



Marzo 2018 - ISSN: 1989-4155

## ESTUDIO SOBRE EL COMPORTAMIENTO Y PERCEPCIONES ENTRE LA GENERACIÓN Y y Z

**Janeth Campoverde<sup>1</sup>**

Docente Principal facultad de Comunicación  
Universidad Espíritu Santo – Ecuador  
bcampo@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Janeth Campoverde (2018): "Estudio sobre el comportamiento y percepciones entre la generación Y y Z", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (marzo 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/03/estudio-generacionyz.html>

### RESUMEN

El propósito de esta investigación fue realizar un análisis investigativo para determinar los comportamientos y percepciones de las generaciones Y y Z en el ámbito tanto laboral como social. El enfoque de la investigación es mixto, ya que es cualitativa y cuantitativa. Para esto, como herramientas de recolección de datos, se utilizaron encuestas y un grupo focal en donde participaron jóvenes de 16 y 17 años de edad de la ciudad de Guayaquil. La investigación se dividió en dos partes, durante la primera parte se realizó el grupo focal, y en la segunda parte de la investigación, se desarrolló la encuesta. Los resultados de ésta fueron el 37,7% de los encuestados pasa alrededor de 1 a 4 horas en redes sociales. El 50,8% de los encuestados respondió que gasta el dinero que gana, el 31,1% lo ahorra, y el 18% concluye en que lo invierte. El 58% de los encuestados prefiere reunirse en casa de sus amigos cuando se trata de diversión. Y por último, se preguntó si se consideran o no emprendedores, el 72,1% dijo que sí, mientras que el 27,9% dijo que no.

**Palabras Clave:** Generación, Millennials, Comportamiento, Percepción, Preferencias, Edad, Personalidad, Laboral, Social

### ABSTRACT

The purpose of this research was to carry out an investigative analysis to determine the behaviors and perceptions of the Y and Z generations in the labor and social spheres. The research approach is mixed because it is qualitative and quantitative. For this, as data collection tools, surveys and a focus group were used in which 16 and 17 year olds from the city of Guayaquil participated. The research was divided into two parts, during the first part the focus group was conducted, and in the second part of the research, the survey was developed. The results of this were 37.7% of respondents spend about 1 to 4 hours on social networks. 50.8% of the surveyed responded that they spend the money they earn, 31.1% save it, and 18% conclude that they invest it. 58% of the surveyed prefer to meet at home with their friends when it comes to entertainment. And finally, it was asked if they consider themselves or not entrepreneurs, 72.1% said yes, while 27.9% said no.

<sup>1</sup> Docente Principal de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Máster en Comunicación Organizacional, Comunicación Empresarial.

of the respondents said that they spend the money they earn, 31.1% save it, and 18% conclude that it invests. 58% of respondents prefer to meet at their friends' homes when it comes to fun. And finally, asked whether or not entrepreneurs are considered, 72.1% said yes, while 27.9% said no.

**Keywords:** Generation, Millennials, Behavior, Perception, Preferences, Age, Personality, Labor, Social

## 1. INTRODUCCIÓN

Cada persona es distinta. El mundo gira en torno a las generaciones. Cada una de ellas con sus diferentes características, personalidades, comportamientos y percepciones. En la actualidad, los individuos se dividen por generaciones, todo depende del año en que nazca. Cada generación es definida por comportamientos. Eso es lo que se plantea dentro de esta investigación. Las generaciones que serán analizadas son la generación Y (1985-1995) y la generación Z (1996-2006). Nuestro objetivo principal es seleccionar un grupo de personas para analizar el comportamiento y percepciones entre la generación Y y Z en la ciudad de Guayaquil.

Según un estudio del CEMDES (Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador) efectuado en Diciembre del 2015 las personas que integran La Generación Y son en parte los que están dominando al mundo hoy en día. La generación más conocida como los Millennials son hombres y mujeres nacidos entre 1980 y el 2000. Para Jimmy Andrade, director ejecutivo del CEMDES es primordial conocer y poder identificar a los llamados Millennials ya que son los que están asumiendo roles en los distintos sectores de trabajo. Andrade indica que las empresas deben saber manejar las diferentes diferencias generacionales que hay entre los jóvenes y los que tiene años trabajando. Ya que estos están compuestos por diferentes puntos de vista sobre un mismo tema, por lo cual saber sobre los Millennials ayudar a evitar conflictos a futuro.

