

# ESTUDIO 4G ARG

ESTUDIO CUANTITATIVO DE OPINIÓN PÚBLICA

Las 4 Generaciones de argentinos opinan de  
política, cultura, educación, sociedad y economía

INFORME

Julio 2022



# LAS 4 GENERACIONES DE ARGENTINOS

- ➔ Según las cifras del INDEC, en Argentina viven 47.327.407 personas.
- ➔ Un 76% son mayores de 15 años de edad.
- ➔ En términos etarios, es posible caracterizar a la población argentina en 4 generaciones:

GENERACIÓN	Centennials	Millennials	Generación X	Baby Boomers
Nacimiento	1998 a 2007	1983 a 1997	1963 a 1982	1946 a 1962
Edades	15 a 24 años	25 a 39 años	40 a 59 años	60 y más años
Participación en la población mayor de 15 años	20%	29%	30%	21%

- ➔ El ESTUDIO 4G ARG es una investigación cuantitativa online en todo el país, pensada para destacar las principales diferencias y similitudes que cada generación posee actualmente en distintas cuestiones políticas, culturales, educativas, sociales y económicas.
- ➔ Un estudio llevado adelante junto al Instituto de Monitoreo de Tendencias (IMOT) de UCES.

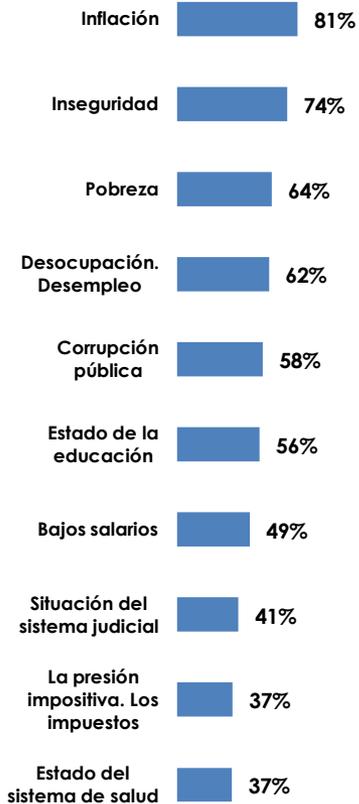


# INDICADORES ANALIZADOS

- Principales problemas del país
- Clima social
- Sobre el rumbo actual de Argentina
- La odisea de llegar a fin de mes
- Sobre la evolución de la pobreza
- Modalidad preferida de trabajo
- ¿Una semana laboral de 4 días?
- Lugar preferido de trabajo
- Temor a perder el empleo
- Work & life balance
- Sobre el vínculo de pareja
- Las economías más admiradas
- Las sociedades más admiradas
- Los países que más se admiran por su política
- ¿En qué país te hubiera gustado nacer?
- ¿Argentina potencia en 30 años?
- Sobre la intención de migrar
- El mundo post COVID-19
- Expectativas 2023
- Sobre el mundo de los próximos 10 años

