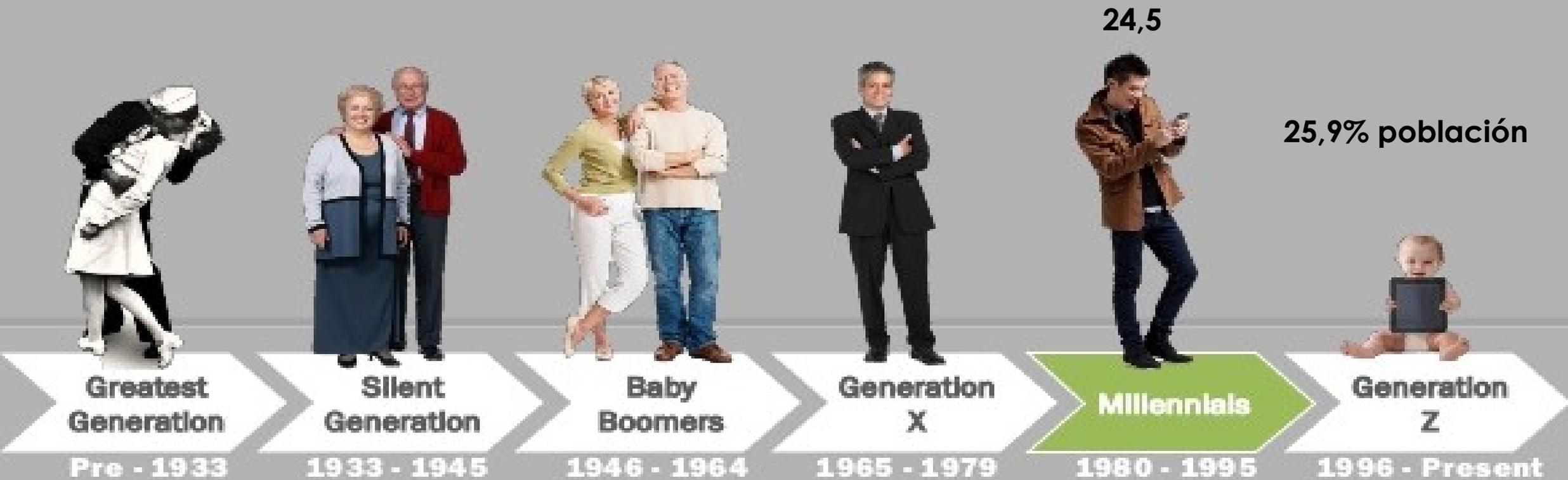


La web social y el nuevo joven conectado

Dolors Reig, Psicóloga social,
El caparazón blog y
Academia @dreig





Millennials: el fin del trabajo

- ▶ 84% de los Millennials prioriza el objetivo vital de crear un mundo mejor sobre cualquier tipo de reconocimiento profesional
- ▶ Actitud Freelance. Más tiempo libre.
- ▶ Orientación, en chicos y chicas, a la familia, el tiempo libre.

SRC: [Bentley University](#) (estudio global)

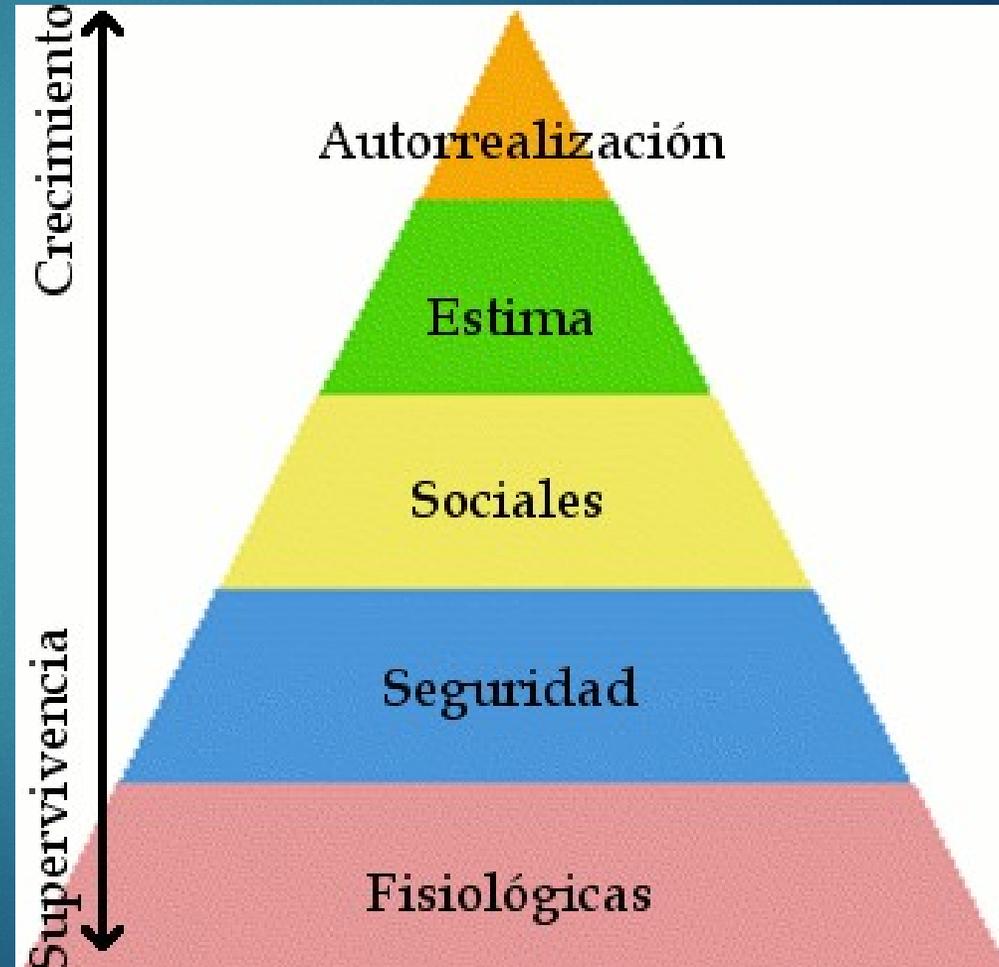
Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



No íbamos mal... (“somos la generación que estábamos esperando”)

Las sociedades del consumo están evolucionando y que las nuevas generaciones son distintas, que valoran cosas como la sostenibilidad y la responsabilidad social de las marcas y no solamente el precio a la hora de adquirir productos o servicios.

