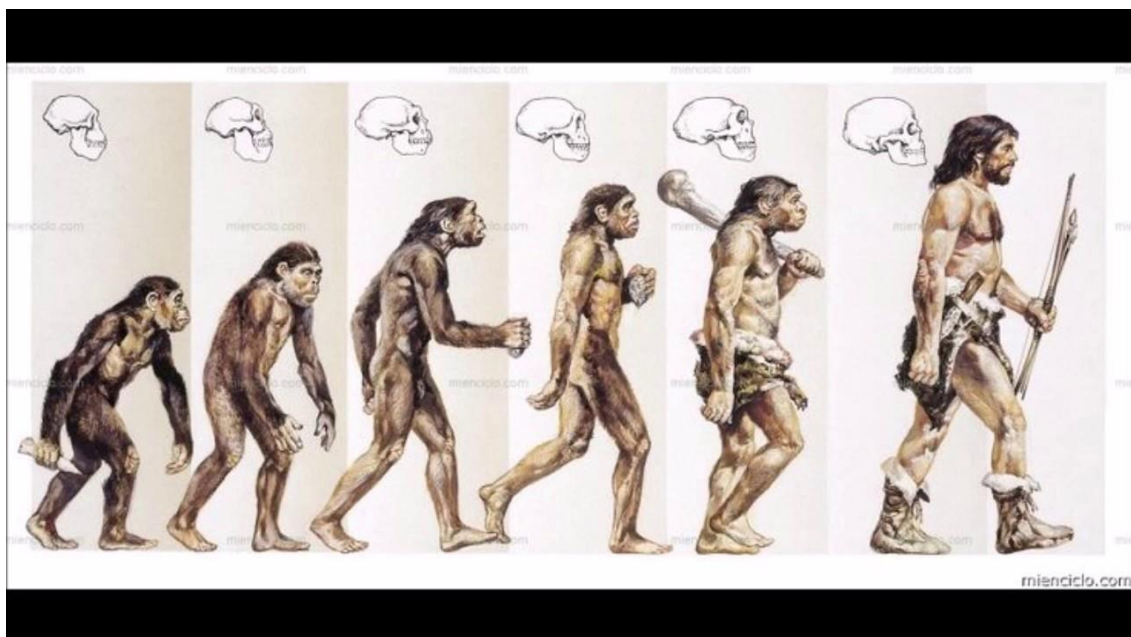


LA GENERACIÓN DEL MILENIO ¿QUIÉNES SON LOS MILENIALS?



LOS/LAS MILLENIALS EMERGENTES EN BALEARS

Antonio Tarabini

No se preocupen, no se trata de otra compañía aérea lowcost, tampoco de una nueva cadena hotelera con ínfulas de sostenibilidad, ni de coches de alquiler a precio de saldo según su folleto promocional, ni de otro servicio rápido y eficaz de viviendas de alquiler con sede social en Sudáfrica, ni tan siquiera de un novedoso grupo cuya única arma arrojadiza serán los polvos talcos... Aprovechando el dulce far niente estival, inmerso en calores insoportables, buscaba y rebuscaba temas y asuntos que provocaran mi interés. Y choqué con un anglicismo que provocó mi curiosidad: Millennials. Como no podía ser de otra manera acudí a Google y, después de buscar y rebuscar, deduje que se trata de la generación formada por todos aquellos jóvenes que llegaron a su vida adulta con el cambio de siglo, es decir en el año 2000, y que en consecuencia ahora tienen entre los y 17/18 los 34/35 años.

Si se consolida esta nueva realidad (personal, social y sociológica) se han ido al garete los esquemas racionales y estables que nos permitían encasillar a una persona según su edad (niñez, infancia, adolescencia, juventud, adultez, vejez...) con características y roles uniformes y diferenciados. Acudamos a los hechos. Un factor determinante de la transferencia de la juventud hacia la adultez se visualizaba en la voluntad y capacidad de emancipación. Léase toma de decisiones que implicaban no una ruptura con sus raíces familiares, pero si un recorrido hacia una vida propia y de convivencia diferenciada. Entre los 19 y 25 años comenzaba a vislumbrarse y consolidarse una vida autónoma (personal, profesional, económica, social...) que posibilitaba (con pareja o sin ella, sólo o con amigos/as) formar un hogar propio y diferenciado, aunque inicialmente fuera con apoyo familiar en la hipoteca o el alquiler. Tal modelo se fue al traste cuando el trabajo se convirtió en un bien escaso; y en la actualidad en caso de tenerlo, es de escasa estabilidad, calidad y bajos salarios. No sólo resulta imposible el acceso a una vivienda, sino también es inviable cumplir con los compromisos ya adquiridos a través de una hipoteca o alquiler. El resultado es el regreso al hogar familiar de referencia, "acogidos" por padres/madres (e incluso por las pensiones de los abuelos). Y ante tal panorama surgen los Millennials, la generación del milenio, que se presupone que serán más del 70% de la fuerza laboral del mundo desarrollado en 2025, y que probablemente habrán empezado a tomar las riendas del futuro.

En España son más de ocho millones las personas que nacieron en la prosperidad, con un entorno político, económico y social infinitamente mejor que el de sus padres, pero que cuando llegaron a la mayoría de edad se dieron de bruces con una durísima crisis que truncó las expectativas de muchos de ellos. Son el colectivo de los sueños rotos. La

generación del milenio vive con la etiqueta de formar un ejército de gente perezosa, narcisista y consentida; sin embargo, los jóvenes españoles son también críticos, exigentes, reformistas, comprometidos, digitales y participativos. Pero piensan que la sociedad está en deuda con ellos. Se ven a sí mismos como una generación perdida en el camino entre dos mundos. Como decía una joven millennial de forma gráfica en un conocido programa de radio: "Somos una generación de transición. Somos la última en muchas cosas y la primera en otras tantas. Estamos entre lo viejo, que no acaba de morir, como el papel o el bipartidismo, y lo nuevo, que no acaba de nacer. Una generación que compra las entradas de cine en Internet y luego las imprime".

