

GENERACIONES DE TURNO



**Planetarios
consultora**

Antropología de negocios

rrios@planetarios.cl +569 98202681

SILENCIOSA

BABY BOOMER

GEN X

MILLENNIAL

CENTENNIAL



ESTUDIO
GENERACIONES DE TURNO

Utilidad del Estudio Generaciones de Turno



- ORIENTADO AL MUNDO EMPRESARIAL
- FACILITA ACTUALIZACIÓN MODELO DE NEGOCIO
- OTORGA PISTAS PARA ENCONTRAR EL SENTIDO DE UN NEGOCIO
- AYUDA ENTENDER LA CULTURA DE CADA ÉPOCA
- VE A JÓVENES COMO MENSAJEROS DEL FUTURO

¿En qué consiste el estudio?



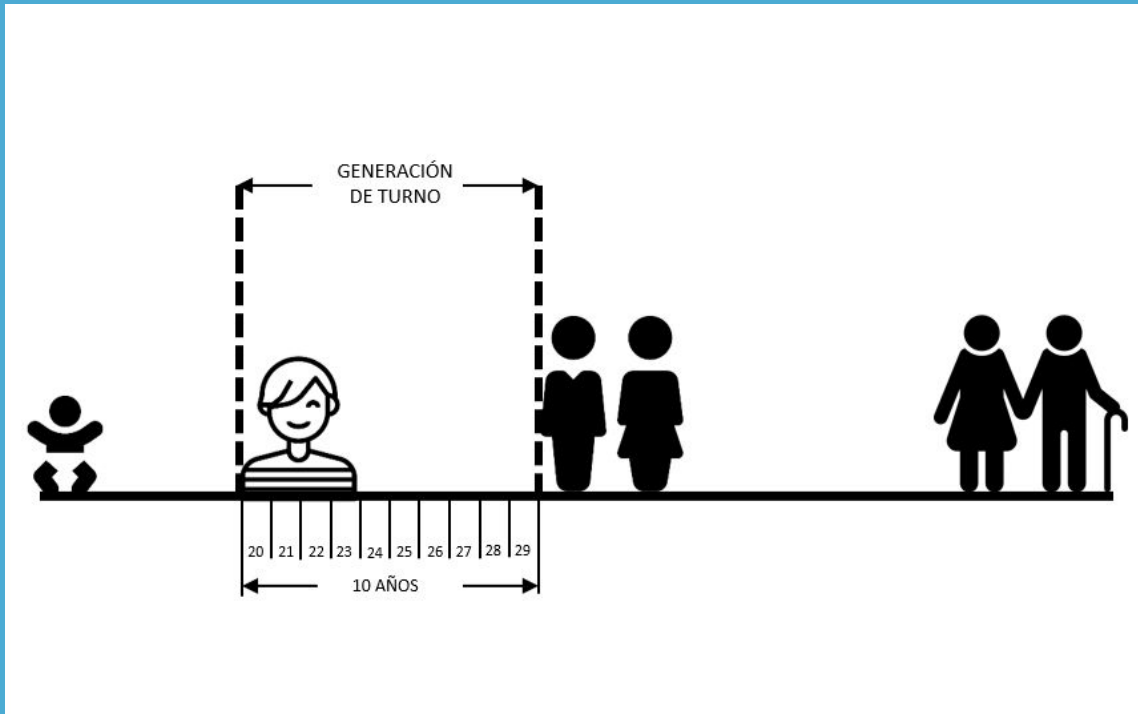
- **OBSERVA LAS CAPAS JUVENILES (VEINTEAÑEROS)**
- **ES UN ESTUDIO ETNOGRÁFICO, TÉCNICA DE INMERSIÓN**
- **EXPLICA LA CULTURA (ESPÍRITU) DE CADA DÉCADA**
- **REUNE EN UN SOLO CUERPO INFORMACIÓN DISPERSA**
- **SIN RIGOR CIENTÍFICO**
- **ES ANTROPOLOGÍA DE LOS NEGOCIOS**

Trabajo de campo

- **TRABAJO DE CAMPO HECHO POR FUNDADOR CONSULTORA**
- **ESTUDIO CONTINUO DÉCADA A DÉCADA**
- **DESDE 1970 A LA FECHA**
- **VARIOS PAISES LATAM**
- **VARIAS CLASES SOCIOECONÓMICAS**



¿Qué es una generación de turno?

