

August 2018

# IPSOS VIEWS

## Traspasando los límites del binarismo

El estilo de vida y las decisiones de la Generación Z

Ben Page | Bobby Duffy | Hannah Shrimpton | Hannah Whyte-Smith | Tara Abboud  
Michael Clemence | Ffion Thomas





## Qué es la nueva Generación Z

Los milenials han pasado a la historia. La Generación Z es ahora el nuevo foco de atención y, a su vez, el centro de todo tipo de especulaciones. La mayoría de ellos son todavía muy jóvenes y apenas han cumplido sus primeros 20 años, pero ya son objeto de falsas afirmaciones y mitos sobre quiénes son y qué van a ser en el futuro. En este último informe de la serie «Ipsos MORI Thinks» analizamos los primeros indicios

que señalan las similitudes y diferencias entre esta generación y las anteriores, teniendo como referencia las estrategias de análisis utilizadas hasta ahora, así como las más recientes, además de las últimas investigaciones sobre esta generación. Pero antes de analizar los resultados obtenidos y las posibles consecuencias, comenzaremos hablando de cinco aspectos que guardan relación con este tema.

## 1. La mayor parte de los estudios generacionales son insuficientes

El término «análisis generacional» se está convirtiendo en un concepto que aún tiene muchas deficiencias. Sin embargo, era algo de esperar, ya que este tipo de análisis suele llevarse a cabo de manera incompleta. En lugar de proporcionar información verídica, se centra en obtener titulares o resultados que describan de forma simplificada las diferencias que existen entre las distintas generaciones. Además de resultar pesado, se trata de un método arriesgado. Como adelantamos en un informe reciente sobre «Mitos y realidades de la generación milenial», este tipo de tópicos podrían quedar arraigados en la forma de pensar de toda una generación, influyendo en sus ideas y fomentando la toma de malas decisiones. La verdad es que rara vez tienen lugar grandes cambios entre generaciones. Por el contrario, se suele observar una tendencia a producirse cambios más graduales y todos ellos impulsados por una serie de auténticas diferencias de contexto. De hecho, para comprobar si existen realmente estas supuestas diferencias entre generaciones, lo mejor es preguntarse a uno mismo el porqué de las cosas. Por ejemplo, «¿qué podría haber impulsado este cambio?» Si la respuesta no nos lleva a grandes cambios que puedan medirse, lo mejor será actuar con precaución, ya que las cohortes generacionales no se transforman por arte de magia.



## 2. Los factores generacionales no son siempre los principales impulsores de estas diferencias

A pesar de todo, debemos reconocer nuestra pasión por los análisis generacionales, no solo como actividad académica, sino como método que ayuda a conocer en gran medida lo que nos depara el futuro. Cuando resulta posible separar los «efectos de una época» (en los que todo el mundo cambia de manera similar al mismo tiempo debido a un cambio en la sociedad o a un acontecimiento concreto), los «efectos del ciclo de vida» (en los que nuestras actitudes y comportamientos cambian a medida que envejecemos) y los «efectos de cohorte» (en los que una entera generación tiene puntos de vista y comportamientos diferentes de los demás y le acompañan a lo largo de su vida), se puede comenzar a predecir el futuro.

Pero esto no implica que estemos tratando de explicar todos estos aspectos como factores generacionales, sino todo lo contrario. Como se puede deducir en este informe, los estilos de vida son cada vez más numerosos y diferentes dentro de una misma cohorte generacional y, a menudo, son otros los factores que pueden evidenciar estas diferencias y que resultan

ser más importantes, como el país de origen, el nivel de ingresos o la educación. Por otro lado, aunque pueda resultar irónico dada nuestra obsesión por las clasificaciones generacionales, somos los primeros en admitir que resulta cada vez más importante reconocer las restricciones de este tipo de clasificaciones.

### Tres tipos de efectos que influyen en las actitudes y el comportamiento de la población a lo largo del tiempo

#### Efecto de cohorte

Una entera generación tiene puntos de vista y comportamientos diferentes de los demás a lo largo de toda su vida

#### Efecto de época

La actitud de toda una generación cambia de manera similar en el mismo periodo de tiempo

#### Efecto del ciclo de vida


Las actitudes cambian a medida que se envejece y se transforman en función de la etapa o los acontecimientos que tienen lugar en la vida

### **3. Aún no existe mucha información sobre la generación z, pero tanto la propia generación como su contexto están cambiando a gran velocidad**