A niveles en términos generales el Millennials es irrelevante, impulsivo, tecnológico y le gustan los riesgos, pero a diferencia de las cualidades comunes de los Millennials, el Millennials Ecuatoriano conserva todas estas cualidades pero así mismo sigue siendo de su casa, o sea, que todavía le gusta compartir con su familia, no son de aquellos que abandonan su casa apenas consiguen un empleo para empezar una vida independiente. En resumen el Millennials Ecuatoriano aún le cuesta ser independiente en su totalidad, aunque según este mismo estudio la mayoría aporta a la economía doméstica.

Aquel estudio desarrollado en cuatro partes las cuales contiene la parte del emprendimiento, la parte académica y el desarrollo sostenible y de comunicación. Sobre el último punto, Horacio Chavarría, directivo de la empresa Veritas DDB, comenta que esta generación no solo está interesada en los productos que pueda ofrecer una marca sino que también les interesa saber qué hace dicha marca por las comunidades y su entorno. Chavarría detalla que para los Millennials es muy importante comunicarse de forma creativa e inteligente, la comunicación debe contener valores primordiales como el cuidado del medio ambiente, el uso correcto de la tecnología y su preocupación por el respeto a los derechos humanos. Así mismo los Millennials ecuatorianos tienen sólidas aspiraciones al momento de buscar un trabajo, buscando como cualidad primordial un buen ambiente de trabajo, que paguen buenos sueldos y por último que sean innovadores en el sentido de la tecnología, lo social y lo tecnológico. Están siempre en busca del desarrollo personal y poder tener horarios flexibles.

Según una investigación efectuada por Mariangela Mendoza y Mikel A Alcívar para el blog FACTOR TRABAJO. La generación Z más conocida como la generación de la era digital, ha vivido y se ha desarrollado en un mundo totalmente conectado, son los hijos de la tecnología, son los llamados amantes de la inmediatez y son los cuales a los que le cuesta más enfocar su atención, pero así mismo tienen un mayor espíritu emprendedor y más facilidades para realizar actividades múltiples al mismo tiempo. Así mismo son la generación más inclusiva.

El uso de la redes sociales, los aparatos tecnológicos y el uso del internet también figuran como su forma de ser, ya que han crecido y sido criados alrededor de todos los avances tecnológicos de la época. Y de esta forma han utilizado estos implementos para desarrollarse en la sociedad.

### **1.1. Descripción del Problema**

A través del tiempo, ha existido una variedad de eventos que ha dejado una marca en la vida de las personas e incluso modifican o crean comportamientos de grupos generacionales. Según Ogg y Bonvallet, (2006) se entiende por grupo generacional a un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que lo distinguen de sus predecesores”.

Cada generación cumple con cierto periodo de años, el cual se diferencian de acuerdo a sus actitudes y creencias de cada tiempo. Sin embargo, la aparición de sucesivas generaciones a medida que avanzan los años han creado un choque generacional que genera conflictos al momento de que una generación se adapte al tiempo de otra. Esto se debe a que cada persona y su generación tienen cierta inmovilidad en el sentido de que permanecen fieles a sus propios principios. Se puede decir que cada generación es creadora de universos dado que manejan nuevos hábitos, tendencias, valores, expectativas personales, pensamientos, inquietudes, etc. por lo que es necesario tener conocimiento adecuado de sus comportamientos y percepciones de la vida, para poder aceptar los cambios del día a día de la sociedad.

### **1.2. Objetivos**

#### **Objetivo General**

Determinar comportamientos, percepciones sociales y laborales de un grupo específico de personas pertenecientes a las generaciones Y y Z.

#### **Objetivos Específicos**

- Encontrar rasgos de comportamiento laboral en la generación Y.
- Encontrar rasgos de percepción laboral en la generación Z.
- Relacionar comportamientos sociales entre la generación Y y Z.
- Determinar los comportamientos y percepciones en sus fronteras.

### **1.3. Justificación**

Las generaciones marcan tendencias con respecto a preferencias, gustos, comportamientos y percepciones. Todas las personas se desenvuelven en varios ámbitos que determinan su personalidad y reacciones ante diferentes situaciones que se presentan a diario. Por lo tanto, el conocimiento de las generaciones es un factor importante que las empresas y la sociedad deben tomar en cuenta, dado que influye la forma de comunicarse de acuerdo a sus actitudes, y a su vez adaptarse a diversos aspectos de la vida. Debido a esto, la presente investigación tiene como objetivo determinar comportamientos, percepciones sociales y laborales de un grupo específico de personas pertenecientes a las generaciones Y y Z en la ciudad de Guayaquil. De tal forma que dicha información podrá ser utilizada en procesos investigativos de distintas áreas profesionales como información clave, aportando con resultados esenciales los cuales pueden ser utilizados con diferentes fines, ya sean empresariales o sociales. Al mismo

tiempo cabe recalcar que estudios como estos no son muy comunes, por lo que es de suma necesidad aportar con un estudio a profundidad sobre el tema.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **GENERACIÓN Y**

