

Influencia de las dimensiones del compromiso laboral en el personal de las generaciones millennials y centennials

(Influence of dimensions of work engagement on millennials and centennials staff)

Elí Samuel González-Trejo^{*1}; Gloria Pedroza-Cantú² y Ruth Isela Martínez-Valdez³

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Ciencias Químicas (México), elizgoz@yahoo.com.mx

² Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Ciencias Químicas, gpredrozacn13@hotmail.com

³ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Ciencias Químicas, crisela_martinez@yahoo.com.mx

* Autor de Contacto

Resumen

Cómo citar:

González-Trejo, E. S., Pedroza-Cantú, G., & Martínez-Valdez, R. I. Influencia de las dimensiones del compromiso laboral en el personal de las generaciones millennials y centennials. *Vinculatégica EFAN*, 11(2), 146–163. <https://doi.org/10.29105/vtga11.2-1040>

Información revisada por arbitraje tipo doble par ciego.

Recibido: 14 de abril del 2024

Aceptado: 16 de mayo del 2024

Publicado: 31 de marzo del 2025

En la actualidad para las organizaciones es importante lograr una ventaja competitiva en el campo de recursos humanos, esto se obtiene con la retención del talento, lo cual se consigue si el personal se encuentra comprometido. Por tanto, las empresas buscan aumentar el compromiso laboral de su gente, pues esto asegura cumplir con los objetivos organizacionales. El objetivo de la presente investigación es determinar si hay diferencias significativas en la influencia de las dimensiones del compromiso laboral entre el personal de las generaciones millennials y centennials del Área Metropolitana de Monterrey. Este estudio es de tipo cuantitativo, descriptivo, transversal y no experimental. Se encuestaron a 202 personas en total, de la generación millennials de edad entre 29 y 49 años y personas de la generación centennials de edad entre 22 y 28 años. Se aplicó una encuesta con respuesta de escala tipo Likert. Se realizó una prueba Anova y los resultados obtenidos muestran que no existen diferencias significativas en el compromiso laboral y sus dimensiones: compromiso afectivo, continuo y normativo.

Palabras clave: *Compromiso laboral, compromiso afectivo, compromiso continuo, compromiso normativo, generaciones millennials y centennials.*

Códigos JEL: M13, M51, M54

Abstract

Nowadays, it is important for organizations to achieve a competitive advantage in the field of human resources management; this goal is obtained with the retention of talent, which is achieved if the staff is committed. Therefore, companies seek to increase the work commitment of their employees, this ensures compliance with organizational objectives. The objective of this research is to determine if there are significant differences in the influence of the dimensions of work commitment among the staff of the millennial and centennial generations of the Monterrey Metropolitan Area. This study is quantitative, descriptive, cross-sectional and non-experimental. A total of 202 individuals were surveyed, from the millennials generation between 29 and 49 years old and from centennial generation between 22 and 28 years old. A survey with a Likert-type scale response was applied. An Anova test was carried out and the results show that there is no significant differences in work commitment and its dimensions: affective, continuous and normative commitment.

Key words: *Work commitment, affective commitment, continuous commitment, normative commitment, millennial and centennial generations.*

JEL Codes: M13, M51, M54



Copyright: © 2025 por los autores; licencia no exclusiva otorgada a la revista VinculaTégica EFAN. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo una licencia de Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Introducción

En la actualidad para las organizaciones es importante lograr una ventaja competitiva, en el campo de recursos humanos esto se logra reteniendo al talento para conseguirlo un factor clave es tener al personal muy comprometido con la organización para conseguirlo debe implementar estrategias que mejoren las dimensiones del compromiso laboral: compromiso afectivo, continuo y normativo, para facilitar lo anterior se aplican prestaciones emocionales como la flexibilidad laboral y trabajo remoto (Pedraza, 2020; Gerard et al., 2018; Akthar et al., 2022).

Es relevante tomar en cuenta que la pandemia del 2020 fue un factor que afecto al personal, pues durante el confinamiento el sentido de pertenencia con la empresa disminuyo y con ello también el compromiso laboral, especialmente en las personas de las generaciones millennial y centennial, esto trajo consecuencias negativas a las organizaciones (Drew, 2022).

Para Leal (2023) para aumentar el sentido de pertenencia el personal debe sentir que la empresa lo apoya en las actividades que realiza, además de sentir que son partícipes de las decisiones y del establecimiento de objetivos, además si la organización cuenta con reglas y procedimientos inflexibles disminuye el compromiso laboral, solo el 21% de los empleados a nivel mundial se sienten comprometidos con sus empresas.

Las principales causas del bajo compromiso laboral están relacionadas con un liderazgo efectivo, poca comunicación, carencia de reconocimiento y motivación, trabajo poco desafiante y falta de capacitación (Arteaga y Paredes. 2022). Lo anterior trae como consecuencia, baja productividad y disminución del rendimiento, surge desinterés por parte de los empleados a las tareas asignadas, el ritmo de trabajo disminuye, los trabajadores muestran mala actitud seguida con períodos de inactividad y además aumenta la fuga de talentos (Robles y Romero, 2024).

El objetivo es determinar si hay diferencias significativas en la influencia de las dimensiones del compromiso laboral en el personal de las generaciones millennials y centennials del Área Metropolitana de Monterrey.

Marco teórico

En el entorno empresarial actual, las tácticas de motivación tradicionales y los enfoques conservadores del compromiso de los trabajadores ya no son viables y no logran los resultados deseados (Villa, et al., 2019). De acuerdo con la teoría de Becker (1960) el compromiso es un vínculo que tiene el empleado con la empresa. Para el personal el tiempo y el esfuerzo que invierte en la empresa dará frutos a lo largo del tiempo, esto influirá en que la persona siga perteneciendo a la

empresa si siente que ha obtenido grandes logros, lo cual es un incentivo para permanecer en la organización.

