

# Diferencias en la Motivación Laboral debido al Género entre Personas de la Generación Y en el Noreste de México.

## Differences in Work Motivation due to Gender between Generation Y People in Northeast Mexico

María Alejandra García González<sup>1\*</sup>, Ruth Isela Martínez Valdez<sup>2\*</sup>, Elí Samuel González Trejo<sup>3</sup>, María del Carmen Catache Mendoza<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias Químicas, Nuevo León, México.

[alejandra.garciagzz@uanl.edu.mx](mailto:alejandra.garciagzz@uanl.edu.mx)

DOI: <https://doi.org/10.29105/revig1.1-5>

### Abstract

The aim of this study is to establish whether Gender has an impact on the level of intrinsic and extrinsic work motivation in Generation Y individuals. For this, a Likert-type instrument was designed and validated applied to 687 people who reside and work in the metropolitan area of Monterrey, Nuevo León, Mexico belonging to this generation. The ANOVA test was used to determine if there are significant differences due to gender. The results of this research show that there are differences in job motivation between men and women. We consider it important to know the motivational differences between genders, so that companies develop strategies to keep motivated their staff with the purpose that this affects the improvement in job satisfaction, the organizational climate, achieving organizational objectives and increasing the economic value of the enterprise.

### Keywords

Generation Y, motivation, extrinsic factors, intrinsic factors, gender.

### Resumen

El objetivo de este estudio es establecer si el Género tiene impacto en el nivel de la motivación laboral intrínseca y extrínseca en individuos de la Generación Y. Para lo cual se diseñó y validó un instrumento tipo Likert aplicado a 687 personas que residen y trabajan en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México pertenecientes a esta generación. Se utilizó la prueba ANOVA para determinar si existen diferencias significativas debido al género. Los resultados de esta investigación demuestran que existen diferencias en cuanto a la motivación laboral entre hombres y mujeres. Consideramos importante conocer las diferencias motivacionales entre géneros, para que las empresas desarrollen estrategias para mantener motivado a su personal con la finalidad que esto repercuta en el mejoramiento en la satisfacción laboral, el clima organizacional, el logro de los objetivos organizacionales y al incremento en el valor económico de la empresa.

### Palabras clave

Generación Y, motivación, factores extrínsecos, factores intrínsecos, género.

## 1. Introducción

La motivación es el conjunto de factores tanto internos como externos que determinan en cierta manera las acciones de un individuo (Real academia española, 2014). Cabe resaltar que en la motivación ocurren aspectos biológicos y socioculturales que generan necesidades biológicas y psicológicas en los individuos. No se presenta como un concepto unitario, sino más bien abarca tres tipos diferentes de motivación: la motivación intrínseca, asociada a realizar una actividad solo por el gusto de llevarla a cabo, la motivación extrínseca, ligada a una recompensa al realizar una acción y, finalmente la desmotivación, que debido a la carencia de motivación se traduce en la ausencia de compromiso y de la acción.

Hoy en día, las organizaciones enfrentan dificultades para retener y/o atraer talento humano motivado y comprometido con los objetivos organizacionales. Resulta indispensable desarrollar acciones que impulsen la motivación en el capital humano e identificar qué es lo que lo motiva, considerando que existen factores socioculturales que influyen en la forma en que cada persona exterioriza su percepción del ambiente laboral, entre ellos la cohorte generacional o el género al que se pertenece.

Profundizar en la investigación de esta problemática nos llevó a plantear las siguientes preguntas de investigación: En México, ¿existen diferencias significativas, respecto a la motivación laboral intrínseca, entre las personas de la Generación Y por causa del Género? En México, ¿existen diferencias significativas, respecto a la motivación laboral extrínseca, entre las personas de la Generación Y por causa del Género?

El objetivo de este estudio fue indagar si el Género tiene un impacto en el nivel de la motivación laboral intrínseca y extrínseca en individuos de la Generación Y. Es relevante comprender la necesidad de mantenerlos motivados puesto que representan la mayoría de la población económicamente activa en México (INEGI, 2019). Nuestro interés es arrojar luz a las empresas para que desarrollen estrategias que favorezcan la creación de un clima organizacional, que motive a los trabajadores y con ello contribuyan al incremento en el valor económico de la empresa. Con esa finalidad se diseñó y validó un instrumento tipo Likert aplicado a 687 personas que residen y trabajan en el área metropolitana de Monterrey y diversos municipios del estado de Nuevo León, México pertenecientes a esta generación.