#### **2.1. Quienes forman parte de la Generación Y**

Algunos los conocen como generación Y, otros los identifican como Millennials, la generación del milenio e incluso se les ha llegado a llamar "Echo Boomers". Crecieron entre los años 1985 y los 1995, en una era la cual estaba cargada del rápido desarrollo de las nuevas tecnologías y en la cual es casi seguro que no recuerden mucho del mundo sin el uso del internet. Son futuristas, idealistas y en su mayoría están preparados muy bien académicamente, un alto porcentaje de ellos han logrado y tenido las oportunidades de viajar a diferentes partes del mundo a muy temprana edad, están cargados de altas expectativas.

Según Horacio Chavarría, de la empresa publicitaria Veritas DDB, comenta que a la generación Y está muy interesada en que las marcas no solo les vendan un producto sino también que esta marca ayude a su entorno, si este producto ayuda al medio ambiente o de qué manera ayuda a las comunidades.

Para poder comunicarse con ellos hay que hacerlo de forma creativa e inteligente, esta comunicación debe tener valores importantes como el ya mencionado cuidado al medio ambiente, el uso correcto de la tecnología, la cual piensan que les da las posibilidades de hacer varias cosas a la vez y la preocupación de los derechos humanos.

Así mismo entre las preferencias en el ámbito laboral de esta generación, la influencia de las nuevas tecnologías toma un lugar muy importante, totalmente al contrario de los jóvenes de antes, que en sus futuros laborales soñaban con ser médicos, y los Millennials saben que estas profesiones ya no son más de su interés.

Los jóvenes de antes soñaban con convertirse en famosos o personajes de televisión y ganar una buena cantidad de dinero en poco tiempo, ese deseo sigue vigente pero con el paso de los años pierde fuerza.

#### **2.2. Generación Y en el Ecuador**

Los Millennials ecuatorianos son jóvenes con sólidas aspiraciones al momento de buscar emprender con una empresa o trabajar para una. En una encuesta en el año 2015 por el CEMDES, el 69% de los encuestados coincidió en que lo esencial es tener un buen ambiente de trabajo, el 53% en que lo importante es que se pague un sueldo justo y un menor porcentaje en que lo importante es que la empresa sea innovadora en lo ambiental, tecnológico y social.

Los jóvenes ecuatorianos buscan ante todo el desarrollo personal, tener horarios flexibles, valoran mucho las respuestas de sus superiores, sus indicaciones, respetan a sus jefes y sus opiniones por su amplia experiencia. Pero así mismo se mueven por medio de motivaciones por lo cual desean ayudar con ideas propias y que estas ideas sean tomadas en cuenta y sean válidas para sus superiores.

El joven ecuatoriano de la generación Y tiene a ser emprendedor y de esta forma ser generadores de empleo también, no solo cumplen con sus sueños de tener su propia empresa sino que asimismo contribuyen a la sociedad generando empleos para otras personas, de esta forma se generan más empleos, se generan más riquezas y la situación económica del país se ayuda de la actividad económica de estos emprendedores.

#### **2.3. Población económicamente activa**

Actualmente, el Ecuador tiene una población de 16,565.000 personas aproximadamente de los cuales tan solo el 67.3% pertenece al PEA, de este porcentaje el 80,6% son hombres y el 54,8% son mujeres. Existe una tasa de desempleo del 5,2% en todo el Ecuador. En la ciudad de Guayaquil se registró la tasa de PEA del 65,3%. Hablando de los niveles socioeconómicos, es importante conocer que el 1,9% de la población es del nivel socioeconómico A, el 11,2% es del B, en el nivel C+ hay un 22,8%, C- un 49,3% y en el nivel D se encuentra el 14,9% de la población.

#### **2.4. “Yo quiero ser mi propio Jefe”**

Es una frase utilizada en la etapa de vida de muchos jóvenes emprendedores, al pasar de los años muchos se la han planteado, así mismo algunos lo consiguen y otros simplemente se quedan en el camino, ser emprendedor por necesidad de poder crear trabajo o porque no se ha dado la oportunidad de trabajar para alguien, es a lo que se enfrentan muchos de los Millennials hoy en día. Una cuestión de individualismo se destaca en la creación de los nuevos proyectos comerciales ya que hoy en día han cambiado las oportunidades que tienen los jóvenes en el ámbito laboral.