SRC: Esade y Creafutur (España)



GEN Z

- ▶ Influyen en las compras del hogar.
- ▶ Aman el shopping y más online.
- ▶ Ahorradores
- ▶ Poco leales a las marcas
- ▶ Más fieles a las social media stars que a las celebrities televisivas.
- ▶ Quieren hablar con las marcas, participar

Source: JWT Intelligence 2012

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig

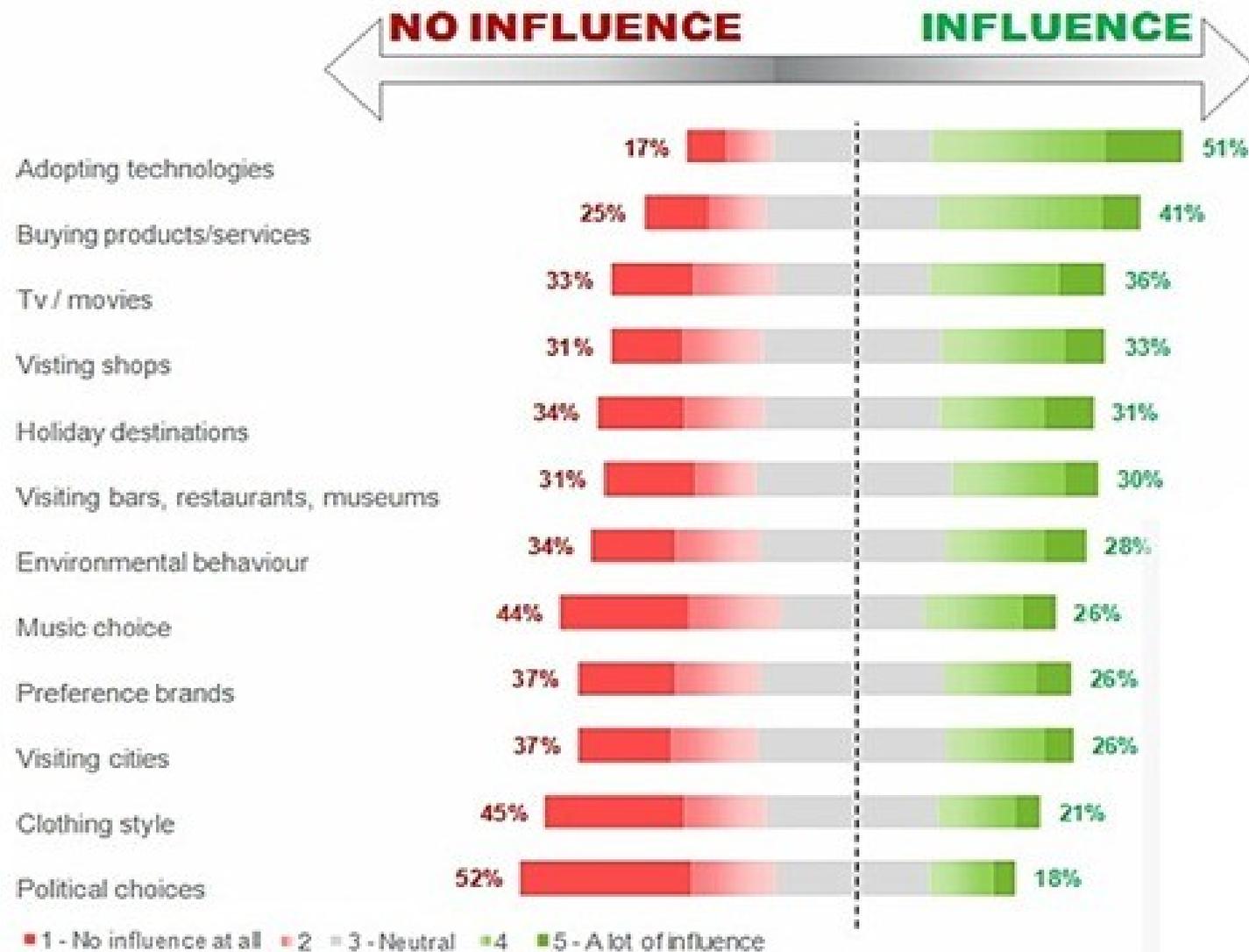


Cómo influncian a sus padres

Tecnologías, productos y servicios, películas, Tv, tiendas, vacaciones, bares, museos, medio ambiente, algo menos en cuanto a música, marcas, ropa, opciones políticas.

//THE INFLUENCE OF Gen Y-ers

Q: We would like you to estimate the influence you have on your parents: for each of the following aspects.