Compromiso laboral

De acuerdo con Coronado et al. (2020) y Esparza y Segovia (2019) uno de los principales desafíos de las organizaciones consiste en incrementar el compromiso laboral de su personal, principalmente en el personal de las generaciones millennials y centennials, con el fin de enfocar todos sus esfuerzos en la consecución de los objetivos corporativos. Para Meyer y Allen (1991) el Compromiso es el conjunto de creencias del empleado hacia la organización, que refleja el deseo, la necesidad o el compromiso de permanecer dentro de la misma.

En la revisión de literatura se encontraron los términos compromiso organizacional y compromiso laboral cuya definición es similar, para Villa et al. (2019) el compromiso organizacional es la actitud que los empleados desarrollan y los dispone para mantenerse en su empleo. Por otro lado, Leal (2023), Arteaga y Paredes (2022) y Ajzen (2020) definen el comportamiento laboral como la actitud que influye en el personal para que se interese en permanecer en su trabajo.

De igual manera, Raham et al. (2023) señalan que el compromiso laboral es estado mental positivo, satisfactorio y relacionado con el trabajo, caracterizado por el vigor el cual se refuerza cuando el trabajo ofrece retos y variedad en las tareas que le permitan al personal desarrollar habilidades que le brinden la oportunidad de contribuir significativamente a la empresa y en la sociedad. Cabe mencionar que para este estudio se usará el termino compromiso laboral.

Dimensiones del compromiso laboral

Meyer y Allen (1991), elaboraron el modelo de tres dimensiones del comportamiento laboral: el comportamiento afectivo, comportamiento normativo y comportamiento de continuidad. Conocido como modelo de tres componentes (Three Component Model o TMC). Este modelo describe cómo el personal puede mantenerse unido a la organización porque lo desean, porque lo necesitan o porque sienten que deben realizarlo, es decir, de forma afectiva, continua y normativa, respectivamente (Asrar, 2017).

Según Spanuth y Wald (2017) y Yang y Panyagometh (2023) el compromiso afectivo (CA) es una de las dimensiones más estudiadas, ya que las personas se guían por lo que sienten. Esta dimensión representa cómo el personal se siente unido de forma emocional con la empresa, lo que le lleva a permanecer en su trabajo. Por su parte, Araque et al., señalan que el compromiso continuo (CC), es el tiempo que una persona invierte en su trabajo e impacta la permanencia del individuo en la organización, es decir, se asocia a la inversión contra el costo de abandonar el empleo. Por su parte, Placeres et al. (2022) y Zareket (2018). manifiestan que el compromiso normativo (CN) es la

influencia que las políticas y normas organizacionales tienen en la decisión de los empleados para permanecer en la organización.

Generación millennials

Según Peimbert (2012), a las personas nacidas entre los años de 1980 y 1995 se les denomina generación millennials, debido a su predominio en la cultura y su desarrollo al comienzo del tercer milenio, en el surgimiento de la tecnología en la sociedad. Esta generación no permanece mucho tiempo en las compañías porque buscan mejores oportunidades y además manifiestan muy poca lealtad con sus empleadores (Bozat, 2021). En otras palabras, Pontón y Márquez (2016) señalan que los millennials no desean tener líderes y su propósito es ser generadores de cambio e innovación para la sociedad. Son una generación muy exigente como empleados, si la organización no cumple con sus expectativas, simplemente la abandonan.

Generación centennials

Los centennials son personas que nacieron entre 1995 y 2010 y tienen entre 14 y 28 años. Son la primera generación digital y la tecnología es básica en su vida porque conocen el manejo de los dispositivos tecnológicos, lo que les da una ventaja (Ruud et al., 2018). Por su parte, Ortega y Vilanova (2016), destacan que estos jóvenes se enfocan en el cuidado ambiental, la participación ciudadana y la resolución de problemas en su entorno. El compromiso laboral no es algo importante para los trabajadores de esta generación, ya que son impulsivos, más reactivos y desapegados a las organizaciones, lo que dificulta retenerlos porque no desarrollan sentido de pertenencia hacia la empresa (Drew, 2022). Se trata de una generación que, al progresar en un entorno digital, pueden decidir si las normas y políticas de la organización se adaptan a su forma de trabajo y elegir si permanecer o no en la organización (Mendoza y Ortiz, 2019).

Compromiso laboral y generación millennials y centennials

Galván y Silva (2021) hicieron un estudio con 120 profesores de entre 24 y 39 años para ver cómo afectaban su compromiso laboral, encontraron que las personas de las generaciones millennials y centennials manifiestan un compromiso organizacional afectivo, además respecto al compromiso afectivo observaron que la edad del trabajador es un factor que marca una diferencia en el compromiso laboral. Los millennials, permanecen en sus centros de trabajo debido a que tienen mayor sentido de pertenencia.

Por otro lado, Robles y Romero (2024) llevaron a cabo una investigación con 30 individuos de la generación X y 37 de la generación centennials con el fin de determinar el nivel de compromiso laboral. Se encontró que el 13.81% de los de la generación millennials manifestaron sentimientos de

compromiso laboral con la compañía, en cuanto al CA se registraron 4.24%, del CC un 4.47% y del CN un 5.10%. También encontraron que, el 14.9% de los encuestados de la generación centennials manifestaron sentir un compromiso laboral con su empresa. Con respecto al compromiso afectivo el 4.85%, y para el compromiso normativo 4.98%.

