



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**TÍTULO: DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL
GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE:**

INGENIERÍA EN MARKETING Y PUBLICIDAD

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

MARCO E. GORDON BELTRÁN

NOMBRE DEL TUTOR:

EDGAR SALAS LUZURIAGA, Msc

SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE DEL 2016

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

RESUMEN

Las generaciones son un grupo de individuos nacidos en una ventana aproximadamente de unos veinte años. Estas personas comparten cualidades similares como puede ser su comportamiento, experiencias, tendencias sociales de la época, valores, entre otros. Las generaciones, de la más antigua a la más joven, que se pueden encontrar hoy en día son, *BabyBoomers*, Gen X, *Millennials*, Gen Z.

Debido a los conflictos que se manifiesta el choque entre generaciones se realizan investigaciones con el propósito de conocer a profundidad las características que definen y separan una generación de otra.

El estudio tiene como principal objetivo el determinar los rasgos distintivos dentro del grupo de los *millennials*. Se realizó una investigación exploratoria para obtenerla muestra sobre la cual se investigaría y el método correcto por el cual se los dividiría. Finalmente se contó con una investigación concluyente realizando un muestreo aleatorio en la ciudad de Guayaquil.

Los principales resultados de esta investigación determinaron que la correcta forma para distinguir a los *millennials* es por su lógica. Se sostuvo la teoría del profesor Laurence Steinberg, adolescencia prolongada, y se separó a aquellos que todavía se encontraban dentro de este fenómeno de los que no; cada uno con distintas cualidades.

Palabras Clave: *Millennials, Strauss, Howe, Steinberg, generación, teoría generacional, adolescencia prolongada.*

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

ABSTRACT

The generations are a group of individuals born in a window about twenty years. These people share similar qualities such as their behavior, experiences, social trends of the time, values, among others. Generations, from the oldest to the youngest, which can be found today, are the Baby Boomers, Gen X, Millennials, Gen Z.

Because of the conflicts that the clash between generations is manifested investigations are conducted in order to know in depth the characteristics that define and separate one generation from another.

The study's main objective is to determine the distinctive features within the group of millennials. An exploratory research was conducted to obtain the sample on which it would be investigated and the correct method by which the split. Finally he had conclusive research performing random sampling in the city of Guayaquil.

The main results of this investigation determined that the proper way to distinguish the millennials is their logic. The theory of Professor Laurence Steinberg, prolonged adolescence, held and separated those who were still within this phenomenon from those who not; each with different qualities.

***Keywords:** Millennials, Strauss, Howe, Steinberg, generations, theory of generations, prolonged adolescence.*

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Introducción

The Center forGenerationalKinetics (2016) señala como las tres principales variables que moldean a una generación como, la tecnología, los padres y la economía. Los teoristas William Strauss y Neil Howe, especialistas en el estudio de generaciones, añaden en su libro (*Generations* 1992) que también los sucesos históricosson un factor. Una generación es definida como un grupo de individuos nacidos en aproximadamente una ventana de 20 años, los cuales comparten, valores, visión, experiencias, entre otros. Para el análisis de las generaciones, los investigadores usan como herramienta las cohortes de edad, son un conjunto o una serie de personas, las cuales se agrupan dependiendo de las variables antes mencionadas.

La mayoría de los estudios han sido realizados en Estados Unidos, por lo que los limites que separan una generación de otra tiene directa relación con eventos sucedidos en la historia del país. Se inicia con la Generación GI (“*general issue*” o “*governmentissue*” por sus siglas en ingles. Problema General o problema gubernamental, llamados así por haber pasado por la gran depresión), nacidos entre 1901 – 1926 (el mayor hoy día tiene 115 años), también conocidos como “*TheGreatestGeneration*”. Ellos crecieron durante la primera guerra mundial, y pelearon en la segunda. Los integrantes tienen un enorme sentido cívico, alta moral y son excelentes trabajando en equipo. Adicional, ellos recuerdan la vida antes de la televisión y los aviones.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La siguiente generación se la llama “*Silent Generation*”, aquellos nacidos entre 1927 – 1945 (el mayor hoy día tiene 89 años). Durante la segunda guerra mundial pero no pelearon en ella. Vivieron un tiempo de paz, donde abundaba la oferta laboral.

La generación siguiente es la conocida “*Baby Boomers*”, aquellos nacidos entre 1946 – 1964 (el mayor hoy día tiene 70 años). Hijos de la generación, se les atribuye bastantes cambios en la sociedad. Dentro de sus características están, el ser una generación egoísta, únicamente pensando en sí mismos. Fue un tiempo donde predominaba el “compra ahora, paga después” con las tarjetas de crédito. El inicio de la aceptación del divorcio y la homosexualidad. La segundageneración más grande de la historia, el prestigio fue tomado por los *Millennials*, en el 2015. Finalmente también es una de las tres generaciones que se pueden encontrar dentro de las empresas, usualmente son aquellos que se encuentran a la cabeza, y quienes tuvieron que ceder su legado.

Generación X, son todos los nacidos entre 1961 – 1981 (el mayor hoy día tiene 55 años), según lo marcan Strauss y Howe (*Generations*, 1992), existe también la delimitación por parte de la Universidad de Harvard, dictando que la ventana es de 1965 – 1984. Una generación comúnmente conocida como individual y de niños provenientes de familias separadas por el divorcio o por padres concentrados en sus carreras. Los X son una generación pequeña con 55M de personas en los Estados Unidos, en relación a los *Boomers* con 76M y los *Millennials* con 83M (*UniteStatesCensus Bureau*, 2015), y usualmente se sienten incomprendidos por las

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

mismas. Los miembros de la Gen X poseen características como grupo escéptico, dudando de cualquier cosa que escuchan. Desarrollan fidelidad a las marcas y poseen una tasa de divorcios bastante alta, lo que provocó que existieran bastantes padres solteros y de ahí su cualidad de ser conocidos como sobrevivientes individuales. Obsesión por derechos personales, buscando el bien colectivo en especial para aquellos grupos minoritarios. Y finalmente es otra de las generaciones que se encuentran dentro de una empresa, y la cual choca contra la generación pasada.

En penúltimo lugar podemos encontrar al grupo de los *Millennials*, denominados así por William Strauss y Niel Howe en su libro “*MillennialsRising: thenextgreatgeneration (2000)*”. Los autores concluyen en que los *millennials* son todos aquellos nacidos entre 1982 y 2004. Antes de Strauss y Howe, a esta generación se la conocía como Gen Y, sin embargo otros autores delimitan a la Y como una generación que agrupa personas nacidas alrededor de 1980 hasta cercano a los 2000. Como características principales se le atribuye a esta generación ser digital, con conocimiento tecnológicos integrados en su cerebro. Optimistas, llenos de energía y buenos valores. Preferencia por trabajar en equipos, a diferencia de la generación pasada la cual se consideraba más individual. También se le han atribuido cualidades negativas como son la pereza e irresponsabilidad. Estas mismas han sido refutadas con estudios en los que destacan la forma de pensar de los ellos y que es lo que buscan; prefieren una vida más relajada y buscar algo que realmente disfruten, buscan más un propósito que una vida de trabajo. Sin embargo los *millennials* al ser un grupo tan extenso y al haber crecido en un mundo globalizado, tienen cierto grado

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

de influencia de las generaciones pasadas, no solamente de los X, también de los *Boomers*.