Pero, aunque un amplio grupo ha entrado en el mercado laboral "clásico" (contratos fijos, muchas horas de meritorio y sueldos bajos, confiando en ascender pronto), tal modelo está de capa caída. Les hemos instalado en la precariedad. "Aspiramos a todo lo que han aspirado nuestros padres, pero ellos se conformaban con un trabajo que les diera de comer y nosotros queremos que nos dé de comer y nos guste". Los millennials españoles quieren un trabajo, pero tienen menos prisa por encontrarlo, entre otros motivos porque no ven posible un trabajo digno y de acuerdo con sus capacidades y formación. "Salario bueno no va a haber; condiciones casi seguro que tampoco, expectativas escasas, y vivir la vida es un poco lo que nos queda". Y visto lo visto, ponen por delante (¡si es posible!) la calidad y un horario que les permita conciliar lo laboral y lo personal. Además, no están obsesionados por poseer una casa (¡imposible de facto!), pero sí de acceder a aparatos digitales. Se refieren al último teléfono móvil y el último ordenador portátil, porque son esencialmente digitales, multipantallas y adictos a las APP y a las redes sociales. No ven mucho la televisión, ni compran periódicos, pero se consideran bien informados a través de Internet.

Tendremos que aprender a vivir y convivir en contextos más abiertos, transversales, mutantes y líquidos. Pero no se inquieten, yo también estoy hecho un lío.

Publicado en el Diario de Mallorca. 2015

LA GENERACIÓN DEL MILENIO

Los *millennials*, ¿quiénes son?

Las generaciones, como las personas, tienen personalidad, y la generación del Milenio no es una excepción. También conocidos como generación Y o generación *Next*, los *millennials* llegaron al inicio de la edad adulta con el nuevo milenio. Concretamente, y siguiendo la definición acuñada por el *think tank* americano Pew Research Center, se incluyen aquí a todos aquellos nacidos entre los años 1981 y 1996. Pertenecen a esta generación, por tanto, los que en 2018 tienen entre 22 y 36 años. En este artículo, trataremos de identificar los principales rasgos que definen a los *millennials* y los motivos por los que esta generación difiere de las anteriores.

Empecemos por ver su tamaño sobre el total de población. A nivel global, la generación del Milenio es una cohorte más amplia que las anteriores. Concretamente, se estima que representan cerca del 24,0% de la población mundial, un tamaño muy superior al de las generaciones X (19,5%) y del *baby boom* (17,0%).¹ En EE. UU., el 22% de la población pertenece a esta generación, y se estima que en 2019 los *millennials* ya superarán a los *baby boomers* como la generación adulta más grande del país.² En Europa, no obstante, el panorama generacional es bien distinto. Según datos de Eurostat, en 2017, en la UE residían aproximadamente 102 millones de *millennials*, o el 20% de la población. En cambio, la generación del *baby boom* era la que tenía un mayor peso sobre el total de la población (23,4%). Por otra parte, en España, el tamaño de la generación *millennial* es incluso inferior, del 18,7% concretamente, y la generación X es la que tiene un mayor peso sobre el total (26,2%).

Así pues, ¿qué caracteriza a esta generación? Los grandes eventos que definen un periodo histórico, como los avances científicos y tecnológicos o las crisis económicas, afectan a toda la población, pero tienden a dejar una mayor huella en los adultos más jóvenes, dado que estos están aún formando sus valores y expectativas. En efecto, varios estudios muestran que esta marca no solamente les afecta en su juventud, sino que tiende a acompañarlos a lo largo de su vida.³ En este sentido, y con el fin de caracterizar a los *millennials*, podemos fijarnos en cómo los grandes acontecimientos que tuvieron lugar a nivel global cuando estos estaban creciendo (entre los años 1995 y 2010 aproximadamente) les han moldeado de un modo u otro. En particular, esta generación se ha hecho mayor en un periodo de rápido cambio caracterizado por la globalización, la revolución digital y la gran crisis económica de 2008. Todo ello les ha dado un conjunto de preferencias, actitudes y expectativas distintas a las de generaciones anteriores.

En primer lugar, una de las principales características de esta generación es que tiende a tomar sus decisiones vitales, como la formación del hogar, más tarde que las generaciones anteriores. En particular, según un estudio del Pew Research Center para EE. UU., la proporción de jóvenes menores de 34 años que están casados es más baja que nunca.⁴ En la UE, los datos también sugieren que los *millennials* se casan más tarde que los de la generación X. Hoy en día, la edad promedio en la que los europeos contraen matrimonio por primera vez se ha retrasado hasta los 34 años para los hombres y los 31 años para las mujeres, comparado con los 30 y 27 años en 1999, respectivamente. Del mismo modo, los *millennials* también esperan más a tener descendencia. En particular, la edad promedio en la que las mujeres tienen su primer hijo ha ido aumentando paulatinamente en los últimos años y en Europa ya se sitúa en los 29 años, el nivel más tardío jamás alcanzado.

Esta tendencia es debida a que para muchos jóvenes de hoy en día llegar a la edad adulta incluye otras prioridades, como recibir una buena educación y tener seguridad económica.⁵ En efecto, los *millennials* constituyen la generación con el nivel de formación más elevado. Esta preferencia se deriva, en gran parte, de las demandas de una economía moderna basada en el conocimiento, pero también del hecho de que muchos de ellos optaron por seguir estudiando ante la imposibilidad de encontrar trabajo durante la crisis financiera. Así, en Europa, la proporción de adultos jóvenes con estudios de grado superior es más alta que nunca: 4 de cada 10 jóvenes entre 25 y 34 años han completado estudios universitarios. En 1999, cuando los miembros de la generación X tenían la misma edad, el porcentaje era del 24%. Esta tendencia es todavía más acusada en las mujeres de entre 25 y 34 años: un 44% tiene estudios superiores, frente al 33,6% de los varones.⁶

1. La generación X comprende a aquellos nacidos entre 1965 y 1980, mientras que la generación del *baby boom* se refiere a aquellos nacidos entre 1946 y 1964. Datos de Naciones Unidas para 2015.

2. Según datos del U.S. Census Bureau.

3. Véase Pew Research Center (2010), «Millennials: Confident. Connected. Open to Change», Social & Demographic Trends.

4. Véase Pew Research Center (2014), «Record Share of Americans Have Never Married», Social & Demographic Trends.

5. Véase Vespa, J. (2017), «The Changing Economics and Demographics of Young Adulthood: 1975-2016», U.S. Census Bureau Report.