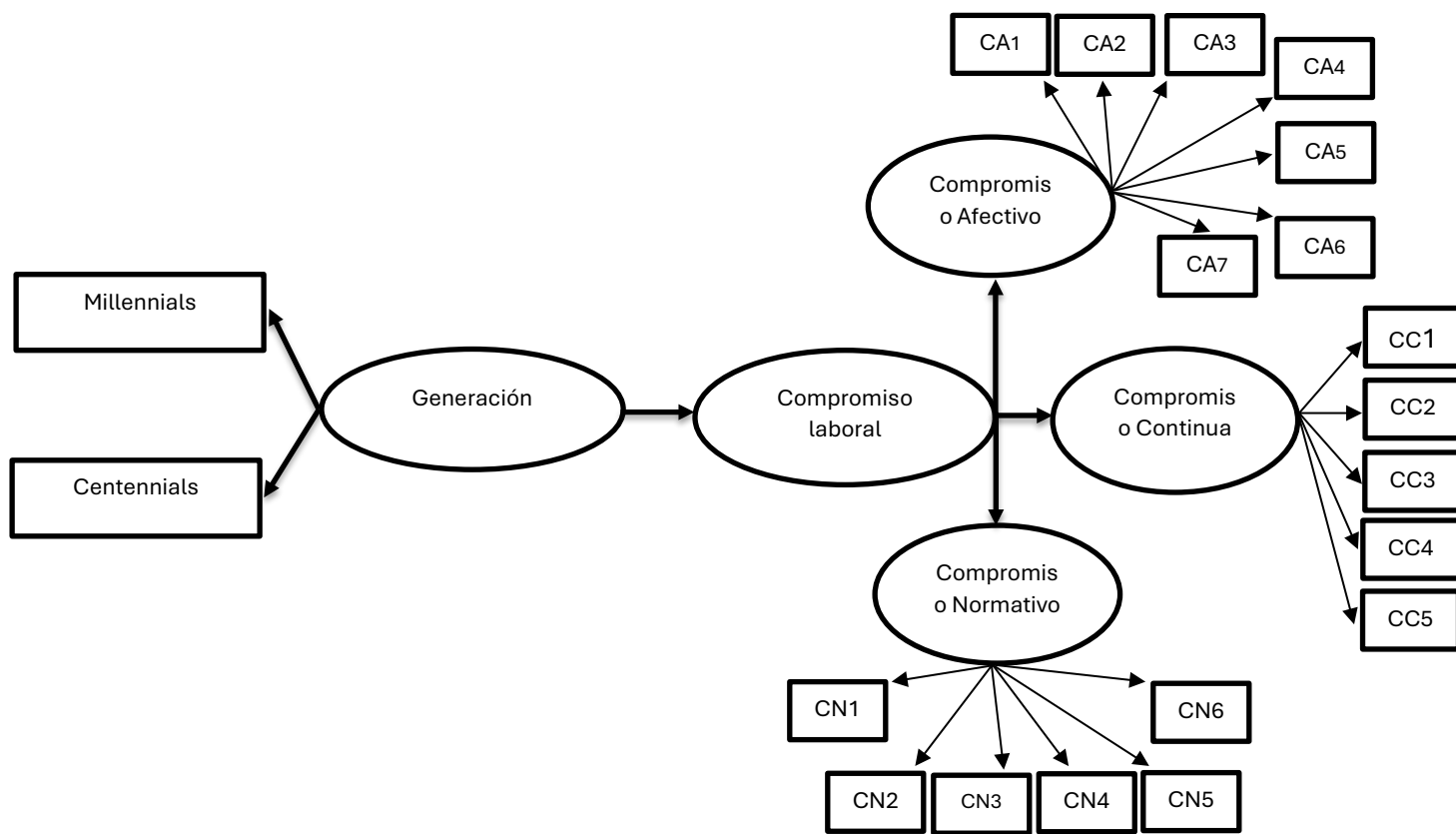
Por otra parte, Bozat (2021) llevó a cabo una investigación en Turquía con 80 participantes de las generaciones millennials y centennials para determinar el nivel de compromiso laboral. Los resultados de la investigación mostraron que los miembros de la generación millennials son más entusiastas que los centennials, son más leales los también conocidos como generación Z. Respecto al compromiso normativo los de la generación millennials muestra un mayor compromiso que los centennials. En lo referente al compromiso continuo la generación millennials no se compromete si percibe que la empresa no brinda seguridad, esto no es relevante para la otra generación de estudio.

Gerards y Baudewijns (2018) llevaron a cabo un análisis para determinar el nivel de compromiso laboral y la permanencia en el trabajo. Encuestaron a 909 empleados de las generaciones millennials y centennials, los resultados arrojaron que había una diferencia significativa en el compromiso laboral siendo los centennials quienes se mostraron más comprometidos. De las tres dimensiones encontraron que no hay diferencia significativa en el compromiso afectivo y en el normativo; sin embargo, si hay una diferencia en el compromiso continuo en la generación millennials, ya que sienten que, si ya invirtieron tiempo y esfuerzo buscan obtener algún beneficio.

Baéz et al. (2019) efectuaron un estudio en Cuba en una empresa de bebidas y alimentos a 603 trabajadores cuyas edades oscilaban entre los 24 y 40 años. En el estudio buscaban determinar si la motivación y la satisfacción influían en el compromiso laboral y sus dimensiones. Los resultados arrojaron que, en cuanto al compromiso laboral los millennials al sentirse satisfechos y motivados con su trabajo aumenta su nivel de compromiso afectivo. En cuanto al compromiso continuo y normativo, este no se presenta si el personal percibe que no hay oportunidad de crecer, por lo que para ellos no vale la pena seguir invirtiendo en esa empresa.

Para este estudio se analizará la influencia de las dimensiones del compromiso laboral, tales como el comportamiento afectivo, el comportamiento continuo y el comportamiento normativo, en las personas de las generaciones millennials y centennials del área metropolitana de Monterrey, en la figura 1 se muestra el modelo gráfico del cual se desprenden las hipótesis de esta investigación.

