los Millennials a la situación económica.

Lo anterior va de la mano con otro estudio realizado en la sociedad portuguesa (2015) en donde se buscó comprender la relación entre las expectativas de los estudiantes luso

africanos con los procesos de inclusión e integración a la sociedad. Dicho estudio se enfocó en el éxito educativo y profesional y se encontró que lo más importante es la formación o el interés que tienen los padres con el éxito profesional de sus hijos. Situación que como ya se mencionó anteriormente tiene relación con el tema del éxito profesional y desarrollar una carrera profesional gratificante.

Como datos adicionales se relacionaron otras variables con los indicadores de las metas. Se relacionó la edad y años de trabajar en la empresa y se notó que la relación se ve en el indicador de altruismo. Dicha relación es negativa lo que indica que a más años de trabajar dentro de la empresa menos colaborador o benevolente se es con los compañeros. Quizá el hecho de llevar más años en la empresa hace que disminuya el sentido de colaboración o altruismo.

Lo expresado puede coincidir con el estudio de González (2011) cuyo objetivo fue detectar los valores, intereses y motivaciones de la generación Y cuando se incorpora al mercado laboral y su influencia en el área de recursos humanos. Los resultados indican que los jóvenes van cambiando de intereses y tienen hoy por hoy la necesidad de vivir conectados a la tecnología, seguido curiosamente por un interés por la familia, luego la pareja y finalmente amigos. Por lo tanto, el apoyar o ayudar a los demás quizá pasa a otro plano en este caso con los años de estar en un mismo lugar.

Finalmente se puede decir que en términos generales ambas generaciones muestran altas aspiraciones en la vida. Según los criterios del instrumento, la mayoría de los

indicadores y las metas están en la zona alta de la escala, lo que indica basados en las teorías de motivación como es el caso de la teoría de autodeterminación de Herzberg, que dice que la autonomía, la necesidad de relacionarse y de ser competente forman parte del desarrollo y motivación del ser humano. Situación que se ve evidenciado en los resultados de este estudio, porque dichas motivaciones tienen que ver con ello.

Luego de hacer un análisis entre los resultados de esta investigación y lo expresado en la teoría y otros estudios, se muestra la importancia que tiene para el ser humano seguir investigando sobre la motivación, las metas en la vida y sobre todo como esto puede ayudar a las nuevas generación a conocerse mejor y enfocar planes en el área de recursos humanos para reforzar lo que es importante para este tipo de trabajadores que cada vez demanda otros reforzadores y otras formas de motivación.

VI. Conclusiones

- Los resultados obtenidos de la presente investigación indican que la única diferencia estadísticamente significativa fue en el indicador de altruismo entre la Generación X y Millennials.
- No se observan diferencias significativas entre la variable sexo ya que tanto hombres como mujeres buscan el equilibrio entre la vida laboral y privada.
- Se concluyó que tanto la Generación X como los Millennials le dan mucha importancia al indicador que se relaciona con lo económico, siendo este el más importante para estas generaciones.
- Según los resultados se pudo concluir que ambas generaciones muestran altas aspiraciones en la vida, sin importar la edad y sexo.

VII. Recomendaciones

- Se recomienda seguir estudios en esta temática, debido a que es un tema novedoso y de suma importancia para que las personas sepan trazar sus metas tanto personales como laborales.
- Es importante fortalecer el tema del altruismo en cada generación, no importando a la generación a la que se pertenece es importante, el compromiso social y el apoyar a los demás.
- Los entornos laborales han ido cambiando y esto es producto también del cambio generacional, es por ello por lo que se debe prestar especial atención a las metas que tiene cada generación para enfocar los planes de carrera.
- En términos generales los indicadores fueron valorados adecuadamente en esta muestra, pero el que sobresalió fue el económico. Es por ello que se deben crear planes en donde se puedan integrar todas las metas.

VIII Referencias

- Azurdia, M. (2017). *Principales factores que motivan a un grupo de colaboradores de distintas generaciones en una empresa dedicada a la distribución de productos farmacéuticos, a continuar laborando en ella* (Tesis inédita de licenciatura) recuperada de:
<http://biblio4.url.edu.gt/Tesis/V20/seol/Tesis/2017/05/43/Azurdia-Maileen.pdf>
- Boschma, J. & Groen, I. (2006). *Generación Einstein: más listos, más rápidos, y más sociales*. Recuperado de:
http://www.anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf
- Calderón, E. (2014). *Evaluación del desempeño laboral*. Recuperado de:
<http://admpersonaladm.blogspot.com/2014/06/evaluacion-del-desempeno-laboral.html>
- De León, J. (2009). *Factores que motivan a los jóvenes de primer año universitario de las facultades de ciencias económicas y humanidades de la Universidad Rafael Landívar* (Tesis inédita de licenciatura). recuperada de:
<http://200.38.75.90:8980/Tesis/05/43/De-Leon-Salazar-Jose/De-Leon-Salazar-Jose.pdf>
- Ferrer, A. (2010). Millennials, la generación del siglo XXI. *Nueva revista número 130*. Recuperado de:
http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo83/files/Millennials_-_La_Generacion_Millennial_en_el_Siglo_XXI_-_2010.pdf
- Frager, R. y Fadiman, J. (2010). *Teorías de la personalidad* (6 ed.). México: Alfaomega.
- Fresneda, C. (2015). Que nos motiva en el trabajo. *El mundo*. Recuperado de:
<http://www.elmundo.es/economia/2015/06/28/558e6c8f46163fab178b4573.html>
- Garduño, J.G. & Sandoval, J.O. (2006). Motivación y expectativas para ingresar a la carrera de profesor de educación primaria: Un estudio de tres generaciones de estudiantes normalistas mexicanos de primer ingreso. *Revista Electrónica de investigación Educativa*, 8(2), 1-17.

