

# EXPECTATIVAS LABORALES DE LA GENERACIÓN DE LOS CENTENNIALS

## *JOB EXPECTATIONS OF THE CENTENNIALS GENERATION*

### ***Evelia Razo Durón***

Tecnológico Nacional de México / IT de Celaya, México  
*evelia.razo@itcelaya.edu.mx*

### ***Salustia Teresa Cano Ibarra***

Tecnológico Nacional de México / IT de Celaya, México  
*teresa.cano@itcelaya.edu.mx*

### ***Julio Armando Asato España***

Tecnológico Nacional de México / IT de Celaya, México  
*julio.asato@itcelaya.edu.mx*

### ***Oyuky María León León***

Tecnológico Nacional de México / IT de Celaya, México  
*oyuky.leon@itcelaya.edu.mx*

**Recepción:** 31/octubre/2024

**Aceptación:** 5/junio/2025

## **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar las expectativas laborales de los centennials (nacidos entre 1997 y 2012) en relación a tres dimensiones, “la empresa ideal”, “el jefe ideal” y “el yo ideal”, la investigación utilizada es de tipo cuantitativa y de carácter inductivo; se utilizó una muestra de 219 estudiantes del Tecnológico Nacional de México en Celaya (TecNM en Celaya), de las 10 diferentes carreras que en el periodo de agosto – diciembre de 2023 el instituto ofrecía, se aplicó una encuesta con 16 ítems. Los resultados muestran que más de la mitad de los *centennials* (54.17%) están interesados en tener su propio negocio y el resto (45.83%) buscan pertenecer a una empresa y hacer carrera profesional en ella. Para estos jóvenes, es de suma importancia que la empresa en la que puedan llegar a trabajar proporcione salarios y beneficios mayores al promedio (24.08%), que sus jefes tengan una muy buena comunicación con ellos (26.62%) y su principal cualidad como profesionales es su capacidad de aprender (21.76%).

**Palabras Clave:** centennials, expectativas laborales, inserción laboral.

## **Abstract**

*The main objective of this research is to identify the work expectations of centennials (born from 1997 to 2012) in relation to three dimensions, "the ideal company", "the ideal boss" and "the ideal self", the research used is quantitative and inductive; a sample of 219 students from the Tecnológico Nacional de México in Celaya (TecNM in Celaya) was used, from the 10 different careers that the institute offered in the period of August - December 2023, a survey was applied with 16 items. The results show that more than half of centennials (54.17%) are interested in having their own business and the rest (45.83%) are looking to belong to a company and have a professional career there. For these young people, it is of utmost importance that the company in which they can work provides salaries and benefits higher than average (24.08%), that their bosses have very good communication with them (26.62%) and their main quality as professionals is their ability to learn (21.76%).*

**Keywords:** centennials, job expectations, job insertion.

## **1. Introducción**

Cuando se va a egresar de cualquier carrera, incluso cuando se busca la elección de la futura carrera a estudiar, es común indagar sobre el perfil que las empresas buscan al publicar una vacante de empleo y de ahí, identificar las necesidades competitivas para cubrir las expectativas de la empresa o para tratar de cubrir las propias expectativas, con lo que ofrecen. Por tal motivo, es interesante identificar las expectativas laborales de los futuros profesionistas próximos a ingresar al mundo laboral con el propósito de, posteriormente, crear un modelo de estrategias empresariales basado en lo que los jóvenes buscan en un empleo para primeramente atraerlos, mantenerlos motivados mientras están laborando y tratar de evitar la deserción.

Considerando el concepto de Batlle, Vidondo, Dueñas, Núñez y Rodríguez citados por Castañón, Ocanto y Tirado [2019], las **expectativas laborales** son "las elecciones que involucran aspectos realistas, pudiendo reconocer e incluir un

*cierto conocimiento de sí mismos sobre sus capacidades e intereses, y también aspectos del contexto*”, por lo que, la persona que busca adentrarse al ambiente laboral, debe considerar todos estos elementos siendo el último punto de gran importancia, ya que cada persona busca satisfacer las necesidades que se le van presentando con el tiempo, involucrando aspecto como su entorno personal, social, cultural y hasta el aspecto económico, como lo mencionan los autores [Castañón, Ocanto, & Titado, 2019].

