

EL TEMA

**Jóvenes: nuevos hábitos de consumo**

## EL TEMA

En este número de la Revista de Estudios de Juventud del INJUVE, abordamos los cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo de nuestros jóvenes mediante un estudio pormenorizado de determinados aspectos concretos, tales como, el consumo ético, las plataformas, la educación, la movilidad del talento o la inversión socialmente responsable. Asimismo, analizamos fenómenos recientes como la aparición de la figura del prosumidor o la figura de los *influencers*. Por último, ponemos el foco en determinados ámbitos como el del talento o el de Blockchain, ámbitos que por su especial naturaleza presentan retos importantes para el futuro de nuestros jóvenes.

INTRODUCCIÓN

**Jóvenes: nuevos hábitos de consumo**



Este número de la Revista de Estudios de Juventud del INJUVE pone de manifiesto que ha tenido de impacto la digitalización de la economía en la forma de consumir que tienen los jóvenes españoles. A lo largo de los nueve artículos que comprende este monográfico se abordan distintos aspectos de consumo y en todos de ellos la tecnología juega un papel clave. La tecnología no sólo ha cambiado la forma que tienen nuestros jóvenes de consumir determinados productos y servicios, sino que además ha creado nuevas industrias que a muchos nos parecían totalmente inimaginables hace tan sólo 15 años.

Las nuevas generaciones *millennial* y la generación Z tienen características no muy distintas de las generaciones anteriores. No obstante, cuentan con un poderoso aliado que determina que sus inquietudes, capacidades y apetitos afecten a la sociedad de una forma mucho más acusada que en tiempos pasados. Nunca antes los jóvenes habían viajado tanto como viajan ahora, nunca antes habían tenido tanto poder de influenciar a otros jóvenes a través de canales como las redes sociales, nunca antes habían tenido acceso a tecnologías como la de los smartphones a través de las cuales pueden invertir en bolsa, utilizar plataformas o encontrar el trabajo que ellos deseen.

La revista comienza con un artículo que analiza la cuestión de la movilidad del talento. En este artículo he querido explicar este fenómeno que ha cobrado un intenso protagonismo en los últimos años a raíz del debate originado por la denominada fuga de talentos. En él aprovecho para poner de manifiesto que el joven con talento se está convirtiendo en el “consumidor” de la compañía donde acaba prestando sus servicios puesto que la guerra por el talento se ha recrudecido en los últimos años como detallo en el artículo. A continuación, se estudia el fenómeno de las redes sociales como herramienta de aprendizaje para los más jóvenes y como el fenómeno de las redes sociales está cambiando la forma en la que nuestros jóvenes aprenden, interactúan y desarrollan sus habilidades socioemocionales a través de las mismas. Es muy interesante la forma en que el autor ha analizado las competencias que proporciona el sistema educativo reglado y las que proporciona el aprendizaje a través de las redes sociales.

En el siguiente artículo el turismo y la forma de vivirlo y las motivaciones que llevan a viajar a nuestros jóvenes son objeto de análisis. El papel de la tecnología en este caso juega un papel muy relevante al igual que el papel de las plataformas que permiten a nuestros jóvenes viajar de forma mucho más rica y variada. Precisamente, el papel que tienen las plataformas es objeto de un artículo específico donde se aborda la evolución de las mismas, la variedad de plataformas existente y, como consecuencia de las mismas, la aparición de la economía colaborativa y el papel protagonista de los jóvenes en este nuevo fenómeno que está llamado a revolucionar la economía mundial.

La revolución de la economía mundial pasa por la aparición de nuevas industrias y por el hecho de que consumimos contenidos de forma muy

diferente. La industria audiovisual está sufriendo un verdadero cambio como consecuencia del fenómeno de los *influencers*. La evolución de este fenómeno en España y cómo el mismo se ha propagado a través de las distintas plataformas es analizado en un artículo específico que describe un mundo totalmente nuevo y desconocido para muchos de nosotros y donde nuestros jóvenes son los protagonistas y los principales consumidores.

Otro aspecto que cubre este monográfico es el de la sensibilidad social de los jóvenes españoles es muy alta, la misma aparece en muchos de los artículos que contiene este monográfico y también tiene un artículo dedicado donde, una vez más, la tecnología cobra un papel protagonista. Esta sensibilidad social se puede canalizar de muchas maneras, una que hemos querido incorporar en forma de artículo en este número es la de la Inversión Socialmente Responsable (ISR) y cómo esta nueva forma de invertir está provocando que poco a poco la industria financiera esté diseñando nuevos productos financieros que den respuesta a las inquietudes de los jóvenes españoles.

A continuación, abordamos el papel de la ética en el consumo. Para ello el trabajo que se ocupa de esta cuestión ha realizado una exploración de los hábitos de consumo de la juventud universitaria con enfoque particular en lo que se refiere a la protección animal. El estudio arroja conclusiones interesantes, como el hecho de que las mujeres muestran un comportamiento más pro-animista en sus pautas de consumo o el hecho de que el consumo ético se asocie a determinadas adscripciones políticas o religiosas.

El monográfico finaliza con el estudio de un fenómeno que por lo novedoso del mismo aún tiene muy poca penetración en los hábitos de consumo de los jóvenes, nos referimos a Blockchain. Precisamente por ser una tecnología novedosa, como lo fue internet en los años 90, hemos querido concluir con un breve estudio del potencial de esta tecnología y cómo ya está afectando, no sólo a la forma de consumir que tienen los jóvenes, sino a la estrategia de muchas grandes compañías y países.

Este número de la Revista de Estudios del INJUVE pone de manifiesto con multitud de datos el altísimo impacto que la tecnología está teniendo en el consumo y cómo dicha tecnología está modificando todo tipo de conductas, desde el hecho de buscar el puesto de trabajo ideal hasta canalizar las inquietudes sociales o consumir contenidos. Por último, es importante destacar que, precisamente la tecnología, está produciendo un fenómeno nuevo en el consumo, éste está dejando de ser unidireccional, y así encontramos que la gran mayoría de los artículos se habla de la figura del “prosumidor”, el consumidor-productor, donde la persona que consume un servicio o un producto también puede prestarlo. El consumo está cambiando y el factor tecnológico unido a unos jóvenes que nacen en un entorno totalmente digitalizado nos augura muchos cambios que resultan difíciles de prever. En esta edición hemos querido trasladar al lector una visión de cómo están cambiando los hábitos de consumo y cómo hay nuevos elementos que hacen que nos debamos replantear muchas cosas en esta materia.

**Francisco Martínez Delgado**  
**Director de Celera**