6. Datos de Eurostat para 2017. En el año 1999, esta diferencia era mucho menor, de 2 p. p. concretamente.

Otro rasgo diferencial de los *millennials* es que constituyen la primera generación nativa digital. Concretamente, los pertenecientes a esta generación crecieron viendo nacer internet y muchos otros avances tecnológicos, como los teléfonos inteligentes o las tabletas, y están muy familiarizados con todo aquello digital. De hecho, la conectividad al mundo *online* está muy arraigada en su vida personal y profesional. En la UE, 9 de cada 10 *millennials* entre 20 y 34 años usan internet de forma diaria, frente al 78% de los de la generación X y el 48% de los *baby boomers*. Asimismo, 9 de cada 10 *millennials* europeos posee un *smartphone* y destina una media de cinco horas al día a estar *online*.⁷

La generación del Milenio es, por tanto, una generación hiperconectada, que hace un uso intensivo de las nuevas tecnologías digitales, más que las generaciones precedentes. A modo de ejemplo: 6 de cada 10 *millennials* europeos realizan compras por internet,⁸ frente al 53% de los de la generación X y el 29% de los *baby boomers*. Asimismo, cerca del 80% de los *millennials* solicita utilizar internet para buscar información sobre productos y servicios (frente al 72% de los de la generación X y el 47% de los *baby boomers*) y un tercio de ellos utiliza internet para buscar y solicitar trabajo (frente al 18% de los de la generación X y el 4% de los *baby boomers*). Además, son también los que tienen una mayor presencia en las redes sociales: 8 de cada 10 *millennials* europeos tienen perfil en una red social (frente al 56% de los de la generación X y el 24% de los *baby boomers*).⁹ Entre sus motivaciones para participar en una red social destaca la de conectarse con otras personas (muchas veces en tiempo real).¹⁰ De hecho, para muchos de ellos, las relaciones digitales están entrelazadas con otras formas de interacción.¹¹

Asimismo, su gran afinidad por la tecnología les ha otorgado una variedad de comportamientos y actitudes que, por ahora, son exclusivas de esta generación, como la preferencia por la inmediatez.¹² Los *millennials* valoran muy positivamente la comodidad de poder acceder a la información, comparar productos y servicios, comprar o comunicarse desde cualquier lugar y momento. Esta inmediatez en la conexión con el mundo (digital) ha pasado a formar parte de las expectativas de muchos *millennials*, que premian la rapidez, la eficiencia, la facilidad y la simplicidad en todo lo que hacen, también en el mundo *offline*.

Por otro lado, a pesar de contar con más facilidades para trabajar y estudiar en otros países, la generación milenial no parece ser más móvil que la anterior (generación X), al menos en Europa. Concretamente, los datos indican que el porcentaje de *millennials* europeos que trabajan en otro país de la UE-15 –aproximadamente el 2%– es similar al de la generación X a su edad. Es más, según una encuesta realizada a jóvenes de entre 16 y 30 años en los países de la UE-28, la gran mayoría de ellos (el 61%) no se sienten inclinados a viajar a otro país miembro para estudiar o encontrar trabajo, mientras que 9 de cada 10 jóvenes reporta no haberlo hecho nunca.¹³

Por último, los *millennials* tienden a sentir más aversión al riesgo que las generaciones anteriores. Según una encuesta realizada por el Instituto Brookings, el inversor medio de entre 21 y 36 años tiene la mayor parte de sus ahorros en efectivo y depósitos, frente al 23% de otras generaciones.¹⁴ Una de las razones que se esconde tras esta tendencia es que, a pesar de su elevado nivel educativo y de sus habilidades digitales, para la gran parte de los *millennials* la entrada al mercado laboral coincidió con la crisis financiera. Ello, entre otros, ha podido afectar a su actitud en relación con el riesgo. De hecho, según un estudio de los economistas Malmendier y Nagel para EE. UU.,¹⁵ las personas que experimentan unos retornos bursátiles bajos tienen una mayor aversión a asumir riesgos financieros y participan menos en el mercado bursátil. Es más, este efecto es mayor cuanto más joven es el individuo.

En definitiva, los acontecimientos que definen el periodo en el que los *millennials* han crecido han contribuido a formar las preferencias, actitudes, valores y expectativas de futuro que les caracterizan como generación. Si bien el entorno económico en su juventud no ha sido del todo favorable, esta generación, sumamente formada y con una gran capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías, está muy bien equipada para afrontar el futuro con éxito.

Roser Ferrer
CaixaBank Research

7. Véase Telefónica (2013), «Telefónica Global Millennial Survey: Europe Results».

8. En los últimos tres meses, según datos de Eurostat para 2017.

9. Según datos de Eurostat para 2017.

10. Otra razón es la de mantenerse informado sobre noticias o eventos actuales.

11. Véase Ipsos (2017), «The Millennial influence».

12. Véase The Boston Consulting Group (2012), «The Millennial Consumer: Debunking Stereotypes».

13. Véase EPRS (2016), «European Youth in 2016», 2016.

14. Véase Brookings Institute (2014), «11 Facts about the Millennial Generation», Brookings Now.

15. Véase Malmendier, U. y Nagel, S. (2011), «Depression Babies: Do Macroeconomic Experiences Affect Risk Taking?», The Quarterly Journal of Economics, volumen 126.

Los millennials: ¿una nueva concepción del trabajo?

Los millennials y los efectos de la crisis

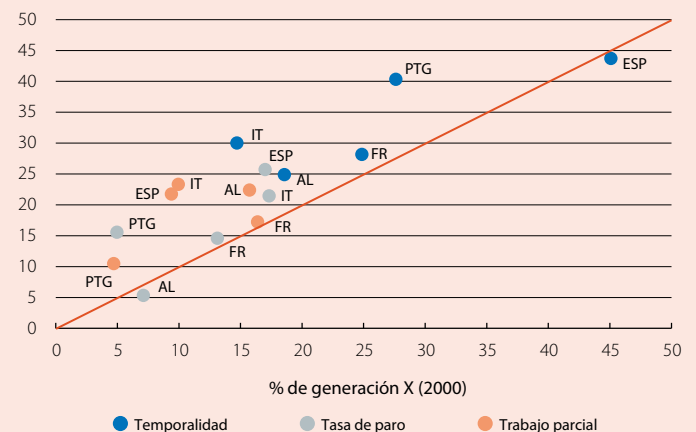
Cuando los *millennials* empezaron a incorporarse al mercado de trabajo, la coyuntura económica no estuvo siempre de su lado. Y fue particularmente adversa para los *millennials* españoles nacidos después de 1987, que, con una crisis profunda en ciernes, vieron frustradas muchas de sus expectativas laborales o, cuando menos, tuvieron que dejarlas en la recámara, a la espera de tiempos mejores.