El contexto y realidad de una persona, a lo que hacen referencia los autores, ha sido un *item* que se ha estudiado de diversas maneras, una de ellas es la clasificación de acuerdo con la edad, formando así los llamados **Grupos Generacionales o Generaciones Sociales**. Estas generaciones están divididas, principalmente, por los acontecimientos históricos importantes que marcaron época y que influenciaron el proceder de la sociedad [Arango, Camelo, & Huerta, 2019], por lo tanto, “cada generación tiene su propia cultura a través de actitudes, preferencias y hábitos compartidos” [Sosa, Giraldo, & Vera-Horna, 2020].

De acuerdo con la Pew Research Center (2019), citada por Elizángela Sosa Chong, Wilfredo Giraldo Mejía y Arístides Vara-Horna (2020), las generaciones sociales se clasifican de la siguiente manera [Sosa, Giraldo, & Vera-Horna, 2020]:

- “*Silentes*” o “generación silenciosa”, nacidos entre 1928 y 1945
- “*Baby boomers*”, que van desde 1946 al año 1964.
- “Generación X” que son los nacidos entre 1965 y 1980.
- “*Millenials*”, nacidos entre 1981 y 1996.
- “Generación Z” o “*Centennials*” son los nacidos entre 1997 y 2012.
- “Generación Alfa” que va desde 2013 a la fecha.

El Dr. Tim Glead [2021] hace una muy buena descripción de las características de cada generación, comenzando con la **Generación Siliente o Silenciosa** que describe como personas directas y sensatas, francos, educados, prácticos y muy dedicados a sus trabajos, son respetuosos con la autoridad y creen en un estilo de liderazgo jerárquico. Sus relaciones personales se basan en el sacrificio personal. Son personas que tienen la necesidad de trabajar o trabajan por gusto [Glead, 2021].

Los **Baby boomers** vivieron el baby boom (“onda de choque”) posterior a la Segunda Guerra Mundial y son personas optimistas, expresivos y poseen una fuerte ética de trabajo porque tienen un fuerte compromiso con la calidad y con hacer bien su trabajo, disfrutan resolviendo problemas y tienen un gran sentido de lealtad hacia sus empleadores, prefiriendo un liderazgo de consenso [Glaid, 2021].

La **Generación X** es en gran medida independiente, tienen una perspectiva escéptica y a menudo cínica de la vida. No ven su carrera y a ellos mismos como la misma cosa, son agentes libres y productos comercializables, al grado que pueden ser personas que busque un trabajo y luego otro por satisfacción personal. No se impresionan con los títulos de trabajo de sus Figuras de autoridad y creen en el liderazgo por competencia [Glaid, 2021].

En cuanto a los **Millennials**, son hijos de los baby boomers y tienen una visión de la vida muy optimista y positiva, se consideran trabajadores decididos pero preocupados por conciliar su vida personal y laboral, ya que buscan flexibilidad en el horario de trabajo, una buena apariencia, buscan un ambiente relajado de trabajo y valoran el trabajo en equipo, pero con inmediatés [Glaid, 2021]. Tienen la necesidad de feedback y alta conectividad a las redes sociales. Son realistas, innovan las reglas y su actitud frente al dinero es un despilfarro [Mitta & Dávila, 2015]. Se preocupan por genera el cambio y generar un impacto, por lo que tienen muchos buenos amigos, creyendo en la inclusión y la lealtad. Son respetuosos con la autoridad y probablemente crean en el liderazgo a través del consenso, pero con énfasis en el trabajo en equipo y en la unión [Glaid, 2021].