# PRINCIPALES PROBLEMAS DEL PAÍS

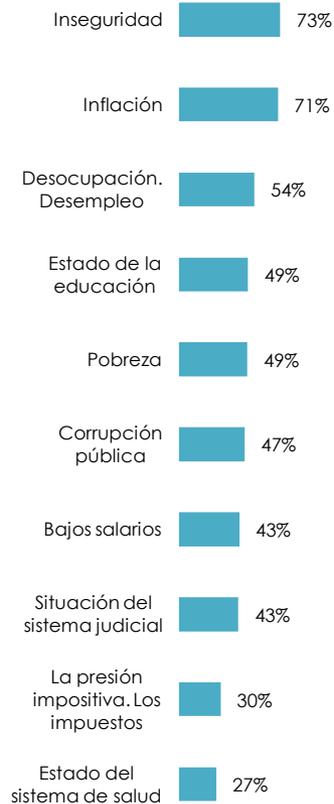
## TOP 10 DE PROBLEMAS



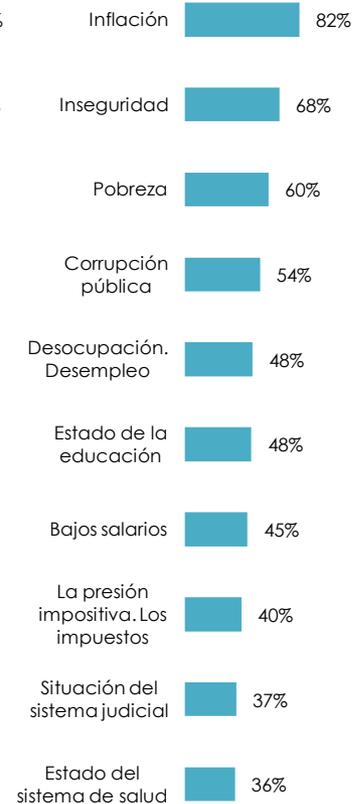
## Centennials



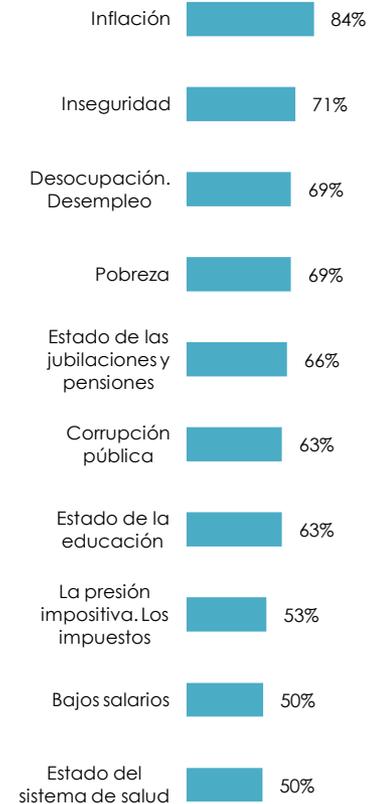
## Millennials



## Generación X

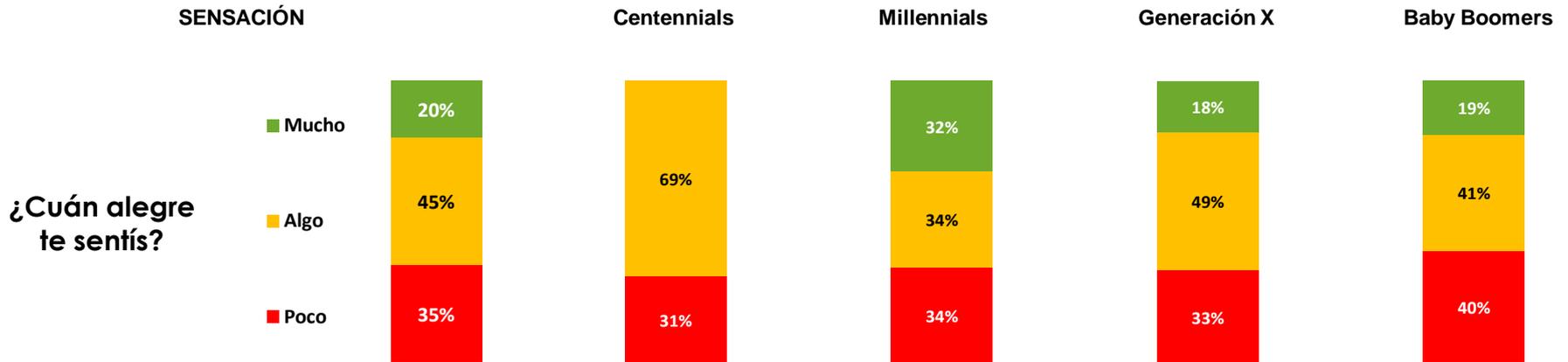


## Baby Boomers

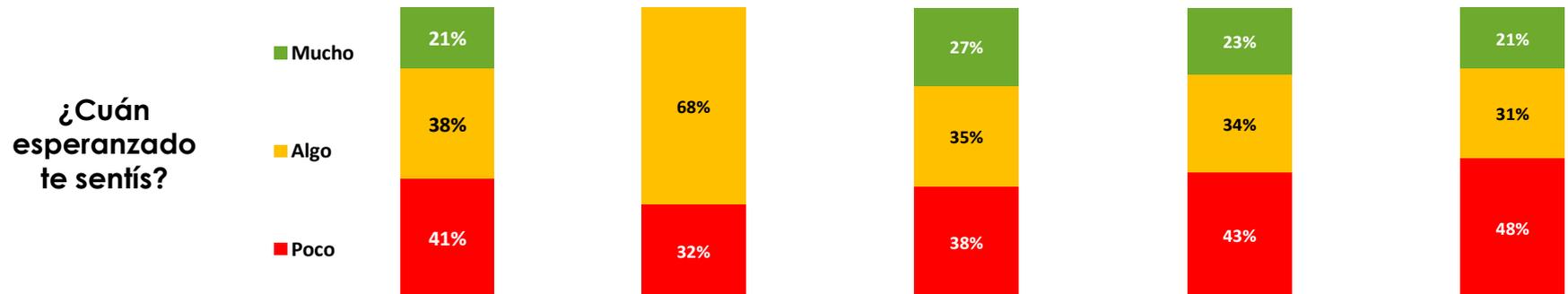