Incluso ahora, encontrar trabajo no les es fácil: la tasa de paro de los *millennials* en España es del 26% (en el año 2016), muy superior a la de la generación previa (generación X) cuando tenía la edad que ahora tienen los *millennials* (17%, en el año 2000),¹ un fenómeno que también se observa en otros países europeos como Portugal e Italia. Pero las diferencias intergeneracionales no solo estiban en la dificultad de encontrar un empleo. Una vez abierta la puerta al mercado laboral, las condiciones con las que se han encontrado los *millennials* europeos, en términos de tasas de temporalidad y trabajo a tiempo parcial, también han tendido a ser peores que las de la generación anterior, especialmente en España, Italia y Portugal (véase el primer gráfico).

Varios estudios coinciden en afirmar que la incorporación al mercado laboral durante una recesión económica, como la que tuvieron los *millennials* tardíos, tiene efectos negativos sobre el empleo y los salarios que pueden tardar años en desaparecer.² Si bien los efectos negativos sobre la probabilidad de encontrar empleo tienden a desvanecerse después de tres años, el efecto sobre los salarios puede durar unos 10 años. Así, los estudios sugieren que, en el caso del Reino Unido, la penalización por haber estado desempleado en el inicio de la vida laboral puede reducir cerca de un 8% el salario que se percibe 20 años después.³ Además, estas consecuencias no se limitan a los grupos más vulnerables, sino que también afectan a los graduados universitarios, doctorados o MBA.⁴ Por otro lado, las cohortes que entran en el mercado de trabajo durante una época de expansión reciben promociones más rápidamente y alcanzan puestos más altos.⁵

Condiciones laborales

% de millennials (2016)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Eurostat.

¿Qué hace diferentes a los millennials en el trabajo?

A pesar de las difíciles condiciones económicas con las que pueden haberse encontrado, los *millennials* son una generación muy formada y capaz de aportar valor al mercado laboral. En este sentido, si bien la mayoría de las generaciones valoramos aspectos similares en el trabajo, como la conciliación con la vida personal y unos salarios competitivos, hay ciertos aspectos que los *millennials* tienden a considerar más relevantes que las generaciones anteriores. ¿Cuáles son, entonces, las políticas de empresa que más pueden atraer (o retener) a los *millennials* en el puesto de trabajo? La mayoría de los informes destacan los siguientes aspectos:⁶ i) Oportunidades de trabajar con la última tecnología y de recibir formación, ii) cercanía con los superiores y *feedback* regular y iii) ambiente colaborativo y flexible.

Otro aspecto sobre el que se suele especular en cuanto a la forma de trabajar de los *millennials* es su falta de compromiso, pero ¿están los *millennials* laboralmente menos comprometidos que las otras generaciones?

1. Se define a los *millennials* como aquellos nacidos entre 1981 y 1996, y a la Generación X como aquellos nacidos entre 1965 y 1980.

2. Véase Kahn, L. B. (2010), «The long-term labor market consequences of graduating from college in a bad economy», *Labour Economics*, 17(2): 303-316.

3. Véase Comisión Europea (2014), «Scarring effects of the crisis» y Greeg, P. y Tominey, E. (2005), «The wage scar from male youth unemployment», *Labour Economics* vol. 12(4): 487-509.

4. Véase Oreopoulos, P., Von Wachter, T. y Heisz, A. (2012), «The Sort- and Long-Term Career Effects of Graduating in a Recession», *American Economic Journal: Applied Economics*, 4(1):1-29.

5. Véase Kwon, I., Milgrom, E. M. y Hwang, S. (2010), «Cohort Effects in Promotions and Wages: Evidence from Sweden and the United States», *The Journal of Human Resources*, 45(3):772-808.

6. Véase Human Resources Professionals Association (2016), «HR& Millennials: Insights into Your New Human Capital», HRP Millennials Report.

Para el caso de EE. UU., algunos estudios sugieren que los *millennials* cambian de trabajo más a menudo y alertan del coste que esto supone para la economía. Sin embargo, si se tiene en cuenta el aumento general de la movilidad, la movilidad de los *millennials* no parece haber aumentado más que la de otras generaciones.⁷

En efecto, en los países europeos, los datos apuntan a que la permanencia media de los *millennials* en el puesto de trabajo es bastante similar a la de la generación anterior, en especial si comparamos grupos de *millennials* y de generación X con condiciones laborales y educativas similares (véase el segundo gráfico), por lo que este dato no indica que la generación del Milenio sea menos comprometida con el trabajo.

Existen otros indicadores más *soft* que también nos pueden dar pistas sobre si existe un menor compromiso laboral; por ejemplo, si los *millennials* tienden a buscar otro trabajo mientras están empleados. Aquí los resultados difieren entre países. Por un lado, en España y Portugal, hay más *millennials* empleados que manifiestan estar buscando trabajo que sus homólogos de la generación X, lo que podría estar indicando un cambio respecto a la generación anterior. Sin embargo, este no es el caso de los *millennials* de Francia y Alemania, que presentan un comportamiento similar al de la generación anterior.

En definitiva, los datos parecen indicar que las principales diferencias en términos de empleo entre los *millennials* y las otras generaciones no responden tanto a las preferencias individuales de esta generación como a una peor situación en el mercado laboral. Tal y como explicábamos al principio, la entrada en el mercado laboral en época de recesión deja cicatrices en términos de empleo y salarios a largo plazo que, a su vez, afectan al modo de vida de los *millennials*.

¿Cómo viven los *millennials*?

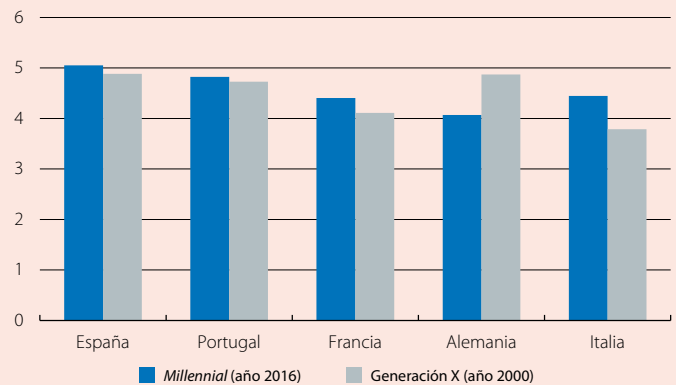
La falta de seguridad en el empleo juvenil, en combinación con una mayor protección del empleo de sus padres, lleva a los *millennials* a retrasar la edad de emancipación,⁸ que en España se sitúa actualmente en 29 años.⁹ Sin embargo, las consecuencias no solo afectan al momento de la emancipación, sino también al modo en el que se produce. Las transiciones al desempleo y unos salarios modestos generan dificultades en el acceso a la vivienda, tanto por la dificultad de acceder a una hipoteca ante condiciones laborales inestables como por el esfuerzo económico que supone adquirir una vivienda. De hecho, los *millennials* que han comprado una vivienda dedican el 19% de su renta a los pagos asociados a ella, 7 p. p. más que la generación X a su edad. Tales dificultades quedan reflejadas en una mayor tendencia al alquiler (un 55% de los jóvenes entre 25 y 29 años que están emancipados viven de alquiler) y en cambios en las decisiones financieras, que se discuten en el siguiente artículo.