Finalmente, los más jóvenes que se pueden encontrar en el 2016, son los Z; los cuales también son conocidos por una serie de nombres como, *Homelanders* (Strauss, W. Howe, N. 1992. *Generations*), *Founders*, *iGen*, *Plurals*, *Post*, *ReGen*, entre otros. Strauss y Howe marcan el inicio de los Z desde el 2005 una vez que los millennials terminan, hasta la fecha. Sin embargo otros autores colocan el inicio de los Z alrededor de los años 1995 hasta la fecha, no existe una marca clara de su inicio. Esta generación se la caracteriza por ser mucho más digital que los *millennials*. No recuerdan una época sin computadoras y *smartphones*. No existe la fidelidad por una marca y al igual que los X, se los conoce por ser muy individuales. Emprendedores y los estudios pueden incluso llegar a quedar en segundo plano al ellos encontrar nuevos mercados donde generaciones pasadas no han explotado completamente como por ejemplo las redes sociales.

El estudio de generaciones se ha convertido en un tema de discusión global y de suma importancia, en especial en el área de trabajo. Es posible encontrar tres tipos de generaciones distintas dentro de una misma área laboral. Los Investigadores invierten tiempo en profundizar en los años del ser humano, es la rivalidad. Las diferencias entre generaciones es un problema tan viejo como lo es las diferencias entre padres e hijos. El principal objetivo de toda investigación, es poder entender cómo funciona cada generación y poder llegar a la solución de coexistencia.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En Ecuador no se ha realizado una investigación a profundidad de este tipo a pesar de que la generación del milenio representa aproximadamente un 48% de la población total del país según el censo realizado en el 2010; con la proyección de población nacional al 2016, también la generación del milenio ocupa alrededor de un 43% de la población total. Los *millennials* son los próximos líderes y es necesario tener información sobre como ellos piensan, su comportamiento, sus valores, entre otros, para mejorar productividad y relaciones interpersonales. Los problemas en la sociedad, en un ambiente laboral o escolar se pueden ver beneficiados al tener conocimiento de cómo se puede trabajar de mejor forma con los del milenio.

Este trabajo de investigación se desea conocer por medio de fuentes primarias y secundarias los rasgos que se pueden encontrar dentro del grupo de los *millennials*. Como se mencionaba con anterioridad, el grupo es bastante extenso y han quedado expuestos a la influencia de otras generaciones. El resultado de la investigación tendrá como propósito conocer a detalle y profundizar en las características distintivas que se encuentran únicamente dentro de los *millennials*, además permitirá clasificarlos en subgrupos.

Objetivos:

General: Identificar los rasgos distintivos dentro del grupo demográfico denominados *millennials* en la ciudad de Guayaquil.

Específicos:

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- Identificar el nivel de influencia, por parte de otras generaciones, que tienen los *millennials* más cercanos a los extremos del grupo.
- Encontrar el año límite en que lo guayaquileños tienen más afinidad a pertenecer al grupo del milenio.
- Clasificar de forma correcta en subgrupos a los integrantes del grupo del milenio.
- Conocer las características principales de otras generaciones.
- Determinar la evolución como personas que tienen los *millennials* mayores al ser comparados con los más jóvenes de la generación.

Marco Teórico

Las generaciones llevan consigo un apodo, que por lo general resume la principal característica que identifica a todos aquellos que pertenecen al grupo. Probablemente la persona a la que se le debería atribuir la idea de comenzar esta tendencia es GertrudeStein, quien fue la primera en utilizar el término *LostGeneration* a aquellos nacidos entre 1880 – 1900, los que tuvieron que pasar por la primera guerra mundial. Este término se popularizó por Ernest Hemingway en la epigrafía “*TheSunAlsoRises*”, donde el autor hace referencia a Stein diciendo “*You are all a lostgeneration*” (1926).

Para la primera generación del siglo XIX se le atribuye el honor a los teóricos Strauss y Howe por denominarlos como *G.I. Generation*. Crecieron durante la gran depresión, de ahí su nombre de problema general o problema gubernamental, y

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

pelearon en la segunda guerra mundial. También es conocida como la *Greatestgeneration*.

A los pies de los héroes de guerra de la generación G.I. inicia la *Silentgeneration*. Estos ganaron su nombre gracias a la revista Time, que en 1951 en un ensayo con autor anónimo dijo,

“By comparison with the flaming youth of their fathers & mothers, today’s younger generation is a still, small flame; it does not issue manifestoes, make speeches or carry posters. It has been called the ‘Silent Generation’. But what does the silence mean? What, if anything does it hide?” (Time, 2015).

Los *BabyBoomers*, los cuales obtuvieron su sobrenombre por el Washington Post en 1971; su apodo nació debido al “boom” de nacimientos una vez que los soldados de la segunda guerra mundial regresaron a casa.

La generación X, ganó su fama en el libro de Douglas Coupland llamado “*Generation X: Tales for an accelerated Culture*”. Esta generación también tuvo otro nombre; en 1992 TheAtlantic usó el término de “*Thirteeners*” por los autores Strauss y Howe.

El nombre conocido como millennials, fue determinado en el año 1991, en el libro de *Generations* por Strauss y Howe, además de una media docena de libros también escritos por los dos autores por separado. El nombre fue rápidamente aceptado convirtiendo a Strauss y Howe en expertos sobre el tema.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Teoría generacional

Investigadores han dedicado su vida al estudio de las generaciones, y muchos coinciden en resultados como: que caracteriza a cada generación, cuando empieza, cuando termina, cuál es su visión del mundo, entre otros. Sin embargo una de las teorías más famosas, es la de Strauss y Howe. A estos autores se les atribuye ser los creadores del término “*Millennials*”, además de ser conocidos como aquellos expertos en el tema, quienes conocen a profundidad esta generación.

Strauss y Howe definen a una generación social como la reunión de personas sobre un lapso de tiempo determinado, que puede variar alrededor de unos 20 años. Los miembros forman parte desde el primer año de nacimiento hasta el último. Estas son identificadas por medio de una cohorte de personas que comparte experiencias con eventos históricos, comportamientos, tendencias sociales, entre otros.

