

Reporte de Lectura

Tema: Generaciones de consumo.	Motivación
--------------------------------	------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Google</i>
Palabras claves.	
Referencia APA.	
Kasasa. (2025). Explicación de los baby boomers, la generación X, la generación Y, la generación Z, la generación A y la generación B. Kasasa. https://www.kasasa.com/exchange/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z	

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Texto (literal con número de página)
Baby boomers 1. Los baby boomers son los mayores consumidores de medios tradicionales como televisión, radio, revistas y periódicos. A pesar de ser tan tradicionales, el 91% de los baby boomers tiene una cuenta de Facebook. Esta generación ha comenzado a adoptar más tecnología para mantenerse en contacto con familiares y reencontrarse con viejos amigos. 2. Los baby boomers prefieren acudir a una sucursal para realizar transacciones. Esta generación aún prefiere usar efectivo, especialmente para compras inferiores a \$5.

Reporte de Lectura

3. Acontecimientos que marcaron la época: el optimismo posterior a la Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría y el movimiento hippie.
4. Esta generación está experimentando el mayor crecimiento en deuda estudiantil. Si bien esto puede parecer contradictorio, se explica por el hecho de que esta generación es la que posee mayor riqueza y busca ayudar a sus hijos con su deuda estudiantil. Creen que deben cuidar de sus hijos lo suficiente como para encaminarlos hacia el futuro y no planean dejarles herencia. Con más estadounidenses agotando sus fondos de jubilación, pensiones en declive y la seguridad social en riesgo, asegurar una jubilación exitosa es una gran preocupación para los baby boomers.

Generación X

5. Consumo de medios: La generación X aún lee periódicos y revistas, escucha la radio y ve televisión (unas 165 horas de televisión al mes). Sin embargo, también son expertos en medios digitales y pasan aproximadamente 7 horas semanales en Facebook (la mayor cantidad de cualquier generación).
6. Hábitos bancarios: Dado su dominio de la tecnología digital, la Generación X realiza investigaciones y gestión financiera en línea, pero aún prefiere realizar transacciones en persona. Creen que la banca es un negocio personal y demuestran lealtad a la marca.
7. Acontecimientos clave: el fin de la guerra fría, el auge de la informática personal y la sensación de estar perdido entre dos grandes generaciones.
8. ¿Qué sigue en el horizonte financiero de la Generación X?: La Generación X está tratando de criar una familia, saldar sus deudas estudiantiles y cuidar de sus padres mayores. Estas exigencias ejercen una gran presión sobre sus recursos. El miembro promedio de la Generación X tiene una deuda de \$142,000, aunque la mayor parte corresponde a su hipoteca. Buscan reducir su deuda mientras construyen un plan de ahorro estable para el futuro.

Milennials

9. Consumo de medios: La mayoría de los millennials aún ven televisión, pero Netflix supera al cable tradicional como proveedor preferido. La opción más popular es abandonar el cable y optar por los servicios de streaming. Esta generación se siente muy cómoda con los dispositivos móviles, pero el 36 % optaría por usar una laptop para realizar compras en línea de \$150 o más. Suelen tener varias cuentas en redes

Reporte de Lectura

sociales.

10. Hábitos bancarios: Los millennials tienen menos lealtad a las marcas que las generaciones anteriores. Prefieren comprar primero los productos y sus características, y tienen poca paciencia con un servicio ineficiente o deficiente. Por ello, confían en marcas con un historial de productos superior, como Apple y Google. Buscan herramientas digitales que les ayuden a gestionar sus deudas y consideran a sus bancos como transaccionales, no relaciones.
11. Acontecimientos que marcaron la pauta: la Gran Recesión, la explosión tecnológica de Internet y las redes sociales, y el 11 de septiembre.
12. ¿Qué les depara el futuro financiero? Los millennials impulsan la fuerza laboral, pero con enormes deudas estudiantiles. Esto está retrasando compras importantes como bodas y viviendas. Debido a esta inestabilidad financiera, los millennials prefieren el acceso a la propiedad, lo que se refleja en su preferencia por los servicios a la carta. Buscan socios que les guíen en sus grandes compras.