Golik, M. (2010). Las expectativas de equilibrio entre vida laboral y vida privada y las elecciones laborales de la nueva generación. *Cuadernos de administración* (01203592). Ene-jun 2013, Vol. 26 Issue 46, p107-133. 27p.

González, J. (24/06/2013). Lo que mejor motiva en el trabajo. *El siglo de Torreón*. Recuperado de:
<https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/884855.lo-que-mejor-motiva-en-el-trabajo.html>

González, R. (2011). La incorporación de la Generación Y al mercado laboral: el caso de una Entidad Financiera de la ciudad de Resistencia. *Palermo Bussiness Review* (5), 67.93.

Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: Mcgraw-hill.

Hernández, A., Martín, M., & Beléndez, M. (2011). La generación Y de los publicitarios ante la vida laboral y familiar: expectativas de conflicto trabajo-familia. *Comunicación y Hombre*, (7), 119-131

Llorent, V. J., Llorent-Bedmar, V., & Mata-Justo, J. (2015). Expectativas académicas de los inmigrantes de segunda Generación en Setúbal Y Faro (Portugal). *Pedagogía Social*, (26), 315-336. DOI: 10.7179/PSRI_2015.26.12

López, C. (2001). *Teoría X y teoría Y de Douglas Mcgregor, sus fundamentos*. Recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/teoria-x-y-teoria-y-de-douglas-mcgregor-sus-fundamentos/>

López Más, J. (2014). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestión en el tercer Milenio*, 8(15), 25-36. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8498>

Mateos, M. (2016). Como trabajan y que quieren las cuatro generaciones de hoy. *Expansión*. Recuperado de: <http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/1021014-330/un-trabajo-cuatro-generaciones-en-qu%C3%A9-se-distingue-cada-una>

Medina Salgado, C. (2016). Los millennials su forma de vida y el streaming. *Gestión y Estrategia*, (50), 121-137.

Monfort, P. (2012). *Un acercamiento teórico sobre la motivación para dirigir*. *Transporte desarrollo y medio ambiente*, 32(1), 51-60

Morales, P. (2008). *Estadística aplicada a las ciencias sociales*. España: Publicaciones: Universidad Pontificia Comillas.

Moreno, A. (2017). *Factores relevantes en la motivación al logro y afiliación en un grupo de jóvenes millennials que laboran en un centro de llamadas de la ciudad de Guatemala* (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Pedraza, E. Amaya, G. & Conde, M (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado en la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(3), 493-505. Recuperado en 18 de abril de 2017, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300010&lng=es&tlng=es

Perezbolde, G. (2014). Conoce las diferencias entre millennials, genx y baby boomers. *Merca 2.0*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/>

Reis, G. & Braga, B. (2016). Atractivo como empleador en perspectiva generacional: Implicaciones en el Employer Branding. *Diario de gestión*, 51 (1), 103-106. Doi:10.5700 / rausp1226.

Taype, M. (2015). *Teorías de la motivación*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-motivacion/>

Trabajo y relaciones interpersonales positivas (18/09/2009). *Temas de psicología social*. Recuperado de: <http://blogs.ua.es/psicologasocial/2009/09/18/relaciones-interpersonales-y-trabajo/>

Vega, S. (2014). Las 6 Generaciones vivientes y su impacto en la mercadotecnia. *Merca 2.0*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/las-6-generaciones-vivientes-y-su-impacto-en-la-mercadotecnia/>

Zabala, G. (s.f). Comportamiento de las diferentes generaciones. *Gerza.com*. Recuperado de: http://www.gerza.com/articulos/aprendizaje/todos_articulos/comport_generaciones.html

Anexos

Ficha Técnica

NOMBRE	Metas en la vida (Life goals)
AUTOR	Wilding John y Andrews Bernice (2006).
OBJETIVO	Establecer las principales metas en la vida.
¿QUÈ MIDE?	Este cuestionario mide los siguientes factores: <ul style="list-style-type: none">• Económico• Altruismo• Relaciones
REACTIVOS	Económico: 1,4,5,8 y 10 Altruismo: 3 y 7 Relaciones: 2,6,9 y 11
TIEMPO DE RESOLUCIÓN	Este cuestionario puede variar entre 5 a 10 minutos.
FORMA DE APLICACIÓN	Para evaluar cada uno de los factores, se utilizan opciones múltiples donde 1 es nada importante y 6 es máxima importancia. El instrumento es de autoaplicación.

Edad: _____

Área de trabajo: _____

Años de laborar en la institución: _____

Sexo: F / M

Metas en la vida

Las afirmaciones puestas a continuación expresan orientaciones o metas que uno puede buscar en su propia vida.

Indique en qué medida son importantes para usted (encierre en un círculo su respuesta).

	Nada importante			Máxima importancia		
	←					→
1. Tener una carrera profesional muy gratificante.	1	2	3	4	5	6
2. Poder hacer una buena vida social.	1	2	3	4	5	6
3. Poder hacer una contribución importante a la sociedad.	1	2	3	4	5	6
4. Tener una gran seguridad económica.	1	2	3	4	5	6
5. Tener un puesto muy prominente en la sociedad.	1	2	3	4	5	6
6. Mantener una buena relación con mi familia.	1	2	3	4	5	6
7. Tener en la vida un compromiso religioso serio.	1	2	3	4	5	6
8. Ser reconocido por mis logros	1	2	3	4	5	6
9. Crear mi propia familia.	1	2	3	4	5	6
10. Llegar a la posición más alta en mi carrera.	1	2	3	4	5	6
11. Ser muy rico en recursos económicos.	1	2	3	4	5	6