N = 251 / F = No

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



www.howcoolbrandsstayhot.com | #coolbrands

InSites Consulting
Leading research forward

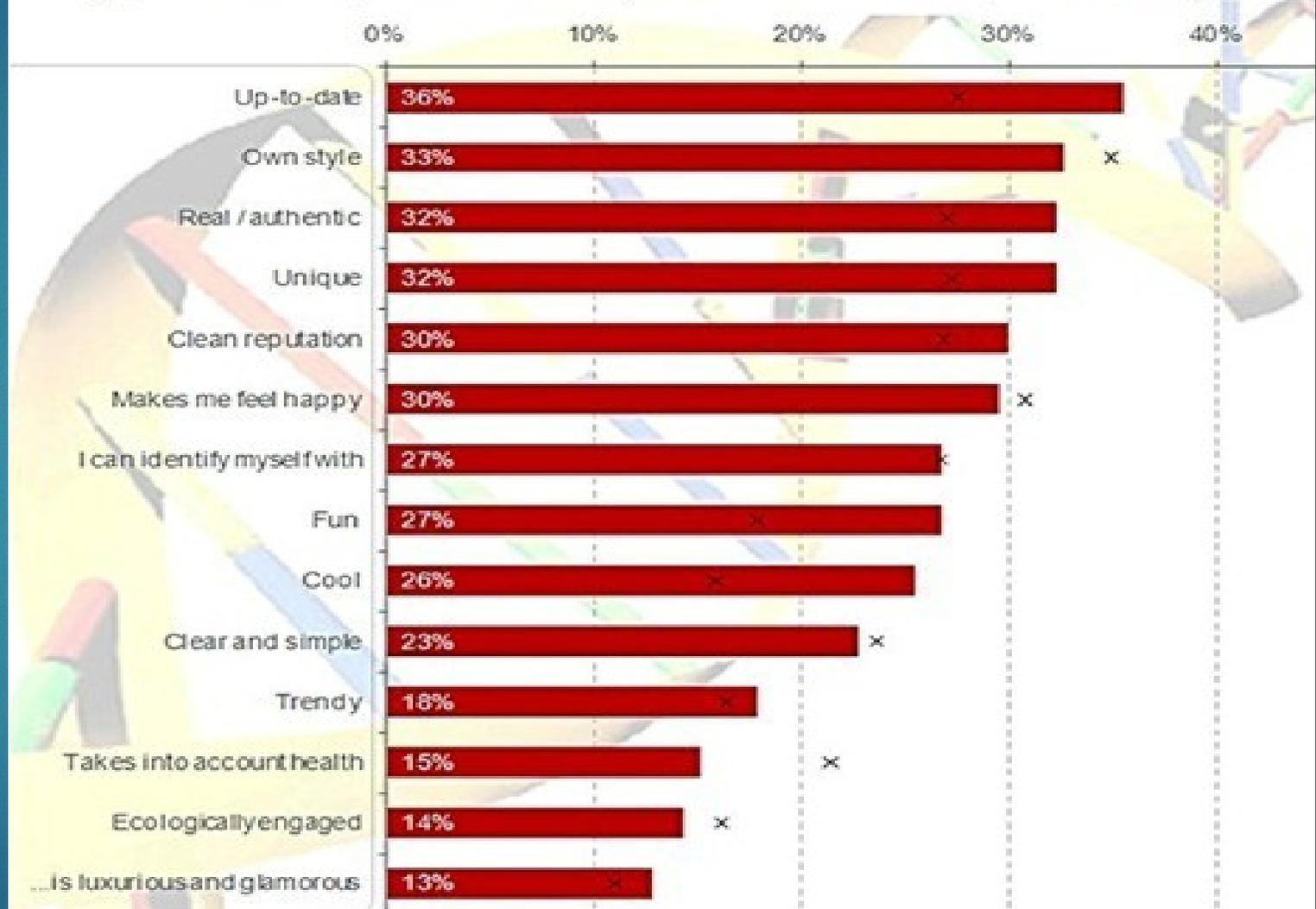


Lo que valoran de las marcas

// DNA OF BRANDS

Q: Brands and products can have several characteristics.

Could you, from the list below, indicate the 5 most important characteristics a brand / product should respond to?



■ USA × Average cross studied countries

N = 251 / F = No

www.howcoolbrandsstayhot.com | [#coolbrands](https://twitter.com/coolbrands)

InSite Consulting
making research visible



Y, Z: Emprendedores

Les preocupa la economía y están ansiosos por comenzar a trabajar desde temprana edad

Rodeados de recursos educativos DIY y posibilidades de Crowdsourcing, sueñan en el autoempleo (20% más que la generación Y)

Intentan cambiar al mundo (muchos emprendedores sociales), quieren hacer la diferencia y crear un impacto positivo en las industrias.

Source: Millennial Branding and Internship.com, 2014, Mintel 2014



Familiares, Independientes

- ▶ Después de muchas críticas a formas hiperprotectoras de paternidad, la Gen Z tiene más espacio, busca más en internet y es más autónoma.
- ▶ Viven en entornos multigeneracionales (criados por los abuelos), con hermanos que vuelven a casa por la crisis. Están acostumbrados a compartir y sienten afinidad y respeto por los mayores. Comparten muchos de los valores de las generaciones X o anteriores. También hacen más caso a los padres.