La **Generación Z o Centennials** son hijos de la Generación X y, algunos, de los Millennials. Son imaginativos y creen que pueden cambiar el mundo, son emprendedores. Nacieron con internet y son expertos en tecnología. Se sabe poco de sus estilos y preferencias de liderazgo [Glaid, 2021] pero buscan puestos relacionados con la creatividad y la innovación [Sosa, Giraldo, & Vera-Horna, 2020]. La mayoría de las personas de esta generación se encuentran en pleno crecimiento y formación, aún su cerebro no se ha terminado de desarrollarse, pero se considera un grupo demográfico importante a entender en la toma de decisiones, por ejemplo, en la mercadotecnia [Arango, Camelo, & Huerta, 2019]. Son jóvenes disruptivos, el

dinero no es un artefacto central en sus vidas, se ha vuelto un medio, resignificando la monetización tanto en lo material como en lo digital [Arango, Camelo, & Huerta, 2019]. La digitalización y el emprendimiento están dentro de su vocabulario y son dos aspectos que buscan de las universidades [Sosa, Giraldo, & Vera-Horna, 2020]. Toda la tecnología móvil exalta su personalidad ante su grupo social, ya que para ellos son importantes los *likes*, los seguidores o los *views*, porque pueden obtener ganancias de ellos y no sólo económicas sino también de bienestar al distinguirse, tener reconocimiento y estatus social satisfaciendo así sus necesidades sociales [Arango, Camelo, & Huerta, 2019]. También, son considerados como los que muestran mayores niveles de conciencia social, preocupados por los problemas políticos, sociales y del medio ambiente; dando mucho peso a la diversidad en cultura, género, raza y sexualidad; y, debido a esta conciencia, la generación valora mucho que las empresas muestren responsabilidad social. Incluso, Elizángela Sosa Chong, Wilfredo Giraldo Mejía y Aristides Vera-Horna (2020) mencionan que esta generación tiene “una visión bastante pesimista del futuro: en 16 de 20 países encuestados, los jóvenes creen que el mundo será un peor lugar para vivir” [Sosa, Giraldo, & Vera-Horna, 2020].

Por la edad y porque esta última generación está en proceso de inserción laboral y ya están figurando en las estadísticas de la Población Económicamente Activa (PEA), esta generación ha sido considerada como caso de estudio y es importante conocer qué esperan del mundo laboral al que se enfrentan y se enfrentarán.

Y hablando de la Población Económicamente Activa, es importante conocer algunos indicadores nacionales que nos ayudarán a visualizar aún más el contexto de las expectativas laborales porque para agosto de 2024, de los 126,014,024 de habitantes de México según el Censo Poblacional de 2020 [Gobierno de México, 2020], la PEA fue de 61.6 *millones* de personas (considerando las personas que tienen una edad de 15 años y más), de los cuales el 97.0% de ellos cuentan con un empleo de alguna u otra manera, alcanzando un total de 59.7 *millones* de personas. Y si hacemos la distinción de acuerdo con el sexo, la ocupación de hombres fue de 35.5 *millones* y de mujeres fue de 24.2 *millones* [INEGI, 2024]. Del total de personas con una ocupación, 41 *millones* (68.6 %) participaron como trabajadoras o

trabajadores subordinados y remunerados al ocupar una plaza o puesto de trabajo, 13.3 millones (22.3 %) trabajaron de manera independiente o por su cuenta (sin contratar empleadas o empleados) y 3.2 millones (5.3 %) fueron patronas, patrones o personas empleadoras. Aunque también hubo 2.3 millones de personas (3.8 %) que se desempeñaron en negocios o en las parcelas familiares, es decir, contribuyeron de manera directa a los procesos productivos, pero sin un contrato de trabajo que avale una remuneración económica [INEGI, 2024].

Y precisamente, después de ver estas estadísticas, se decidió hacer el análisis y aplicar una encuesta a los estudiantes del Tecnológico Nacional de México en Celaya quienes, de acuerdo con su edad, conforman la generación de los *Centennials*, además que, muchos de ellos ya cuentan con un empleo formal o informal y su percepción ayudará aún más a entender a esta generación y obtener información de sus expectativas.