Los autores encontraron un patrón, dentro de su libro *Generations* (1992) y explicado con más detalle en su libro *TheFourthTurning*(1997), identifican un ciclo de eras sociales a los que les llaman “*Turnings*” o Cambios. Primero se encuentra el “Alto Cambio” se encuentra a la salida de una crisis social. En segundo lugar se encuentra “Despertar Cambio”, en el momento en que la sociedad se encuentra realizando un progreso. La tercera fase se la llama “Desenredo Cambio”, se la conoce por ser el completo opuesto al Alto, la cual llega después de una crisis. Es una era donde la sociedad se encuentra en pausa, su único deseo es disfrutar de lo que se ha

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

conseguido estando en su máximo potencial. La última fase es “Crisis Cambio”. Una era, como su nombre lo indica, de crisis, económica como social.



Figura 1. Ciclo generacional de Strauss y Howe. *LifeCourseAssociates (2015).*

Los cambios duran aproximadamente 20 años, lo que significa que el ciclo quedaría completo en unos 80 o 90 años. Los autores lo llaman, saeculum, lo que en latín significa “una larga vida humana”. Strauss y Howe afirman que existe una directa relación entre eventos históricos y las personas de distintas generaciones. La forma en como la historia afecta a las personas, luego ellos serán quienes formen la historia al influenciar a la futura generación.

Al mismo ritmo que se genera el ciclo entre crisis y despertares, las cuatro eras también generan cuatro arquetipos. En el libro de *Generations* (1992) Strauss y Howe dan a conocer estos arquetipos como: Profeta, Nómada, Héroe y Artista.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Los profetas nacen después de un tiempo de crisis, se podrían ubicar de igual forma dentro de la era del alto cambio. El ejemplo de la generación hoy en día que personifica al profeta, son los *Baby Boomers* de los 60s. Los nómadas, son aquellos nacidos durante la era del despertar, podemos encontrar el ejemplo en los integrantes de la generación X. Los Héroes son formados durante la era de desenredo donde abunda el pragmatismo, una época donde se busca trabajar en equipo, lleno de energía y optimismo, como se vive hoy en día con la generación del milenio. Finalmente los artistas nacen durante una época de guerra o de gran crisis. El ejemplo de la generación actual de héroes son aquellos los más jóvenes, Gen Z.

	ERA				
	1908–1929 <i>(Unraveling)</i>	1929–1946 <i>(Crisis)</i>	1946–1964 <i>(High)</i>	1964–1984 <i>(Awakening)</i>	1984–2008 <i>(Unraveling)</i>
KEY EVENTS	Four Freedoms World War I Prohibition Scopes Trial	Crash of 1929 New Deal Pearl Harbor D-Day	McCarthyism Levittown Affluent Society Little Rock	Kent State Woodstock Watergate Tax Revolt	Perestroika National Debt Culture Wars Simpson Trial
ENTERING ELDERHOOD (AGE 63–83)	Progressive (Artist) <i>empathic</i>	Missionary (Prophet) <i>wise</i>	Lost (Nomad) <i>tough</i>	G.I. (Hero) <i>hubristic</i>	Silent (Artist) <i>empathic</i>
ENTERING MIDLIFE (AGES 42–62)	Missionary (Prophet) <i>moralistic</i>	Lost (Nomad) <i>pragmatic</i>	G.I. (Hero) <i>powerful</i>	Silent (Artist) <i>indecisive</i>	Boom (Prophet) <i>moralistic</i>
ENTERING YOUNG ADULTHOOD (AGES 21–41)	Lost (Nomad) <i>alienated</i>	G.I. (Hero) <i>heroic</i>	Silent (Artist) <i>sensitive</i>	Boom (Prophet) <i>narcissistic</i>	Gen X (Nomad) <i>alienated</i>
ENTERING CHILDHOOD (AGES 0–20)	G.I. (Hero) <i>protected</i>	Silent (Artist) <i>suffocated</i>	Boom (Prophet) <i>indulged</i>	Gen X (Nomad) <i>abandoned</i>	Millennial (Hero) <i>protected</i>

Figura 2. Generaciones recientes y sus arquetipos. Howe, N. Strauss, W. (1997). *The Fourth Turnings*.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

	ARCHETYPE			
	<i>Hero</i>	<i>Artist</i>	<i>Prophet</i>	<i>Nomad</i>
GENERATIONS	Arthurian Elizabethan Glorious Republican — G.I. Millennial	Humanist Parliamentary Enlightenment Compromise Progressive Silent Homelanders	Reformation Puritan Awakening Transcendental Missionary Boom	Reprisal Cavalier Liberty Gilded Lost Generation X
REPUTATION AS CHILD	good	placid	spirited	bad
COMING OF AGE	empowering	unfulfilling	sanctifying	alienating
PRIMARY FOCUS COMING OF AGE	outer-world	inter- dependency	inner-world	self-sufficiency
YOUNG ADULTHOOD	building	improving	reflecting	competing
TRANSITION IN MIDLIFE	energetic to hubristic	conformist to experimental	detached to judgmental	frenetic to exhausted
LEADERSHIP STYLE ENTERING ELDERHOOD	collegial, expansive	pluralistic, indecisive	righteous, austere	solitary, pragmatic
REPUTATION AS ELDER	powerful	sensitive	wise	tough
TREATMENT AS ELDER	rewarded	liked	respected	abandoned
HOW IT IS NURTURED	tightening	overprotective	relaxing	underprotective
HOW IT NURTURES	relaxing	underprotective	tightening	overprotective
POSITIVE REPUTATION	selfless, rational, competent	caring, open-minded, expert	principled, resolute, creative	savvy, practical, perceptive
NEGATIVE REPUTATION	unreflective, mechanistic, overbold	sentimental, complicating, indecisive	narcissistic, presumptuous, ruthless	unfeeling, uncultured, amoral
ENDOWMENTS	community, affluence, technology	pluralism, expertise, due process	vision, values, religion	liberty, survival, honor

Figura 3. Arquetipos en la historia. Howe, N. Strauss, W. (1997). The Fourth Turnings.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Millennials

En el 2015 Forbes publicó un artículo destacando 10 cualidades que se han recopilado de los *millennials*. Primero, al ser una generación experimentando el mundo globalizado, son altamente influenciados por los medios. La siguiente cualidad es su forma de pensamiento frente a poseer bienes. Estadísticas demuestran que un 71% de los *millennials* en Estados Unidos prefiere comprar un auto en lugar de rentarlo, al mismo tiempo 59% consideran que es mejor pagar arriendo por una casa, que comprar una. Demostrando cierto grado de madurez y responsabilidad al manejar el dinero. Buscan opiniones y referencias antes de comprar algo. Sin embargo no por cualquier medio, es por redes sociales donde se pregunta sobre experiencias ajenas antes de tomar una decisión; blogs o video blogs se han desarrollado teniendo este como uno de sus propósitos. Finalmente, ellos esperan que sus marcas tengan impacto ayudando a la sociedad y medioambiente.

Al grupo de *millennials* se les atribuye los siguientes rasgos:

Economía	<ul style="list-style-type: none">• Sólo 6 de cada 10 <i>Millennials</i> tienen empleos, la mitad son a tiempo parcial. (Universidad de Harvard. 2013).• El 88% de la generación de los <i>millennials</i> son optimistas acerca de encontrar un trabajo. (TIME, revista. 2013).
Valores	<ul style="list-style-type: none">• 81% han donado dinero, bienes o servicios. (Walden University y Harris Interactive. 2013).