Source: Census: "The two or more races population: 2010 Census Brief"

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



Generación de la diversidad

- ▶ Se diluyen las normas de género, influye menos en la identidad.
- ▶ Facebook está disminuyendo las desigualdades de género (chicos más emocionales)

(los niños multiraciales suelen ser más exitosos y tienen mayor autoestima y mayor adaptabilidad a los cambios)

(Bilingüismo: mayor apertura mental)



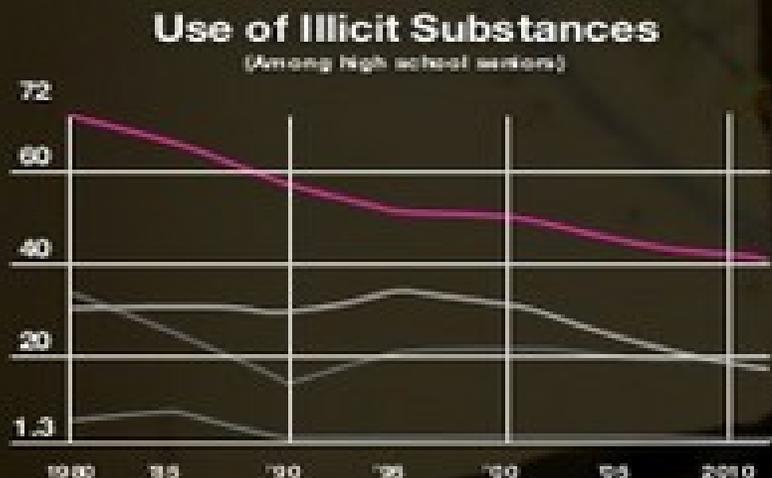
Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig

Civismo, salud

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



Menos drogas,
menos
violencia,
menos
embarazos
indeseados,
más salud.



25%

of Gen Z teens say they were in a physical fight in the past year (down from 42% surveyed in 1991)

10%

of Gen Z teens say they tried an e-cigarette in 2012 (a doubling in one year)

Sus vicios

Source: Mintel 2014, Centers for Disease Control and Prevention 2014

Un poco glotones, perezosos, orgullosos, con autoestima.

Menos coléricos, sexuales, envidiosos, codiciosos.

A Different Set of Vices

LUST



Are having less **SEX** (but more un-protected sex)

GLUTTONY



Are more obese

GREED



Are recycling and up-cycling

SLOTH



Are more sedentary

WRATH



Are a happy lot

ENVY



Are focused on sharing

PRIDE



Are self-confident

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



Centers for Disease Control and Prevention 2014

Están perdidos... 😊

- ▶ Muestran carencias en conciencia situacional, les cuesta indicar direcciones (dependen más de sus dispositivos)



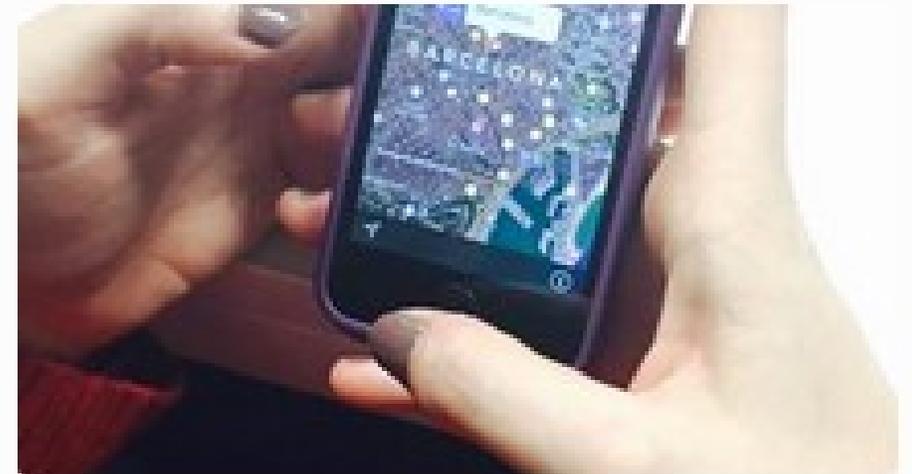
Maragda Falip @maragdafalip 2d

El mundo es demasiado grande para seres tan pequeños. 🌍

#perdidos #millenials

#generacióZ #comdigi

pic.twitter.com/cWqxPQ0CSK



Details

Resilientes, nacidos en el mundo post 11 s-m y en crisis económica mundial

Acontecimientos más importantes en sus vidas:

1. La violencia escolar.
2. La emergencia de las redes sociales.
3. La elección del primer presidente negro.

El 43 por ciento de los jóvenes entre los 7 y 13 años han vivido la violencia del bullying y los tiroteos escolares, en el caso particular de Estados Unidos.