Figura 1. Modelo Gráfico



Hipótesis

H₁= Existe una diferencia significativa en la influencia que tiene el compromiso afectivo en el personal de la generación millennials en comparación con la influencia que tiene en el personal de la generación centennials.

H₂= Existe una diferencia significativa en la influencia que tiene el compromiso continuo en el personal de la generación millennials en comparación con influencia que tiene en el personal de la generación centennials.

H₃= Existe una diferencia significativa en la influencia del compromiso normativo en el personal de la generación millennials en comparación con influencia que tiene en el personal de la generación centennials.

Método

Participantes

Para este estudio se encuestó a hombres y mujeres de la generación millennials con edad de 29 a 49 años y a personas de la generación centennials con edad entre 22 y 28 años. Al momento de realizar la encuesta los encuestados contaban con más de tres años en su trabajo y sus puestos eran

de los niveles de gerencia, jefatura y coordinación en empresas de manufactura, comercio y de servicios del Área Metropolitana de Monterrey.

Técnica e Instrumento

La presente investigación fue de un nivel de medición cuantitativo, con un alcance descriptivo y correlacional, su diseño fue no experimental, de corte transversal y el muestreo por conveniencia. Para comprobar las hipótesis se usaron métodos estadísticos, se adaptó el instrumento de medición realizado por Betanzos et al. (2006) denominado “dimensiones del comportamiento laboral”. Este instrumento contó con 23 ítems, se dividió en dos apartados, el primero fue de preguntas demográficas, fueron 5 preguntas sobre edad, sexo biológico, puesto de trabajo, nivel de puesto y tiempo de laborar en la empresa. El segundo apartado fue de compromiso laboral y sus dimensiones, 7 ítems para la dimensión de comportamiento afectivo, 5 ítems para comportamiento continuo y 6 ítems para comportamiento normativo. Los ítems son de respuesta en escala tipo Likert de cinco puntos quedando establecidas de la siguiente forma: 1. totalmente en desacuerdo, 2. en desacuerdo, 3. ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. de acuerdo y 5. totalmente en desacuerdo.

Procedimiento

Se aplicó una prueba piloto a 80 personas y se hizo un análisis factorial con los métodos de extracción de componentes principales, mínimos cuadrados generalizados y máxima verosimilitud para identificar los factores que expliquen la relación entre las tres dimensiones de estudio. El total de ítems fue de 18, se analizó el comportamiento afectivo, comportamiento continuo y comportamiento normativo. Después del análisis no se eliminó ningún ítem, en la solución final los eigenvalues superiores a 1 mostraron tres factores los cuales explican en un 63.910% de la varianza, esto se puede apreciar en la tabla 1.

Tabla 1. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	7.217	40.097	40.097	7.217	40.097	40.097	4.266	23.702	23.702
2	2.387	13.263	53.360	2.387	13.263	53.360	4.020	22.333	46.035
3	1.899	10.550	63.910	1.899	10.550	63.910	3.218	17.875	63.910

Cómo se mencionó en el párrafo anterior se realizó un análisis factorial con el software SPSS v21 usando los tres métodos antes mencionados y se obtuvieron los mismos resultados los cuales se

muestran en la matriz de componentes rotados que se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. *Matriz de componentes rotados^a*

	Componente		
	1	2	3
CA2	0.862	0.088	0.192
CA3	0.821	0.140	0.227
CA4	0.792	0.302	0.022
CA6	0.741	0.208	0.071
CA7	0.706	0.151	0.313
CA1	0.614	-0.015	0.045
CA5	0.565	0.378	0.066
CN3	0.164	0.840	0.242
CN4	0.082	0.840	0.090
CN1	0.171	0.785	0.125
CN2	0.164	0.727	0.203
CN6	0.168	0.722	0.203
CN5	0.457	0.550	0.200
CC3	0.140	0.111	0.856
CC2	0.113	0.165	0.809
CC1	0.318	0.025	0.712
CC4	0.130	0.391	0.702
CC5	0.029	0.347	0.655

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis de confiabilidad del instrumento para determinar el Alfa de Cronbach de las tres dimensiones. Para ello se usó el software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) V21 en la tabla 3 se muestran los resultados.

Tabla 3. *Alfa de Cronbach de las dimensiones de estudio*

Compromiso Afectivo	$\alpha = 0.883$
Compromiso Continuo	$\alpha = 0.851$
Compromiso Normativo	$\alpha = 0.886$

El período de recolección de la información fue entre enero y marzo de 2024 para lo cual se

generó una encuesta digital en MS FORMS que se aplicó enviando la liga para ser contestada por los sujetos que cumplieran los requisitos de edad y que se encontraban trabajando al momento de la encuesta. Se obtuvieron 202 respuestas de personas de las cuales 102 eran mujeres y 100 eran hombres, la edad de los encuestados oscilaba entre los 22 y 44 años (grupos de edad de las generaciones de estudio).