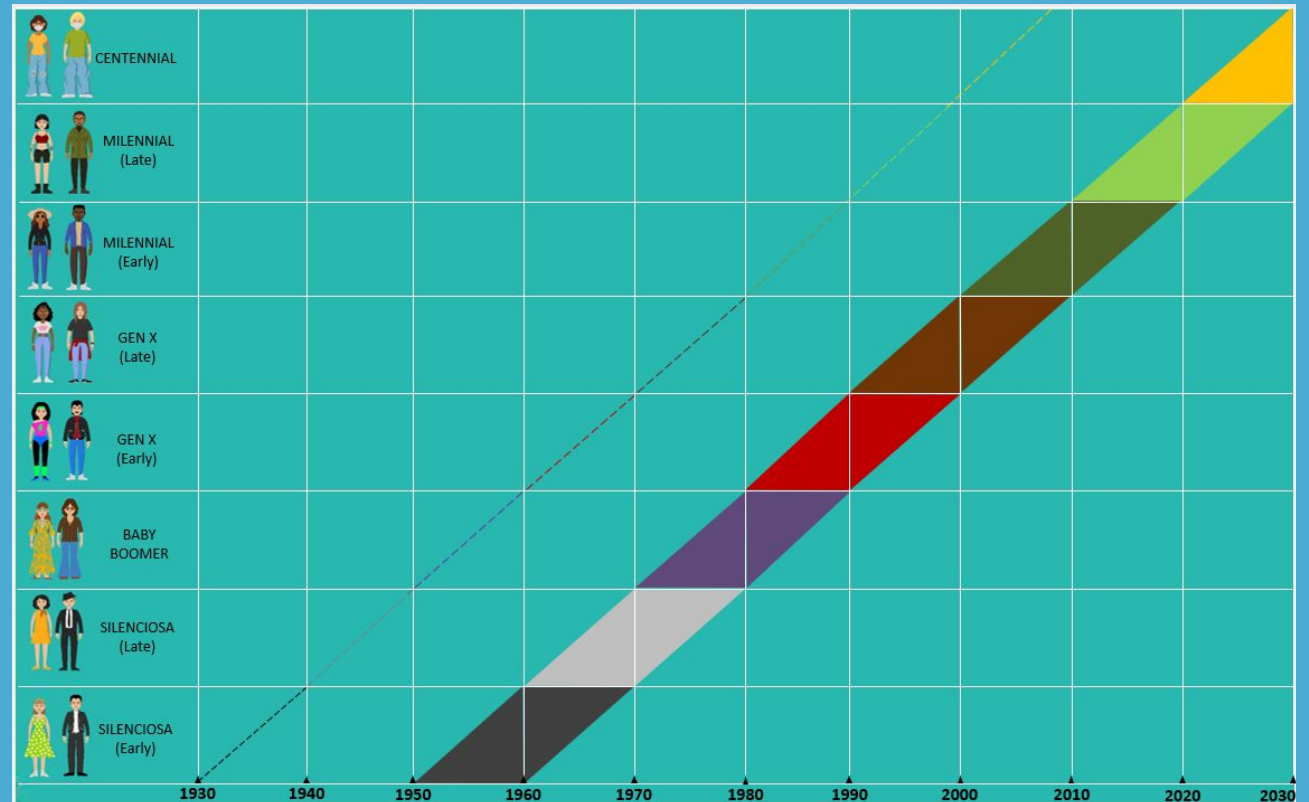


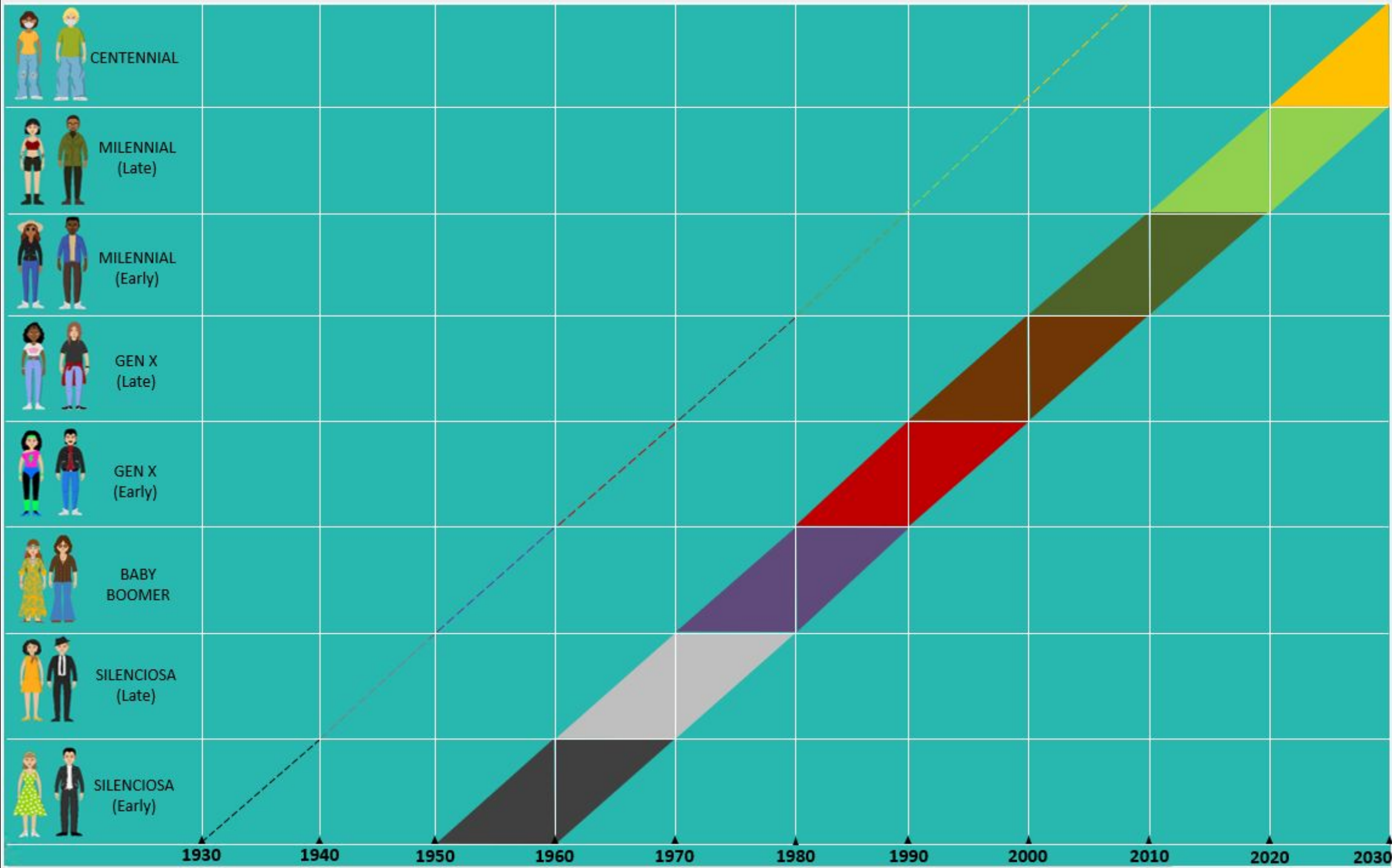
- **CAPA DE JÓVENES ENTRE LOS 20 Y 29 AÑOS**
- **MANIFIESTAN UNA CULTURA CONTRARIA AL SISTEMA**
- **CULTURA NOVEDOSA, INUSUAL, CONTESTATARIA**
- **ESTRIDENTE, EXTRAVAGANTE Y A VECES VIOLENTA**
- **SIENTEN LLAMADO INTERIOR POR CAMBIAR EL MUNDO**
- **FENÓMENO SE REPITE INEXORABLEMENTE CADA 10 AÑOS**
- **OCURRE LENTO, CASI IMPERCEPTIBLE**

Las 8 últimas generaciones de turno

- ESTUDIO CUBRE 8 GENERACIONES
- DESDE 1950 HASTA 2029
- CADA GENERACIÓN TIENE UN COLOR
- FECHA NACIMIENTO CON LÍNEA DE PUNTOS