En los años que han pasado ha habido un mayor descubrimiento de parte de estos jóvenes, de la necesidad de poder crear un negocio sin la necesidad de tener intensivos recursos. Gracias a la revolución del internet se ha permitido que sea más la variedad de creación de ciertos negocios, sobre todo con la ayuda del manejo de experiencias y de información, haciendo de esta manera también más accesible las oportunidades de los jóvenes Millennials al momento de utilizar la tecnología.

El crecimiento de los Millennials ha roto completamente con aquel pensamiento de que la gente estaba acostumbrada a que apenas terminaban de estudiar se debía proceder a conseguir un buen trabajo. Lo que los jóvenes ecuatorianos buscan es crear algo y hacer que su nombre signifique, eso es lo que los lleva a emprender, ya que para los Millennials lo importante es su estilo de vida, esto los lleva a buscar diferentes alternativas de trabajo y una forma distinta de hacer su propia empresa. Más que una tendencia es un movimiento que con el tiempo se ha formado en la Generación Y y esto se debe a que las generaciones muestran una tendencia ante las generaciones que vienen formando las universidades.

#### **2.5. Comportamiento de la Generación Y y Z según autores**

En la actualidad, el tema de las generaciones ha llamado la atención de varios especialistas y que incluso alguno de ellos ha realizado estudios y han publicado sus resultados en libros o editoriales. Uno de ellos es Ignacio Martín, especialista sobre la generación Y, el menciona que los ‘Millennials’ son las personas nacidas entre 1980 y el 2000, o conocidos también como los nativos digitales. Estas personas tienen varios comportamientos que permiten distinguirlos de cualquier otra generación, exceptuando las personas nacidas en fronteras, los Millennials son general: idealistas, optimistas, competitivos, precavidos, pragmáticos, prosumidores, etc. También se mencionan otras características como: estas personas tienen una familiarización con todo el mundo digital, le gusta tener un balance entre la vida laboral y personal, son personas abiertas al cambio y buscan desarrollar nuevas ideas o emprender nuevos proyectos.

Mientras que en la generación Z, un autor importante es Alejandro Mascó, menciona sobre dos sub-generaciones: Z1 (nacidos entre 1996 y 2002) y Z2 (nacidos entre 2003 y el 2010). Mascó hace mención de varias características que permite identificar a los de esta generación. En los niños de esta generación existe una extraña capacidad de poder efectuar varias actividades al mismo tiempo, algo que sorprende a sus padres y a los maestros de la ‘generación X’.

Algo interesante que él menciona que es lo de esta generación “han crecido y jugado con las tecnologías que sus padres utilizan para trabajar: celulares, computadores y tablets, algo que no ocurría con generaciones anteriores.” (Mascó). Esto permite deducir que al momento de entrar al mundo laboral, existirá una gran ventaja de capacitación y entrenamiento que quizás gente de otras generaciones nunca lo tuvieron. También es importante caer en la pregunta si es que se está o no creando una generación ‘tecnodependiente’, incapaz de vivir desconectada.

Otro tema importante de los Z, es que hay una mayor relevancia hacia el impacto o el cuidado ambiental. A esta generación le tocará vivir las consecuencias de lo que actualmente se conoce como el modelo de consumo y producción, que está llevando un colapso ambiental. Es por eso que los jóvenes Z no solo se muestran involucrados, ellos también buscan soluciones o se sienten con la responsabilidad de ayudar.

Jeroen Boschma, un experto en marketing para niños y autor de 'Generación Einstein' (Ediciones Gestión 2000), menciona que actualmente estamos frente a una generación que está volviendo a pensar y en creer en una construcción de manera colaborativa y el trabajo en equipo. Este autor describe a los niños de los Z como más ágiles y más listos, capaces de navegar en un mar de información. Pensar fuera de la caja (Out of the Box), lo que los hace más adaptables y creativos.