En la tabla 4 se muestran las variables de estudio, con sus definiciones respectivas. En la misma tabla se presentan las definiciones de las tres dimensiones de estudio, para las cuales se hicieron preguntas con respuestas de tipo Likert de cinco puntos que van de totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

Tabla 4. Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Instrumento	Operacionalización
Generación		Indicador de edad Millennials Centennials	Pregunta categórica generación
Comportamiento Afectivo	Esta dimensión representa cómo el personal se siente unido de forma emocional con la empresa, lo que le lleva a permanecer en su trabajo.	Encuesta tipo Likert Indicador comportamiento afectivo. CA1, CA2, CA3, CA4, CA5, CA6, CA7	Encuesta en la que a cada respuesta se le asigna un valor del 1 al 5, se realizó una comparación de medias con ANOVA utilizando SPSS v21
Comportamiento Continuo	Es el tiempo en que una persona invierte en su trabajo y tiene un impacto en la existencia del individuo en la organización, ya que este asocia, la inversión contra el costo de abandonar el empleo.	Encuesta tipo Likert Indicadores de Comportamiento continuo CC1, CC2, CC3, CC4, CC5	Encuesta en la que a cada respuesta se le asigna un valor del 1 al 5, se realizó una comparación de medias con ANOVA utilizando SPSS v21
Comportamiento Normativo	Es la lealtad hacia la organización debido a su sentido de respeto a las normas y reconocimiento a las inversiones de la empresa hacia su persona.	Encuesta tipo Likert Indicadores de Comportamiento Normativo Cn1, CN2, CN3, CN4, CN5, CN6	Encuesta en la que a cada respuesta se le asigna un valor del 1 al 5, se realizó una comparación de medias con ANOVA utilizando SPSS v21

Resultados

Se utilizó la base de datos de Excel que genera MS FORMS de las encuestas aplicadas, la información se pasó a SPSS v21. En total se recopilieron 202 respuestas de las cuales el 49% de los encuestados eran de la generación millennials y el 51% de la generación centennials.

En la tabla 5 se muestra la percepción de los encuestados de cada una de las dimensiones. La escala fue Likert de cinco puntos, en donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo. Se estimaron los datos de media, desviación estándar y valores mínimos y máximos. Respecto a la media se observa que para la dimensión compromiso afectivo se obtuvo un 3.20 que indica que no están ni en desacuerdo ni de acuerdo, para el compromiso continuo la media fue de 2.98 que están en desacuerdo con los ítems relacionados con esta dimensión, para compromiso normativo resultó un 2.65 lo que indica que no estuvieron de acuerdo con lo que se cuestionó.

Tabla 5. *Media de la percepción de las dimensiones de estudio*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Compromiso afectivo	202	1.00	5.00	3.2051	0.90898
Compromiso continuo	202	1.00	5.00	2.9782	1.02074
Compromiso normativo	202	1.00	5.00	2.6559	0.89345
N válido (según lista)	202				

Para comprobar las hipótesis se usó una prueba ANOVA de un factor para comprobar si existen diferencias significativas en la influencia que tienen las dimensiones del compromiso laboral en las personas la generación millennials en comparación con la que tienen las personas de la generación centennials. También se realizó un t-Student de muestras independientes para comparar los resultados.

Para comprobar la validez de la prueba y comprobar que cumple con los supuestos básicos del ANOVA: normalidad y homoscedasticidad, se llevó a cabo la prueba de Kolmogórov para probar la normalidad cuyo resultado mostró un nivel de significancia de $p > 0.05$, lo que prueba que existe una distribución normal. Para analizar la homoscedasticidad se hizo análisis de Levene cuyos resultados son los siguientes: para compromiso afectivo $p = 0.482$, respecto al compromiso continuo, se obtuvo $p = 0.462$ y referente al compromiso normativo $p = 0.474$ que fueron $\alpha > 0.05$, lo que comprueba que los datos presentan varianzas iguales. Este análisis se realizó en el software SPSS v21.

Una vez que se comprobó que los datos cumplieron con los supuestos necesarios, se realizó una prueba ANOVA de un factor. En la tabla 6 se muestran las medias de las dimensiones del compromiso laboral, en cuanto al compromiso afectivo no se encontró una diferencia entre las dos generaciones porque se obtuvieron valores entre 3.18 y 3.22. Los resultados muestran que hay un mayor nivel de compromiso continuo en los millennials que en los centennials con medias de 3.03 y 2.92 respectivamente. En caso del compromiso normativo no hay una diferencia significativa, pues se obtuvieron valores de 2.70 y 2.61 para las generaciones millennials y centennials respectivamente. En cuanto a la variable de compromiso laboral tampoco existe una diferencia lo que se puede apreciar con los resultados obtenidos de 2.90 y 2.90 para las generaciones de estudio.

En la tabla 7 se muestran los resultados de la prueba ANOVA de los dos grupos, para determinarlo se sacó el promedio de las dimensiones y con este promedio se calculó una sola variable o escala sumada para realizar el ANOVA obteniéndose los siguientes resultados: para el compromiso afectivo se obtuvo un $p = 0.743$ por lo que se rechaza la H1, ya que no existe una diferencia significativa entre los millennials y centennials; en la dimensión comportamiento continuo resultó un $p = 0.462$ motivo por el cual se rechaza la H2, ya que no existe una diferencia significativa para las generaciones de estudio y finalmente también se rechaza la H3 ya que no existe una diferencia

significativa en el compromiso normativo de las personas millennials y centennials porque $p=0.474$.

Tabla 6. Media del compromiso laboral y sus dimensiones

Dimensiones		N	Media	Desviación típica
Compromiso Afectivo	Millennials	99	3.2266	0.92470
	Centennials	103	3.1845	0.89765
	Total	202	3.2051	0.90898
Compromiso Continuo	Millennials	99	3.0323	1.02288
	Centennials	103	2.9262	1.02095
	Total	202	2.9782	1.02074
Compromiso Normativo	Millennials	99	2.7020	0.87426
	Centennials	103	2.6117	0.91358
	Total	202	2.6559	0.89345

Tabla 7. ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Compromiso Afectivo	Inter-grupos	0.089	1	0.089	0.108	0.743
	Intra-grupos	165.985	200	0.830		
	Total	166.075	201			
Compromiso continuo	Inter-grupos	0.568	1	0.568	0.544	0.462
	Intra-grupos	208.856	200	1.044		
	Total	209.424	201			
Compromiso normativo	Inter-grupos	0.412	1	0.412	0.515	0.474
	Intra-grupos	160.037	200	0.800		
	Total	160.449	201			

Como los resultados fueron no significativos, se realizó un ANOVA por ítem para determinar si existen alguna diferencia significativa entre ellos, esto se presenta en la tabla 8. En los resultados para compromiso afectivo, se puede apreciar que el ítem CA2 “tengo una fuerte sensación de pertenecer a mi empresa” fue significativo al obtener un $p=0.004$ al igual que ítem CA5 “los problemas de la empresa son como mis propios problemas”, respecto a él resto de los ítems estos no fueron significativos.