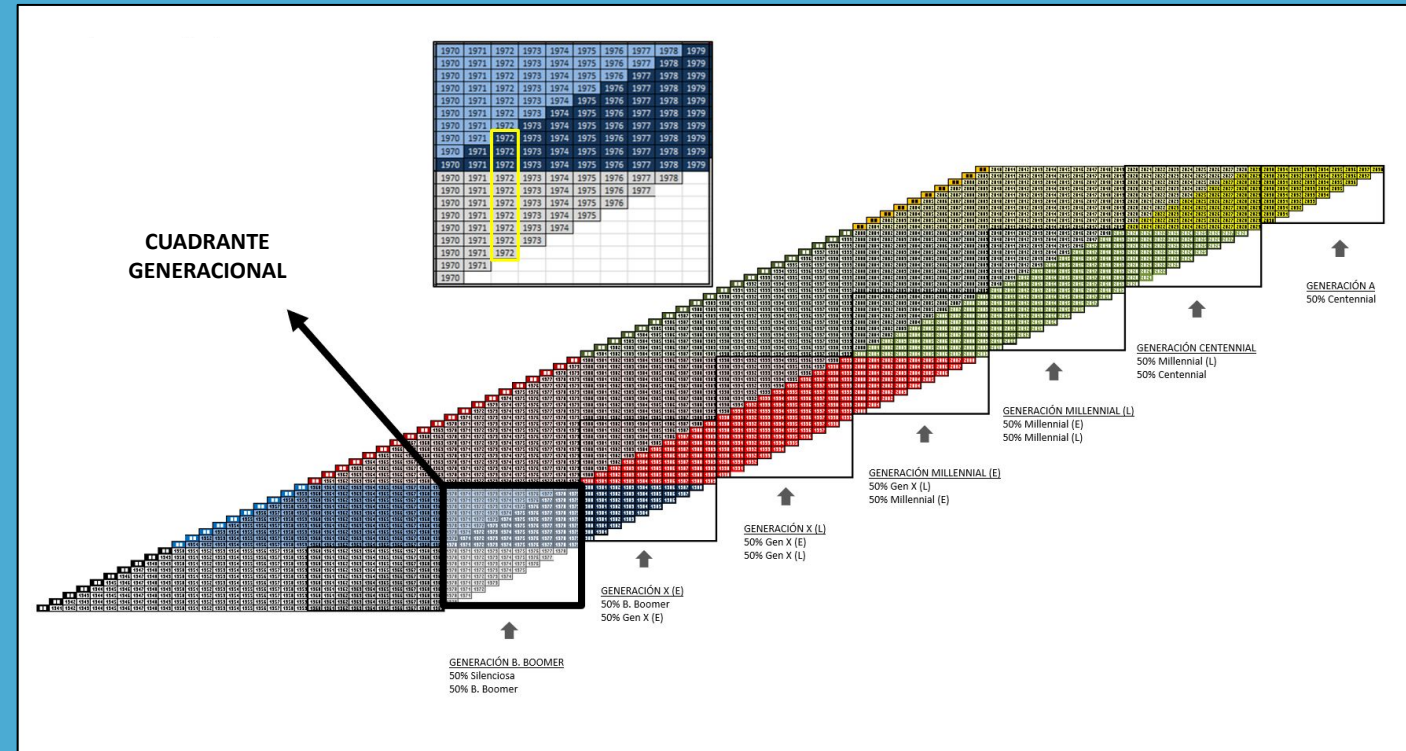
CUADRO 1





Generaciones sobrepuestas

- UN *CUADRANTE GENERACIONAL* CUBRE TRAMO DE 10 AÑOS
- ESTÁ COMPUESTO POR UNA GEN ENTRANTE Y OTRA SALIENTE
- LA GEN DE TURNO DEL CUADRANTE TIENE ENTRE 20 Y 29 AÑOS
- EN UNA MISMA DÉCADA HABRÁ SIEMPRE DOS GENERACIONES MILITANDO



[illegible]

GENERACIÓN CENTENNIAL
50% Millennial (L)
50% Centennial

GENERACIÓN MILLENNIAL (L)
50% Millennial (E)
50% Millennial (L)

GENERACIÓN MILLENNIAL (E)
50% Gen X (L)
50% Millennial (E)

GENERACIÓN X (L)
50% Gen X (E)
50% Gen X (L)

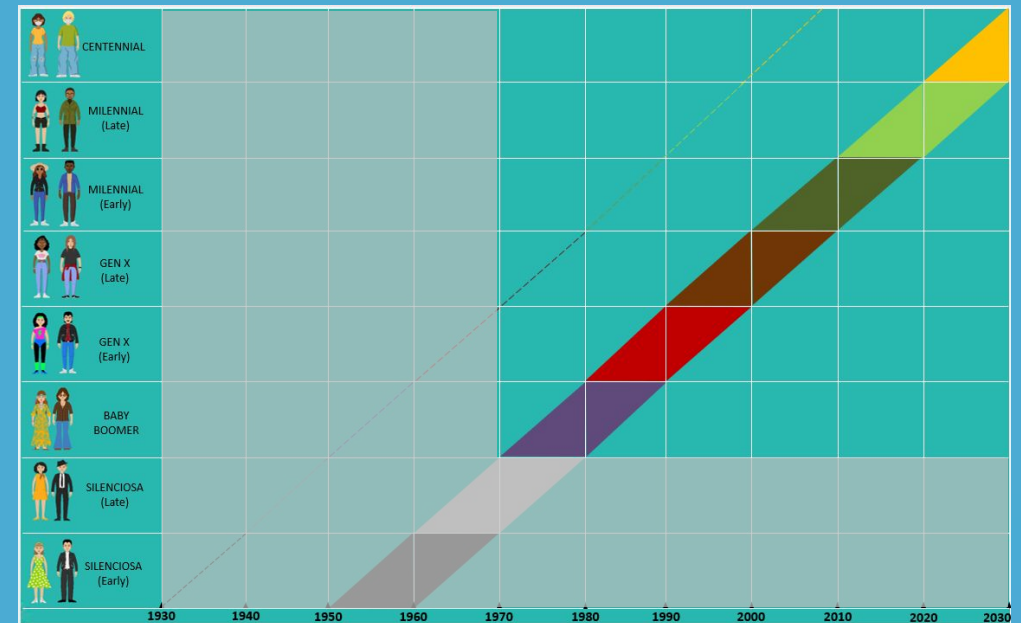
GENERACIÓN X (E)
50% B. Boomer
50% Gen X (E)

