

20/10/15

NOTA DE FUTURO 8 / 2015

MILLENNIALS



**CENTRO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA
GABINETE TÉCNICO DE LA GUARDIA CIVIL**



La mayoría de los Millennials se resisten a la etiqueta “Millennial”

Las generaciones en un espejo: ¿Cómo se ven a sí mismas?

Los Millennials pronto se convertirán en la mayor generación de vida de la nación. Ya han superado a la Generación X para compensar la mayor proporción de la fuerza laboral de Estados Unidos.

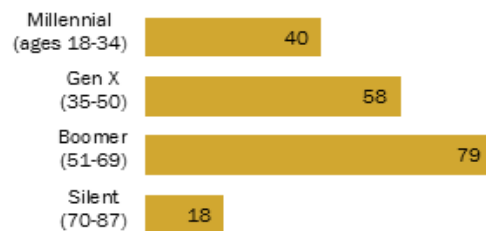
La encuesta nacional realizada por el Pew Research Center se llevó a cabo del 6 de marzo al 10 de abril, con 3.147 adultos que forman parte del American Trends Panel, una muestra representativa a nivel nacional de los adultos estadounidenses encuestados, seleccionados al azar online y por correo. A los encuestados se les facilitaron cinco términos comúnmente utilizados para distinguir los diferentes grupos generacionales, incluida la Generación Grandiosa, y se les preguntó si se consideraban parte de estas generaciones.

Identidad generacional

A pesar del tamaño y la influencia de la Generación del Milenio, la mayoría de los que están en este grupo no se identifican con el mismo. Solo el 40% de los adultos, de 18 a 34 años de edad, se consideran parte de la Generación del Milenio, mientras que otro 33%, en su mayoría Millennials más mayores, se consideran parte del siguiente grupo de más edad, la Generación X.

Millennials Less Likely Than Boomers, Gen X to Embrace Generational Label

% of those in each generation who consider themselves to be part of that generation...

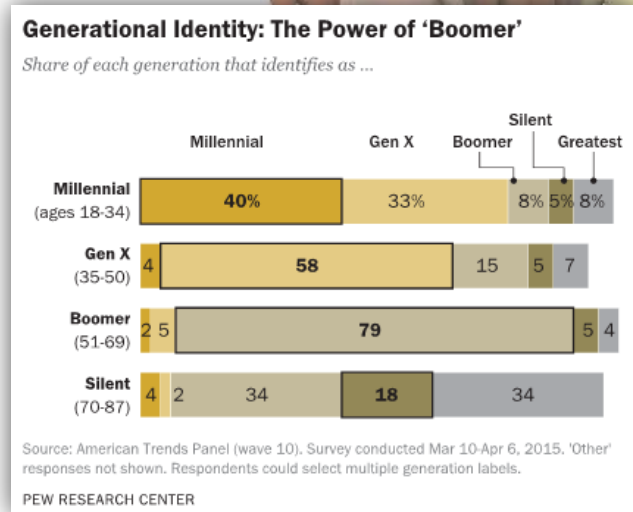
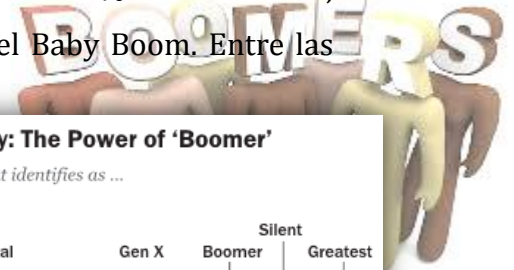


American Trends Panel (wave 10). Survey conducted Mar 10-Apr 6, 2015. Respondents could select more than one generation label.

PEW RESEARCH CENTER



La identidad generacional es más fuerte entre los Boomers: el 79% de los adultos, de 51 a 69 años, se consideran parte de la Generación del Baby Boom. Entre las personas de 35 a 50 años (rango de edad de la Generación X) el 58% se consideran parte de la misma.



El grupo de mayor edad es, con mucho, el menos propenso a adoptar una etiqueta generacional. Solo el 18% de las personas de 70 a 87 años (rango de edad de los Silents) se ven a sí mismos como parte de la Generación Silenciosa.

Mucho más Silents se consideran a sí mismos parte de las generaciones contiguas, ya sean Boomers (34%) o la Generación Grandiosa (también 34%).