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

	<ul style="list-style-type: none"> • En camino de convertirse en la generación más educada en la historia de Estados Unidos. (PewResearch, organización de investigación de tendencias. 2013). • El 61% de la generación de los millennials están preocupados por el estado del mundo y se siente personalmente responsable de hacer una diferencia. (Huffington Post, blog. 2013). • Más tolerante de las razas y grupos que las generaciones anteriores (47% vs. 19%). (Cámara de Comercio de Estados Unidos. 2013).
<p style="text-align: center;">Como Empleados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para el próximo año, la generación del milenio representarán el 36% de la población activa y EE.UU. en 2025, que representarán el 75% de los lugares de trabajo global. (US. Bureau of Labor Statistics. 2013). • 84% dice que ayudar a hacer una diferencia positiva en el mundo es más importante que el reconocimiento profesional. (Universidad de Bentley. 2013). • Tienen aproximadamente el mismo nivel de compromiso en una organización que los <i>boomers</i> y la Gen X. (PewResearch, organización de investigación de tendencias. 2013). • 70% han agregado como amigos a sus gerentes y/o compañeros de trabajo en Facebook. (TIME, revista. 2013)

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

	<ul style="list-style-type: none"> • 15% de los <i>millennials</i> ya posee cargo de administradores. (MillennialBranding/PayScale, organización de investigación. 2013). • 69% cree que la asistencia regular a la oficina es innecesaria. (Cisco. 2013).
<p style="text-align: center;">Como Consumidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 63% está siempre informado sobre marcas a través de las redes sociales. (Ipsos, blog. 2013). • 48% de los <i>Millennials</i> dicen que su principal motivación para comprar es por las referencias de boca en boca, más no por los anuncios en televisión. (Intrepid, blog. 2013). • 84% afirman que el contenido generado por usuarios en los sitios web de la empresa influye en su momento de comprar. (Bazaarvoice, blog. 2013).

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

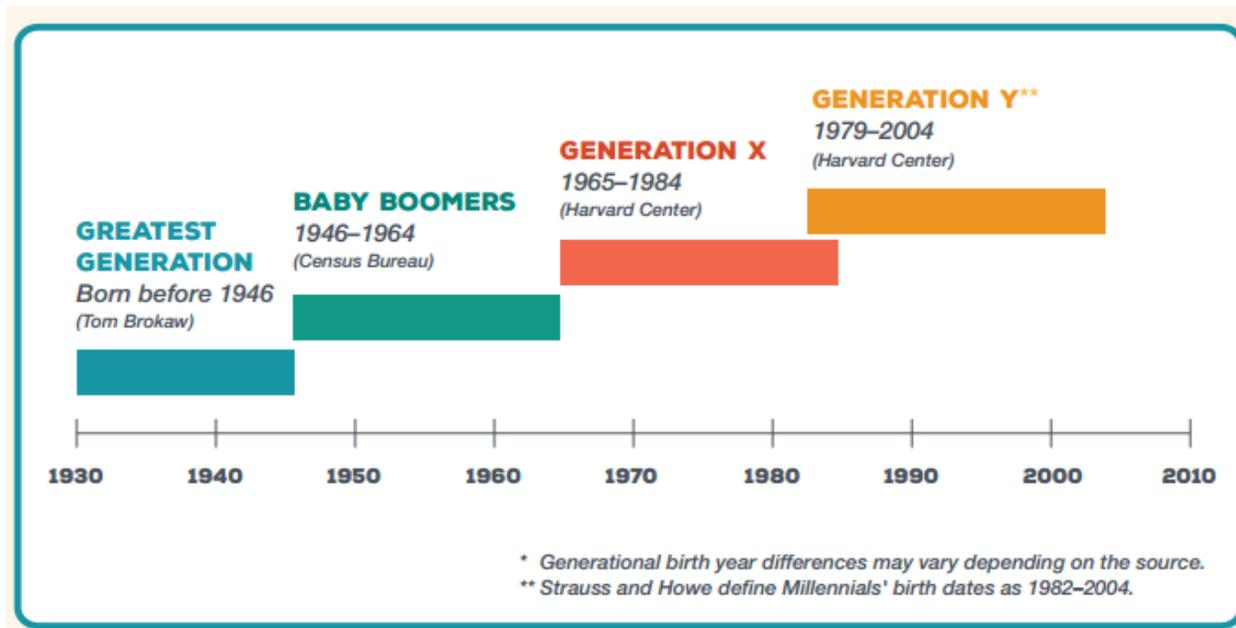


Figura 4. Generaciones a través de la historia. Consejo Mundial de Cooperativa de Ahorro y Crédito (2016).

No se puede ignorar el resto de teorías realizadas por investigaciones en donde colocan distintos límites para la generación X, Y o Z. Como se puede observar existe una clara discrepancia en marcar los límites, por lo que al momento de definir correctamente la generación de los *millennials* hay que tener cuidado con los extremos, los cuales podrían estar influenciados por la generación previa o posterior.

A la Gen X y Z se les atribuyen los siguientes rasgos:

Economía	<ul style="list-style-type: none"> • El 65% de la Gen X están trabajando actualmente a tiempo completo. (MetLife, compañía de seguros. 2013). • Solamente dos tercios informaron estar "satisfechos" o "muy
----------	---

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

	<p>satisfechos" con su vida. (American Express articles. 2013).</p> <ul style="list-style-type: none"> • 54% planean trabajar más allá de los 65 años o no tiene intención de retirarse. (Transamerica, centro de estudios de retiro. 2013)
Valores	<ul style="list-style-type: none"> • 50% de la Gen X dicen que proveer para los costos de la universidad de sus hijos es un objetivo primordial. (American Express articles. 2013).
Como Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Casi una cuarta parte han estado con el mismo empleador durante quince años o más. (MetLife, compañía de seguros. 2013). • El 74% de la Gen X acuerdo con la afirmación "el trabajo duro es la clave para salir adelante." (ReadersDisgest, blog. 2013). • 70 % prefiere trabajar de forma independiente. (Harvard businessreview. 2013).
Como consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • 82% son los dueños de una casa. (MetLife, compañía de seguros. 2013). • Los productos que compran más en línea son los libros (38%), prendas de vestir y accesorios (33%), entradas para eventos (26%), y DVDs(20%). (ForresterResearch, revista. 2013). • 62% lee periódicos, el 48% escucha la radio y lee revistas, y el 45% consume regularmente la programación de televisión en línea. (ForresterResearch, revista. 2013).