## **GENERACIÓN Z**

### **2.6. Quienes forman parte de la Generación Z**

La Generación Z es la de las personas que han nacido entre 1996 y 2006, es decir, que tienen entre 10 y 20 años. Pero no es sólo su fecha de nacimiento lo que les diferencia de la "estirpe" anterior según Soy Entrepreneur, también todas estas cosas: Son autodidactas. El 33 % aprende vía tutoriales en internet. Más del 20 % lee en tablets y dispositivos. El 32% hace todas sus tareas y labores online. La generación Z creció en un contexto incierto la manera de ver el mundo cambió, aumentó la diversidad social, cambiaron algunos roles sociales y, sobre todo, aprendieron a salir adelante en un mundo difícil. Son jóvenes muy maduros, autosuficientes y creativos. El 60% quiere un empleo que impacte al mundo, el 26% hace algún tipo de voluntariado y el 76% se preocupa por el impacto que tiene el ser humano en el planeta. Es importante resaltar que están acostumbrados a solucionar problemas y necesidades de manera personal y enfocada. El acceso a la nube les ha dado las herramientas necesarias para encontrar la manera de construir su propio mundo. Son un poco soberbios; el 80% piensa que es una generación mejor adaptada a cualquier situación. El 72% no piensa recibir órdenes de un jefe, nunca. Están dispuestos a emprender y ser sus propios jefes. Si ya se consideraba difícil obtener la atención de un Millennials, pésimas noticias. La generación Z tiene en promedio un tiempo de uso de una aplicación o un landing page de menos de ocho segundos. Si les interesas, pueden quedarse más tiempo, pero no tendrás toda su atención porque tienen cuatro pantallas más que atender. Esta generación maneja internet como robots, pasan más de tres horas al día frente al ordenador en actividades no relacionadas con sus labores escolares o trabajos. (Matesanz, 2015)

### **2.7. Generación Z en el Ecuador**

La generación "Z" ha formado un sistema de valores en la época de abundancia y se ha desarrollado en la era digital. Esta generación también llamados "next", se exigen a sí mismos, mucho más que la generación anterior. A su vez los "Z" se encuentran listos para liderar las preferencias en términos de consumo. Hoy en día, la tecnología junto a las nuevas tendencias, se encuentran diseñadas con el único objetivo de capturar a la generación Z, dado a que es el grupo generacional que actualmente representa lo juvenil. Actualmente existe una diversidad generacional en cuanto al mundo del trabajo y el ambiente educativo, debido a las percepciones de cada grupo. La generación Z vive la responsabilidad a su modo, han vivido hechos en la vida que los impulsa a seguir adelante, a emprender nuevos caminos, pero sobretodo hallar diversión.

Según una publicación del diario digital de EL UNIVERSO. El 90% de la generación Z de Ecuador se conecta a través del celular. Ellos no conocen el mundo sin internet, por lo que es de gran importancia tener en sus manos algún dispositivo digital que los conecte con el mundo. Esto a su vez refleja que la generación Z prefiere no comunicarse de forma física sino de forma virtual. El estudio de Kantar Millward Brown, detalla que en Ecuador el 90% de la generación Z se conecta a internet a través del celular; mientras que los millennials (nacidos entre los años 1980 y 2000) lo hace en un 88% y la generación X (personas nacidas entre 1960 y 1980) en un 86% (Tecno, 2017). Los Z hacen mayor uso de las redes sociales que las demás generaciones,

por lo que se han convertido en el grupo con mayor importancia para tomar en cuenta al formar estrategias de marketing, como lo es el marketing Digital. Si bien esta generación nació con la tecnología como la 'generación Y', su antecesora, se diferencia de ella porque no solo consume tecnología sino que la construye. Una prueba de ello son las famosas 'Start Ups' o emprendimientos de riesgo, cuyas ideas buscan financiamiento.

Ahora bien, existe una segunda etapa de la generación Z que no tuvieron la posibilidad de crecer en una época de abundancia, sino de situaciones que han ido complicando su situación económica, por lo que en ocasiones existen jóvenes que no han tenido la oportunidad de estudiar. Debido a esto son obligados a buscar trabajos para obtener ingresos y ayudar a sus familias. Este grupo está denominado como los NINIS que significa "ni estudian ni trabajan". El informe del Banco Mundial, 'Ninis en Ecuador', elaborado para Vistazo por el economista mexicano Rafael De Hoyos (derivado del estudio Ninis en América Latina, publicado en enero del 2016), indica que existen 20 millones de jóvenes de entre 15 y 24 años desocupados en la región y que es un problema presente en alrededor del 20 por ciento de la población de estas edades (Santos, 2016). En efecto esta agrupación genera pérdida de productividad para el país, debido a gran masa de jóvenes inactivos.

## **2.8. Generación Z y su comparación con los Millenials**

Los Millennials empezaron la tendencia de multipantalla. Normalmente hablamos del control de dos pantallas, y el mix más común es computadora-celular. La generación Z realmente pone en alto el término multipantalla controlando cinco pantallas a la vez. Los Millennials se comunican mejor con texto, la generación Z con imágenes. La generación Z crea contenidos y los Millennials lo comparten. Los Millennials se enfocan en el presente y la nueva generación en el futuro. A diferencia de los Millennials, la generación Z es realista. La generación Z trabaja para obtener éxito personal, los Millennials trabajan para ser tomados en cuenta y sobresalir. (Matesanz, 2015)

## **2.9. Fronteras**

Al momento de comparar las generaciones, siempre existirán diferencias y semejanzas. Pero, ¿a qué se debe esto? Simplemente se lo debe a una palabra, adaptación. Definitivamente se diferenciarán en muchas cosas. Pero ¿por qué las semejanzas? Adaptación.