Todo parece indicar, por tanto, que las diferencias en el mercado laboral entre los *millennials* y las generaciones anteriores vienen dadas, principalmente, por el impacto de la crisis económica. En este sentido, no hay que olvidar que los *millennials* son una de las generaciones que más ha padecido las consecuencias de la crisis y, como las secuelas que les ha generado no desaparecen rápidamente, su desempeño económico puede quedar condicionado al apoyo que reciban de la sociedad y, en especial, de las otras generaciones.

Anna Campos
CaixaBank Research

Permanencia media en el trabajo de personas con contrato indefinido y educación terciaria

(Años)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de Eurostat.

7. Véase Adkins, A. (2016), «Millennials: The Job-Hopping Generation», Gallup Business Journal.

8. Becker, S. et al. (2004), «Job insecurity and children's emancipation», CEMFI Working Paper n.º 0404.

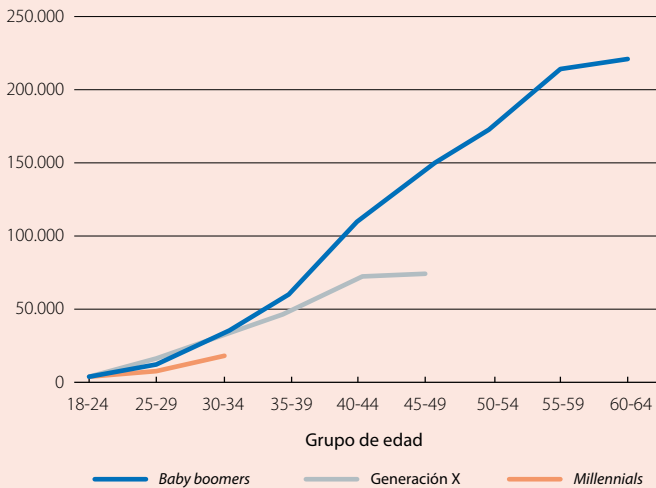
9. Datos de Eurostat referentes a 2015.

La situación financiera de los hogares *millennials* en EE. UU. y España: ¿serán capaces de alcanzar a las anteriores generaciones?

En los artículos anteriores de este Dossier se ha caracterizado a los *millennials* como una generación que ha llegado a la edad adulta en un contexto económico desfavorable e incierto, con un mercado laboral deprimido y un sector inmobiliario en contracción. Estas condiciones económicas ya hacen intuir que la situación financiera de estos jóvenes, en general, no debe ser muy halagüeña. Además del contexto económico adverso mencionado, ciertos aspectos que caracterizan a esta generación, como el hecho de que posponen decisiones vitales como la formación de un hogar o los retos propios a los que deben hacer frente, como el aumento del precio de la educación universitaria en EE. UU., también han condicionado sus decisiones financieras, a las cuales dedicamos el presente artículo.

EE. UU.: riqueza neta mediana

(Dólares de 2013)



Fuente: Dettling, L. y Hsu, J. W., «Playing Catch-up», IMF.

¿A qué se debe este notable *gap* de riqueza neta entre generaciones? Como veremos, hay dos motivos principales. El aspecto más relevante, y que explica la mayor parte de la diferencia, es poseer o no una vivienda. El segundo, el elevado endeudamiento no hipotecario.

En cuanto al primer factor, la compra de una vivienda es la decisión financiera más importante que toma un hogar, puesto que esta acostumbra a ser el activo de mayor valor que poseen las familias y, además, constituye el principal instrumento a través del cual acumulan riqueza, ya que actúa como un mecanismo de ahorro. ¿Qué nos dicen las cifras? En EE. UU., un 34% de los *millennials* tienen su vivienda en propiedad, un porcentaje ligeramente inferior a la generación precedente (del 39%). Una situación todavía más diferenciada se observa en las sucesivas generaciones de jóvenes españoles: un 44% de los hogares *millennials* tienen su vivienda en propiedad, comparado con un 65% de la generación X.

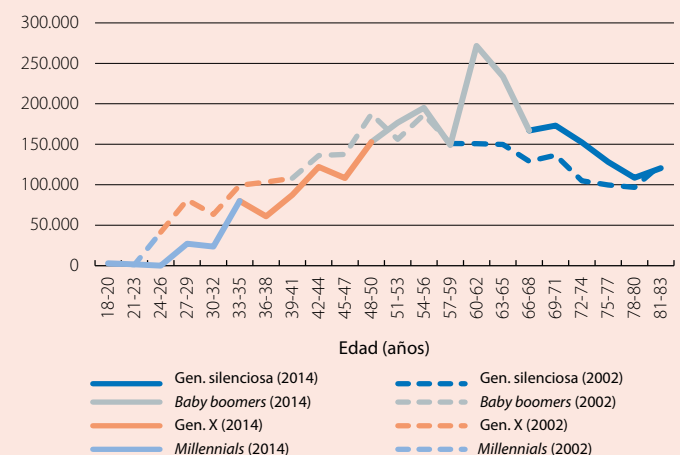
Si tenemos en cuenta este factor (el «efecto composición») y nos centramos solamente en aquellos hogares que tienen su vivienda en propiedad, observamos que la diferencia en riqueza neta mediana se desvanece en EE. UU. mientras que, en el caso de España, la diferencia se reduce de forma significativa, aunque sigue siendo notable (47%). En palabras llanas: los hogares *millennials* que consiguen comprar su casa tienen

Para analizar la situación financiera de los hogares encabezados por *millennials*, comparamos la evolución de la riqueza neta mediana de cada generación a lo largo del ciclo vital.^{1,2} Los gráficos adjuntos muestran que las diferencias generacionales son muy significativas: en EE. UU., la riqueza neta mediana de los *millennials* entre 25 y 34 años es un 60% de la riqueza mediana de un joven de la generación X en la misma franja de edad. En España, se observa una diferencia todavía mayor: la trayectoria de la riqueza neta de cada generación se encuentra por debajo de la generación precedente y, en el caso concreto de los *millennials*, su riqueza neta mediana es de 3.000 euros frente a los 63.400 euros que acumulaban los jóvenes de la generación anterior cuando tenían la misma edad.