## 2. Revisión literaria

La motivación es el conjunto de factores tanto internos como externos que determinan en cierta manera las acciones de un individuo (Real Academia Española, 2014). En ella yacen aspectos biológicos y socioculturales que generan necesidades biológicas y psicológicas en los individuos. El objetivo es relacionar coherentemente los factores, tanto externos como internos, a razón de que la persona se conducirá en función de las condiciones del estímulo. Estos estímulos surgen de diferentes fuentes: algunos se relacionan con la estructura genética, o bien son aprendidos o elegidos; dependiendo de la cantidad y calidad del estímulo, se motivará la conducta (Palermo, 2005).

Ryan y Deci (2000) consideran tres tipos diferentes de motivación: la motivación intrínseca asociada a realizar una actividad solo por el gusto de llevarla a cabo, la motivación extrínseca cuya finalidad es obtener una recompensa al realizar una acción y la desmotivación, que debido a la carencia de motivación se traduce en la ausencia del compromiso. Cuando existe una motivación intrínseca, en las actividades que se realizan se mantiene un interés, representan un atractivo, un desafío o un valor estético; mientras que la motivación extrínseca proporciona un valor consciente a un comportamiento que se acepta como importante a fin de obtener algún resultado.

Por su parte García (2018) señala que el clima organizacional depende de la percepción que tiene cada empleado de la mezcla de factores objetivos tales como flexibilidad de horarios, ambiente social, la decoración y de factores subjetivos tales como las relaciones con sus pares, unidad de

mando, entre otros, que hacen que la empresa sea un buen lugar donde trabajar. El clima organizacional ayuda a medir que tan bien están funcionando las herramientas motivacionales y encontrar el nivel de motivación de la generación Y.

Actualmente las organizaciones enfrentan dificultades para retener y/o atraer talento humano que además se manifieste motivado y se muestre comprometido con los objetivos organizacionales. Mantenerse como una empresa competitiva es esencial para las organizaciones, por lo que resulta indispensable incorporar acciones que fomenten la motivación entre el personal, pero sobre todo que vislumbren qué es lo que en verdad motiva a la fuerza laboral hoy en día (Díaz, Díaz, y Morales, 2014).

En todo tipo de empresas el problema de la motivación es fundamental, ya que al no tener motivado de forma adecuada al personal que es el cliente interno, es el cliente externo quien sufre las consecuencias: empleados no satisfechos que producen artículos u ofrecen servicios de baja calidad (Ramírez, Abreu y Badii, 2008). De igual manera Hernández, Espinoza y Aguilar (2016) manifiestan que la forma en que cada persona exterioriza su percepción del ambiente laboral se ve afectada de alguna manera por el grupo generacional al que pertenece y esto lo refleja en su trabajo. Mientras que Pulgarín (2019) afirma que la generación Y está compuesta por personas que buscan sentirse valorados y motivados en su trabajo y por ello cuando sienten que esto no se está cumpliendo, lo manifiestan en la calidad de su trabajo.

El vocablo Generación hace referencia al agregado de personas que por haber nacido en fechas contiguas recibieron una formación o influencia sociocultural muy similar, desarrollando actitudes, comportamientos y pensamientos hasta cierto punto afines (Real academia Española, 2014).

En México, el 29.3 % de la población pertenece a la generación Y, representando esto alrededor de 36,6 millones de habitantes, de los cuales 49.47 % son hombres y 50.54 % mujeres (INEGI, 2019). Es tiempo de que las organizaciones replanteen su estrategias y políticas de motivación puesto que una gran parte de los jóvenes de la generación Y prolongarán su estancia laboral, inclusive a nivel global, el 27% permanecería trabajando hasta más de los 70 años, mientras que el 12% es factible que continúe laborando hasta el día de su muerte (ManpowerGroup®, 2020).

Respecto a los anterior, Howe y Strauss (2009) señalan que existen diferencias en la consideración de las cohortes generacionales; para estos autores la generación Y que también se conoce como *millennials* son los nacidos entre 1980 y 2000. Entre sus características se desataca la saturación de actividades desde la infancia, lo que les ha brindado la oportunidad de desarrollar habilidades multifuncionales, son optimistas y colaboradores, esta generación ha sido privilegiada por tener mayor acceso a la educación que sus antecesores, son grandes consumidores, manifiestan interés por la responsabilidad social, son creativos, emprendedores y les gusta demostrar resultados.