A la hora de establecer los diferentes grupos etarios en este informe, hemos adoptado una actitud disidente al respecto, debido, en parte, a que no existe suficiente información para realizar una clasificación que pueda resultar más útil. Oficialmente, cuando hablamos de la Generación Z, nos referimos a todas las personas nacidas a partir del año 1996 (es decir, que tienen actualmente menos de 22 años). Sin embargo, en ocasiones nos centramos en otros grupos de edad determinados, en concreto, en adolescentes y jóvenes adultos, ya que se dispone de una mayor cantidad de información sobre ellos. Asimismo, no nos hemos centrado mucho en los jóvenes que cursan estudios inferiores a la educación secundaria, ya que está claro que aún les queda mucho por aprender. Además, los investigadores que colaboran con niños opinan que no tiene mucho sentido preguntarles por temas adultos. Por tanto, resulta complicado analizar las



tendencias para conocer qué ha cambiado realmente, por lo que en ocasiones hemos tenido que basarnos en datos instantáneos. A pesar de todo, creemos que este enfoque pragmático de los datos es el adecuado, ya que el objetivo consiste en tener una idea general de los cambios. En este sentido, es mejor disponer de pocos datos de calidad en lugar de no tener fundamento alguno y, por ello, hemos recopilado en un único punto más información de la que se pueda encontrar en ninguna otra parte.

A young woman with curly brown hair and glasses is smiling while looking at her red smartphone. She is wearing a light grey crop top and dark pants. The background is a blurred city street with buildings and a traffic light. On the left side of the image, there is a large, semi-transparent quote in white text.

“  
Los  
investigadores  
que colaboran  
con niños  
opinan que  
no tiene  
mucho sentido  
preguntarles  
por temas  
adultos.

”

## 4. El tema principal es «traspasando los límites del binarismo», pero resulta ser algo mucho más amplio que el género o la orientación sexual

Uno de los principales aspectos que hemos percibido al consultar varios análisis generacionales de mala calidad es la tendencia a segmentar todo en grupos cerrados. La idea es que la siguiente generación sea A o B y nunca un concepto intermedio. Pero no todo es blanco o negro. Una buena interpretación de los resultados debería tener en cuenta las diferencias que existen entre las diferentes cohortes, y esto es precisamente lo que queremos transmitir. Por ello, en cada sección se pone a prueba una serie de contradicciones con el fin de resaltar las incertidumbres dentro de la Generación Z. Sin embargo, el tema «traspasando los límites del binarismo» analiza ulteriores aspectos y se aplica a un tema emergente sobre la flexibilidad en la sociedad. La ampliación de las opciones disponibles y la diversidad, en parte fomentada por la tecnología, supone una gran variedad de estilos de vida, actitudes y comportamientos posibles que han provocado una



clara ruptura de la homogeneidad. Aunque en ello se incluye la orientación sexual, se aplica a otros aspectos de la vida, y esta variabilidad es algo que los gobiernos y las diferentes empresas necesitarán entender. De hecho, los «tipos» de personas a los que se deben dirigir han incrementado de forma masiva.



## 5. Aún no sabemos qué nombre darle a esta generación

Uno de los principales aspectos que hemos percibido al consultar varios análisis generacionales de mala calidad es la tendencia a segmentar todo en grupos cerrados. La idea es que la siguiente generación sea A o B y nunca un concepto intermedio. Pero no todo es blanco o negro. Una buena interpretación de los resultados debería tener en cuenta las diferencias que existen entre las diferentes cohortes, y esto es precisamente lo que queremos transmitir. Por ello, en cada sección se pone a prueba una serie de contradicciones con el fin de resaltar las incertidumbres dentro de la Generación Z. Sin embargo, el tema «traspasando los

límites del binarismo» analiza ulteriores aspectos y se aplica a un tema emergente sobre la flexibilidad en la sociedad. La ampliación de las opciones disponibles y la diversidad, en parte fomentada por la tecnología, supone una gran variedad de estilos de vida, actitudes y comportamientos posibles que han provocado una clara ruptura de la homogeneidad. Aunque en ello se incluye la orientación sexual, se aplica a otros aspectos de la vida, y esta variabilidad es algo que los gobiernos y las diferentes empresas necesitarán entender. De hecho, los «tipos» de personas a los que se deben dirigir han incrementado de forma masiva.