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

	<ul style="list-style-type: none"> • 85% que usan internet todavía prefieren ver sus programas favoritos en la televisión. (EMarketer, blog. 2013).
--	--

De igual forma se listan los datos estadísticos obtenidos por describiendo a la generación Z. Cabe recalcar que para esta investigación se está tomando como una de las principales fuentes para delimitar a la generación Z a *The Center forGenerationalKinetics* los cuales en su investigación concluyen que la generación Z debería tener su año de inicio en 1996. Sostienen este punto que el último gran acontecimiento por el que los millennials pasaron fue el atentado del 9/11 en New York, aquellos muy jóvenes no tienen memoria del evento, por consecuencia deberían estar en la siguiente generación.

Economía	<ul style="list-style-type: none"> • 77% creen que tendrán que trabajar más duro en comparación con los de generaciones anteriores para tener una vida profesional satisfactoria. (Robert Half, blog. 2013).
Valores	<ul style="list-style-type: none"> • 77% de la Gen Z estan muy interesados en ser voluntarios para adquirir experiencia de trabajo. (MillennialBranding/Internships, organización de investigación. 2013). • El 79% presenta síntomas de angustia emocional cuando se mantienen lejos de sus dispositivos electrónicos personales. (Universidad de Maryland. 2013).

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

	<ul style="list-style-type: none"> • 90% estarían molestos si tuvieran que renunciar a su conexión a Internet. (JWT, compañía de investigación. 2013).
Como Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Gen Z encuestados dicen que prefieren las comunicaciones personales con sus jefes (51%), a diferencia de correo electrónico (16%) o la mensajería instantánea (11%). (MillennialBranding/Randstad, organización de investigación. 2013). • 34% están más motivados por las oportunidades de progreso, seguido por más dinero (27%) y un trabajo significativo (23%). (MillennialBranding/Randstad, organización de investigación. 2013). • 60% quieren tener un impacto en el mundo con sus puestos de trabajo. (TIME, revista. 2013).
Como Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • 55% de la Gen Z prefiere comprar ropa en línea y el 53% prefiere comprar libros en línea. (JWT, compañía de investigación. 2013). • 43% dijo que su familia influye en sus decisiones de compra, en segundo lugar están sus amistades (35%), amigos de amigos (23%) y las celebridades (10%). (JWT, compañía de investigación. 2013).

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Como Estudiantes	<ul style="list-style-type: none">• 85% hacen uso de la investigación en línea y el 33% toma lecciones online para educarse a sí mismos. (JWT, compañía de investigación. 2013).• 52% hacen uso de YouTube u otras redes sociales para un trabajo de investigación escolar. (PewResearch, organización de investigación de tendencias. 2013).• 76% creen que sus experiencias en línea le ayudará a alcanzar sus objetivos. (TIME, revista. 2013).
---------------------	--

Teoría de la adolescencia prologada

El profesor Laurence Steinberg, experto en el desarrollo del cerebro adolescente, diseña un término que se aplica a *millennials*, al cual él denomina “Adolescencia prolongada”. En resumen se puede definir este como una tendencia a posponer la responsabilidad de la adultez. Pueden existir múltiples causas o excusas para que se de este fenómeno, sin embargo es algo de lo que sufren la mayoría de *millennials* hoy en día.

A pesar de tener mayor conocimiento de cómo funciona el mundo, los jóvenes siguen siendo dependientes de otras fuentes, como familiares. El no dar el siguiente paso en sentar cabeza, permite que el ser humano se mantenga en un estado de adolescencia prolongada. Steinberg explica que este estado no es puramente negativo, según el profesor sus estudios demuestran que muchos de estos pueden llegar a tener niveles

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

altos de IQ debido a que su cerebro se encuentra en constante aprendizaje, siempre buscando por nuevas experiencias.

Metodología

Para el presente estudio se realizó un estudio exploratorio y concluyente. La investigación exploratoria estuvo compuesta por sondeos y entrevistas. El tipo de investigación será cuantitativa, por lo que se ha decidido realizar una encuesta en la ciudad de Guayaquil.

Se decidió realizar dos sondeos para delimitar nuestro grupo objetivo. El mismo estuvo diseñado para evaluar el nivel de influencia por parte de las generaciones (anterior y posterior) poseen. El segundo tuvo como fin determinar el año límite en que todavía tienen mayor afinidad a los *millennials*, de esa forma poder incluirlos dentro del rango a considerar para la investigación concluyente.

Se prosigue realizando una entrevista sobre qué forma sería la más adecuada para clasificar a los *millennials*. Los psicólogos nos ayudaron a comprender de qué método sería más conveniente separarlos e identificar esos rasgos distintos que poseen.

Finalmente, reuniendo la información obtenida en la investigación exploratoria, se realiza una encuesta aleatoria con el propósito de identificar aquellos rasgos que diferencian unos *millennials* de otros.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Definición de la población

La población que se ha tomado en consideración para la presente investigación se concentra en la ciudad de Guayaquil. De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC), la población en la ciudad de Guayaquil proyectada al año 2016 es:

	Año 2016
Guayaquil	2.617.349

Tabla 1. Población Guayaquil año 2016. INEC.

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

Definición de la muestra

Para establecer la cantidad de encuestas que se deben realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza de 95%, y un nivel de error del 5%.

Debido a que no existen datos estadísticos de estudios anteriores realizados, se ha decidido utilizar la siguiente fórmula, para calcular el tamaño de la muestra, tomando en cuenta que la población con la que se cuenta es infinita:

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{D^2}$$

En la que:

n = el tamaño de la muestra.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

D = Margen de error permisible

Según la Tabla Z, el valor asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96. El margen de error máximo en esta investigación será de 5%.

$$n = 3.095.814$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$$D = 0,05$$

Reemplazando los datos en la fórmula, se obtiene como resultado:

$$n = \frac{(1,96^2)(0,50)(0,50)}{(0,05^2)}$$

$$n = 384,16$$

Por tanto, se concluye que se deben realizar alrededor de 400 encuestas en la ciudad de Guayaquil, de forma que se garantiza que los resultados que se obtengan de la investigación sean representativos de la población.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Exploratorio

a) Sondeo 1

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

El primer sondeo tuvo como finalidad evaluar el nivel de influencia que tenían los extremos de grupo del milenio, que porcentaje de inclinación tenían con relación a cada generación. Se lo realizó en aquellos nacidos entre 1982 – 1986, mediante un cuadro comparativo entre los millennials y los Gen X; y aquellos nacidos entre 1996 – 2004, mediante un cuadro comparativo entre los millennials y los Gen Z.