Las generaciones Z y Y tienen muy claro lo que les preocupa de cara al futuro. En primer lugar, un 32% de los jóvenes que forman parte de estas dos generaciones coincide en que la capacidad para encontrar un puesto de trabajo es su mayor preocupación, seguida, con un 16%, del coste de la educación, que preocupa más a la Generación Z (21%) que a la Generación del Milenio (13%). En tercer lugar, los jóvenes se muestran preocupados por su futura situación económica, al menos así lo muestra el 13% de ellos. De la misma forma, y también el 13%, cree que no le será fácil poder independizarse. Ya en menor medida, el 6% de estos jóvenes admite tener cierta incertidumbre ante la futura situación económica, el 3% tiene miedo a verse obligado a volver a casa de sus padres, y al 1% le preocupa no disponer de un seguro médico privado. (Toro, 2015)

Las aspiraciones de estas generaciones una vez finalizados sus estudios universitarios son diversas. Una de las más repetidas es la estabilidad financiera, que es la mayor aspiración para el 31% de estos jóvenes. Llama la atención que sólo el 4% de los Millennials lo considere prioritario a corto plazo y que para la Generación Z, en cambio, sea relevante para el 29%. A la estabilidad económica le sigue la consecución de sus sueños o metas profesionales, que es lo que espera poder conseguir el 28% de ellos. (Toro, 2015)

Mientras los años pasan, existen costumbres, comportamientos y percepciones que se van quedando. A esto se suma la incorporación de nuevas costumbres y cultura que van naciendo con el tiempo. Es decir, si alguien nació en el año 1995 (año en que concluye la generación Y), no significa que no va a tener características de la generación Z, y es por esto que hablamos

de un proceso de adaptación anteriormente. Las personas, por lo menos en la actualidad, se puede decir que se ven obligadas a adaptarse a las innovaciones del presente y las del porvenir. Por ejemplo, en el mundo del marketing, los negocios y la publicidad, cada día que pasa van saliendo nuevas técnicas para hacer publicidad, nuevas formas de hacer marketing, lo cual significa que si una empresa o una marca se queda atrás y no se adapta a lo nuevo, tendrá pérdidas. Por esta razón las fronteras son como una etapa en la que características de ambas generaciones se juntan.

### **3. METODOLOGÍA**

Seleccionar un grupo de personas para analizar el comportamiento y percepciones entre la generación Y y Z en la ciudad de Guayaquil.

#### **3.1. Diseño de Investigación**

En referencia al diseño de nuestra investigación, se debe indicar que el presente trabajo es de tipo cualitativo y cuantitativo. Se realiza la recolección de datos necesarios para determinar el comportamiento y percepción de los encuestados. El levantamiento de información se efectuará entre el 28 de julio al 13 de agosto del presente año.

#### **3.2. Instrumentos**

El levantamiento de información de la investigación se procederá en dos fases, en la primera se utilizará un grupo focal que se realizará a un reducido grupo de hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil de edades entre 16 y 17 años. En la segunda fase se efectuará la encuesta a personas dentro de la generación Y y Z. Ambos materiales pueden ser verificados en anexos.

### **4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Luego de analizar las respuestas obtenidas del grupo focal, se pudo recolectar la siguiente información. En caso de que se les quede el teléfono celular al salir de casa, el 100% de los participantes dijeron que sí regresarían a verlo. Con respecto a la pregunta de que si duermen con su teléfono celular al lado de ellos, 4 de los 5 participantes dijeron que sí lo hacen. El 100% de los participantes coincidieron que para mantenerse actualizado en noticias recurren a las redes sociales, en su mayoría Twitter e Instagram. Al momento de estudiar, la mayoría participantes prefiere los libros físicos, pero para hacer tareas y consultar dudas recurren a internet. Todos concuerdan con que prefieren tener clases presenciales a clases online. Con respecto a las encuestas realizadas vía Internet, obtuvimos otra información como: primero que la mayoría de personas que participaron de la encuestas son personas de entre 21 y 31 años, siendo así parte de la Generación Y. El 37,7% del total de participantes, respondió que pasa de 1 a 4 horas en redes sociales, seguido de un 34,4% que dice que pasa de 4 a 8 horas en redes sociales. Con respecto a qué hace cuando gana u obtiene dinero, el 50,8% siendo casi la mitad de la totalidad de participantes, respondió que gasta el dinero, el 31,3% dijo que lo ahorra y tan solo el 18% concluyó que lo invierte. La mayoría de personas con el 50,8% consideró que para ellos diversión es reunirse en la casa de un amigo. Por último, al realizar la pregunta “¿Te consideras emprendedor/a?” el 72,1% respondió que sí, mientras que el 27,9% dijo que no. (Ver Anexos)