Por su parte, Pozzi (2013) señala que las expectativas laborales que corresponden a la generación Y son la satisfacción, el compromiso y la retención laboral; para estos jóvenes sus expectativas se cumplen en la medida que su trabajo les ofrezca no solamente un entorno laboral saludable y buenas relaciones personales sino también que su trabajo sea desafiante, con profundidad en su contenido y que le brinde responsabilidades, además, obtener un aprendizaje continuo y poder mostrar su potencial, es tener un empleo que cumple sus expectativas lo que los llevará a mantenerse en esa empresa.

En lo concerniente a la motivación intrínseca, para la Generación Y el reconocimiento es importante, pero que su manifestación no sea solo de palabra; es motivante llevar a cabo actividades para las que sobresalen demostrando con ello sus habilidades, buscan la satisfacción en lo que hacen, valoran la libertad en la toma de decisiones y el enfrentar retos se vuelve estimulante para ellos (Pulgarín, 2019). En tanto que a los factores extrínsecos se refiere, los beneficios sociales

ofrecidos por la empresa, la posibilidad de ser promocionado y una capacitación constante que sirva como oportunidad de mejorar las habilidades, figuran como buenos motivadores y en menor medida las condiciones de trabajo favorables (Hernández et al, 2016).

Por su parte, Prieto (2004) manifiesta que el análisis de las diferencias conductuales entre hombres y mujeres resulta esencial ya que podría arrojar luz sobre las decisiones de permanecer o abandonar una empresa dadas las características y condiciones del trabajo; esto debido a que estas decisiones regularmente son de tipo emocional. Si lo que se busca es mantener motivado al talento humano, la identificación de las diferencias por factores sociodemográficos resulta de mucha utilidad (Sánchez, Fuentes, y Artacho, 2007).

Según la Real Academia Española (2014) el termino género alude, desde una perspectiva sociocultural y no puramente biológico, al grupo al que pertenecen los seres humanos de cada sexo. Por consiguiente, el género se remite a los roles, comportamientos e identidades que desde una construcción social se adjudican a mujeres y hombres. De manera que la analítica del género permite identificar diferencias entre hombre y mujeres para desarrollar procesos de planificación y toma de decisiones en función de encontrar la mejor forma de solucionar problemas en este caso, de motivación (Heidari, Babor, de Castro, Tort y Curno, 2019).

Cada día se nota en mayor medida la presencia de la mujer en el mercado laboral, para ellas es un factor motivacional la oportunidad de obtener crecimiento en su empleo mediante un trabajo estimulante, aunado al equilibrio entre la vida personal y profesional y en menor medida un salario bien remunerado. El género femenino muestra interés en que su empleo le permita no encasillarse, poseer libertad para ejercer sus funciones y poder aprender nuevas habilidades y los hombres se motivan más en un empleo que les brinde un salario alto, seguido de un continuo aprendizaje que les posibilite crecimiento profesional y en un menor grado el equilibrio personal – profesional (López de Atalaya, 2018).

### **3. Hipótesis de investigación**

La exploración de la literatura nos lleva a manifestar que existen diferencias con relación a la motivación laboral por motivo del Género entre individuos que pertenecen a la Generación Y, lo cual permite construir las siguientes hipótesis de investigación:

H1. En el noreste de México, existen diferencias significativas respecto a la motivación laboral intrínseca, entre las personas de la Generación Y por causa del Género.

H1. En el noreste de México, existen diferencias significativas respecto a la motivación laboral extrínseca, entre las personas de la Generación Y por causa del Género.

### **4. Metodología**

El presente estudio es de tipo transversal debido a que los datos fueron recolectados en un solo momento, es cuantitativo ya que se recolectaron los datos por medio de encuesta tipo Likert la cual es sencilla de aplicar y de administrar y nos permite extender los resultados obtenidos en una muestra a una población (Zikemund, 1994).

Inicialmente se elaboró una encuesta tomando como base los cuestionarios de motivación laboral de Meliá y Peiró (1998) y de Warr, Cook, y Wall (1979) de las cuales se tomaron reactivos ya que las dos encuestas se enfocan en la motivación laboral. Estos dos cuestionarios que se tomaron como

base están enfocados a medir la satisfacción laboral a través de una serie de reactivos tipo Likert. Después se realizó una prueba piloto con dicho instrumento para detectar posibles problemas de confusión con el diseño de las preguntas y las instrucciones de este.