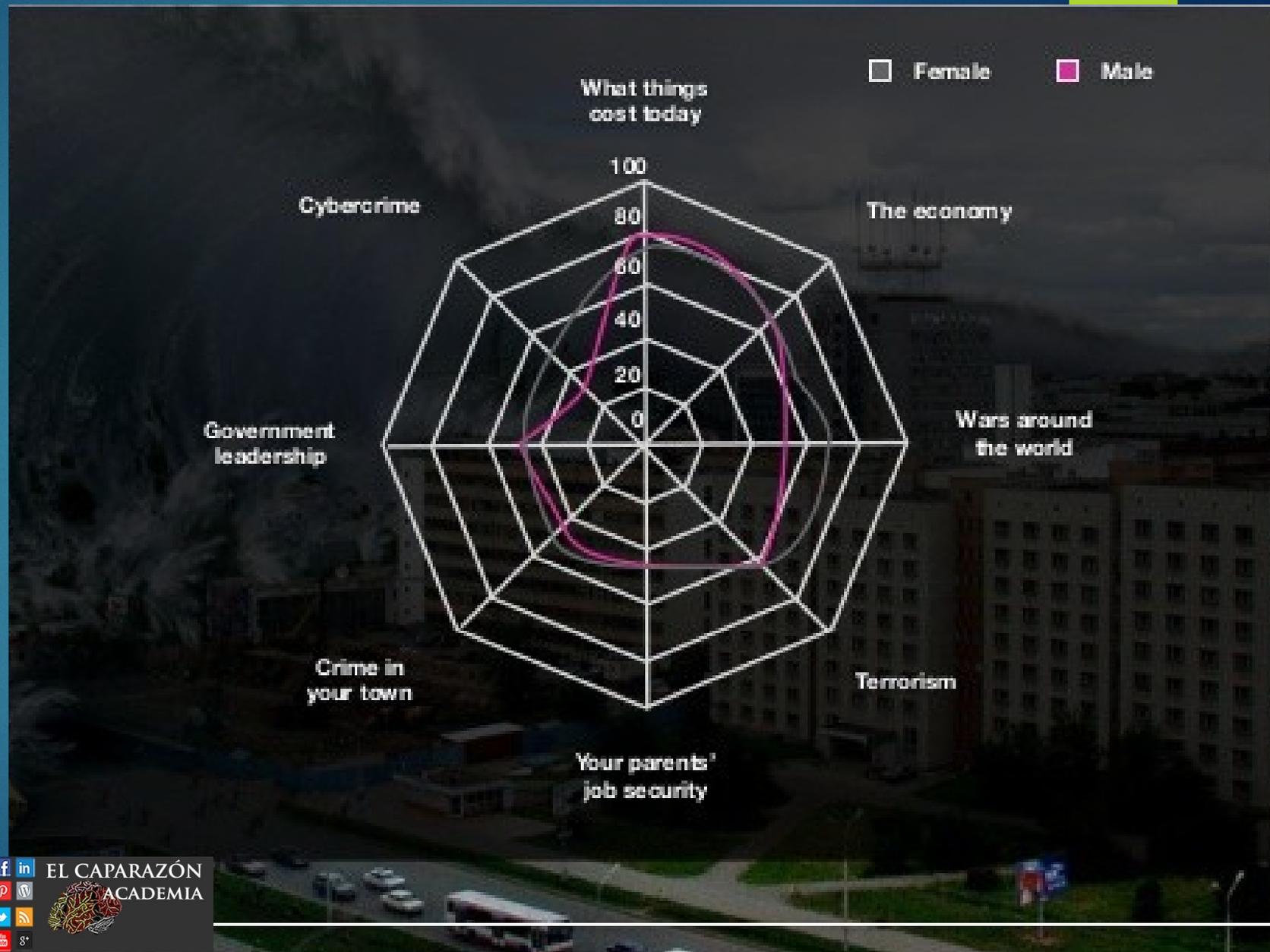
Su entorno ha sido caótico, incierto, volátil, complejo, con situaciones familiares de desempleo y pobreza. Son en parte pragmáticos, resilientes, y han desarrollado mecanismos de defensa

Source: Rutgers 2013

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig



Preocupaciones



Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig

Divertidos

- ▶ Los jóvenes han dejado de confundir lo divertido con poco serio. Son jugadores natos, que han pasado unas 30.000 horas jugando cuando cumplen los 20. El auge de la gamificación del puesto de trabajo o los social media, de los juegos educativos, la aplicación de dinámicas de juego a cualquier proceso que pretenda motivar a esta generación, responde a esta necesidad.



Transmedia - Gamificación



Maduros y realistas

- ▶ A pesar de que la poca capacidad de demora de la recompensa, los jóvenes de hoy muestran otros rasgos de madurez temprana. La exposición a imágenes sexuales y violentas, noticias de todo tipo desde muy pequeños, puede ser un elemento relevante. El juego se convierte en este caso en una válvula de escape que se mantiene en la vida adulta.
- ▶ Al contrario de lo que pudiese parecer, la insensibilidad emocional que nuestros jóvenes desarrollan necesariamente ante la exposición constante a este tipo de estímulos, puede facilitar el desarrollo de un alto sentido de la justicia. El sentido de la justicia parece más ligado a la razón que a la emoción.

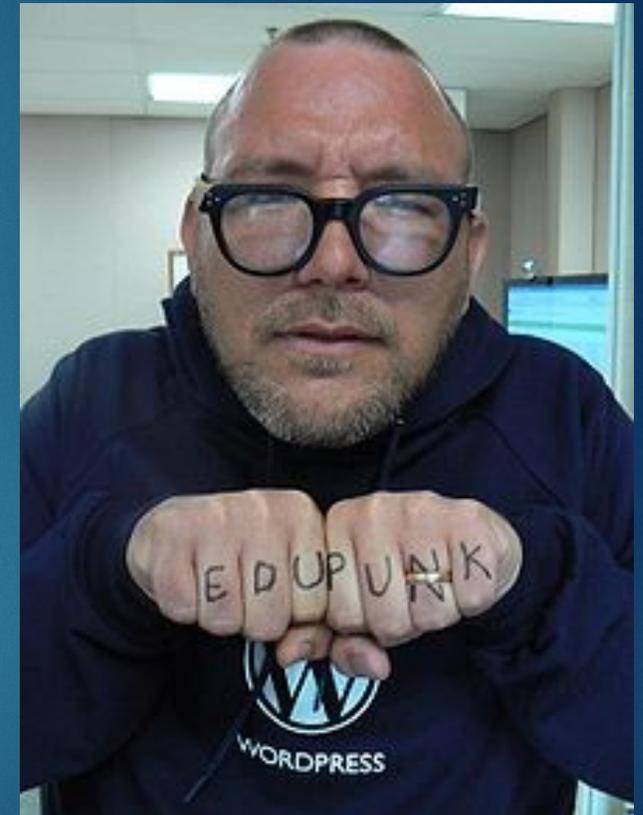
➤ Si la generación Y era optimista, la generación Z es realista. Saben que el mundo puede ser un lugar muy peligroso, lo cual les convertirá en adultos más precavidos, además de con más ganas de crear un mundo mejor.