## Conclusiones

Una vez analizados los resultados, y teniendo en cuenta diversos aspectos como la salud, los comportamientos de riesgo, la acción social, el uso de la tecnología, las actitudes hacia la privacidad, las ideologías políticas, el optimismo hacia el futuro, la confianza en las instituciones y en las personas, las actitudes sociales, la orientación sexual y muchos otros temas, podemos concluir que existen 7 aspectos principales que describen a esta generación:

1. **Mayor variedad:** tal y como sugiere el título de este informe, esta generación tiende a presentarse menos segmentada en grupos cerrados. Con esto no queremos incurrir en un tópico e insinuar que todo el mundo puede pertenecer a cualquier grupo, una idea que se puede deducir a partir de generalizaciones obtenidas en ideas de comentarios en Twitter poco representativas o conversaciones con adolescentes que tienen una opinión similar. Por el contrario, nos referimos a que existen clasificaciones más abiertas, menos establecidas, y esto se debe a que las personas cada vez tienen más posibilidades de estar en contacto, verse y experimentar cosas nuevas. Sin embargo, se deben tener en cuenta las amenazas derivadas de un contexto político más ideológico y generacional: la tecnología también ha contribuido a separar a la población y a encerrarla en su propia burbuja bajo el efecto «echo chamber», es decir, una situación en la que se transmiten ideas en una



especie de sistema cerrado y el resto de opiniones pasan a un segundo plano y quedan censuradas o poco representadas. A pesar de todo, también en el aspecto político se puede observar que las nuevas generaciones se comprometen cada vez menos con un partido político determinado. En este sentido, la Generación Z es similar a los milenials, ya que son capaces de cambiar de opinión cuando algo va mal (o cuando emergen nuevas opciones, como ha sucedido en Francia o Italia). Ocurre lo mismo con las empresas: intentar dirigirse a un público en concreto y excluir al resto puede llegar a ser un grave error, ya que está implícito el mensaje de que solo se puede ser una cosa u otra.



## la Generación Z comienza a entrar en edad adulta con un nivel de confianza mucho mayor.

2. **Sin punto de inflexión en cuanto a confianza:** las últimas encuestas o titulares sobre una nueva «crisis de confianza» en nuestras instituciones no son del todo ciertas, especialmente cuando acusan a la población joven de esta desconfianza. Nuestro estudio demuestra que no existen verdaderas diferencias en cuanto al nivel de confianza en todos los tipos de instituciones tradicionales por parte de la población joven. Es cierto que los milenials se caracterizaron por una pérdida de confianza en los demás (aunque no esté claro el motivo, podría deberse a las falsas promesas de progreso). Pero la generación de los milenials es ahora más madura, las diferencias están disminuyendo y la Generación Z comienza a entrar en edad adulta con un nivel de confianza mucho mayor. No por ello las instituciones y las grandes empresas pueden creer que no existen ciertas dificultades para llegar a la población joven, sino que simplemente la pérdida de confianza no es la fuente de preocupación principal. Se trata más bien de una evasiva con un mensaje implícito que culpa a los consumidores

y ciudadanos en lugar de animar a las grandes empresas e instituciones a realizar una verdadera autoevaluación. Los principales problemas en este sentido tienen que ver con la eficacia, la relevancia y el liderazgo fundamentalmente.

3. **Mismo nivel de empatía:** los avances tecnológicos han servido como método de democratización en numerosas ocasiones, incluidos los casos en los que la edad, el nivel de experiencia o las relaciones establecidas han pasado a ser menos importantes para poder ejercer un posible impacto conjunto. Existen infinidad de ejemplos en los que la población joven ha iniciado movimientos revolucionarios o ha ejercido presión sobre los que están en el poder de una manera que habría resultado casi imposible en el pasado (sin olvidarnos de la importancia de los movimientos liderados por estudiantes desde la década de 1960). Pero esto no significa que la Generación Z sea una cohorte de activistas, ni tampoco se trata de una generación snowflake egoísta («copo de nieve» del inglés, es decir, de gran vulnerabilidad emocional ante puntos de vista ajenos, excesiva susceptibilidad y escasa resiliencia), que pasa el día viendo vídeos en YouTube sobre gente ingiriendo cápsulas de detergente. Existen pruebas que demuestran que son tan activos como las generaciones precedentes en cuanto a participación en causas sociales, en ocasiones con métodos diferentes (gracias al uso de la tecnología) y en ocasiones con métodos más tradicionales (de forma voluntaria).



4. **Punto de inflexión en cuanto a salud:** es posible que la epidemia de obesidad no sea la tendencia constante e inevitablemente creciente que a veces parece ser, ya que empieza a notarse cierta estabilidad entre los niños de varios países. Pero esto no significa que haya dejado de ser una amenaza, sino todo lo contrario, ya que tampoco ha mejorado. Se debe, en gran medida, al entorno que rodea a la población joven, que está diseñado para dificultar el mantenimiento de un peso saludable: la gente que ven, las tiendas en las que compran, los alimentos que tienen a su disposición... Todo ello da lugar a una norma social que conduce a un aumento de peso

inevitable. Pero en este sentido sí podemos hablar de esperanza. Existe una preocupación bastante justificada sobre los efectos de la obesidad en la salud que está dando lugar a una serie de iniciativas eficaces e innovadoras. La Generación Z dispone en general de un mayor acceso a los sistemas tecnológicos, a las redes sociales y a las iniciativas gubernamentales más estrictas y colaborativas que ayudan a mantener un peso saludable. Además, es menos probable que mantengan comportamientos poco saludables, en concreto que fumen o que beban, lo que demuestra que algunas de estas intervenciones están funcionando correctamente.