El estudio revela que algunos nombres generacionales, particularmente los Boomers, se reconocen más ampliamente que otros. Entre todos los encuestados, el 89% dicen que han oído hablar de la Generación del Baby Boom, mientras que el 71% han oído hablar de la Generación X. Una estrecha mayoría (56%) han oído hablar de la Generación del Milenio, pero solo el 15% de todos los encuestados (incluyendo solo el 27% de Silents) han oído hablar de la Generación Silenciosa.

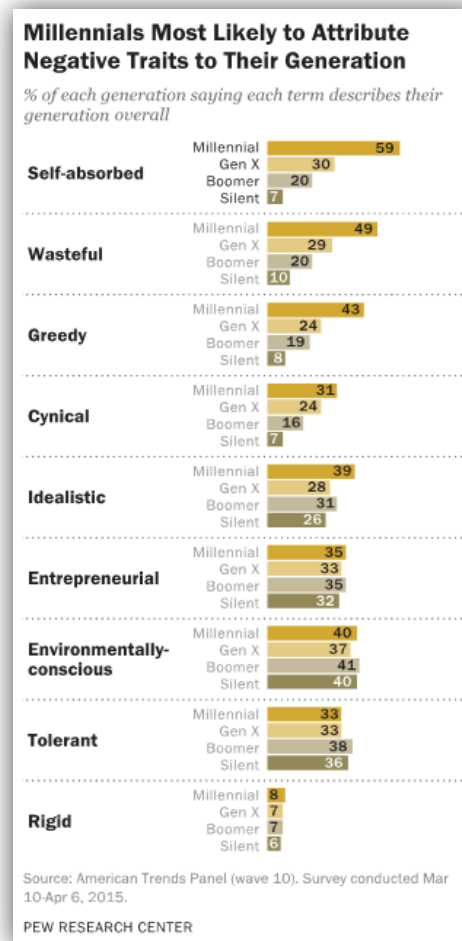
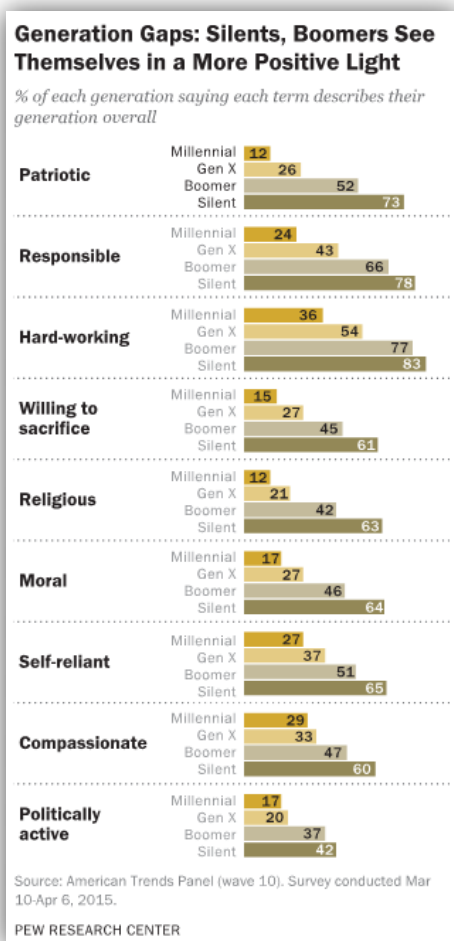