## 2. Métodos

El presente artículo muestra el resultado de una investigación **cuantitativa**, fundamentada más que nada, en un proceso **inductivo** (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas), el cual pretende encontrar resultados que nos permitan generalizar el conocimiento de casos particulares [Hernández, Fernández, & Baptista, 2006], y está delimitada a la exploración de las expectativas de la generación de los *Centennials* (nacidos del 1997 al 2012) del Tecnológico Nacional de México en Celaya, enfocándose a la matrícula de estudiantes de licenciatura registrados en el periodo agosto - diciembre del 2023; que en ese momento, la matrícula era de 6,557 alumnos de licenciatura como se muestra en la Figura 1 y formaban parte de las diez ingenierías y de su licenciatura ofertadas en ese momento [TecNM en Celaya, 2024].

El instrumento de recolección de datos utilizado es una encuesta validada y aplicada por Elizángela Sosa Chong, Wilfredo Giraldo Mejía y Aristides Vara-Horna (2020) en su investigación acerca de las *Expectativas laborales de los centennials de las escuelas de negocios en Latinoamérica* y fue adaptada para la aplicación en el Tecnológico.



Fuente: Fragmento de la infografía: Cifras del 2023

Figura 1 Cifras del 2023 del TecNM en Celaya.

La encuesta se dividió en cinco partes. En la primera parte se indaga acerca de los *datos demográficos y académicos* como es el año de nacimiento, el sexo, la carrera y el semestre que están cursando. La segunda parte busca conocer *la experiencia laboral e intención emprendedora*, si son independientes o dependientes aún, cómo obtienen sus ingresos y su intención de ser emprendedores o hacer carrera profesional en una empresa. Y en las siguientes tres partes se recolectará la información acerca de tres dimensiones: *las expectativas de la empresa ideal (empresa ideal)*, *la valoración de las cualidades del jefe ideal (jefe ideal)* y *las del profesional ideal (sí mismos)*.

## Muestra

Se tiene una *muestra* no probabilística de 219 estudiantes de 18 a 26 años, de los cuales 3 personas decidieron no continuar con la encuesta ya que se les pidió su consentimiento para continuar o no, por lo que sólo se tienen los datos de 216 alumnos. Ellos son pertenecientes a 9 de las 10 carreras de la institución que en su momento estaban ofertando, ya que sólo contestaron de las carreras de Ing. Bioquímica, Ing. Electrónica, Ing. Gestión Empresarial, Ing. Industrial, Ing. Mecánica, Ing. Mecatrónica, Ing. Química, Ing. Sistemas Computacionales y de Lic. en Administración, de la carrera de Ing. Ambiental no se obtuvo información.

En cuanto a las características *demográficas y académicas* (primera parte de la encuesta), el instrumento fue contestado es su mayoría por hombres con un total de 155 alumnos, lo que representa el 71.80% de los encuetados, el 27.30% por mujeres (59 estudiantes) y 2 alumnos que se clasifican como sexo binario, lo que representa el 0.90%. En cuanto a las edades de los participantes, se obtuvo una respuesta mayor en los alumnos de 21 años (23.15%) seguidos de los de 18 años (21.30%) y representando un 16.20% los alumnos de 22 años (Tabla 1). Y como se puede inferir en la Tabla 2, el mayor número de respuestas se obtuvieron de la carrera de Ing. en Sistemas Computacionales con 57 respuestas (26.39%), le sigue la carrera de Ing. Mecatrónica con 56 respuestas (25.93%), Ing. Mecánica con 43 (19.91%) y de ahí las demás carreras.

Tabla 1 Edades de los participantes y sexo.

<b>Año de nacimiento</b>	<b>Binario</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentajes</b>
1997	1		4	5	2.31%
1998			4	4	1.85%
1999		1	5	6	2.78%
2000		3	12	15	6.94%
2001		9	26	35	16.20%
2002	1	11	38	<b>50</b>	23.15%
2003		10	22	32	14.81%
2004		10	13	23	10.65%
2005		15	31	46	21.30%
<b>Total general</b>	<b>2</b>	<b>59</b>	<b>155</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Distribución de la muestra según carrera y sexo.