GENERACIÓN B. BOOMER
50% Silenciosa
50% B. Boomer

Fichas técnicas

- FICHA TÉCNICA CARACTERIZA A CADA GENERACIÓN
- ASPECTO, DEMOGRAFÍA, HISTORIA, VALORES
- ESTUDIO CUBRE 6 GENERACIONES
- DESDE 1970 HASTA 2029

BABYBOOMER
GEN X TEMPRANA
GEN X TARDÍA
MILLENNIAL TEMPRANA
MILLENNIAL TARDÍA
CENTENNIAL



BABY BOOMERS

Nacieron entre 1950 y 1959
Generación de Turno entre 1970 y 1979
Veinteañeros entre 1970 y 1989
Setentones entre 2020 y 2029
1.501.736 personas (al 2024)
8,13% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Durante los 70's los Baby Boomers son generación de turno entrante y conviven con los Silenciosos (Late) que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 80's los Baby Boomers son generación de turno saliente y conviven con los Gen X (Early) que son generación entrante.



HITOS

¿En qué mundo vivieron los Baby Boomers mientras fueron generación de turno?

Golpe Estado en Chile, toque de queda

Terrorismo internacional

Revolución Iraní

Movimiento hippie, amor y libertad

Música disco

Crisis del petróleo

Irrupción aparatos electrónicos

Filósofos e intelectuales posmodernos

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Baby Boomers?

Representan sociedad disciplinaria

Inician la posmodernidad, resienten stabliment

La paz y el amor (discurso)

Huella de padres conservadores (práctica)

Modelo machista, patriarcal, clasista

Mujer complaciente y sumisa

Apegados a la familia, la religión, el nacionalismo, el esfuerzo

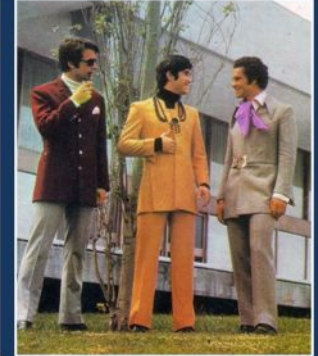
Grandes lectores de diarios y revistas

Dependientes de la TV, noticias, programas de concursos

Por control militar acostumbrados a vida casera y familiar

Sensación de temor, culpa y desconfianza

Generación polar, entre lo conservador y lo rupturista



GEN X (Early)

Nacieron entre 1960 y 1969
Generación de Turno entre 1980 y 1989
Veinteañeros entre 1980 y 1999
Sesentones entre 2020 y 2029
2.190.026 personas (al 2024)
11,85% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Hoy

Durante los 80's los Gen X (Early) son generación de turno entrante y conviven con los BabyBoomer que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 90's los Gen X (Early) son generación de turno saliente y conviven con los Gen X (Late) que son generación entrante.

1980's



Generación de Turno

HITOS

¿En qué mundo vivieron los Gen X Early mientras fueron generación de turno?

Desastre Chernobyl

Caída muro Berlín

Guerra Irán Irak

Aparición SIDA

Boom de los PC's

Retorno a la democracia en Chile

Madonna, U2

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Gen X Early?

Contrarios al Bommer conservador

Exitistas, consumistas, el fin justifica los medios

Posmodernos, individualistas, trabajólicos

Figura del hombre triunfador y super masculino

Mujer complaciente, pero seductora y glamorosa

Culto al éxito, al poder, al dinero y la fama

La imagen y la apariencia lo es todo

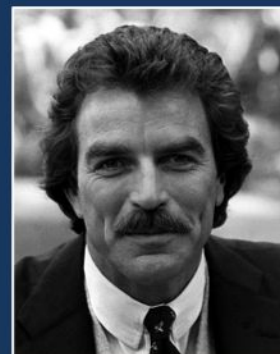
Tiempos de gloria para la publicidad y los medios

Cierta normalización del engaño: negocios, infidelidad

Trabajo castigador, jerarquía y mando

Conflicto entre trabajo y familia

Admiración por carrera funcionaria



GEN X (Late)

Nacieron entre 1970 y 1979
Generación de Turno entre 1990 y 1999
Veinteañeros entre 1990 y 2009
Cincuentones entre 2020 y 2029
2.305.047 personas (al 2024)
12,47% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Durante los 90's los Gen X (Late) son generación de turno entrante y conviven con los Gen X (Early) que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 2000's los Gen X (Late) son generación de turno saliente y conviven con los Millennial (Early) que son generación entrante.