**Coincidencia inter-generacional: inflación, inseguridad, pobreza y desempleo son las principales preocupaciones de los argentinos.**

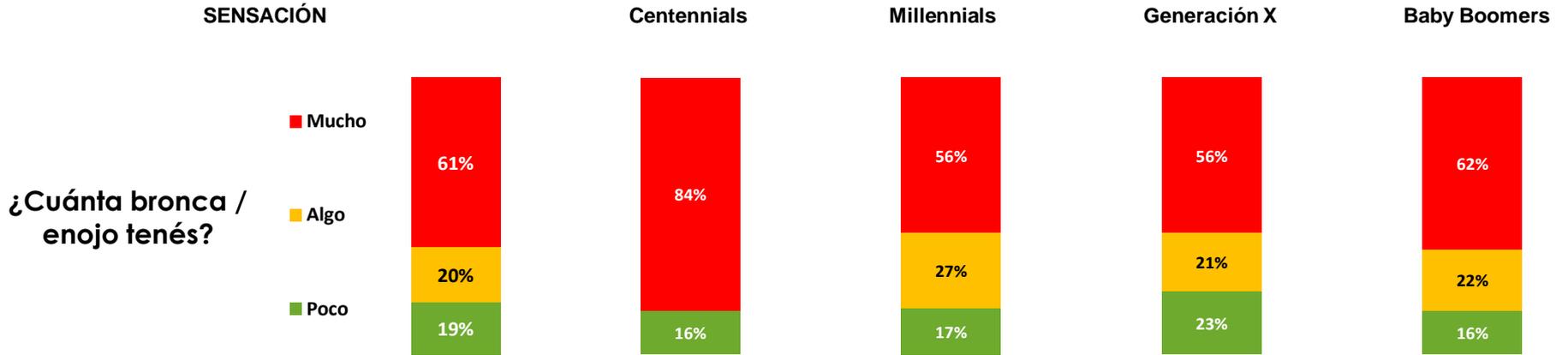
# CLIMA SOCIAL



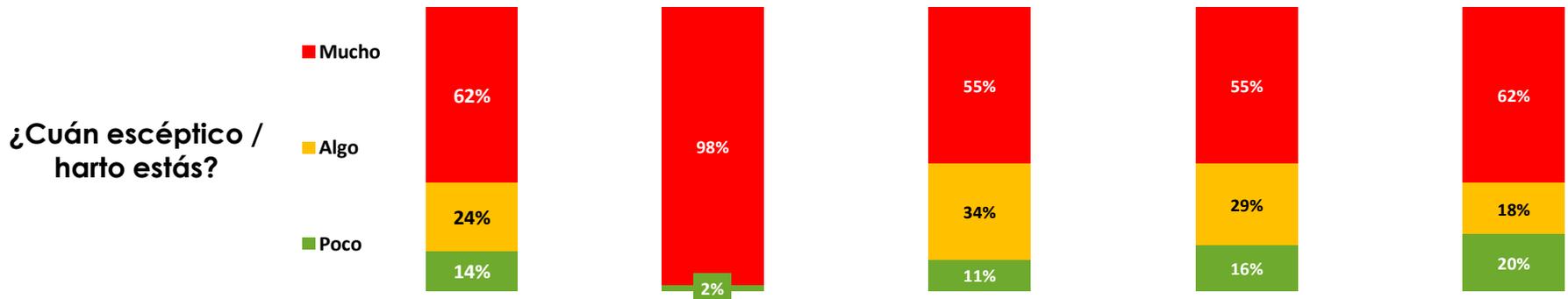
Los Centennials experimentan la mayor tristeza y desesperanza, en tanto que los Millennials se ubican en la vereda opuesta.