Para realizar la prueba piloto se eligió una muestra de conveniencia con similitud a la utilizada en la investigación. Para el tamaño de la muestra piloto se consideraron las recomendaciones de (Hair, Tatham y Anderson, 1998) quienes indican que se requiere una muestra equivalente a diez veces el número de variables latentes incluídas en el análisis, en este estudio son dos variables, la motivación intrínseca y la motivación extrínseca. Además Zikemund (1994) refiere que para una prueba piloto se requieren entre 25 y 50 encuestas, por lo que en la prueba piloto de este estudio se aplicó la encuesta a una muestra de 87 personas que viven y trabajan en el área metropolitana de Monterrey tal como se hizo con la muestra utilizada en la encuesta final. De acuerdo con lo señalado por Zikmund (1994) en relación al tamaño de muestra para una prueba piloto, se consideró suficiente el tamaño de muestra utilizada.

La encuesta inicial para la prueba piloto quedó conformada por 18 reactivos para medir motivación intrínseca y de 38 preguntas para medir motivación extrínseca. Los resultados de la prueba piloto fueron evaluados utilizando un Análisis de componentes principales y el coeficiente de confiabilidad Alfa. Como se mencionó anteriormente, en la validación de la encuesta se utilizó un Análisis de Componentes Principales con rotación Varimax con el software SPSS versión 21. Para los casos en que los indicadores (ítems) mostraron un valor alto en más de un factor, estos ítems fueron eliminados del instrumento. Para esta decisión se tomó como regla general como un valor alto cuando el valor fue de 0.40 o mayor (Hair et all, 1998).

Por último, se determinó el coeficiente Alfa de Cronbach para calcular la confiabilidad de la encuesta. Según (Nunnally, 1978) un valor en el coeficiente alfa de Cronbach igual o mayor de 0.70 se puede considerar confiable. En este estudio los valores del coeficiente alfa para las dos variables latentes fueron de 0.86 en el caso de *motivación intrínseca* y de 0.84 para *motivación extrínseca*.

El instrumento final de medición quedó conformado por 14 reactivos. La variable *motivación intrínseca* fue medida usando 8 indicadores y la variable *motivación extrínseca* fue operacionalizada a través de 6 preguntas. Al utilizar una encuesta de este tamaño se pudo incrementar el nivel de respuesta de los encuestados por ser relativamente corta y rápida de responder. Además de los ítems que miden las dos variables latentes, se incluyeron en la encuesta preguntas de tipo demográficas y de información general, el objetivo esencial de tales preguntas es conocer la situación laboral del encuestado, su edad, su nivel de estudios y su género.

Para determinar el tamaño de la muestra, Cervantes (2005) sugiere la relación entre el número de ítems de una encuesta tipo Likert y el tamaño de muestra. Indica que 10 ítems o menos recomienda 10 sujetos por ítem por lo que 100 encuestas sería un tamaño ideal. Y para 20 ítems recomienda entre 5 y 20 sujetos o encuestas por ítem, o bien entre 100 y 400 sujetos o encuestas.

El instrumento de medición está comprendido por 14 ítems o reactivos que de acuerdo con Cervantes (2005), si se consideran 20 sujetos por ítem, la muestra sería de 280 sujetos. La muestra objetivo del estudio incluye personas que viven y trabajan en el área metropolitana de Monterrey y en otros municipios del estado de Nuevo León, México y que están en edad de ser considerados como parte de la Generación Y.

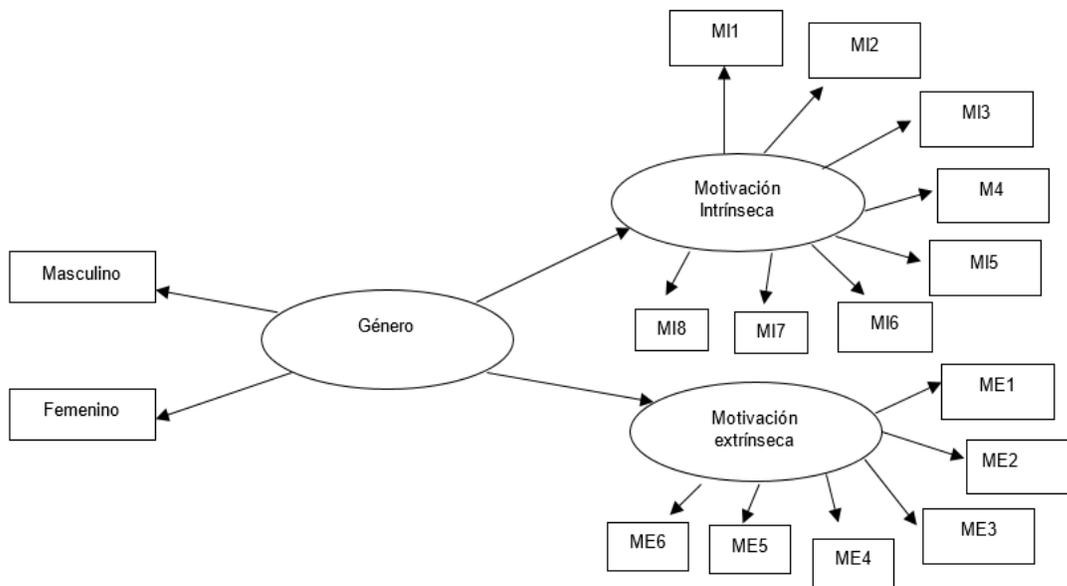
El trabajo de campo en la fase de aplicación de la encuesta y recogida de datos se llevó a cabo durante los meses de enero a marzo del año 2020, participando encuestadores previamente capacitados para la adecuada aplicación del instrumento de medición. Al finalizar la aplicación de