De la interacción a la participación (Slacktivistas vs. Activistas)



Educación DIY - Edupunk

- ▶ Buscan recursos educativos online, ven tutoriales, trabajan con compañeros de clase, realizan exámenes online, leen en libros electrónicos y tablets, etc. Source: JWT Intelligence 2012
- ▶ 1 de cada 2 con carrera , (1/3 gen Z, 1/4 gen X). Src: Edudemic
- ▶ Usan los SM como herramientas de investigación para los trabajos de la escuela. Source: Pew Research, "How teens do research in the Digital world" 2012



No piensan igual (cambios cognitivos)

- ▶ Intervalos de atención más cortos. 8 segundos. Consumidores de Snack media. Source: National Center for Biotechnology Information
- ▶ Son multitasking de 5 pantallas: TV, smartphone, tablet, laptop, pc, consolas. por lo que su atención se ve disminuida cada 8 segundos en algo nuevo. **El 11 por ciento ha sido diagnosticado con Síndrome de Déficit de Atención.**
- ▶ Si bien se tienen más dificultades a la hora de almacenar datos enciclopédicos, la inteligencia fluida, la resolución de problemas y el IQ en general han mejorado desde los 90. Los videojuegos entrenan capacidades cognitivas como la resolución de problemas, la flexibilidad ante situaciones nuevas, etc. Ya no es importante lo que se almacena (todo está en google), liberando recursos cognitivos para la resolución de problemas.

Curadores de contenidos “naturales”



Spotify®



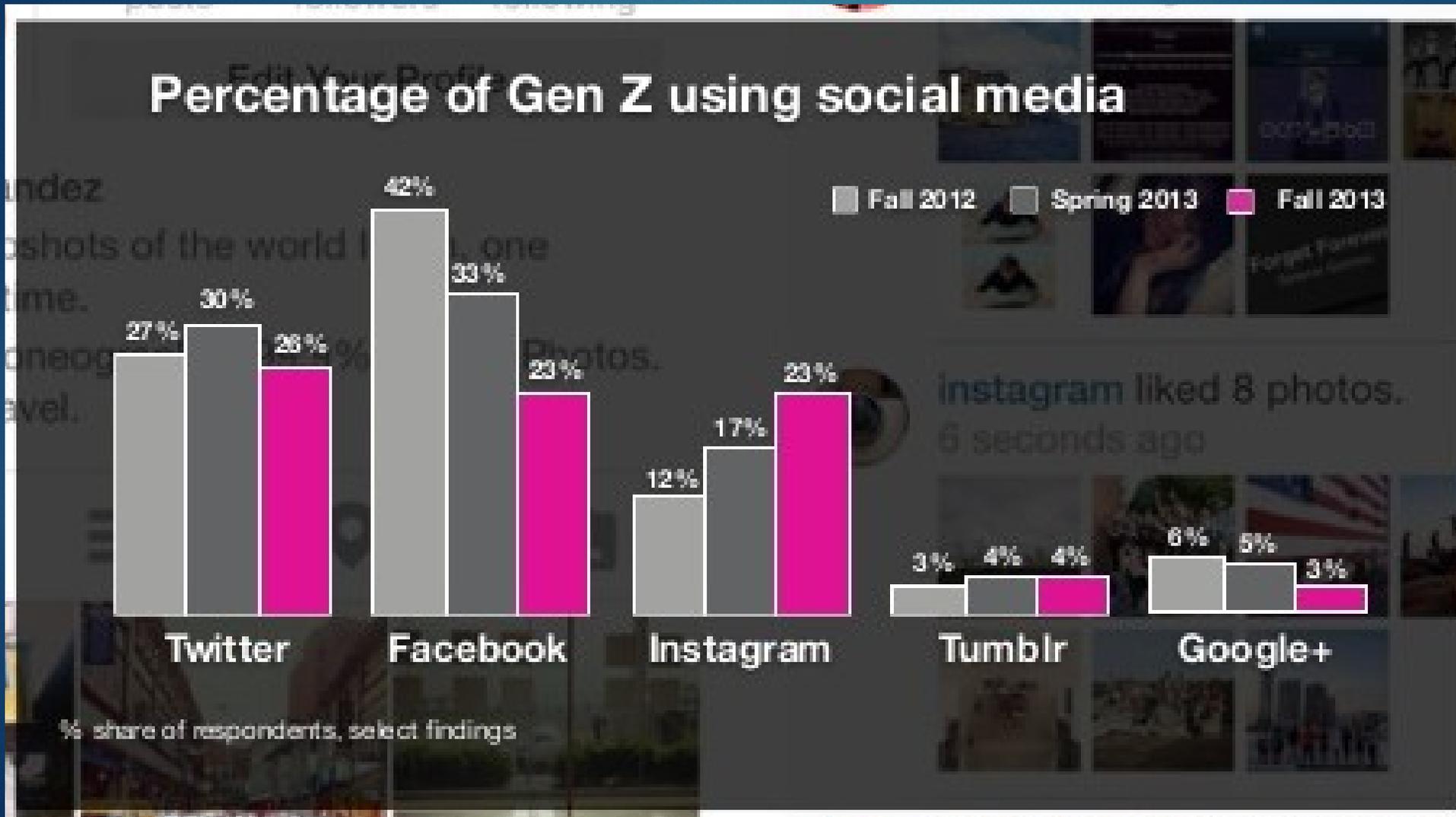
Content curation and the ability to build customized, playlists, selections of videos and edited / remixed tracks hold great appeal for Gen Z