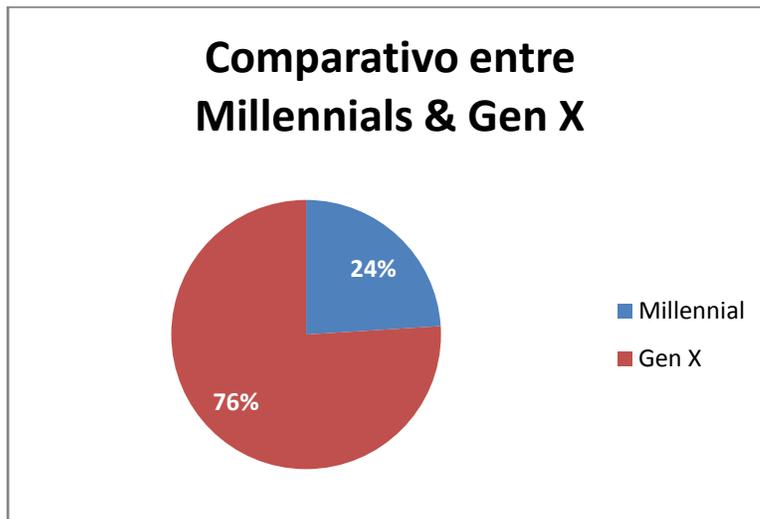


Figura5. Comparativo entre Millennials y Gen X. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados del primer sondeo.

Aquellos con edades de 30 a 34 años, tienen cualidades de *millennials*, sin embargo poseen un 76% de mayor inclinación a pertenecer a la generación X.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

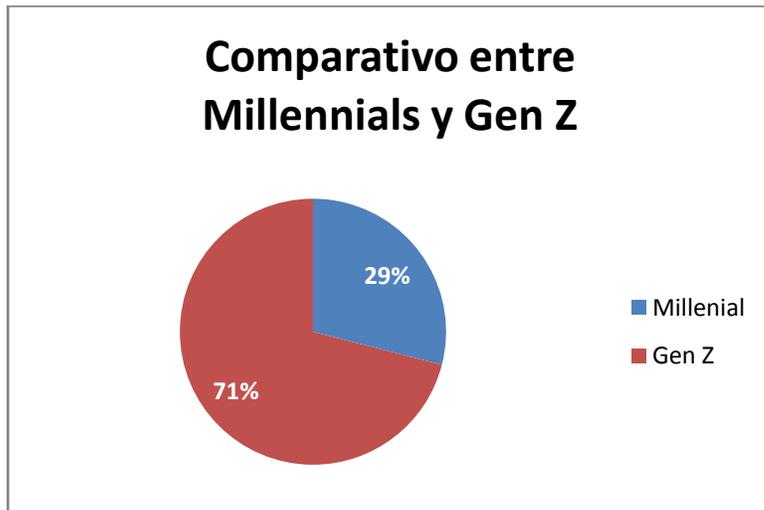


Figura6. Comparativo entre Millennials y Gen X. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados del primer sondeo.

Aquellos con edades entre 12 a 21 años tienen un 71% de mayor inclinación a pertenecer al grupo de los Gen Z. A pesar que Strauss y Howe hayan dictado que por edad aquellos entre 1996 y 2004 pertenecen a la generación del milenio, estos parecen tener una mayor afinidad con las cualidades de la siguiente generación.

b) Sondeo 2

El segundo sondeo tuvo como finalidad evaluar el nivel de pureza que se tiene con relación a los *millennials*.

Años	% Pureza
1982	20%
1983	31%
1984	37%
1985	60%
1986	64%

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Tabla 2. *Determinación de pureza, Millennials vs Gen X. Elaborado por autor mediante los resultados del segundo sondeo.*

Se determinó que aquellos nacidos en 1986 y 1987 poseen un nivel de pureza del 64% y 60% respectivamente. Los mencionados también deberían ser tomados en cuenta al momento de realizar la investigación concluyente, pues se demostró que tienen un nivel mayor al 50% de pureza al ser un millennial.

Años	% Pureza
1996	70%
1997	54%
1998	50%
1999	52%
2000	45%
2001	25%
2002	17%
2003	20%
2004	17%

Tabla 3. *Determinación de pureza, Millennials vs Gen X. Elaborado por autor mediante los resultados del segundo sondeo.*

De igual forma se determinó que aquellos nacidos entre 1996 y 1999 poseen un porcentaje mayor al 50% de pureza al ser *millennial*, por lo tanto se los contará al momento de realizar la investigación concluyente. Aquellos nacidos en 1996 mostraron tener un 70% de pureza, los de 1997 un 54%, los de 1998 un 50% y los de 1999 un 52% de pureza.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Concluyente

Para la investigación concluyente, buscó clasificar los *millennials* en aquellos que se mantienen en una adolescencia prolongada y aquellos que no. La entrevista a dos psicólogos ayudó a obtener los requisitos que deben cumplir para estar en cada grupo. Dentro de las características se encuentran el poder adquisitivo que poseen, lo suficiente para tener independencia económica. El punto de vista frente a problemas sociales, si realmente están comprometidos a realizar un cambio o no. Pensamiento frente a las relaciones, si desean continuar buscando múltiples relaciones o sentar cabeza con el compromiso. Finalmente el propósito consigo mismos, que están haciendo para alcanzar sus objetivos de vida.

Autofinanciación: Es usted una persona solvente y autofinanciada. No es necesario tener un hogar independiente, sin embargo es usted una persona que maneja sus propios ingresos, no dependiendo de otros familiares para cubrir sus gastos y deudas (comida, ropa, estudios, etc)?

(99 respuestas)

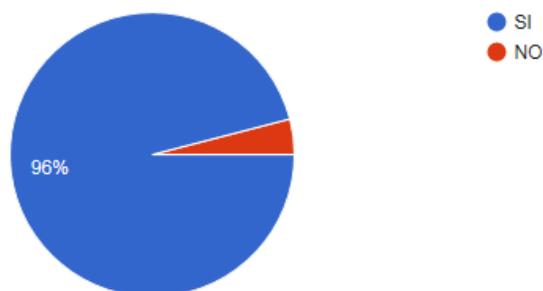


Figura 7. Pregunta 1. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

El 96% de los nacidos entre 1985-1988 respondieron afirmativamente a tener total control sobre sus finanzas.

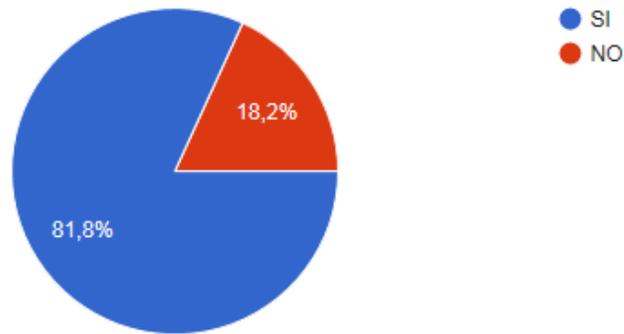


Figura8. *Pregunta 1. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.*

El 82% de los nacidos entre 1989-1992 afirmaron que han llegado al punto de la independencia

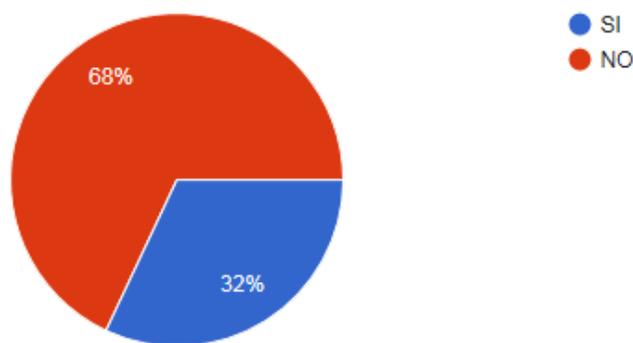


Figura9. *Pregunta 1. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.*

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Solamente el 32% de los nacidos entre 1993-1996 confirmaron el ser independientes económicamente.