# CLIMA SOCIAL



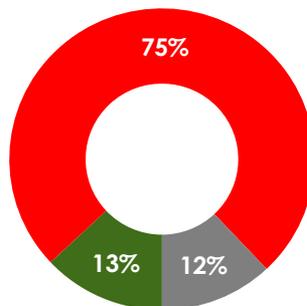
Los Centennials sobresalen como el público más enojado y escéptico.



# SOBRE EL RUMBO ACTUAL DEL PAÍS

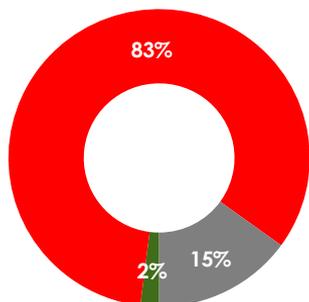
En general, ¿crees que las cosas en Argentina están yendo en la dirección correcta o en la dirección incorrecta?

- Están yendo en la dirección correcta
- Están yendo en la dirección incorrecta
- No sé

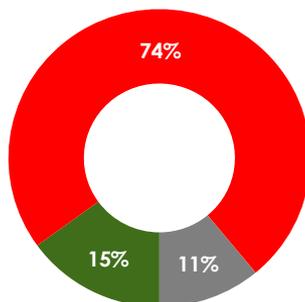


El enojo y escepticismo de los Centennials se confirma en la apreciación de la mala dirección que hoy tiene el país.