Rasgos generacionales: negativo, positivo, neutral

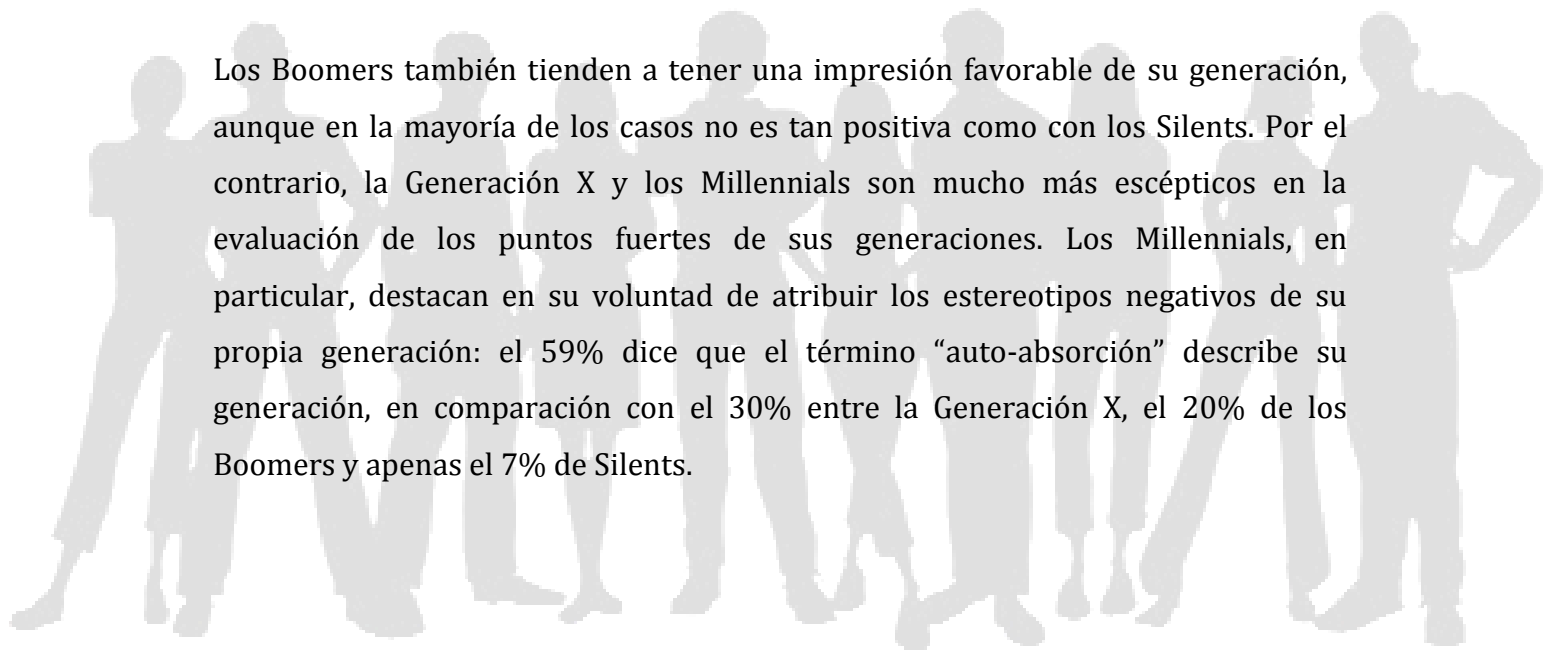
En la encuesta también se preguntó si se aplican una serie de descripciones a la gente de cada generación. Los Silents son mucho más propensos que la población más joven a ver su propia generación con una luz positiva.



La gran mayoría de los Silents dicen que la gente de su generación es trabajadora (83%), responsable (78%), patriótica (73%), independiente (65%), moral (64%), dispuesta a sacrificarse (61 %) y compasiva (60%).



Los Boomers también tienden a tener una impresión favorable de su generación, aunque en la mayoría de los casos no es tan positiva como con los Silents. Por el contrario, la Generación X y los Millennials son mucho más escépticos en la evaluación de los puntos fuertes de sus generaciones. Los Millennials, en particular, destacan en su voluntad de atribuir los estereotipos negativos de su propia generación: el 59% dice que el término “auto-absorción” describe su generación, en comparación con el 30% entre la Generación X, el 20% de los Boomers y apenas el 7% de Silents.





Sin duda, algunas de estas diferencias pueden estar relacionadas más con la edad y la etapa de la vida que con las características únicas de las generaciones de hoy en día. Las responsabilidades tienden a aumentar con la edad. Como resultado, es posible que, en cualquier época, las personas mayores fueran más propensas que las personas más jóvenes a ver su generación como “responsable”. Además, las

diferencias entre personas de elevada edad y jóvenes en ámbitos tales como el patriotismo, la religiosidad y el activismo político han sido evidentes durante muchos años.

Generación...