¿A qué se debe este notable *gap* de riqueza neta entre generaciones? Como veremos, hay dos motivos principales. El aspecto más relevante, y que explica la mayor parte de la diferencia, es poseer o no una vivienda. El segundo, el elevado endeudamiento no hipotecario.

España: riqueza neta mediana

(Euros de 2014)



Nota: Riqueza neta es los activos financieros e inmobiliarios menos los pasivos (deudas).

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de la Encuesta Financiera de las Familias (2002 y 2014).

1. Nótese que se trata de jóvenes que han formado un hogar independiente al de sus progenitores. En concreto, los datos de EE. UU. provienen de la Survey of Consumer Finances y los de España de la Encuesta Financiera de las Familias (EFF). En España, los *millennials* se definen como los jóvenes entre 22 y 33 años en la EFF de 2014 (nacidos entre 1981 y 1992) y la generación X son las personas de la misma franja de edad (22-33 años) en la EFF de 2002 (nacidos entre 1969 y 1980). Para los detalles sobre los datos de EE. UU, véase Dettling, L. y Hsu, J. (2014), «The State of Young Adults' Balance Sheets: Evidence from the Survey of Consumer Finances». Federal Reserve Bank of St. Louis Review, Fourth Quarter 2014, 96(4).

2. La riqueza neta es la variable que mejor aproxima la situación financiera de los hogares y se calcula como la diferencia entre los activos (financieros e inmobiliarios) y los pasivos o deuda del hogar. La mediana es el valor más representativo, puesto que la mitad de los hogares se encuentra en una situación mejor (o peor) respecto a dicho valor. Los tramos de edad permiten comparar distintas generaciones controlando por el ciclo vital.

poco más de la mitad de la riqueza neta que alcanzaron sus predecesores, unos 54.500 euros frente a los 103.000 euros de la generación X (véase la tabla adjunta). La decisión de comprar una vivienda y la evolución de su precio, por tanto, tiene importantes consecuencias sobre el proceso de acumulación de riqueza a lo largo del ciclo vital.

Como apuntábamos anteriormente, el segundo factor que explica la menor riqueza neta de los *millennials* es su elevado endeudamiento no hipotecario, es decir, el que no está relacionado con la compra de la vivienda. En EE. UU. se trata principalmente de deuda contraída para financiar los estudios universitarios. Entre 1997 y 2017, se ha multiplicado el número de estudiantes con este tipo de deuda, pasando de la mitad a dos tercios de los estudiantes. Además, el valor promedio del préstamo se ha duplicado y alcanza actualmente los 27.000 dólares. El endeudamiento no hipotecario de los *millennials* españoles también es superior al de la generación precedente: un 33% de los que no tienen la vivienda en propiedad tienen algún tipo de deuda, en su mayoría crédito al consumo. Además, la carga financiera de esta deuda (pagos por deuda) representa un 21% de los ingresos del hogar, muy superior al 13% de los hogares comparables de la generación X, y un 33% sufre estrés financiero.³

La desfavorable situación financiera de los *millennials* les sitúa en una peor situación de partida para poder afrontar los retos de futuro, siendo el más relevante de ellos el de afrontar su jubilación. En EE. UU. se ha producido un cambio radical en la forma en la que los empleadores gestionan los planes de pensiones de sus empleados: se ha pasado de un sistema de beneficio definido, en el que se garantizaba una cantidad en la jubilación, a un sistema contributivo en el que el empleador y el empleado hacen aportaciones a un plan de pensiones privado, de manera que la responsabilidad de decidir qué cantidad ahorrar para su jubilación y gestionar el plan de pensiones recae sobre los individuos. En los países europeos, incluido España, el envejecimiento de la población ha llevado a reformar los sistemas públicos de pensiones, reduciendo su generosidad. En este contexto, los *millennials* tienen la exigencia de empezar a ahorrar para su jubilación más pronto que tarde, aunque ciertamente su nivel de renta no acompañe. En este sentido, los datos muestran que queda mucho por hacer: aunque en EE. UU. se observa un incremento en la participación de los jóvenes en planes de pensiones, las aportaciones han descendido a raíz de la Gran Recesión. Y, en España, solo un 10,6% de los *millennials* tienen un plan de pensiones, aunque una gran mayoría (el 70%) piensa que la pensión pública no será suficiente para vivir.⁴

En definitiva, la situación financiera de los *millennials* no es muy halagüeña y es fundamental que las decisiones financieras que tomen en un futuro sean las más acertadas. Desafortunadamente, a pesar de que se trata de una generación con un elevado capital humano, su formación financiera no es del todo satisfactoria: según los resultados de la S&P Global FinLit Survey,⁵ que evalúa los conocimientos financieros de los jóvenes, un 57% de los norteamericanos pasan la encuesta con un aprobado, mientras que solo lo hacen el 52% de los europeos. En España esta cifra desciende hasta el 49%. En positivo, es importante mencionar que se ha observado un aumento (en comparación con la generación anterior) en el número de jóvenes que recurren al consejo de expertos o familiares con más experiencia, o bien usan herramientas digitales para asesorarse. Así pues, los *millennials* tienen a su alcance numerosas herramientas para ayudarles a tomar decisiones financieras óptimas. El futuro nos dirá si son capaces de ir cerrando el *gap* financiero respecto a generaciones anteriores.

Judit Montoriol Garriga y Cristina Farràs
CaixaBank Research

España: situación financiera de los millennials respecto a la generación X

(% de hogares, salvo indicación expresa)

		Total	Sin vivienda en propiedad	Con vivienda en propiedad
Riqueza neta * mediana (euros de 2014)	Gen. X (2002)	63.408	1.321	103.164
	Millennials (2014)	3.000	380	54.500
Activos				
Vivienda en propiedad	Gen. X (2002)	65,5	0,0	100,0
	Millennials (2014)	43,9	0,0	100,0
Renta variable	Gen. X (2002)	8,8	6,7	9,9
	Millennials (2014)	4,0	1,6	7,2
Fondos de inversión	Gen. X (2002)	5,3	2,0	7,1
	Millennials (2014)	2,7	1,9	3,6
Fondos de pensiones	Gen. X (2002)	16,9	11,2	19,8
	Millennials (2014)	10,6	4,7	18,1
Pasivos				
Algún tipo de deuda	Gen. X (2002)	63,2	23,0	84,4
	Millennials (2014)	55,9	33,3	84,8
Deuda hipotecaria	Gen. X (2002)	44,9	0,0	68,5
	Millennials (2014)	34,5	0,0	78,6
Estrés financiero				
Carga financiera ** mediana de los hogares con deuda (% de ingresos)	Gen. X (2002)	17,6	12,9	18,2
	Millennials (2014)	21,5	21,1	23,9
Estrés financiero (carga financiera >40%) de los hogares con deuda	Gen. X (2002)	9,9	15,5	9,0
	Millennials (2014)	23,2	32,7	18,4
Riqueza neta negativa	Gen. X (2002)	4,7	12,5	0,6
	Millennials (2014)	23,5	25,6	20,7