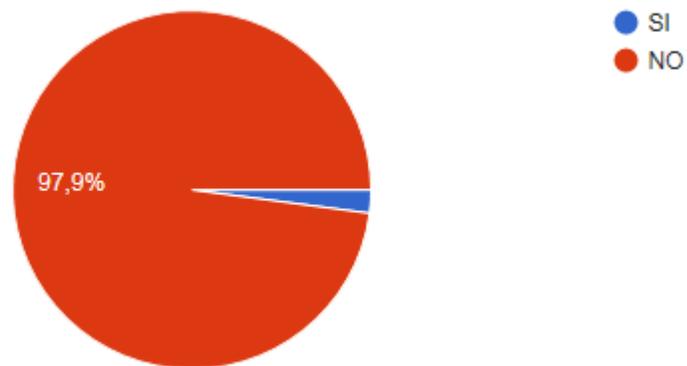


Figura10. *Pregunta 1. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.*

El 98% de los nacidos entre 1997-1999 confirman que todavía se encuentran dependientes de otros.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Relaciones personales: Al momento de manejar las relaciones personales, existen dos tendencias, el deseo de formar una familia o aquellos que buscan complementarse en diversidad de relaciones. Se encuentra al momento formando una familia, o con intenciones de compromiso?

(99 respuestas)

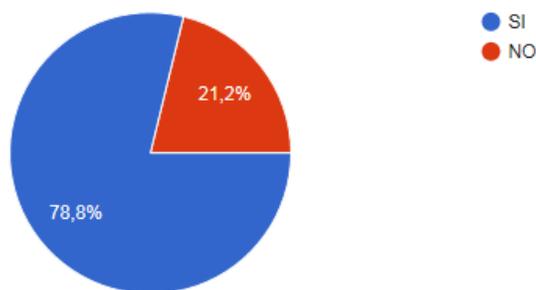


Figura 11. Pregunta 3. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

El 79% de los nacidos entre 1985-1988 se encuentra o formando una familia o con intenciones de.

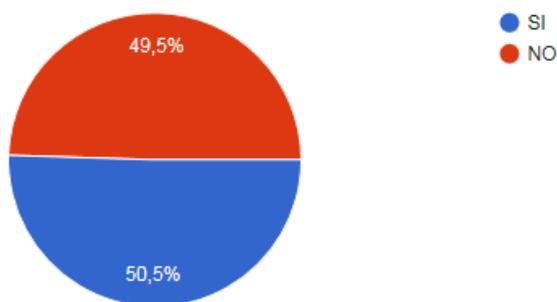


Figura 12. Pregunta 3. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

Se observa como 51% de los nacidos entre 1989-1992 están buscando el compromiso.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

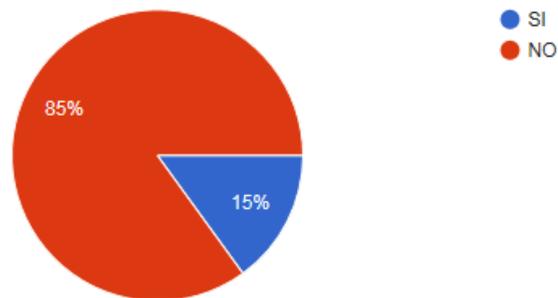


Figura 13. Pregunta 3. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

Al momento solamente el 15% de los nacidos entre 1993-1996 desean comprometerse con una relación personal.

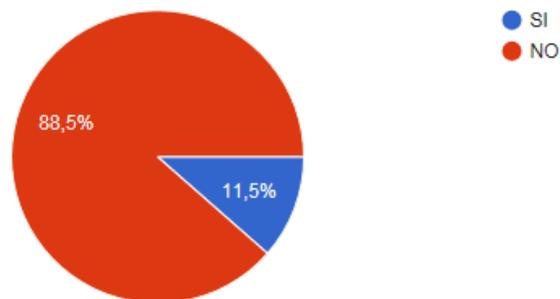


Figura 14. Pregunta 3. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

El 12% de los nacidos entre 1997-1999 buscan a futuro el compromiso en lugar de múltiples relaciones.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Propósito de metas y cumplimiento de expectativas: La independencia personal no solamente es monetaria, también incluye el compromiso con uno mismo para seguir trabajando por las metas propuestas en su vida. Cada acción que se toma debería ser evaluada cuidadosamente para que nos acerque un poco más a aquella meta, y de esa forma estar satisfecho con el trabajo. Al momento usted se encuentra trabajando por ese propósito? Si la respuesta es "NO" termina la encuesta

(99 respuestas)

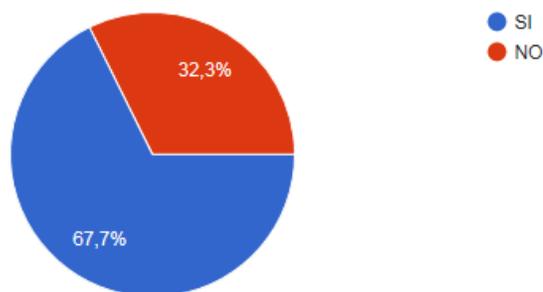


Figura 15. Pregunta 4. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

El 68% de los nacidos entre 1985-1988 se encuentra trabajando para alcanzar su meta de vida, o ya la alcanzó.

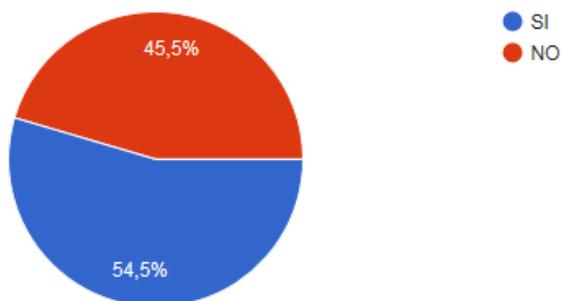


Figura 16. Pregunta 4. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

Se observa como 55% de los nacidos entre 1989-1992 se encuentra trabajando para alcanzar su meta o ya la ha conseguido.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

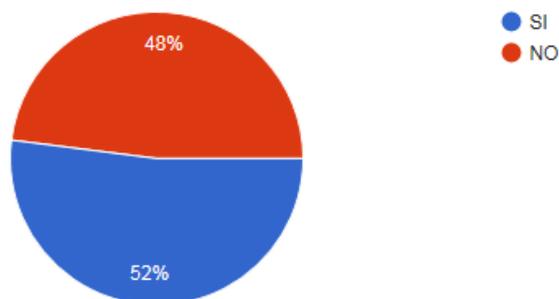


Figura17. Pregunta 4. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

El 52% de los nacidos entre 1993-1996 se encuentra haciendo méritos para alcanzar su propósito de vida.