Tabla 8. ANOVA para ítems de compromiso afectivo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
CA1. Trabajo en esta empresa más por gusto que por necesidad	Inter-grupos	1.269	1	1.269	0.981	0.323
	Intra-grupos	258.854	200	1.294		
	Total	260.124	201			
CA2. Tengo una fuerte sensación de pertenecer a mi empresa	Inter-grupos	0.005	1	0.005	0.004	0.951
	Intra-grupos	262.495	200	1.312		
	Total	262.500	201			
CA3. Esta empresa tiene un gran significado personal para mí	Inter-grupos	0.297	1	0.297	0.214	0.644
	Intra-grupos	277.366	200	1.387		
	Total	277.663	201			
CA4. En esta empresa soy parte de una familia	Inter-grupos	0.105	1	0.105	0.078	0.781
	Intra-grupos	269.440	200	1.347		
	Total	269.545	201			
CA5. Los problemas de la empresa son como mis propios problemas	Inter-grupos	0.055	1	0.055	0.042	0.839
	Intra-grupos	267.053	200	1.335		
	Total	267.109	201			
CA6. Disfruto hablando de mi empresa con gente que no pertenece a ella	Inter-grupos	0.271	1	0.271	0.177	0.674
	Intra-grupos	306.249	200	1.531		
	Total	306.520	201			
CA7. Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo	Inter-grupos	0.614	1	0.614	0.368	0.545
	Intra-grupos	334.143	200	1.671		
	Total	334.757	201			

En la tabla 9 se muestran los resultados del ANOVA por ítem de la variable compromiso continuo y se puede observar que en ninguno de los ítems se presentó una diferencia significativa. De igual forma, se ha realizado un ANOVA para los ítems de compromiso normativo en el que no se encontró ninguna diferencia significativa entre los ítems (tabla 10). Con estos resultados se puede apreciar de forma más clara que no hay diferencia significativa entre las dos generaciones y por ello las hipótesis se rechazan.

Tabla 9. ANOVA ítems compromiso continuo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
CC1. Una de las razones principales para seguir trabajando en esta compañía, es porque otra empresa no podré igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí	Inter-grupos	.001	1	.001	.000	.984
	Intra-grupos	313.608	200	1.568		
	Total	313.609	201			
CC2. Tengo pocas posibilidades de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa.	Inter-grupos	1.971	1	1.971	1.251	.265
	Intra-grupos	315.123	200	1.576		
	Total	317.094	201			
CC3. Uno de los motivos principales por lo que sigo trabajando en mi empresa, es porque fuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo.	Inter-grupos	.197	1	.197	.116	.734
	Intra-grupos	340.739	200	1.704		
	Total	340.936	201			
CC4. Ahora mismo sería duro para mí dejar la empresa donde trabajo, incluso si quisiera hacerlo	Inter-grupos	1.690	1	1.690	.996	.319
	Intra-grupos	339.458	200	1.697		
	Total	341.149	201			
CC5. Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa.	Inter-grupos	.417	1	.417	.234	.629
	Intra-grupos	356.182	200	1.781		
	Total	356.599	201			

Otra forma de comprobar las hipótesis es el uso de una prueba t-Student para muestras independientes que también compara medias. En la tabla 11 se muestran los resultados obtenidos, se puede apreciar con los resultados obtenidos y usando un nivel de significancia $p < 0.05$ no se encuentra una diferencia significativa por lo que las H1, H2 y H3 se rechazan.

Tabla 10. ANOVA compromiso normativo

		Suma de	gl	Media	F	Sig.
		cuadrados		cuadrática		
CN1. Una de las principales razones por las que continúo trabajando en esta compañía es porque siento la obligación moral de permanecer en ella	Inter-grupos	1.215	1	1.215	0.988	0.321
	Intra-grupos	245.854	200	1.229		
CN2. Aunque tuvieses ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi empresa	Inter-grupos	0.609	1	0.609	0.493	0.483
	Intra-grupos	246.916	200	1.235		
CN3. Me sentiría culpable si dejase ahora mi empresa considerando todo lo que me ha dado	Inter-grupos	0.883	1	0.883	0.680	0.411
	Intra-grupos	260.013	200	1.300		
CN4. Ahora mismo no abandonaría mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.	Inter-grupos	0.243	1	0.243	0.205	0.651
	Intra-grupos	236.257	200	1.181		
CN5. La empresa donde trabajo merece mi lealtad.	Inter-grupos	1.119	1	1.119	0.806	0.370
	Intra-grupos	277.495	200	1.387		
CN6. Creo que le debo a esta empresa	Inter-grupos	0.271	1	0.271	0.224	0.637
	Intra-grupos	242.249	200	1.211		

Tabla 11. Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas				Prueba T para la igualdad de medias				
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza	
								Inferior	Superior
Compromiso	0.077	0.782	0.328	200	0.743	0.04209	0.12822	-0.21075	0.29492
Afectivo			0.328	199.040	0.743	0.04209	0.12830	-0.21091	0.29508
Compromiso	0.000	0.983	0.738	200	0.462	0.10611	0.14383	-0.17751	0.38973
Continuo			0.738	199.653	0.462	0.10611	0.14383	-0.17752	0.38974
Compromiso	0.943	0.333	0.718	200	0.474	0.09037	0.12590	-0.15790	0.33864
Normativo			0.718	199.996	0.473	0.09037	0.12579	-0.15768	0.33842

Discusión

La presente investigación tenía como objetivo determinar si hay diferencias significativas en la influencia de las dimensiones del compromiso laboral en el personal de las generaciones millennials y centennials del Área Metropolitana de Monterrey. Los resultados obtenidos no muestran que existe una diferencia significativa entre ambos sujetos de estudio.