### **5. CONCLUSIONES**

La presente investigación se ha dedicado al estudio del comportamiento y percepciones entre la generación Y y Z. Según la información bibliográfica recopilada se ha concluido que, en la actualidad existe un choque generacional que se va dando de forma más notoria. La generación Y está centrada en cumplir sus responsabilidades tomando en cuenta su futuro,



éste a su vez mediante la recopilación de datos de las personas encuestadas de 21 a 31 años se demostró que el 26% de las personas ahorran su dinero ganado, mientras que el 17% prefiere invertirlo y emprender en algo que los beneficie.

Este no es el caso de la generación Z dado a que el 13% de las personas encuestadas con de edad 10 a 15 años lo que prefieren es gastarlo. Sin embargo existió una pequeña cantidad que prefiere ahorrarlos, el cual se los consideraría como parte de las fronteras entre la generación Y y la Z. Se determinó que definitivamente la generación Z pertenece a la era digital, ya que en los resultados de datos se verificó que son las personas que gastan mayormente su tiempo en el uso de las redes sociales, y al momento de divertirse considera más importante el reunirse con sus amigos que con sus familiares. Finalmente se puede decir que la generación Y le cuesta adaptarse a las costumbres de las nuevas generaciones, mientras que los Z se adaptan fácilmente debido a que tienen una percepción diferente sobre la vida.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, E. (2 de Enero de 2014). *Colombia Digital*. Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de Colombia Digital: <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/6210-la-generacion-del-milenio-o-generacion-y.html>

Coloma, L. (16 de Mayo de 2016). *El Telégrafo*. Recuperado el 2 de Agosto de 2017 , de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/51/la-generacion-de-los-millennials-en-ecuador-detras-de-emprendimientos>

El Emprendedor. (s.f.). *El Emprendedor*. Recuperado el Agosto 2 de 2017, de El Emprendedor: <http://www.elemprendedor.ec/como-son-los-millennials-ecuatorianos/>

Matesanz, V. (8 de Abril de 2015). *Forbes*. Recuperado el Agosto 12 de 2017, de Forbes: <http://forbes.es/life/6637/sabes-que-es-la-generacion-z/>

Pico, R. (2 de Septiembre de 2014). *Puro Marketing*. Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de Puro Marketing: <http://www.puromarketing.com/88/22775/como-generacion-diferencia-millennials.html>

Santos, T. (23 de Abril de 2016). *Vistazo*. Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de Vistazo: <http://vistazo.com/seccion/pais/la-radiografia-de-los-ninis-en-ecuador>

Toro, A. (24 de Julio de 2015). *RRHH Digital*. Recuperado el 13 de Agosto de 2017, de RRHH Digital: <http://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/111382/Millennials-y-Generacion-Z-diferencias-y-similitudes-segun-Adecco>

Tecno, D. (2017). El 90% de la generación Z de Ecuador se conecta a internet a través del celular. *EL UNIVERSO*.

## 7. ANEXOS

### FORMATO DE ENCUESTAS

#### ¿Generación Y o Z?

Responde las siguientes preguntas del formulario

¿Cuántos años tienes?

- ☐ De 10 a 20 años
- ☐ De 21 a 31 años

¿Cuántas horas al día pasas en redes sociales?

- ☐ De 1 a 4 horas
- ☐ De 4 a 8 horas
- ☐ De 8 a 12 horas
- ☐ 12 horas o más

¿Qué haces con tu dinero?

- ☐ Lo inviertes
- ☐ Lo ahorras
- ☐ Lo gastas

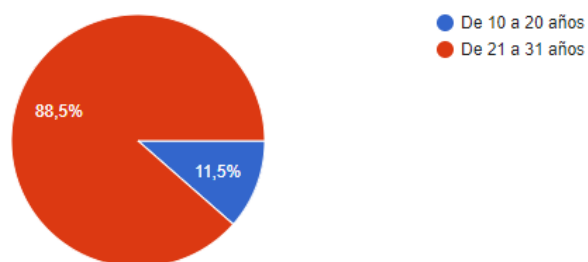
¿Qué consideras como diversión?