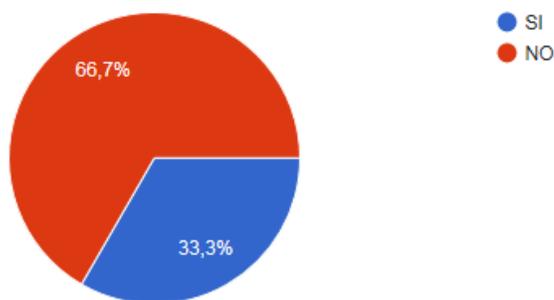


Figura18. Pregunta 4. Elaborado por el autor mediante el uso de resultados de la encuesta sobre adolescencia prolongada.

Solo el 33% de los nacidos entre 1997-1999 se encuentra buscando su meta de vida.

CONCLUSIONES

Se concluye que los *millennials* se dividen por su lógica, la cual se encuentra directamente relacionada con la edad. Las diferencias dentro de este grupo se debe a un fenómeno llamado adolescencia prolongada. Aquellos fuera de éste cuentan con

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

las características de haber alcanzado independencia económica, tener más conciencia y deseo de ser la solución a los problemas sociales actuales, buscar el compromiso con una relación personal y estar enfocados en alcanzar o mantener sus metas de vida. La razón por la que no se agrupa por edades es porque existe la posibilidad de que un *millennial* en sus 28 años todavía se encuentre encerrado en la adolescencia pero al mismo tiempo uno menor de 21 años puede que haya salido de ella.

Alrededor de un 80% de aquellos que nacieron antes de 1993 parecen haber salido de la adolescencia prolongada. Perciben el mundo de forma distinta, alcanzaron su independencia y no son enteramente iguales a los *millennials* que nacieron después del 93, aspiran formar una familia y desean tomar acción para cambiar la sociedad. Se puede observar como conforme van creciendo, aspectos de su vida cambian, acercándolos más hacia la madurez. Incluso los jóvenes de 20 años de hoy, un 48% todavía no se encuentra enfocado en su objetivo de vida, están lejos de su independencia económica y se percibe que buscan más relaciones personales antes de sentar cabeza.

Se recomienda realizar una investigación a nivel nacional. Profundizar en estos rasgos y llegar a desarrollar más subgrupos que permitan entender con facilidad lo que buscan los *millennials* en el Ecuador. Esta investigación puede tener como finalidad encontrar métodos para dar solución a problemas de coexistencia entre generaciones y entre *millennials* en un área laboral, mejorar el trabajo en equipo.

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

Bibliografía

- Sanburn, J. (2015). *How every generation of the last century got their nickname*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://time.com/4131982/generations-names-millennials-founders/>.
- Strauss, W. Howe, N. (1997). *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. New York: Broadway Books.
- Pew Research Center. (2015.). *The ways and how of generation research*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.people-press.org/2015/09/03/the-whys-and-hows-of-generations-research/>.
- Pew Research Center. (19 de Marzo de 2015.). *Comparing Millennials to other generations*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.pewsocialtrends.org/2015/03/19/comparing-millennials-to-other-generations/>
- Howe, N. (27 de Octubre de 2014). *Introducing the Homeland Generation*. Forbes. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=http://www.forbes.com/sites/neilhowe/2014/10/27/introducing-the-homeland-generation-part-1-of-2/&refURL=&referrer=>
- Howe, N. Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's future, 1584 - 2069*. New York: William Morrow & Company.
- Howe, N. Strauss, W. (1993). *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?*. New York: Vintage Books.
- Smith, C. (11 de Agosto de 2016). *By the Number: 98 Important Millennials Statistics*. DMR. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://expandedramblings.com/index.php/millennial-statistics-for-marketers/>
- Howe, N. Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Howe, N. Strauss, W. (2007). *Millennials & K-12 Schools: Educational strategies for a new generation*. Great Falls: LifeCourse Associates.
- Schawbel, D. (20 de Enero de 2015). *10 New Findings about the Millennials consumer*. Forbes. Recuperado el 15 de Agosto de:

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

<http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2015/01/20/10-new-findings-about-the-millennial-consumer/2/#42d7e8e242b8>

- Howe, N. Strauss, W. (2008). *Millennials go to College: Strategies for a new generation on campus (2nd ed)*. Great Falls: LifeCourse Associates.
- Novak, J. (2016). *The Six living Generations in America*. University of Phoenix. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.marketingteacher.com/the-six-living-generations-in-america/>.
- Schawbel, D. (25 de Junio de 2013). *74 Of The Most Interesting Facts About Millennials*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://danschawbel.com/blog/74-of-the-most-interesting-facts-about-the-millennial-generation/>.
- Schawbel, D. (17 de Julio de 2014). *51 Of The Most Interesting Facts About Generation Z*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://danschawbel.com/blog/39-of-the-most-interesting-facts-about-generation-z/>
- Schawbel, D. (26 de Julio de 2015). *44 Of The Most Interesting Facts About Generation X*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://danschawbel.com/blog/44-of-the-most-interesting-facts-about-generation-x/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Resultados del censo 2010. *Fasículo provincial Guayas*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Life Course Associates (2011). Consulting company built on the generational discoveries of Niel Howe and Williams Strauss. *Generational Archetypes*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.lifecourse.com/about/method/generational-archetypes.html>
- Life Course Associates (2011). Consulting company built on the generational discoveries of Niel Howe and Williams Strauss. *Why Generations matter*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.lifecourse.com/services/generations-in-the-workforce/white-paper/>
- Life Course Associates (2011). Consulting company built on the generational discoveries of Niel Howe and Williams Strauss. *The Four Turnings*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.lifecourse.com/about/method/the-four-turnings.html>

DETERMINACIÓN DE RASGOS DISTINTIVOS DENTRO DEL GRUPO
DEMOGRÁFICO DENOMINADO LOS MILLENNIALS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

- The Center for Generational Kinetics. (2016). *Questions & Answers*. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://genhq.com/faq-info-about-generations/>
- Bump, P. (13 de Marzo de 2014). *Here is When each Generation begins and end, according to facts*. The Atlantic. Recuperado el 15 de Agosto de: <http://www.theatlantic.com/national/archive/2014/03/here-is-when-each-generation-begins-and-ends-according-to-facts/359589/>
- Steinberg, L. (2014). *Age of Opportunity: Lessons from the new science of adolescence*. New York: Eamon Dolan Book.
- Steinberg, L. Greenberger, E. (1988). *When Teenagers work: The psychological and social costs of adolescent employment*. New York: Perseus Book Group.
- Steinberg, L. Lerner, R, M. (2009). *HandBook of Adolescent Psychology*. New Jersey: John Wiley & Sons.