las encuestas, se recolectaron y se prosiguió a captura de los datos y al tratamiento estadístico de los mismos.

Se aplicaron un total de 687 encuestas y tomando en cuenta que son dos variables latentes y que el total de reactivos es de 14, para los fines de este estudio se consideró suficiente este tamaño de muestra de acuerdo con la recomendación de Cervantes (2005).

Para comprobar las hipótesis de investigación fue necesario validar el instrumento de medición utilizando una muestra representativa y después se aplicó a una muestra mayor para finalmente realizar los análisis correspondientes como a continuación se describe. En la Figura 1 se muestra el modelo de investigación que se propone el cual incluye las hipótesis de la investigación.

Figura 1: Modelo de investigación



*Fuente:* Elaboración propia. La Figura 1 muestra la relación entre la variable Género (Masculino y Femenino) y las variables dependientes (Motivación intrínseca y Motivación extrínseca). Se incluyen los indicadores para cada variable

La tabla 1 muestra las variables dependientes e independientes con su respectiva definición precisa, la instrumentación con los indicadores para cada variable, así como la operacionalización correspondiente a cada una de las variables.

Tabla 1: Tabla de Operacionalización de variables

Variable	Definición	Instrumentación	Operacionalización
<b>Género</b>	<b>El conjunto de ideas, Representaciones, prácticas y prescripciones sociales que se</b>	<b>Indicador de Género</b> <b>1.- Mujer</b> <b>2.- Hombre</b>	<b>Pregunta categórica (Hombre y Mujer)</b>

	<b>desarrollan en una cultura desde la diferencia anatómica de hombres y mujeres para la representación social de lo masculino y lo femenino.</b>		
<b>Motivación Intrínseca</b>	La motivación intrínseca está relacionada con lo interior, con la ejecución de actividades aun sin estar presente recompensa alguna, solo por el placer de realizarlas.	<b>Encuesta tipo Likert de Indicadores de Motivación Intrínseca</b> <b>MI1. Reconocimiento por el trabajo realizado.</b> <b>MI2. Libertad de usar capacidades.</b> <b>MI3. Realizar actividades que domina.</b> <b>MI4. Apoyo de superiores.</b> <b>MI5. Relación con compañeros.</b> <b>MI6. Relación con subordinados</b> <b>MI7. Salario emocional</b> <b>MI8. Incentivos emocionales</b>	<b>Encuesta en la que a cada respuesta se le asigna un valor del 1 al 5</b> Se realizó una comparación de medias con ANOVA utilizando SPSS
<b>Motivación Extrínseca</b>	La motivación extrínseca exige la presencia de un beneficio para llevar a cabo un comportamiento.	<b>Encuesta tipo Likert de Indicadores de Motivación Extrínseca</b> <b>ME1. Permisos</b> <b>ME2. No exista abuso de autoridad.</b> <b>ME3. Beneficios sociales.</b> <b>ME4. Aprendizaje</b> <b>ME5. Capacitación constante.</b> <b>ME6. Mobiliario</b>	<b>Encuesta en la que a cada respuesta se le asigna un valor del 1 al 5</b> Se realizó una comparación de medias con ANOVA utilizando SPSS

Fuente: Elaboración propia basada en la operacionalización de las variables del modelo de investigación.

## 5. Resultados

Para la comprobación de las hipótesis de investigación, se utilizó la prueba ANOVA para determinar si existen diferencias significativas en la motivación intrínseca y la motivación extrínseca entre los géneros masculino y femenino de las personas de la Generación Y. La prueba se llevó a cabo utilizando el paquete SPSS versión 21.