<b>Carrera</b>	<b>Binario</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ing. Bioquímica		5	1	6
Ing. Electrónica			6	6
Ing. Gestión Empresarial		16	5	21
Ing. Industrial		4	10	14
Ing. Mecánica		2	41	43
Ing. Mecatrónica		8	48	56
Ing. Química		4	1	5
Ing. Sistemas Computacionales	2	13	42	<b>57</b>
Lic. en Administración		7	1	8
<b>Total general</b>	<b>2</b>	<b>59</b>	<b>155</b>	<b>216</b>

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3 se observa que los estudiantes de primer semestre son los que más participaron con un 31.02%, seguido de los estudiantes de quinto semestre con un

15.74%, los de séptimo con un 15.28%, los de sexto con el 9.26%, los de tercer semestre con un 8.8%, de octavo semestre con un 4.17%, décimo con un 2.78% y por ultimo los de segundo semestre con un 1.39%. En una posterior etapa de esta investigación se pretende identificar la existencia de diferencias significativas entre los estudiantes de distintos semestres, ya que pudiera ser que los alumnos de los últimos semestres debieran de ser los más estudiados debido a que son los alumnos más próximos por egresar y con el conocimiento de sus expectativas y con el conocimiento de las empresas a las que quieren ingresar, incluso si quisieran crear su propia empresa, se pudiesen tener más claras las estrategias empresariales a las que se pretende llegar.

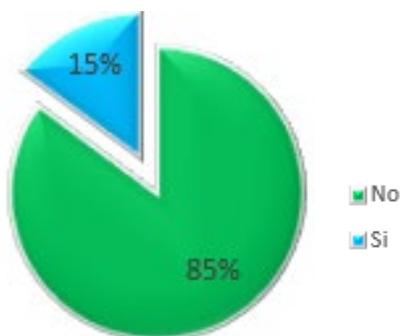
Tabla 3 Semestre que cursan.

<b>Semestre que cursan</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
1ero	67	31.02%
2do	3	1.39%
3ero	19	8.80%
5to	34	15.74%
6to	25	11.57%
7mo	33	15.28%
8vo	9	4.17%
9no	20	9.26%
10mo	6	2.78%
<b>Total general</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

En la segunda parte de la encuesta, con respecto a la *experiencia laboral e intención emprendedora*, los resultados se muestran en la Figura 2, se obtuvo que el 85% de los encuestados no son independientes económicamente con un 85.19% de los encuestados y el otro 14.81% sí lo es. Sin embargo, cuando se les preguntó el origen de sus ingresos, el 60.19% mencionó que obtiene apoyo económico por medio de sus familiares, algunos de ellos mencionan que son mantenidos por alguien (1.85%), que lo obtienen de sus domingos (0.46%) y otros por la manutención de su padre (0.46%); el resto, 37.04%, menciona que lo obtiene por emprendimientos, trabajos informales, becas académicas, negocios familiares o propios, honorarios profesionales, por trabajos de tiempo parcial o de tiempo completo y hasta por hacer deporte como se observa en la Tabla 4. Esto nos muestra que, aunque son dependientes de alguien, tienen la iniciativa de obtener sus propios ingresos.

Incluso, en la Tabla 5 se muestra que el mayor porcentaje, o sea el 54.17%, dice querer un negocio propio (el 72.65% de los hombres y el 27.35% de las mujeres) y el 45.83% prefiere hacer carrera profesional en una empresa, con el 70.71% de los hombres y el 27.27% de las mujeres que fueron encuestados.



Fuente: Elaboración propia

Figura 2 Porcentajes de independencia económica.

Tabla 4 Distribución de la muestra según la obtención de ingresos.