Notas: Los millennials son los jóvenes entre 22 y 33 años de edad en la EFF de 2014 y la generación X son las personas de la misma franja de edad (22-33 años) en la EFF de 2002. * Riqueza neta es los activos financieros e inmobiliarios menos los pasivos (deudas). ** La carga financiera es los pagos por deudas pendientes entre los ingresos del hogar de los hogares con algún tipo de deuda pendiente.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de la Encuesta Financiera de las Familias (2002 y 2014).

3. El estrés financiero se refiere a los hogares con una carga de la deuda superior al 40% de los ingresos del hogar.

4. Véase Barómetro de VidaCaixa (2016), «Desmitificando a la nueva generación de jóvenes de España».

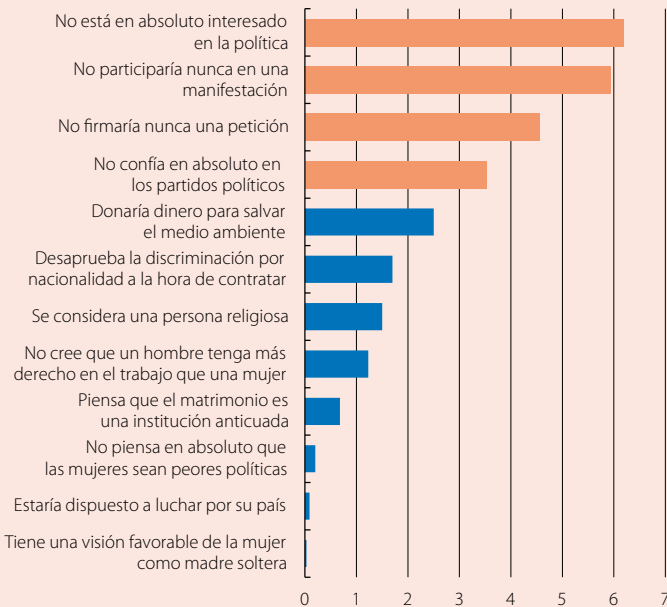
5. Véase Klapper, L., Lusardi, A. y Van Oudheusden, P. (2015), «Financial Literacy Around the World», Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey.

Millennials y política: mind the gap!

Estimado lector, si nos permite la indiscreción, ¿podemos preguntarle cuál es su edad? No, no nos responda todavía. Mejor díganos si puede hacer suyas las siguientes afirmaciones en mayor grado que la sociedad en su conjunto: no se considera una persona religiosa, estaría fuertemente predispuesto a dar dinero a favor del medio ambiente, el matrimonio es una institución superada, aprueba el rol de «madre soltera» y rechaza notablemente que los hombres sean mejores líderes políticos que las mujeres. Si piensa que sí, que comparte estas descripciones con algo más de convicción que la sociedad en general, tiene números para haber nacido entre 1981 y 1996, es decir, pertenecer a la generación del Milenio. Pero podemos afinar más. Hagamos ahora el mismo ejercicio con las siguientes afirmaciones: nada interesado en política, nunca ha firmado una petición a favor de alguna causa y no tiene confianza alguna en los partidos políticos. Si se alinea claramente en estas posiciones, y lo hace en mayor medida que el conjunto de la población, entonces las probabilidades de que sea usted un *millennial* son significativas: numerosas encuestas de opinión y sociológicas arrojan repetidamente una conclusión semejante, la de que la política no interesa a los *millennials*, incluso en el contexto de una sociedad que, en su conjunto, también se aleja de la política.¹

Diferencias entre millennials y generación X: valores y política

(p. p. de millennials que... más que la generación X)



Nota: Hemos usado la fórmula $V = (V_M^{2010} - V_S^{2010}) - (V_X^{1995} - V_S^{1995})$, donde V es la variable de interés y M , X y S indican si la respuesta es de millennials, generación X o del conjunto de sociedad, respectivamente. En color naranja indicamos las variables sobre la relación con el sistema político y en color azul con valores sociales en general.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de la World Values Survey, usando la muestra disponible de países de la OCDE.

¿Puede ser que el único rasgo auténticamente generacional sea su alienación de la política, entendida esta en el sentido clásico de juego de partidos en el marco de una democracia consistente en votar cuando se es convocado? No nos precipitemos en las conclusiones. El hecho de que una persona nacida entre 1981 y 1996 manifieste tibieza con la política podría no tener nada que ver con haber nacido en un momento concreto y, por tanto, en unas circunstancias socioeconómicas y culturales determinadas. Así, quizás se podría deber, sencillamente, a que soy joven y, ¡oh herejía!, mis padres a mi edad también eran inconformistas y se encontraban ante un sistema que no reflejaba más que parcialmente sus preferencias. Queda claro, pues, que no podemos responder a esta cuestión, la de hasta qué grado son distintas las generaciones, comparando opiniones contemporáneas. Hay que buscar edades homogéneas como, por ejemplo, contrastar qué piensan los actuales *millennials*, personas que hoy tienen entre 37 y 22 años, con sus equivalentes de generaciones anteriores, es decir, con lo que pensaba la generación X hacia 1995 y los *baby boomers* alrededor de 1980. Pero esto no es suficiente, ya que hay que tener en cuenta que también la sociedad ha cambiado. Así, no es lo mismo opinar contra la política en una sociedad toda ella apolítica que en otra en la que esa es una posición extrema y en la que la no participación se considera disruptiva.²

Veamos, pues, lo que nos dicen los números y si realmente los *millennials* son tan diferentes. La conclusión principal es que en los ámbitos en los que se pueden comparar tres generaciones (*millennials*, X y *baby boomers*), y por lo que se refiere a valores relativos a aspectos fundamentales de la sociedad, las diferencias entre las dos primeras, sin dejar de existir, no son excesivas. Así, ambos grupos tienen una visión relativamente similar en materia de religión, medio ambiente, tolerancia con los inmigrantes, rol de la mujer y disposición para luchar por el país. En cambio, el contraste es más apreciable cuando se comparan los *millennials* con los *boomers*. Aunque la información disponible es menor, se puede aceptar que los *boomers*, respecto a los *millennials*, tenían hacia valores que asociamos a visiones sociales más conservadoras, con mayor confianza en el matrimonio, más religiosidad y un papel de la mujer en roles más tradicionales.