Respecto a la H1 esta se rechaza porque los resultados no muestran una diferencia significativa,

esto contrasta con lo encontrado por Galván y Silva (2021) quienes encontraron que los millennials y centennials si mostraban un compromiso afectivo en sus centros de trabajo, esto coincide en lo encontrado por Bozant (2021) que manifiesta que los millennials tienen un compromiso afectivo y son más apegados a sus centros de trabajo que los centennials. Contrario a ellos Gerards y Baudewinjs (2018) señalan que los centennials tienen un mayor compromiso afectivo, en esto coincide Báez et al. (2019). Por su parte, Pontón y Márquez (2016) señalan que los millennials no son leales a sus trabajos, ya que exigen que la empresa cumpla con sus expectativas y cualquier falla provoca que no se sientan a gusto y abandonen sus puestos de trabajo.

La H2 planteaba una diferencia significativa en el compromiso continuo en las generaciones de estudio, sin embargo, las evidencias resultantes no comprueban esta hipótesis. Lo anterior contrasta con lo obtenido por Robles y Romero (2022) quienes encontraron que para los sujetos de estudio de ambas cohortes si tienen un compromiso continuo con un 4.47% en la generación millennials y los centennials con un 4.98%. Esto concuerda con Gerrads y Baudewinjs (2018) que señalan que la generación millennials no es estable en sus trabajos si siente que no tiene oportunidades de crecimiento y no invertirán tiempo en una organización que no les ofrezca esto y otras demandas. Lo encontrado en esta investigación coincide con Bozat (2021) pues este manifiesta que ninguna de las dos generaciones muestra un compromiso continuo, sobre todo la generación centennials que tiene un perfil enfocado en la tecnología y busca flexibilidad en su trabajo, si este no se les ofrece no están dispuestos a invertir mucho en esa empresa.

La evidencia encontrada en esta investigación refuta que exista una diferencia significativa en la dimensión de compromiso normativo en los grupos de edad que se estudiaron, esto es contrario a lo señalado por Bozat (2021) que señala que los millennials tienen un mayor compromiso normativo que los centennials. Por su parte Robles y Romero (2022) encontraron que los jóvenes de la generación centennials sienten un compromiso normativo cuando la empresa tienen establecidas políticas adecuadas; sin embargo, Drew (2022) expone que estos jóvenes son muy desapegados y no les gustan las normas y valoran aquellas empresas que les ofrecen trabajar con herramientas de inteligencia artificial que hagan más flexible su estancia en la empresa.

Finalmente, los resultados muestran que no existe una diferencia significativa en lo referente al compromiso laboral, Galván y Silva (2021) señalan que la edad es un factor de impacto en esta variable, y que si la empresa tiene políticas incluyentes y hace que los empleados se sientan parte de la organización, el compromiso laboral aumenta. Ortega y Vilanova (2016) exponen que los centennials tienen un bajo compromiso laboral debido a que su generación busca crear empresas para lograr un cambio en la sociedad.

Conclusión

Este estudio puede ser de relevancia para las empresas porque el compromiso laboral se traduce en empleados que al estar más comprometidos con sus tareas aumentan la productividad. El personal puede hacer aportes significativos, así que las empresas pueden implementar políticas que permitan que los trabajadores se sientan orgullosos de ser parte de la empresa, buscar estrategias que involucren a los empleados y que se impulse un mejor desempeño y con ello se cumplan los objetivos de la misma.

Los hallazgos obtenidos nos brindan un primer conocimiento, estos resultados no pueden ser generalizados porque el estudio está limitado por el número de participantes, además de que puede aplicarse en otro contexto. La investigación debe ampliarse teniendo en cuenta otros factores como el sexo, el grado de estudio, tipo de empresa donde trabaja, tamaño de la empresa y los factores de tipo emocional tales como sentido de pertenencia, ambiente de trabajo, flexibilidad laboral y balance entre vida y trabajo, y cómo estos impactan en el compromiso laboral y sus dimensiones, considerando que el compromiso está vinculado al rendimiento y la integración de los empleados en la organización.

Referencias

- Ajzen, I. (2005). Attitudes and personality traits. In Attitudes, Personality and Behavior. Open University Press.
- Akhtar, A., Ali, M., Khokhar, M., Haneef, M., Scholar, M., y Ali, A. (2023). The Impact of Gold, Oil Prices, and their Associated Implied Volatilities on Performance of Pakistan's Stock Market. Pakistan. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(2), 1371–1384. <https://journals.internationalrasd.org/index.php/pjhss/article/view/1203>
- Araque, J., Sánchez, J. y Uribe, R. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios Gerenciales*, 33(142) 95-101. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232017000100095
- Arteaga, E. y Paredes, E. (2022). Compromiso laboral en sector privado a partir de la pandemia por covid-19: una revisión sistemática. *Ciencia Latina, Revista Multidisciplinar*, 6(5), 3009-3029. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3297/5012>
- Asrar, M., Kuchinke, K. y Iqbal, A. (2017). The relations hipbetween corporate social responsibility, jobs, satisfaction, and organizational commitment. Case of Pakistani higher education. *Journal of Cleaner Production*, 142(4), 2352-2363. https://www.researchgate.net/publication/309894485_The_relationship_between_corporate_social_responsibility_job_satisfaction_and_organizational_commitment_Case_of_Pakistani_higher_education
- Baez, R., Zayas, P., Velázquez, R., y Lao, R. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Ingeniería Industrial*, XL (1), 14-23. <https://www.redalyc.org/journal/3604/360458834003/html/#B8>
- Becker, H. (1960). Notes on the concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40. <https://www.jstor.org/stable/2773219>