5. **Importancia de las competencias digitales:** la alfabetización digital se convertirá, evidentemente, en una de las competencias más importantes de los próximos 10-20 años. De alguna manera, la Generación Z ya tiene una ventaja innata sobre otras generaciones, ya que ha crecido completamente integrada con la tecnología. Se trata de una cohorte mucho más exigente que los milenials en cuanto a las fuentes de información online. Pero no por ello debemos actuar de forma autocomplaciente con respecto a los riesgos: el acceso casi universal a internet en los mercados establecidos oculta las verdaderas diferencias de uso y habilidades entre los diferentes grupos socioeconómicos dentro de la Generación Z. Por tanto, trabajar en la educación digital y en las competencias tecnológicas tanto a nivel formal como informal se va a convertir en un aspecto cada vez más vital. No se trata solo de garantizar que todos los niños estén en igualdad de condiciones en cuanto al uso de la tecnología, sino también de garantizar que los adultos de la Generación Z dispongan de las herramientas necesarias para cambiar de empleo y mejorar sus competencias a medida que la tecnología va transformando el mercado laboral.
6. **El miedo desde otra perspectiva:** atrás quedan los adolescentes rebeldes de generaciones anteriores. En general, la Generación Z ha registrado un descenso de la delincuencia juvenil, consumo de alcohol y tabaco, y relaciones sexuales, lo que refleja un importante cambio de comportamiento generacional. A su vez, este cambio conlleva una serie de implicaciones positivas. Entre otros, presentan un menor riesgo de sufrir consecuencias negativas, tanto a nivel psíquico como social y físico, a las que se enfrentan los adolescentes que se exponen demasiado pronto al sexo, drogas y rock and roll (bueno, al rock and roll, no). Aun así, no podemos relajarnos y dejar de lado estos aspectos, ya que este cambio de comportamiento no se debe a que los jóvenes han entendido los riesgos que pueden llegar a producirse, sino a que es más probable que se vean distraídos por otros cambios o iniciativas sociales de carácter más general, así como por un cambio hacia el uso de internet.



7. **Las herramientas digitales son un arma de doble filo:** esta completa integración de las herramientas de comunicación digitales en la vida de los jóvenes puede aportar una serie de beneficios en cuanto a conectividad, acción social y capacidad de expresión, pero, a su vez, puede implicar una serie de riesgos. Cada vez existen más pruebas que demuestran las desventajas que conlleva un uso ilimitado de la tecnología, lo que provoca declaraciones más alarmantes por parte de políticos y funcionarios, incluido el jefe del Servicio Nacional de Salud del Reino Unido. En general, el uso de las redes sociales se ha asociado a situaciones de ansiedad, acoso, presión por parte de compañeros, menor autoestima, etc., así como a otros datos mucho más positivos. Actualmente estamos sentando las primeras bases para conocer en profundidad el impacto

que podría tener este contexto tecnológico tan diferente en el desarrollo de la primera generación que ha nacido verdaderamente en una era digital. Pero esto no significa que no podamos situar lo negativo en un segundo plano y enfatizar los aspectos positivos de la vida de los jóvenes. Es probable que aumenten las solicitudes de intervención de activistas y legisladores, pero, dada la rapidez con la que se está desarrollando la tecnología, es mucho más probable que se produzca un cambio a largo plazo a través de un enfoque de colaboración que aproveche la gran experiencia de las empresas tecnológicas.

Si te interesa acceder a una presentación o seminario sobre las consecuencias que puede implicar esta nueva Generación Z en tu empresa, ponte en contacto con nosotros.

**Ben Page**

Chief Executive, Ipsos MORI

**Bobby Duffy**

Managing Director, Ipsos MORI Social Research Institute

**Hannah Shrimpton**

Research Manager, Ipsos MORI

**Hannah Whyte-Smith**

Director, Ipsos MORI

**Tara Abboud**

Senior Research Executive, Ipsos MORI

**Michael Clemence**

Research Manager, Ipsos MORI

**Ffion Thomas**

Research Manager, Ipsos MORI

**www.ipsos.com****@\_Ipsos**

The **Ipsos Views** white papers  
are produced by the  
**Ipsos Knowledge Centre.**

**GAME CHANGERS**

<< Game Changers >> is the **Ipsos** signature.

At **Ipsos** we are passionately curious about people, markets, brands and society. We make our changing world easier and faster to navigate and inspire clients to make smarter decisions. We deliver with security, simplicity, speed and substance. We are Game Changers.