1. Véase, por ejemplo, Pew Research Center (2018), «The Generation Gap in American Politics» y <https://www.millennialdialogue.com/>

2. Formalmente, el ejercicio que aquí se hace es $V = (V_M^{2010} - V_S^{2010}) - (V_X^{1995} - V_S^{1995})$, donde V es la variable de interés (véase el gráfico) y M , X y S indican si la respuesta es de *millennials*, generación X o del conjunto de sociedad, respectivamente. Los años 2010 y 1995 son tales que la franja de edad es comparable entre *millennials* y generación X. Los datos fueron obtenidos del World Values Survey y de European Values Study.

En resumen, los *millennials* no son tan distintos en la forma en la que conciben aspectos esenciales de la sociedad de los miembros de la generación X. Pero ¿qué sucede cuando analizamos su relación con el sistema político? Antes veíamos su distancia con lo político en las encuestas contemporáneas. Esta conclusión se mantiene cuando comparamos a los *millennials* con sus equivalentes en edad de épocas precedentes y con la sociedad de su momento (como decíamos antes, tratamos de controlar, de forma sencilla, por el hecho de ser jóvenes y por los cambios de la sociedad en su conjunto). Así, los *millennials* están bastante menos interesados en la política que las personas encuadradas en la generación X. La discrepancia es todavía mayor cuando se analizan las formas de participación: los *millennials* confían menos en los partidos políticos que la generación X, en el uso de peticiones y en la participación en manifestaciones. Y, respecto a los *baby boomers*, las distancias en este ámbito se acrecientan: los *boomers* estaban más interesados en la política y utilizaban los medios alternativos propuestos en mayor medida (sobre la confianza en los partidos no se preguntaba, cosa de por sí indicativa de las presunciones de la época).

Por tanto, la relación, digamos problemática, con la política sí que es un rasgo generacional característico de los *millennials*. Una conclusión importante que retener. Pero demos un paso más en el análisis. Uno de los elementos centrales en la cuestión que estamos analizando en el presente artículo, la de la relación entre los valores sociales de los *millennials* y sus posiciones políticas, es ver cómo se concretan los valores de esta generación en términos ideológicos convencionales, es decir, cómo se posicionan en el eje izquierda-derecha. Cuando se les pregunta a los *millennials* sobre cómo se situarían ellos en un continuo que va de 1 (extrema izquierda) a 10 (extrema derecha), las posiciones dominantes son las centrales, con cierto sesgo a la izquierda. Aunque la sociedad actual en su conjunto (siempre para el conjunto de países avanzados que aquí tomamos como referencia) también «es» de centroizquierda, los *millennials* basculan hacia la izquierda algo más que sus conciudadanos. Pero, de nuevo, la crítica lógica antes mencionada para los valores es relevante: ¿y si «ser de izquierdas» (o algo más de izquierdas) es consustancial a ser joven y después tendemos a volvernos más conservadores?

A fin de afinar, repetimos el ejercicio de comparar con generaciones anteriores cuando estas tenían la misma edad que los actuales *millennials* y con la sociedad de ese momento. La conclusión principal es que la generación X era ligeramente más de izquierdas y bastante más de centro (y mucho menos de derecha, en consecuencia), pero era mucho menos de izquierdas que la de los *boomers*. En este contexto, el del continuo ideológico, una última cuestión pertinente es la que podríamos denominar «del extremismo»: ¿son los *millennials* más «extremistas» que las generaciones precedentes? Con la finalidad de responder a esta cuestión, compararemos lo «pobladas» que están las posiciones extremas de la distribución de preferencias ideológicas. Cuando comparamos a los *millennials* con la generación X, constatamos que efectivamente los primeros son más «extremistas» que los segundos. Además, las cifras apuntan a que ninguna de ambas posiciones (el «1», correspondiente a la extrema izquierda, y el «10», al polo opuesto) son distintas, es decir, que son más extremos que la generación precedente, pero lo son en prácticamente el mismo grado en izquierda y derecha. En cualquier caso, y para no sobreleer el «extremismo», conviene recordar que los *millennials* de extrema izquierda o extrema derecha son, como sucede en todas las generaciones de las que existen datos, una minoría (del orden del 10% en los *millennials*, sumados ambos extremos).

Para concluir esta visita a la generación *millennial* y su visión de la política, cabe plantearse una reflexión de carácter más prospectivo. Vista la evidente distancia que tienen con el sistema político tradicional, ¿qué derivadas cabría esperar para la evolución de lo político en los países occidentales, dotados de democracias tradicionales? Responder de forma exhaustiva a esta cuestión supera el espacio, y la ambición, de este artículo, pero cabría pensar que las grandes modalidades de cambio que podrían contemplarse son dos. La primera sería una evolución paulatina del sistema, de carácter incrementalista si se quiere, en la cual, a medida que los *millennials* aumenten su importancia en tanto que electorado, los partidos tradicionales (u otros nuevos que hagan suyas las preferencias *millennials*) evolucionen reduciendo la distancia entre la política preferida y la política efectiva. La segunda podría tomar la forma de nuevas vías de participación democrática o de la reinención del funcionamiento del sistema de partidos (y de los propios partidos). Qué vía prevalecerá o si lo hará una combinación de cambios incrementales y radicales dependerá de múltiples elementos, pero conviene recordar un hecho fundamental: los *millennials*, como generación, no serán la cohorte predominante en el electorado ni en el futuro inmediato ni en las próximas décadas, pero en la medida en la que puedan establecer, *de facto*, agendas compartidas con las generaciones anteriores y posteriores, la «milenización» de la política será una realidad insoslayable. Que estas nuevas agendas sean una versión combinada de las preferencias de los *millennials* con la generación X (como ya hemos visto, no tan diferentes en muchos aspectos) o de la siguiente generación (tan joven que ni su nombre es de consenso, aunque abunda el término Z, y que por lo poco que se sabe de ella esta sí que puede ser diferente), podrá generar escenarios sociales notablemente distintos. La solución, como casi siempre en lo que realmente importa, será intergeneracional o no será.

Ricard Murillo y Àlex Ruiz
CaixaBank Research