- Betanzos, N., Andrade, P. (2006). Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 25-43. <https://journals.copmadrid.org/jwop/files/100434.pdf>
- Bozat, Z. A. (2021). Differences between Generation Y and YZ in Accordance with Organisational Commitment. *İşletme Akademisi Dergisi*, 2(4), 350-366. https://www.researchgate.net/publication/357452096_Differences_between_Generation_X_and_Y_in_Accordance_with_Organisational_Commitment
- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A., Alvarado, A. (2020). Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias. *Conciencia Tecnológica*, 60(1), 1-20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94465715006>
- Drew. (2022). *¿Cómo trabajar la ausencia de compromiso en la generación z?* Wearedrew.co; Drew. <https://blog.wearedrew.co/liderazgo/como-trabajar-la-ausencia-de-compromiso-en-la-generacion-z>
- Esparza-Montes, A. C., & Segovia-Romo, A. (2019). Factores que inciden en la intención de permanencia de los empleados en una institución educativa. *Vinculatégica EFAN*, 5(2), 1127–1138 <https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/731>
- Galván, C. y Silva, M. (2021). La Diversidad Generacional sobre el Compromiso Organizacional del Personal Docente de una IES. *Conciencia ecológica*, 62(1), 1-20. <https://www.redalyc.org/journal/944/94469878005/html/>
- Gerards, R., de Grip, A., y Baudewijns, C. (2018). ¿Do new ways of working increase work engagement? *Personnel Review*, 47(2), 517-534. https://cris.maastrichtuniversity.nl/files/35326159/Grip_2018_Do_new_ways_of_working.pdf
- Leal, M. (2023). Inteligencia emocional y compromiso laboral en las mipymes de Ecuador. *Ciencias Administrativas*, 21(1), 1-15. <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n21/2314-3738-cadmin-21-8.pdf>
- Mendoza, M., y Ortiz, R. (2019). El liderazgo transformacional, dimensiones e impacto en la cultura organizacional y eficacia de las empresas. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión*, XIV (1), 118-134. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90900107.pdf>
- Meyer, J y Allen, N (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/105348229190011Z>
- Ortega, I., y Vilanova, N. (2016). Generación Z: El último salto generacional. Atrevia y Deusto Business School. <https://revistabyte.es/actualidad-byte/generacion-z-el-ultimo-salto-generacional/>.
- Pedraza, N. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional del capital humano en el desempeño en instituciones de educación superior. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 19(20), 51-60. https://www.researchgate.net/publication/345037643_Satisfaccion_laboral_y_compromiso_organizacional_del_capital_humano_en_el_desempeno_en_instituciones_de_educacion_superior
- Peimbert, E. (2012) La Generación “Y” o “Millennials.” *Konzept, Marketing Interactivo*.
- Placeres-Salinas, S. I., Araiza-Vázquez, M. de J., & Torres-Mansur, S. M. (2022). El compromiso organizacional un factor clave para la innovación en las Organizaciones. *Vinculatégica EFAN*, 8(2), 153–164. <https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/341>
- Pontón, E., y Márquez, C. (2016). El marketing como base para el emprendimiento de los millenials. *En Palermo Business Review*, 65-82. https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr14/PBR_14_05.pdf
- Rahman, M., Som, H., Karim, N. (2023). The effect of pay equity on organizational commitment in higher education institutions in Bangladesh. *Problems and Perspectives in Management*, 21(4), 240-252. <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/problems-and-perspectives-in-management>

- perspectives-in-management/issue-442/the-effect-of-pay-equity-on-organizational-commitment-in-higher-education-institutions-in-bangladesh
- Robles Ortiz, A.M y Romero Paredes, P.V. El compromiso organizacional de la generación Millennial y la generación Z en la cooperativa de ahorro y crédito Credi Ya LTDA [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/11929/1/PI-002679.pdf>
- Ruud, G., Andries, G., Baudewijns, A. (2018). Do new ways of working increase work engagement? *Personnel Review*, 47(2), 517-534. <https://cris.maastrichtuniversity.nl/en/publications/do-new-ways-of-working-increase-work-engagement>
- Spanuth, T y Wald, A. (2017). Understanding the antecedents of organizational commitment in the context of temporary organizations: An empirical study. *Scandinavian Journal of Management*, 33(3), 129-138. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0956522116301439>
- Villa, F., Moreno, B., Rodríguez, M. y Sanz, A. (2019). Engagement como indicador de salud laboral: Propiedades Psicométricas del UWES en mexicanos. *Vertientes Revista Especializada en Ciencias de la Salud*, 22(1), 42-48. de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=90937>
- Yang, L., y Panyagometh, A. (2023). Factors influencing gig workers' satisfaction and commitment in the knowledge service providing platforms based on the self-determination theory: The case study in China. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 45(1), 289–298. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/269495>
- Zaraket, W. (2018), The influence of organizational commitment on building organizational branding. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6 (2), 399-416. https://www.researchgate.net/publication/323225880_THE_INFLUENCE_OF_ORGANIZATIONAL_COMMITMENT_ON_BUILDING_ORGANIZATIONAL_BRANDING