Opciones	¿Cómo obtienes tus ingresos?	Porcentaje
Apoyo familiar	130	60.19%
Trabajos informales	49	22.69%
Salario mensual por trabajo a tiempo parcial	15	6.94%
Mantenido	4	1.85%
Salario mensual por trabajo a tiempo completo	3	1.39%
Becas	3	1.39%
Tengo una empresa propia	2	0.93%
Juego fútbol	2	0.93%
Domingo	1	0.46%
Apoyo familiar, trabajo y becas	1	0.46%
Emprendimiento	1	0.46%
Honorarios profesionales	1	0.46%
Mi familia tiene máquinas dispensadoras	1	0.46%
Negocios propios	1	0.46%
Padre	1	0.46%
Tengo apoyo de mi mamá y tengo aparte un trabajo informal	1	0.46%
<b>Total general</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Distribución de la Meta profesional y sexo.

Meta profesional	Binario	Femenino	Masculino	Total
Hacer carrera profesional en una empresa	2	27	70	99
Tener un negocio propio		32	85	117
<b>Total general</b>	<b>2</b>	<b>59</b>	<b>155</b>	<b>216</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3. Resultados

Las tres últimas partes de la encuesta se presentan en la Tabla 6, que son el punto medular de la investigación.

Tabla 6 Expectativas laborales de los centennials.

<b>Dimensión</b>	<b>Opciones de respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Expectativas sobre la empresa ideal para trabajar</i>	Con sueldos y beneficios superiores al promedio	24.08%
	Innovadora	18.57%
	Que brinde línea de carrera o desarrollo profesional	16.73%
	Socialmente responsable o con buen propósito	15.10%
	Que sea multinacional/ internacional,	13.47%
	Alta facturación	6.33%
	Con prestigio/ gran reputación	5.71%
	Empresa con valores similares a los míos	0.00%
Que valore el bienestar (calidad de vida) de sus empleados	0.00%	
<i>Valoración de las cualidades del jefe ideal</i>	Buena comunicación	<b>26.62%</b>
	Buenos valores	18.75%
	Inteligencia	15.51%
	Visión a largo plazo	13.89%
	Flexibilidad	11.57%
	Conocimiento técnico	10.88%
	Sentido del humor	2.78%
<i>Valoración de las cualidades del profesional ideal</i>	Tener capacidad de aprender	<b>21.76%</b>
	Poder relacionarse bien con los demás	17.90%
	Ética	17.13%
	Conocer los aspectos técnicos de la profesión	16.67%
	Gestionar bien el tiempo	16.20%
	Trabajar duro	10.34%

Fuente: Elaboración propia

En relación a las expectativas de los *centennials* sobre *la empresa ideal para trabajar*, los resultados recaen en cuatro puntos importantes, que la empresa ofrezca un sueldo y beneficios superiores al promedio (24%), que sea innovadora (18.57%), que brinde línea de carrera o desarrollo profesional (16.73%) y que también sea multifuncional y/o internacional (13.47%); con poca o casi nula importancia en la alta facturación o el prestigio y/o reputación que pueda tener la empresa, sin importarles que la empresa tenga valores similares a los de los encuestados ni que valore el bienestar (calidad de vida) de sus empleados.

A pesar de que se mencionó en las características de la generación de los *centennials*, que el dinero no es un artefacto central en sus vidas, la realidad mostrada en las encuestas dice lo contrario, pero va de la mano con el reconocimiento y estatus social que ellos buscan. Y como se puede apreciar en la Tabla 6, para la mayoría de los *centennials* (26.62%) les importa tener una buena

comunicación con el jefe, que el jefe tenga buenos valores (18.75%), que sea inteligente (15.51%), que siempre tengan una visión a largo plazo (13.89%), sin dejar de lado que el jefe sea flexible (11.57%) y que tengan conocimientos técnicos (10.88%); a pocos encuestados les interesa que tenga buen humor (2.78%).

Con relación a las *cualidades del jefe ideal*, vemos cómo es importante la comunicación que se tenga con los demás, independientemente de sus características como generación, ya que ellos están muy inmersos en el internet, la comunicación digital en redes sociales y en los dispositivos móviles para hacer cualquier cosa, y no tanto en la comunicación cara a cara.