HITOS

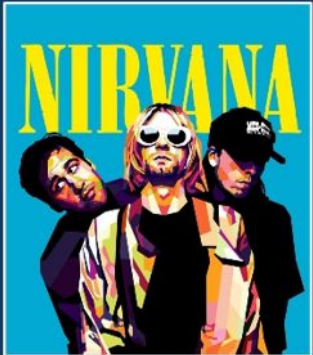
¿En qué mundo vivieron los Gen X Late mientras fueron generación de turno?

- Crecimiento exponencial del consumo
- Chile económico, Jaguares del Sur
- Abandono de la religión
- Fin guerra fría
- Guerra del Golfo
- Nace Unión Europea
- Gobierno de Frei
- Invasión de celulares
- Crisis asiática
- Fin bonanza económica
- Nirvana, Green Day, Los Tres

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Gen X Late?

- Semejantes a *Gen X Tempranos*, pero recargados
- Fuerte individualismo, consumismo, materialismo
- Y lo asumen públicamente
- El trabajo es una religión
- Importa la productividad, la eficiencia, los costos
- Alta necesidad por conseguir títulos, cargos, posición social
- Importan los privilegios, la jerarquía
- El trabajo y el hogar son mundos separados y en conflicto
- Alto culto al éxito, dinero, fama y poder
- Urgencia de obtener bienes y exhibirlos, hay clasismo
- Mundo competitivo, quién es el mejor, bulling



MILLENNIAL (Early)

Nacieron entre 1980 y 1989
Generación de Turno entre 2000 y 2009
Veinteañeros entre 1990 y 2019
Cuarentones entre 2020 y 2029
2.658.125 personas (al 2024)
14,38% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Hoy

Durante los 2000's los Millennial (Early) son generación de turno entrante y conviven con los Gen X (Late) que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 2010's los Millennial (Early) son generación de turno saliente y conviven con los Millennial (Late) que son generación entrante.

2000's



Generación de Turno

HITOS

¿En qué mundo vivieron los Millennial Early mientras fueron generación de turno?

Llegada del nuevo milenio

Caída Torres Gemelas

Irrupción de Internet

Crisis sub Prime

Revolución estudiantil en Chile

Fenómeno startup

Música electrónica

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Millennial Early?

Cambio de paradigma, ruptura con modelo anterior

Fin de posmodernidad, empieza sociedad líquida

Nuevo tipo de jóvenes, autónomos, nómades

Conscientes, amantes naturaleza, comida sana, bici

Feminismo, diversidad, tolerancia, equidad

Prefieren felicidad por sobre dinero, poder y fama

Mesuran individualismo y consumo

Aparece la nueva economía de la colaboración

Se consolida la globalidad, aparece lo glocal

Surge el emprendimiento como forma de vida

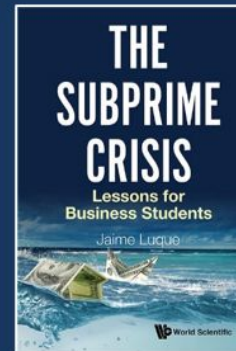
Tecnología la herramienta que resuelve todo

La sustentabilidad se empieza a volver religión

El diseño imprescindible en todo, una forma de pensar

Aparece amor por animales, opción de no tener hijos

Instalan sus valores mientras son generación de turno



MILLENNIAL (Late)

Nacieron entre 1990 y 1999
Generación de Turno entre 2010 y 2019
Veinteañeros entre 2000 y 2029
Treintones entre 2020 y 2029
2.890.487 personas (al 2024)
15,64% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Durante los 2010's los Millennial (Late) son generación de turno entrante y conviven con los Millennial (Early) que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 2020's los Millennial (Late) son generación de turno saliente y conviven con los Centennial que son generación entrante.

2010's



Generación de Turno

HITOS

¿En qué mundo vivieron los Millennial Late mientras fueron generación de turno?

Digitalización de la economía
Explosión de redes sociales
Ruptura del modelo clásico familiar
Caída acelerada tasa de natalidad
Crisis de cambio climático
Crisis migratoria mundial
Conflicto en Siria
Estallido social en Chile
Comienza la pandemia
Música urbana, música independiente

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Millennial Late?

Consolidan valores de generación anterior:
Colaboración/Sustentabilidad/Tecnología/ Emprendimiento
Globalidad/Diseño/Felicidad/Equidad
Ya no son creencias intuitivas sino convicciones
Usan rrss para difundir sus consignas
Se les llama "la generación de cristal"
Surgen caricaturas de sus bicis, veganismo y diversidad
Tienen poco compromiso laboral, cambian de opinión
Poseen arrogancia digital, son distendidos e informales
Desconfían de las instituciones, critican el sistema
Empieza efecto burbuja por exceso de pantallas
Grupos políticos manipulan sus consignas (wokismo)



CENTENNIAL

Nacieron entre 2000 y 2009
Generación de Turno entre 2020 y 2029
Veinteañeros entre 2020 y 2039
Veinteañeros entre 2020 y 2029
2.475.758 personas (al 2024)
13,40% de la población
(Datos Censo Chile 2024 Fuente INE)



Hoy

Durante los 2020's los Centennial son generación de turno entrante y conviven con los Millennial (Late) que en esa década son generación saliente.

