

# GALERIA

¿Qué es lo que más les interesa?

## Generación Z: líderes de lo digital

La generación Z, también conocida como "Centennial", no se desanima con la pandemia: sigue en la búsqueda laboral y, por el contrario, ha potenciado sus habilidades para lo digital durante la cuarentena.

**BELKYS P. ESTEBAN C.**  
besteban@vanguardia.com

Mucho se habla de ellos, pero con tantas palabras confusas (millennials, centennials) ya no se sabe ni de qué segmento de la población se trata: pues bien, la generación Z son a quienes llamamos jóvenes (entre 18 y 24 años) y han llegado a desplazar a los famosos 'millennials' en cuanto a interés de los analistas de mercado: son los reyes del consumo digital y la mayoría de sus movimientos están allí, en Internet.

Además, les encantan las causas sociales.

Así son los 'centennials' o la generación Z, como también se le conoce. Como ya están en edad de entrar en el mercado laboral, parece que han llegado para cambiar las reglas, incluso más de lo que empezó a hacer la generación anterior.

Pero, ¿cómo son? ¿Qué hacen y qué consumen? Analistas del tema le explican todo lo que debe saber.



### ¿QUÉ PIENSAN LOS JOVENES?

Según el estudio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, los siguientes son algunos de los pensamientos de la generación Z o "Centennials" sobre la pandemia:

"Esto es un tiempo para que el mundo se transforme y se empiecen a usar más herramientas que puedan hacer que los negocios vuelvan a funcionar". (Daniela Pastana, 23 años).

"Este tiempo es una oportunidad, dado que la sociedad no estaba preparada para estas circunstancias por eso se presta para la reinvención de la manera como venían haciendo sus cosas". (Santiago Martínez, 20 años).

"Quiero pensar que todo es una oportunidad, nada es quieto y si bien en algún momento se estancó la sociedad, el dinamismo de la vida no la dejará así, para bien o para mal". (Sara Daniela Muñoz 20 años).

### CÓMO ES LA GENERACIÓN Z

Según los estudios más recientes, la generación Z o los "centennials" tienen ciertas características que a todos sorprende: no son tan dados a fumar o a beber y también consumen menos drogas.

No recuerdan la vida sin Internet y crecieron con el movimiento #metoo, son más empáticos con el sufrimiento animal, están preocupados por el medio ambiente y no les interesan las marcas.

Según un estudio de Convince & Convert Consulting (una firma de estrategia de marketing de contenidos y redes sociales), la generación Z lee más reseñas, aunque confía en las recomendaciones de sus amigos. Además, un informe de TransUnion que investigó este segmento de población hasta junio de 2019 encontró que en Colombia la mayoría prefiere tener tarjeta de crédito.

¡Y es que todo lo compran por Internet!

Además, los jóvenes prefieren la videollamada para comunicarse, no están tan interesados en el contacto presencial, trabajan bien desde casa y les gustan los retos: no en vano son fanáticos de TikTok.

Además, las redes sociales y las series de televisión son lo más importante para ellos. Eso sí, no son grandes consumidores de contenido, sino que les encanta producirlo: son los Youtubers del momento, según un estudio de Kantar.

Como los "centennials" o la generación Z creció mucho más conectada, sus intereses son los mismos alrededor del mundo.

Una investigación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano encontró que a estos jóvenes les encanta las películas, series, videojuegos y hasta obras literarias relacionadas con una realidad extraña como Black Mirror, The Walking Dead, Hora de Aventura, The Hunger Games o League of Legends.

**La generación Z o "centennials" son los jóvenes nacidos entre 1997 y 2012 y que han vivido bajo el amparo de los dispositivos móviles.**

### LAS PREFERENCIAS DE LA GENERACIÓN Z, EN CIFRAS

Diversas investigaciones muestran las preferencias de la generación Z y en Vanguardia se lo explicamos con cifras:

**968** mil jóvenes, lo que constituye un 18 por ciento de este segmento de población, tiene algún producto crediticio, preferiblemente tarjeta de crédito, según un informe de TransUnion.

**72%** de los jóvenes está consumiendo más contenido vía streaming, es decir, en plataformas como Netflix, HBO o Hulu, según un estudio de Kantar.

**71%** de los 'centennials' prefiere YouTube, indica Kantar.

**68%** de los jóvenes de 18 a 34 años pasa más tiempo usando sus redes sociales durante la cuarentena, según datos de Kantar.

**63%** De los 'centennials' ha usado mucho más su cuenta de Instagram durante esta cuarentena, según el mismo estudio.

**69%** de los jóvenes de entre 14 y 23 años confía en sus amistades a la hora de comprar, según un estudio de GroupM, una compañía de medios publicitarios.

**92%** de los jóvenes usa WhatsApp, como lo informa un estudio de GroupM.

**69%** de los jóvenes chatea cada vez que tiene oportunidad, según información del mismo estudio.