Por último, la percepción que los *centennials* destacan como las *cualidades del profesional ideal* es tener la capacidad de aprender (21.76%), el poder relacionarse bien con los demás (17.90%), tener ética profesional (17.13%) aunque no les haya importado que la empresa no tenga valores similares a los de ellos pero sí que el jefe los tenga; el 16.67% está consciente que se requieren los conocimientos técnicos de su profesión, que tienen que gestionar bien su trabajo (16.20%) y trabajar duro (10.34%). Lo que demuestra es que están comprometidos por su bienestar y, por ende, contribuirán al del país.

Los resultados muestran las expectativas de los centennials en las tres dimensiones “la empresa ideal”, “el jefe ideal” y el “yo ideal” y con ello será posible proponer un modelo de estrategias empresariales en la siguiente etapa de esta investigación.

#### **4. Discusión**

La investigación describe las expectativas laborales de los centennials estudiantes con un perfil ingenieril, en su mayoría, del Tecnológico Nacional del México en Celaya y en este punto, se hace una comparación con las expectativas encontradas en otros perfiles homogéneos como es el caso de la encuesta realizada en las escuelas de negocios de Latinoamérica realizada por Elizángela Sosa Chong, Wilfredo Giraldo Mejía y Arístides Vara-Horna [2020] en las que destacan los países de Perú (1,865), Colombia (1,021) y México (1,669) con las muestras más grandes de encuestados, provenientes de varias instituciones de educación superior, todos ellos en el rango de edad que se considera en esta investigación como centennials.

Es importante destacar, que la generación aún está en proceso de investigación y no se tienen establecidos, científicamente, datos exactos; sin embargo, se pueden hacer comparaciones con los estudios ya realizados.

En cuanto a los resultados obtenidos, como ya se mencionó, las características como generación de los centennials con respecto a la empresa ideal, mencionan que ellos buscan que la empresa en la que les gustaría laborar sea socialmente responsable, pero los resultados de las expectativas de los encuestados del TecNM en Celaya se inclina más hacia la búsqueda de empresas que ofrezcan un sueldos y beneficios superiores al promedio con un 24.08% a diferencia de los resultados obtenidos en las escuelas de negocios que, para ellos, este rubro se queda en un término medio con un 38.4%, ya que destaca que la empresa valore el bienestar y calidad de vida de los empleados con un 57.1%, que sea innovadora con 46.6%, que se pueda hacer línea de carrera y/o desarrollo profesional con el 45.6% y con un porcentaje del 43.5% mencionan que su expectativa es que la empresa sea socialmente responsable. Y comparando con la valoración que en el mismo estudio se tiene con respecto a los encuestados de las escuelas de negocios exclusivas de México, el 50.9% está en la misma sintonía que los centennials del TecNM en Celaya, seguido del 52.3% de los que buscan que se valore el bienestar de los trabajadores, cosa que no consideraron para nada los encuestados del TecNM.

En referencia al *jefe ideal*, los encuestados del TecNM en Celaya con un porcentaje del 26.62%, coinciden tanto con los resultados generales de la encuesta de las escuelas de negocios que fue del 57.9% como con los resultados de las escuelas de negocios exclusivas de México que fue del 49.1% en el que esperan que se tenga una buena comunicación con el jefe con el que estarán trabajando, y como se mencionó, esto a pesar de la dependencia que los centennials muestran hacia las redes sociales, al internet y más que nada a los dispositivos móviles.

Y ahora, hablando de la percepción de sí mismos como profesionales, los centennials latinoamericanos consideran que el punto principal es la ética como profesionistas con un 71.0% seguido de la capacidad de aprender con un 68.7% que coincide con las expectativas de las escuelas de negocios exclusivas de México que representan el 71.4 y 66.3% respectivamente, y que no distan tanto de la percepción

que tienen los estudiantes del TecNM en Celaya, ya que tienen la expectativa de que lo más importante es la capacidad de aprender con un porcentaje del 21.76% seguido de la capacidad de relacionarse bien con otras personas con un porcentaje del 17.90%, por lo que demuestra su potencial para desarrollarse, además como lo vimos en los valores demográficos, un poco más de la mitad de los encuestados, 54.17% quisiera tener un negocio propio; abriendo un panorama que pudiera ser interesante al momento de considerar la creación de nuevos empleos.