El tamaño de la muestra final para el análisis fue de 687 encuestas útiles y el cuestionario fue aplicado a personas que viven y laboran en el área metropolitana de Monterrey y en diversos municipios de Nuevo León, México. De los 687 encuestados, 339 de ellos fueron mujeres y 348

hombres de la Generación Y, lo cual es muy positivo para el análisis estadístico ya que existe equilibrio con relación a la variable Género.

Los datos fueron analizados usando el software SPSS versión 21 llevando a cabo un análisis de comparación de medias con ANOVA de un factor para comprobar las hipótesis del estudio. La Tabla 2 muestra los resultados del análisis ANOVA de un factor de las diferencias entre personas de género Femenino y de género Masculino de la Generación Y con respecto a la motivación intrínseca y extrínseca. En dicho análisis se compararon las medias obtenidas para el grupo de hombres y el grupo de mujeres para cada uno de los indicadores que miden las variables motivación intrínseca y motivación extrínseca. Posteriormente se revisó el valor p para determinar si las diferencias observadas fueron o no significativas.

Tabla 2: Diferencias en motivación entre géneros

Indicador	ANOVA de un factor		pvalue	
	Media Femenino	Media Masculino		
MI1	4,49	4.16	0.000	(***)
MI2	4.46	4.30	0.015	(*)
MI3	4.54	4.35	0.003	(***)
MI4	4.48	4.16	0.000	(***)
MI5	4.25	4.11	0.043	(*)
MI6	4.18	3.97	0.004	(***)
MI7	4.34	4.15	0.018	(*)
MI8	4.28	4.13	0.071	
ME1	4.35	4.17	0.014	(*)
ME2	4.47	4.21	0.001	(***)
ME3	4.51	4.35	0.017	(*)
ME4	4.59	4.47	0.053	
ME5	4.53	4.31	0.001	(***)
ME6	4.24	4.05	0.008	(**)

(\*) Significativo con valor  $p < 0.05$  (\*\*) Significativo con valor  $p < 0.01$  (\*\*\*) Significativo con valor  $p < 0.001$

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del reporte SPSS versión 21.

La Tabla 3 muestra los resultados de la prueba ANOVA para las dos variables compuestas Motivación intrínseca (MIT) y Motivación extrínseca (MET).

Tabla 3: Diferencias en variables compuestas de Motivación Intrínseca y Motivación Extrínseca entre Género Femenino y masculino

(\*) Significativo con valor  $p < 0.005$

**Fuente:**

Variable compuesta	ANOVA de un factor		P value
	Media G. Femenino	Media G Masculino	
Motivación Intrínseca (MIT)	4.38	4.17	0.000 (*)
Motivación Extrínseca (MET)	4.45	4.26	0.000 (*)

*Elaboración propia con base en resultados del reporte de SPSS versión 21.*

La Tabla 3 muestra los resultados del análisis ANOVA de un factor de las diferencias entre las personas de género Femenino y Masculino con respecto a las variables compuestas de Motivación intrínseca y Motivación extrínseca. Para determinar estas variables compuestas se calculó el promedio aritmético de los reactivos que miden cada una de las dos variables. Los resultados de la prueba ANOVA muestran diferencias en la Motivación intrínseca y la Motivación extrínseca entre las personas de género femenino y las de género masculino pertenecientes a la Generación Y, se puede observar que tanto la motivación intrínseca MIT como la motivación extrínseca (MET) son significativas ( $p < 0.001$ ) lo cual permite aceptar las hipótesis H1 y H2.

## 6. Conclusiones

La presente investigación nos ha proporcionado información útil y relevante que se relaciona con la Motivación intrínseca y extrínseca en el clima organizacional relacionada con la variable género en personas pertenecientes a la Generación Y que laboran en distintas empresas del área metropolitana de Monterrey y diversos municipios del estado de Nuevo León, México.

Los resultados obtenidos demuestran que existen marcadas diferencias con respecto a la motivación laboral tanto intrínseca como extrínseca entre los hombres y las mujeres de la Generación Y. Un factor motivacional para la mujer es la oportunidad de obtener empleo que le permita el equilibrio entre la vida personal y la profesional, que le de libertad para ejercer sus funciones y poder aprender nuevas habilidades. En tanto que a los hombres les motiva trabajar en empresas líderes con tecnología de punta. Además a los hombres como a las mujeres les es importante compartir sus valores con los de la empresa (López de Atalaya, 2018).