Durante la década de los 2030's los Centennial son generación de turno saliente y conviven con los Gen A que son generación entrante.

2020's



Generación de Turno

HITOS

¿En qué mundo vivieron los Centennial mientras fueron generación de turno?

Pandemia mundial
Crisis económica mundial
Estallido social en Chile
Fallida nueva Constitución Chile
Violencia, delincuencia, narcotráfico
Desorden social, corrupción
Música urbana
Crisis migratoria
Emergencia climática
Guerra Rusia - Ucrania
Conflicto Franja de Gaza
Ofensiva de Trump (Venezuela, Irán, Cuba)
Empieza Quinta Revolución Industrial (IA)

VALORES GENERACIONALES

¿Cuáles fueron las creencias epocales que promovieron los Centennial?

Heredan algunas creencias de Millennials
Menos teóricos, aplican creencias desde la práctica
Menos interesados en activismo
Muy sensibles a temas sociales y ambientales
Equidad es su religión, inclusión, transparencia
Genderless, tema de género es algo central
Son hackers, no solo en tecnología, personalizan todo
Primera generación nativo digital, tecnología en su ADN
Generación instantánea, todo para ahora
Flexibles, con un diseño en mente pero sin plan
Autodidactas, el conocimiento ya no es un bien escaso
Sencillos, sin ostentaciones, honestos
Independientes, sin ataduras, autónomos, informales
Otro significado a palabra "compromiso", posverdad
Animalistas, sin hijos, nómades
Quieren ser diferentes a sus padres
Buscan sentido en sus vidas, propósito
Viven con desesperanza, sin noción de futuro



Valores Generacionales – Centennial



HACKER

Usan la tecnología como algo natural de su tiempo y ya no como un arma contra ideas viejas. Su condición de hacker está en su ADN, tienen el impulso de modificar todo para que se ajuste a sus intereses, no solo en lo tecnológico.



EQUIDAD

Tienen una alta sensibilidad por los temas sociales, por la no discriminación, por la transparencia y la justicia, pero no en un sentido activista, les interesan estos temas pero no tienen disposición para ir a una marcha.



AMBIENTALISMO

El medio ambiente es religión para esta generación, aunque tienen una cierta visión política sobre el tema no parecen interesados en el activismo ni tampoco dispuesto a pagar sobreprecio por no contaminar.



GENDERLESS

Para ellos el respeto a la diversidad en esta materia es algo principal, cada vez hay más indiferencia por el género en los asuntos que tradicionalmente marcaron diferencias entre hombres y mujeres, como vestuario, profesiones, roles, etc.



AUTODIDACTAS

El saber ya no es un bien escaso para esta generación, todo está en la red, hay un decreciente interés por estudios formales frente al empoderamiento por aprendizaje simplificado y práctico. La IA empieza a ser algo cotidiano para estos jóvenes.



HONESTOS

No están interesados en aparentar, presumir o impresionar, llevan con dignidad y honestidad su apariencia física, social o económica sin complejos, no sienten mayor atractivo por el poder, la fama o la riqueza, solo lo justo para existir.



DESESPERANZA

No tienen mayor esperanza en el futuro de la humanidad, no se interesan en las relaciones de largo plazo, ni los hijos, ni en la carrera funcionaria, desconfían de las instituciones, políticos y en general del sistema, pero ya no desde la violencia.



PROPÓSITO

A pesar de la desesperanza necesitan dar sentido a sus vidas, por eso buscan refugio en la espiritualidad, a falta de religiones, requieren un propósito que les oriente y refuerce su identidad, las redes les ayudan a encontrar burbujas de contención.

Millennials: Valores Generacionales



SUSTENTABILIDAD

Tienen conciencia del planeta y del futuro, son respetuosos con el medio ambiente, con los seres que lo habitan y con los recursos naturales, buscan construir en vez de depredar



COLABORACIÓN

Están inmersos en la nueva economía colaborativa, apoyan a otros a cambio de nada, forman redes, evitan desperdiciar



TECNOLOGÍA

Celebran los avances digitales que hoy permiten automatizar funciones ahorrando costos, tiempo, distancias y recursos, buscan integrar la tecnología a todo lo que hacen



GLOBALIDAD

Su visión es internacional, entienden que el mundo está interconectado y que si bien la realidad local requiere prioridad, a la larga todo debe tener alcance planetario, en particular los negocios



