

GENERACIÓN Z

INFORME N° CIX

Marzo 2017



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
1. GENERACIÓN Z EN EL MUNDO	4
1.1. Dimensionando la generación Z	6
2. EDUCACIÓN	6
3. SOCIAL MEDIA	9
4. TECNOLOGÍA	11
5. RETAIL	13
5.1. El marketing	16
6. LABORAL	17
6.1. Cómo capacitar a la generación Z	19
7. SALUD	21
8. ALIMENTACIÓN	22
9. FINANZAS	24
10. DEBATES EN LA GENERACIÓN Z	26

INTRODUCCIÓN

La Generación Z es el futuro de la economía global, los más adultos de esa generación se encuentran a puertas de ingresar al mundo laboral. Son tan grandes en número como los *Millennials*, con una población mundial de alrededor de 2 mil millones de personas.

La generación Z es la generación sobria, optimista y motivada por sus ambiciones personales, pero pragmática y consciente de las fuerzas fuera de su control. Son ahorradores, no gastadores, lo que podría ser un reflejo de crecer en medio de la incertidumbre después del periodo de recesión. Los Gen Z impulsados por el emprendimiento, motivada, creativa y tecnológica, han aplicado sus habilidades emprendedoras en crear un nuevo abanico de línea laboral en un mundo digitalizado mediante el uso de nuevas capacidades que les permite innovar constantemente.

Han abandonado la TV y la computadora de escritorio para la utilización de dispositivos móviles y tecnología portátil. Son expertos investigadores y compradores *online*, en su mayoría visitan las tiendas tradicionales debido a que aún no cuentan con tarjetas de crédito. Sin embargo mantienen un alto grado de influencia en el gasto familiar, solo en Estados Unidos el gasto de los consumidores en el Gen Z totalizó USD 829,500 millones en el 2015.

Tienen lapsos de atención que consta de segundos, provocando la creciente popularidad de la publicidad de video de 10 segundos o menos y de aplicaciones como Snapchat. Al ser nativos tecnológicos el 75% de esta generación utiliza el Smartphone como principal dispositivo seguido por laptops.

Prefieren los ingredientes frescos sobre los alimentos procesados. Las palabras 'natural', 'sostenible' y 'orgánico' resuenan fuertemente en el empaquetado del producto y en los menús de los restaurantes.

Están muy por delante de todas las demás generaciones cuando se trata de pagos móviles y transacciones bancarias. Llevan su entidad bancaria en el bolsillo mediante aplicaciones móviles de la banca.

ESTE ES UN EXTRACTO DEL INFORME DESARROLLADO, PARA MAYOR INFORMACIÓN CONTACTARSE AL CORREO webmaster@prospectiva2020.com