Los resultados de este trabajo de investigación contribuyen a la literatura en cuanto que se determina que existen diferencias en la motivación laboral muy marcadas entre el género femenino y el masculino de la Generación Y. Hay que considerar que representan el grueso de la población económicamente activa en México (INEGI, 2019) por lo tanto, es conveniente para las empresas mejorar el nivel de motivación de esta generación, comprendiendo y respondiendo a sus expectativas laborales, observando el rendimiento del trabajador y su aportación a los objetivos organizacionales, implementando estrategias de desarrollo del capital humano que se traduzcan en un contribución al incremento en el valor económico de la empresa (Medina, Gallegos, y Lara, 2008)

Por lo anterior, esta línea de investigación resulta interesante debido a su orientación a entender los factores que motivan a hombres y mujeres de la Generación Y mientras se desenvuelven en el ámbito laboral. Por lo tanto puede contribuir a la mejora en la toma de decisiones a nivel gerencial respecto al establecimiento de políticas de trato al personal y el mejoramiento en su satisfacción laboral y calidad de vida.

El objetivo de este estudio fue el de investigar si el género es un factor de impacto en el grado de la motivación laboral. Para lograrlo se diseñó y validó un instrumento tipo Likert aplicada a personas de la generación Y – también llamadas Millennials - que viven y laboran en el área metropolitana de Monterrey y diversos municipios del estado de Nuevo León, México. El tamaño de la muestra fue de 687 personas, 339 del género femenino y 348 masculino. Los resultados del

análisis para cada indicador mostraron que las mujeres están más motivadas que los hombres en los 14 indicadores al tiempo que se observó diferencia significativa en la motivación en 12 de los 14 indicadores. Los resultados obtenidos tanto para la motivación intrínseca como para la extrínseca mostraron ser significativos, por tanto se aceptaron las dos hipótesis de investigación.

Debemos mencionar que los resultados de este estudio no se pueden generalizar para todo el noreste de México debido a que la muestra que fue utilizada para el análisis se tomó específicamente de personas que laboran en el estado de Nuevo León. Adicionalmente, esta muestra incluyó personas de solamente un grupo generacional. Para poder generalizar los resultados de esta investigación, será necesario considerar estas limitaciones en estudios posteriores.

Para futuros estudios será necesario replicar este trabajo, usando una muestra más grande tanto en México como en otras partes del mundo para conocer mejor las variables que tienen mayor impacto en la motivación laboral entre géneros. También se deberán incluir otros grupos generacionales como los Baby Boomer y la Generación Z; sobre todo ésta última debido a las expectativas que suscita por ser una generación surgida en un periodo totalmente globalizado, con grandes avances en el campo del desarrollo tecnológico (Dutra, 2017).

Resumiendo, podemos concluir que las personas pertenecientes al género femenino de la Generación Y presentan mayor nivel de motivación laboral en comparación con las personas del género masculino de la misma generación. Es relevante identificar estas diferencias motivacionales entre géneros puesto que las decisiones de permanencia en una empresa, en ocasiones se deben a razones de tipo emocional generadas por las condiciones de trabajo (Prieto, 2004). Resulta entonces esencial que los altos mandos de las empresas desarrollen estrategias para mantener motivado a todo su personal, debido a que la motivación puede tener un impacto en la productividad y en el alcance de los objetivos organizacionales.

## Referencias

- Babbie, E. (1990). *Survey Research Methods* (Primera edición ed.). Wadsworth Publishing Company.
- Cervantes, V. H. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de Cronbach. *Avances en Medición. Research Gate*, 3(1), 9-28.
- Chin, W. W. (1998a). Commentary: issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 19(2), 7-16.
- Díaz, O. J., Díaz, M. M., y Morales, C. S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la Ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana De Psicología: Ciencia Y Tecnología*, 7(1), 59-77.
- Dutra, M. (2017). Generación Z : entre las nuevas formas de organización del trabajo y la convivencia generacional. Recuperado el 30 de abril de 2021 de <https://hdl.handle.net/20.500.12008/10918>
- García, R. C. (2018). Factores del entorno laboral que influyen en la motivación de las personas pertenecientes a la Generación X y Millennials en la empresa Morris seguridad LTDA ubicada en la ciudad de Bogotá. Recuperado el 16 de diciembre de 2019, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/39441/Trabajo%20de%20Grado-%20Motivaci%C3%B3n%20Laboral.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hair, J. F., Tatham, R. L., y Anderson, R. E. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th edition ed.). New York, NY: Macmillan.
- Heidari, S., Babor, T., de Castro, P., Tort, S., y Curno, M. (2019). Equidad según sexo y de género en la investigación: justificación de las guías SAGER y recomendaciones para su uso. *Gaceta sanitaria*, 33(2), 203-210. doi:<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2018.04.003>
- Hernández, P. J., Espinoza, M. J., y Aguilar, A. M. (2016). Diferencias en los motivadores y los valores en el trabajo de empleados en empresas maquiladoras. *Contaduría y Administración*, 61(1), 58-83.
- Howe, N., y Strauss, W. (2009). *Millennials Rising: The next great generation* (1a. ed.). New York: Vintage Books.
- INEGI. (2019). *Mujeres y hombres en México 2019*. Recuperado el 02 de mayo 2021, de [https://www.inegi.org.mx/contenido/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825189990.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenido/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825189990.pdf)