- ☐ Ir a jugar bolos
- ☐ Salir a comer a un restaurante
- ☐ Ir al cine
- ☐ Reunirse en la casa de un amigo
- ☐ Ir al teatro

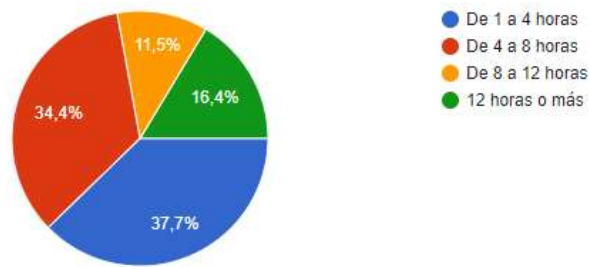
¿Te consideras emprendedor/a?

- ☐ Sí
- ☐ No

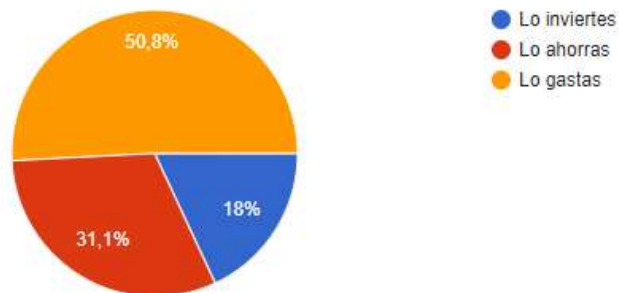
### ESTADÍSTICAS DE ENCUESTAS EDAD



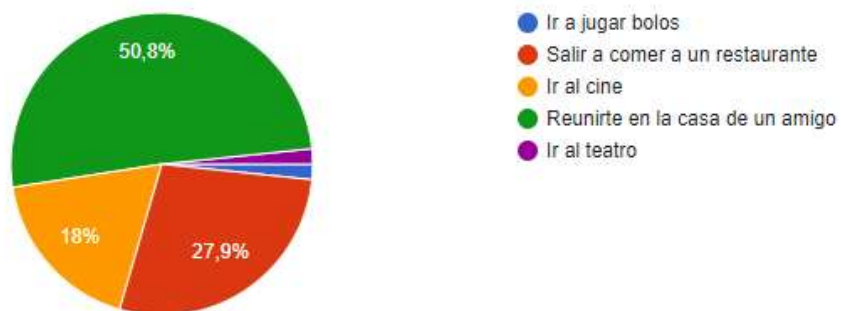
¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA PASAS EN REDES SOCIALES?



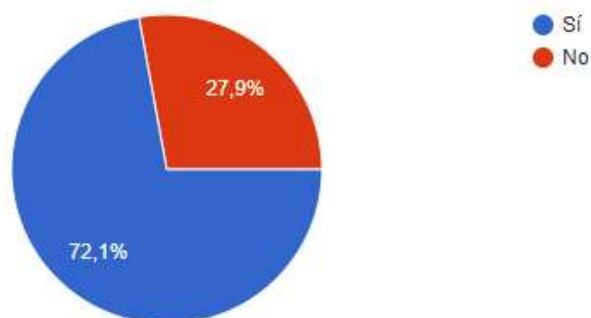
### ¿QUÉ HACES CON TU DINERO?



### ¿QUÉ CONSIDERAS COMO DIVERSIÓN?



### ¿TE CONSIDERAS EMPRENDEDOR/A?



**PREGUNTAS GRUPO FOCAL  
PARTICIPANTES DEL FOCUS GROUP**

- Aleida Chérrez
- Alexandra Ramón
- Gabriel Márquez
- Eduarda Cobos
- Belén Isidoro

**PREGUNTAS**

1. Si se te olvida el celular en casa, ¿regresas a verlo?
2. ¿Duermes con tu celular al lado tuyo?
3. Cuando quieres saber de alguna noticia, ¿a qué medio de comunicación recurres?
4. Cuando quieres investigar información académica, ¿a qué medio recurres?
5. Qué prefieres, ¿clases presenciales o clases online?
6. ¿Cuáles son las redes sociales que utilizas con más frecuencia, y cuáles son las que has dejado de utilizar?
7. Al momento de leer, ¿prefieres libros físicos o digitales?
8. ¿Qué te lleva a prender el televisor?
9. Hablando de entretenimiento, ¿qué prefieres, ¿estar con tu familia o salir con tus amigos?
10. ¿Cuál es tu percepción ante temas de orientación sexual?