## **5. Conclusiones**

Es un reto grande identificar las expectativas de los centennials, sobre todo para los empleadores y las instituciones educativas formadoras, se denota la necesidad de realizar cambios que contribuyan tanto a las expectativas de los nuevos profesionistas como a la de los empleadores y es por ello por lo que, esta información permitirá, posteriormente, crear un modelo de estrategias empresariales basado en éstas. Ya que, por ejemplo, el conocer más a este grupo generacional ha permitido la creación de campañas publicitarias enfocadas a la inclusión, la diversidad y a la era digital como lo demandan la generación en cuestión. De igual manera, las instituciones educativas deben integrar más de la tecnología en su quehacer para atender a esta necesidad de los centennials de estar a la vanguardia y aumentar los conocimientos que se están presentando a nivel mundial. Incluso, cambiar el modo de enseñanza – aprendizaje con programas creativos, innovadores y con aplicaciones que les permitan entender el mundo que los rodea, aumentando la inclusión y equidad en todos los sentidos. Aprovechar que buscan crecimiento personal al crear sus propias empresas y encaminarlos hacia el fortalecimiento de los temas adecuados. Y, además, aprovechar que buscan relacionarse con los demás a nivel profesional al hacer hincapié en la comunicación que ellos mismos demandan como generación para ser empleados o empleadores. Así también, las empresas, considerando la información obtenida en la investigación, tendrán que buscar la manera de atraer al personal de esta generación ofreciendo salarios dignos y con prestaciones llamativas para ellos, buscando la manera de integrar la innovación en diversos sentidos y permitir a los

trabajadores tener crecimiento profesional haciendo línea de carrera. Comprometerse a ser socialmente responsables y buscar el bienestar colectivo. Desde luego, esto también concierne a la parte gubernamental que coadyuven en el fortalecimiento de las empresas y propiciar el cumplimiento de las expectativas de los nuevos trabajadores para que sientan el compromiso de pertenencia y por supuesto el cumplimiento de los distintos indicadores de la empresa para lograr la misión y visión de esta, incluso, deberá considerar que una gran mayoría pretende crear sus propios negocios, esto le permitirá tomar decisiones específicas con respecto a la creación de nuevos empleos.

## 6. Bibliografía y Referencias

- [1] Arango, C. A., Camelo, C., & Huerta, M. (2019). *Centennials. Una generación sin etiquetas*. Bogotá, Colombia: Utadeo. <https://elibro.net/es/ereader/itcelaya/220924>.
- [2] Castañón, N., Ocanto, L., & Titado, V. (2019). Estudio sobre expectativas laborales de estudiantes de la carrera de educación inicial en la Universidad Metropolitana Caracas – Venezuela. *Vivat academia. Revista de comunicación* (148), 57 - 76. doi:<http://doi.org/10.15178/va.2019.148.57-76>.
- [3] Glaid, T. (2 de Marzo de 2021). *Leading Across the Generations.*, de Salem University: <https://www.salemu.edu/2021/03/leading-across-the-generations/>
- [4] Gobierno de México. (2020). *Población. Data México*. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/mexico#population-and-housing>.
- [5] Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. MacGraw-Hill / Interamericana. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>.
- [6] INEGI. (2024). Comunicado de prensa número 585/24: Indicadores de Ocupación y Empleo. <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=9332>.

- [7] Mitta, D. E., & Dávila, C. L. (2015). Browsing Facultad de Gestión y Alta Dirección. Recuperado el 18 de November de 2022, de Tesis PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/877/browse?type=author&value=Mitta+Flores%2C+Daniel+Eduardo>.
- [8] Sosa, E., Giraldo, W., & Vera-Horna, A. (2020). Expectativas laborales de los Centennials de las escuelas de Negocios en Latinoamérica. Lima: Universidad de San Martín de Porres, Forndo Editorial.
- [9] TecNM en Celaya. (Mayo de 2024). Matrícula. <https://celaya.tecnm.mx/>.