- López de Atalaya, O. E. (2018). *Desarrollo personal en el seno de la organización evolutiva-TEAL: Motivaciones de los millenials*. Recuperado el 07 de marzo de 2020, de [http://oa.upm.es/53371/1/TFG\\_ERNESTO\\_LOPEZ\\_DE\\_ATALAYA\\_OLCINA.pdf](http://oa.upm.es/53371/1/TFG_ERNESTO_LOPEZ_DE_ATALAYA_OLCINA.pdf)
- ManpowerGroup®. (2020). *Millennial Careers: 2020 Vision. Facts, Figures and Practical Advice from Workforce Experts*. Recuperado el 07 de marzo de 2020, de [https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1\\_2020Vision\\_lo.pdf?MOD=AJPERES](https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1_2020Vision_lo.pdf?MOD=AJPERES)
- Medina, G. A., Gallegos, M. C., y Lara, H. P. (2008). Motivación y satisfacción de los trabajadores y su influencia en la creación de valor económico en la empresa. *Revista de Administração Pública*, 42(6), 1213-1230. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600009> <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600009>
- Meliá, J. L., y Peiró, J. M. (1998). *Cuestionario de satisfacción laboral*. Recuperado el 09 de octubre de 2019, de Psicología de la seguridad: [https://www.uv.es/~meliajl/Research/Cuest\\_Satisf/S20\\_23.PDF](https://www.uv.es/~meliajl/Research/Cuest_Satisf/S20_23.PDF)
- Montoya, M. J. (2015). *Evaluación de la satisfacción laboral y valor percibido por el empleado en la cámara de comercio de Santa Rosa de Cabal*. (P. .: Pereira, Ed.) Recuperado el 09 de marzo de 2020, de Repositorio institucional Universidad Tecnológica de Pereira: <http://hdl.handle.net/11059/5655>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theor.* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Palermo, F. (2005). Motivación: conducta y proceso. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 8(20-21), 1-29.
- Pozzi, S. (2013). *Generación "Y": Sus expectativas laborales*. Recuperado el 13 de diciembre de 2019, de <http://repositorio.udesu.edu.ar/jspui/bitstream/10908/2588/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Pozzi%2C%20So%5C%ADa%20Magdalena.pdf>
- Prieto, R. J. (2004). El abandono voluntario del mercado de trabajo. *Revista de Economía Aplicada*, XII(35), 83-104.
- Pulgarín, H. L. (2019). *Factores motivacionales para el trabajo de los diferentes grupos generacionales que componen una empresa manufacturera del oriente Antioqueño en el 2019*. Recuperado el 28 de febrero de 2020, de [http://tesis.udea.edu.co/bitstream/10495/11904/1/PulgarinLina\\_2019\\_FactoresMotivacionalesTrabajo.pdf](http://tesis.udea.edu.co/bitstream/10495/11904/1/PulgarinLina_2019_FactoresMotivacionalesTrabajo.pdf)
- Ramírez, R. J., J.L.Abreu y M.H.Badii.(2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience.*, 143-185.
- Real academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 16 de diciembre de 2019, de Real Academia Española: <http://www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014>
- Ryan, R., y Deci, E. (2000). Self -Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and well-Being. *American Psychologist*, 5(1), 68-78. doi:<http://dx.doi.org/10.1037/10003-066X.55.1.68>
- Sánchez, C. S., Fuentes, G. F., y Artacho, R. C. (2007). La satisfacción laboral desde la perspectiva de género: un análisis empírico mediante modelos logit y probit. (U. d. Rioja, Ed.) *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, 3445-3457.
- Warr, P., Cook, J., y Wall, T. (1979). Scales for the measurement of some work attitudes and aspects of psychological well-being. *J Occup Psychol*, 129-148.
- Zikmund, W. (1994). *Business research methods* (Cuarta edición ed.). Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.