EMPRENDEDOR

Valoran el modelo emprendedor, la iniciativa autónoma, la independencia, buscan relacionarse horizontalmente, sobre todo en lo laboral donde privilegian el respeto hacia el trabajador entendido como un colaborador



DISEÑO

Entienden el diseño como una forma de pensar, incluso más allá de lo estético, privilegian lo armónico, lo funcional, lo ergonómico, procuran que lo construido siempre tenga diseño



FELICIDAD

Creen que el concepto de felicidad dejó de ser un cliché para transformarse en el verdadero sentido de la vida, un propósito por sobre el dinero y el poder, privilegian la felicidad porque saben que empodera a las personas



EQUIDAD

Desprecian todo lo que pretenda dominar, apartar, marginar, privar, explotar, aplastar, denigrar. Desde la discriminación de género hasta el tema de los inmigrantes, los pueblos originarios y las minorías de cualquier tipo

ANTIGUO PARADIGMA

NUEVO PARADIGMA

TENER
Vida centrada en tener



YO
Competitividad



JEFE
Órdenes



JERARQUÍA
Burocracia centralizada



CORTO PLAZO
Ganancia



RESULTADO
Lo más importante



RUTINA
Hemisferio de la razón



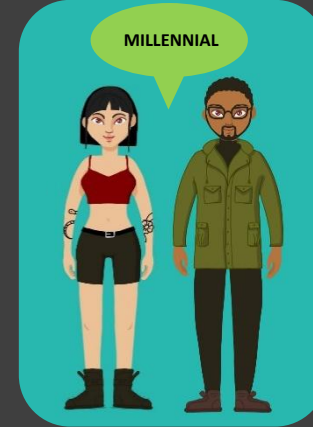
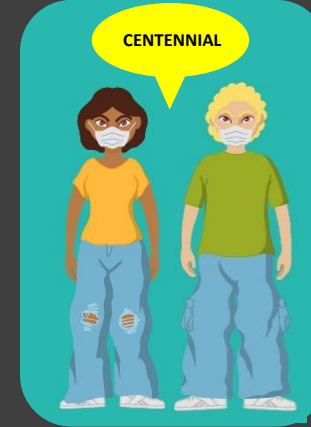
PRODUCTO
Centrado en cosas



DEPREDADOR
Consumir, explotar, desechar



En medio de esta realidad antropológica...



LAS EMPRESAS DEBEN SOSTENER SU MODELO DE VALOR



SER
Vida centrada en ser



NOSOTROS
Colaboración



LIDER
Ejemplo



REDARQUÍA
Adhocracia distribuida



LARGO PLAZO
Inversión



CAMINO
Es lo que cuenta



CREATIVIDAD
Hemisferio de la intuición



VALOR
Centrado en personas



CONSTRUCTOR
Prosumir, colaborar, reciclar

Edad y población

NACIMIENTO	TURNO	GENERACIÓN	EDAD AL 2026	POBLACIÓN CENSO 2026
1930 - 1939	1950 - 1959	SILENCIOSA TEMP	87 - 96	1.058.954 h. (5,73%)
1940 - 1949	1960 - 1969	SILENCIOSA TARD	77 - 86	
1950 - 1959	1970 - 1979	B BOOMER	67 - 76	1.501.736 h. (8,13%)
1960 - 1969	1980 – 1989	GEN X TEMPRANA	57 - 66	2.190.026 h. (11,85%)
1970 - 1979	1990 – 1999	GEN X TARDÍA	47 - 56	2.305.047 h. (12,47%)
1980 - 1989	2000 – 2009	MILLENNIAL TEMP	37 - 46	2.658.125 h. (14,38%)
1990 - 1999	2010 – 2019	MILLENNIAL TARD	27 - 36	2.890.487 h. (15,64%)
2000 - 2009	2020 – 2029	CENTENNIAL	17 - 26	2.475.758 h. (13,40%)
2010 - 2019	2030 - 2039	GEN A	7- 16	

Veamos ahora en vivo cómo se
comportan los Centennials

PADLET
GEN Z

SE FIJARON QUE LOS GEN Z:

- Tienen diferencias con los Millennials
- Las mujeres rechazan vínculos
- No quieren hijos
- Hablan mucho de los incels
- Los GenZ son una generación ansiosa
- Vuelven a ser conservadores
- Beben menos alcohol
- Salen menos de noche
- No creen en las instituciones
- No se llevan con la política
- Trabajan solo para sobrevivir
- Tienen débil compromiso laboral
- No encuentran trabajo
- Ya no tienen tanto interés en estudiar
- Son muy honestos
- No tienen esperanzas en el futuro
- Están en busca de un propósito

GENERACIONES DE TURNO



**Planetarios
consultora**

Antropología de negocios

rrios@planetarios.cl +569 98202681