Generación Z

13. Consumo de medios: El promedio de la generación Z recibió su primer teléfono móvil entre los 10 y los 13 años. Muchos crecieron jugando con los teléfonos móviles o tabletas de sus padres. Han crecido en un mundo hiperconectado y el smartphone es su medio de comunicación preferido, pasando unas 4 horas al día en su dispositivo móvil.
14. Hábitos bancarios: Esta generación ha presenciado las dificultades de los millennials y ha adoptado un enfoque fiscal más conservador. Quieren evitar las deudas y valoran las cuentas o servicios que les facilitan este proceso. Las tarjetas de débito encabezan su lista de prioridades, seguidas de la banca móvil.
15. Eventos que marcan la diferencia: los teléfonos inteligentes, las redes sociales, el hecho de no conocer un país que no esté en guerra y ver los problemas financieros de sus padres (Generación X).
16. ¿Qué sigue en el horizonte financiero de la Generación Z? Aprender sobre finanzas personales. Tienen un gran interés en la educación financiera y abren cuentas de ahorro a edades más tempranas que las generaciones anteriores.

Reporte de Lectura

Generación Alpha

17. Consumo de medios: Los miembros de la Generación A se crían en hogares con altavoces y dispositivos inteligentes por todas partes; la tecnología está integrada en los artículos cotidianos. Muchos de ellos asistieron a la escuela virtualmente debido a la pandemia mundial y se están inclinando por el aprendizaje en línea con programas como Khan Academy, Prodigy e IXL. Muchos incluso han tenido presencia digital desde antes de nacer, ya que sus padres millennials crearon perfiles en redes sociales para sus hijos.
18. Hábitos bancarios: Aunque algunos de los Alfás más antiguos tengan cuentas como Greenlight, no tienen hábitos bancarios definidos. Son nativos digitales que esperan experiencias de consumo totalmente integradas y personalizadas. Según los datos actuales, parece que los Alfás serán una de las generaciones con mayor nivel educativo y riqueza. No está claro si sus hábitos bancarios estarán influenciados por sus padres (por ejemplo, "Mis padres operan aquí, yo también ") o por otros factores.
19. Eventos que marcan el futuro: pandemia mundial, movimiento por la justicia social, política de la era Trump y Brexit.
20. ¿Qué sigue en el horizonte financiero de la Generación Alfa? Como nativos digitales que ven el mundo a través de una colección de pantallas, los Alfa estarán aún más desconectados de la idea del efectivo. Probablemente, primero se encontrarán con el dinero como un número en una pantalla y lo gastarán a través de aplicaciones y otras formas de comercio electrónico.

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Baby boomers

1. Medios: periódicos, revistas, radio, televisión.
2. Hábitos bancarios: sucursales, efectivo, transacciones.
3. Acontecimientos: segunda guerra mundial, guerra fría, movimiento gippie.
4. Futuro financiero: ahorros, herencia estudiantil.

Generación X

5. Medios: medios digitales, periódicos, revistas, radio, televisión.
6. Hábitos bancarios: transacciones y movimientos en línea.
7. Acontecimientos: guerra fría, auge de informática.

Reporte de Lectura

8. Futuro financiero: herencia estudiantil, ahorros.

Milennials

9. Medios: dispositivos móviles, televisión, Netflix.
10. Hábitos bancarios: teléfono móvil, transferencias, transacciones.
11. Acontecimientos: explosión tecnológica, gran recesión, explosión de redes sociales.
12. Futuro financiero: herencia estudiantil, propiedades, sociedad.

Generación Z

13. Medios: tablets, computadoras, dispositivos móviles.
14. Hábitos bancarios: enfoque fiscal, tarjeta de débito, banca móvil.
15. Eventos: teléfonos inteligentes, redes sociales, problemas financieros de los padres.
16. Futuro financiero: finanzas, educación financiera, ahorros.

Generación Alpha

17. Medios: altavoces, digitales en línea, dispositivos inteligentes.
18. Hábitos bancarios: nativos digitales, hábitos familiares, educación financiera.
19. Eventos: pandemia mundial, justicia social, políticas gubernamentales.
20. Futuro financiero: comercio electrónico, educación financiera, nativos digitales.