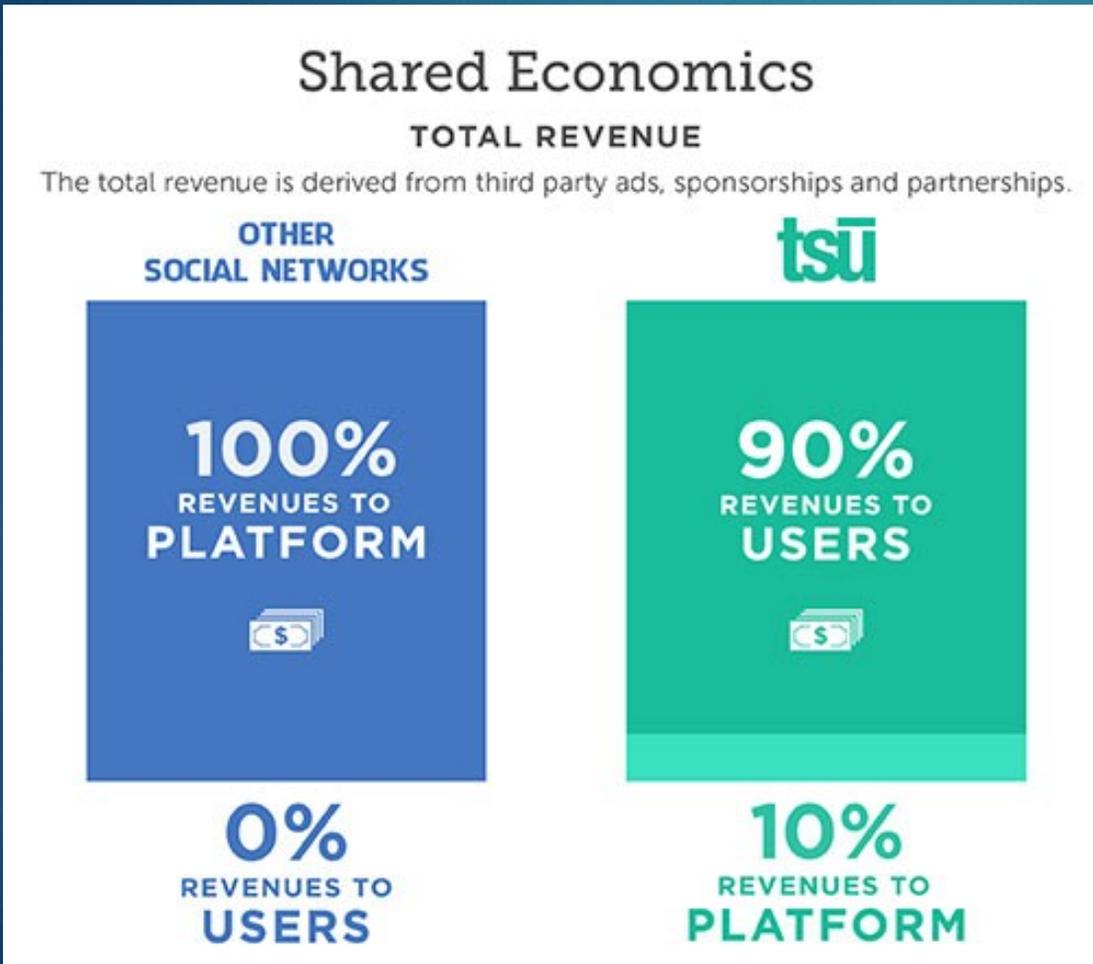
Cambios en la comunicación

- ▶ Se comunican de forma rápida. El 68% de los maestros piensa que las herramientas digitales les hacen tomar atajos y no prestar atención a cómo escriben, demasiado rápido y de forma descuidada.
- ▶ La impresión y animación 3D no les importa, lo realmente innovador para ellos es el 4D (experiencias inmersivas)
- ▶ Las imágenes son su medio de comunicación: iconos, símbolos, emojis suplantaron al texto de sus hermanos mayores, los Millennials.

Social – Incognito media



Redes más responsables, privadas, abiertas, justas



quitter

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig

EL CAPARAZÓN ACADEMIA

The image features a stylized blue bird logo with a white bone-like shape on its head, set against a purple-to-blue gradient background. Below the logo, the word 'quitter' is written in a large, white, lowercase sans-serif font. At the bottom, there is an orange banner with white text and a row of social media icons (Facebook, LinkedIn, Pinterest, Twitter, YouTube, RSS, and a plus sign) followed by the text 'EL CAPARAZÓN ACADEMIA'.

Nunca desconectados

- ▶ FOMO
- ▶ Círculos sociales más globales
- ▶ Crean en conjunto, producen contenidos, no sólo comparten

Src: Bravo

- Valoran la interacción
- Valoran la originalidad

Millennials send and receive an average of 88 texts a day

% Of Millennials who check their phones...