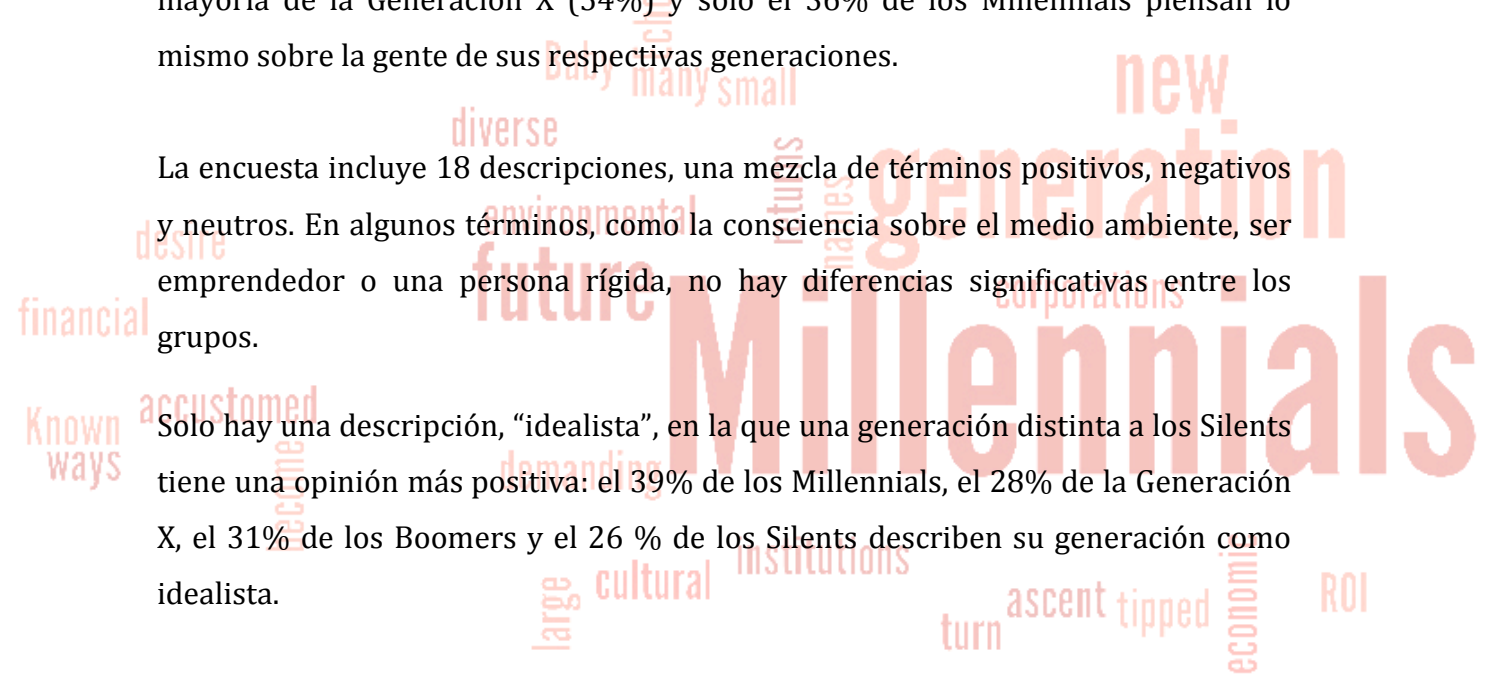
X y Z

En varias descripciones, incluyendo el trabajo duro, la responsabilidad, la voluntad de sacrificio y la autosuficiencia, las opiniones positivas de cada generación disminuyen por etapas a través de los diferentes grupos de edad, desde los más mayores a los más jóvenes.

Por ejemplo, el 83% de los Silents describe a la gente de su generación como trabajadora, así como lo hace el 77% de los Boomers. Sin embargo, una estrecha mayoría de la Generación X (54%) y solo el 36% de los Millennials piensan lo mismo sobre la gente de sus respectivas generaciones.

La encuesta incluye 18 descripciones, una mezcla de términos positivos, negativos y neutros. En algunos términos, como la conciencia sobre el medio ambiente, ser emprendedor o una persona rígida, no hay diferencias significativas entre los grupos.

Solo hay una descripción, “idealista”, en la que una generación distinta a los Silents tiene una opinión más positiva: el 39% de los Millennials, el 28% de la Generación X, el 31% de los Boomers y el 26 % de los Silents describen su generación como idealista.





Referencias electrónicas

Pew Research Center. *Most Millennials Resist the “Millennial” Label. Generations in a Mirror: How They See Themselves.* September 3, 2015. Disponible en:

<http://www.people-press.org/files/2015/09/09-03-2015-Generations-release.pdf>

José Enrique López Conde
Analista de Seguridad. Beca del CAP