🔍 #comdigi @dreig



David Redondo Aranda ... 17h
... No obstant, si no hagués sigut per això, no hagués conegut a gent tan meravellosa. #comdigi pic.twitter.com/jVAlIqI232



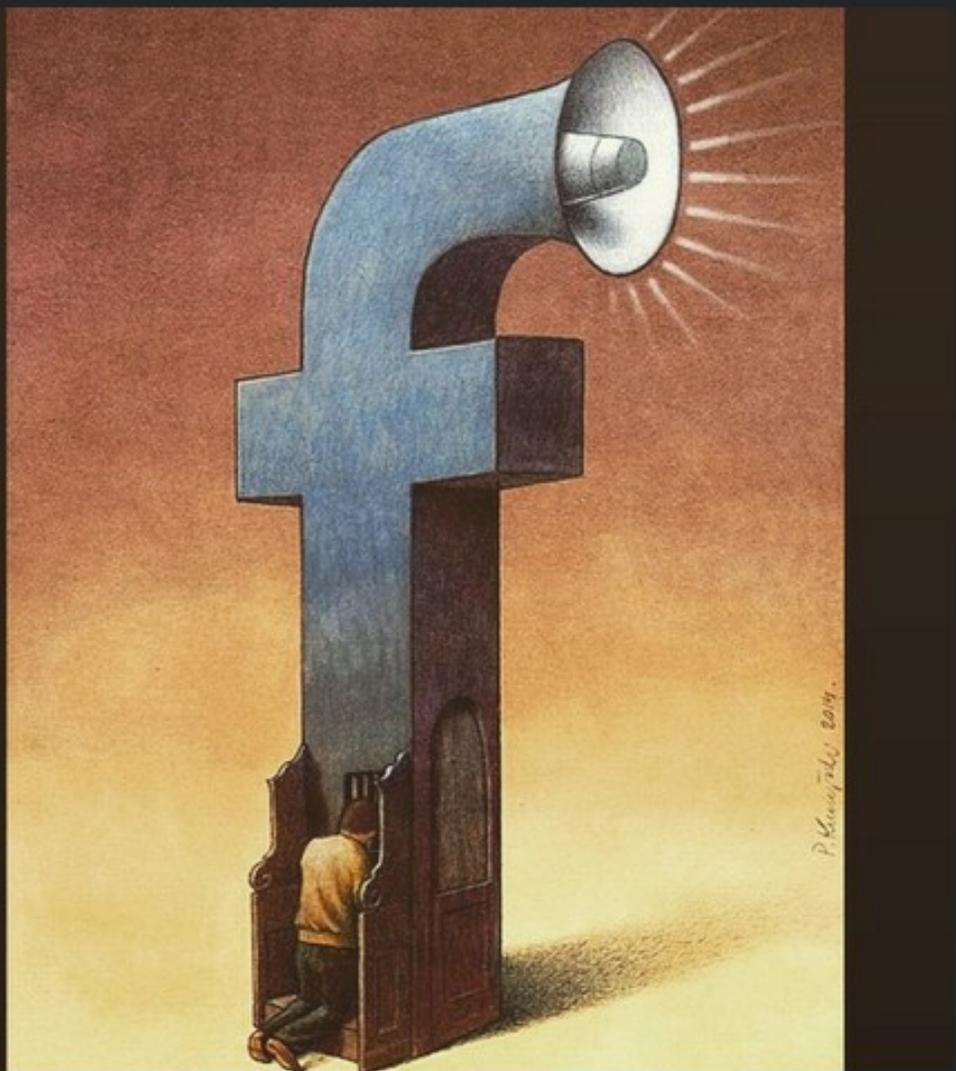
Details



David Redondo Aranda ... 17h
Tot i estar al s.XXI, les millors sensacions continuen tenint poc a veure amb lo digital. #comdigi pic.twitter.com/jFickwsUmM



Details



airmam812

Maria Tomas Arbos



millennials

comdigi

geny



12 Like

paueet43

marinaoteros5

nmanils

aroasoto1

> VIEW ALL



0 Comments

Your comment



#Millennials #comdigi #genY Usamos las redes sociales para decir en voz alta nuestros problemas y nuestros errores, buscamos el reconocimiento y el apoyo de los demás.. Así nos confesamos en el S.XXI

Z: más humanos, honestos, preocupados por la ecología

- ▶ No tan multitarea, más humanos (prefieren comunicación F2F), vuelta a la oficina tradicional.
- ▶ Con autoestima, generación selfie.
- ▶ Muy conscientes del impacto del hombre en el planeta, incluso educando a los adultos.
- ▶ Optimistas sobre su propio futuro y el del medio ambiente.
Preocupados por el hambre, las enfermedades infantiles y el impacto del hombre en el planeta.

Diferencias millenials - genZ

GENERACIÓN Z

- Nativos Digitales (5 pantallas)
- Piensan en 4D
- Comparten pero les preocupa la privacidad
- Activistas, voluntarios
- Neutrales en cuanto a raza y género
- Unidos
- Maduros
- Se comunican a través de imagen
- Crean cosas (prosumidores)
- Más seguros de sí mismos pero humildes
- Centrados en el futuro
- Realistas
- Trabajan para triunfar
- Conciencia colectiva

GENERACIÓN Y – Millenials

- Dominan las tecnologías: 2 pantallas
- Piensan en 3D
- Transparencia radical: lo comparten todo.
- Slacktivistas
- Multiculturales
- Tolerantes
- Inmaduros
- Se comunican a través de texto
- Comparten cosas
- Poca confianza en sí mismos
- Centrados en el ahora
- Optimistas
- Quieren ser descubiertos
- Orientados a equipos

Dolors Reig, Psicóloga social, El caparazón blog i Academia @dreig

- ▶ Para conectar con ellos sólo necesitas ser de mente abierta, aceptar la diversidad sexual, cultural, ideológica, etc. Háblales con imágenes e ideas cortas, utiliza transmedia.
- ▶ Trátalos como adultos, entiende que se preocupan por lo global, el medio ambiente y los animales. Crea con ellos y sé proactivo

Agradecimientos:

- ▶ a mis alumnos de Marketing-Comunidades Digitales. (UPF-Tecnocampus)
- ▶ Sparks&Honey

GRACIAS

Dolors Reig, Psicóloga social,
El caparazón blog i
Academia @dreig



EL CAPARAZÓN
ACADEMIA



FORMACIÓN
ONLINE Y
PRESENCIAL