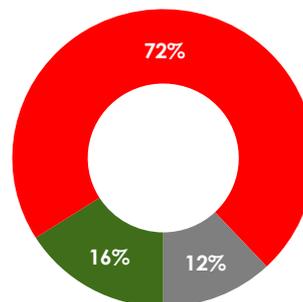
Centennials



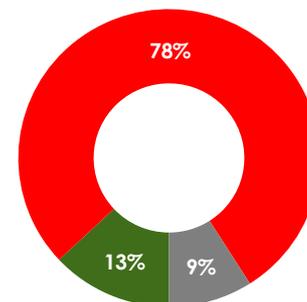
Millennials



Generación X

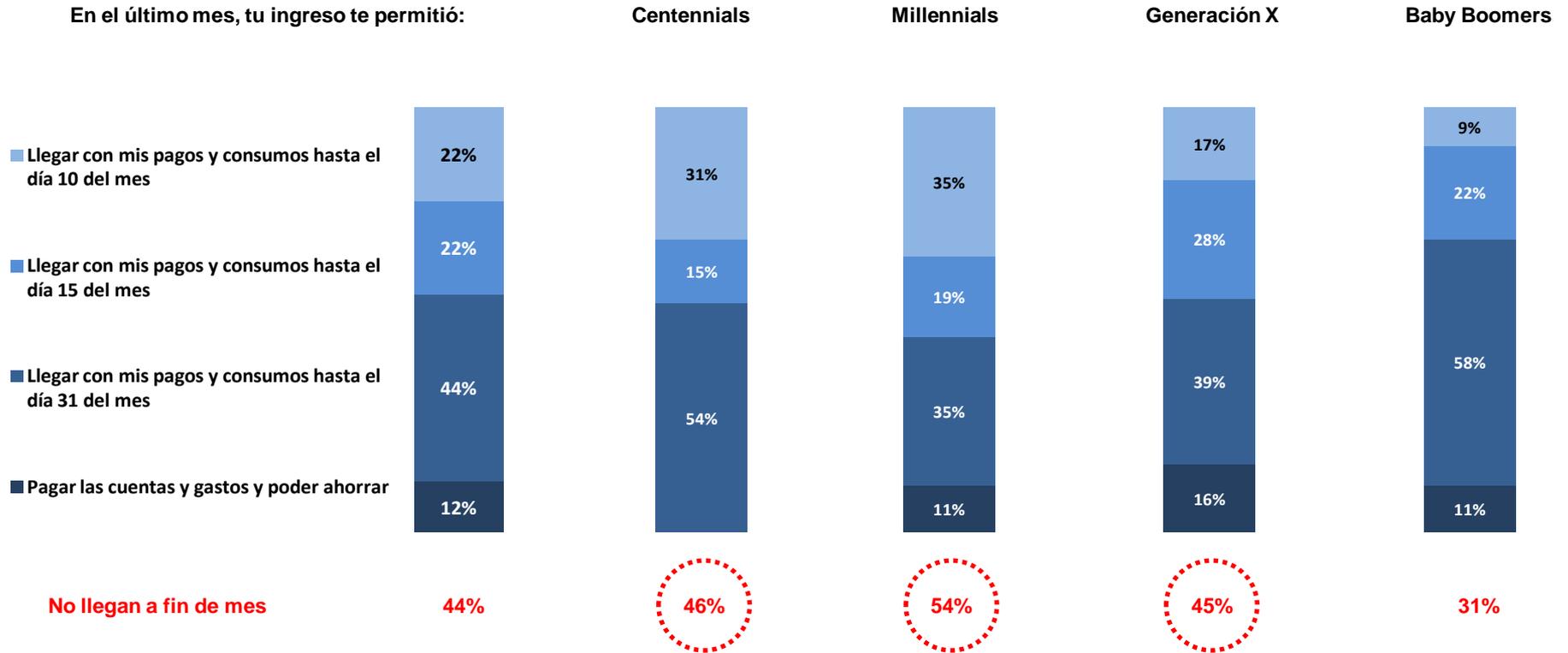


Baby Boomers



# LA ODISEA DE LLEGAR A FIN DE MES

En el último mes, tu ingreso te permitió:



Llegar a fin de mes es una odisea para 5 de cada 10 Centennials, Millennials y miembros de la Generación X.

# SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA POBREZA

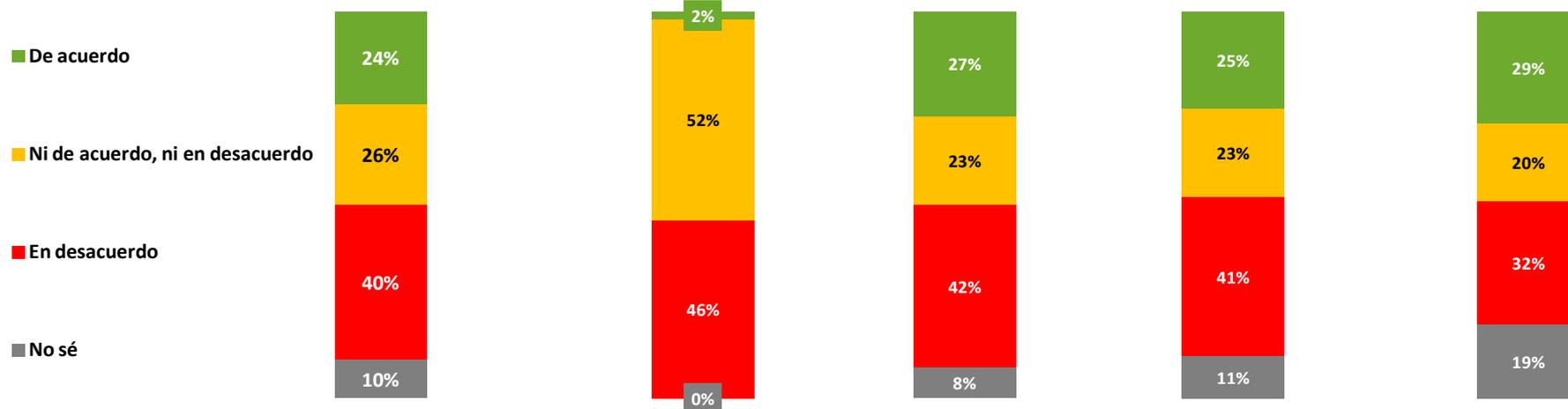
En 30 años, imagino un país con pobreza mínima

Centennials

Millennials

Generación X

Baby Boomers

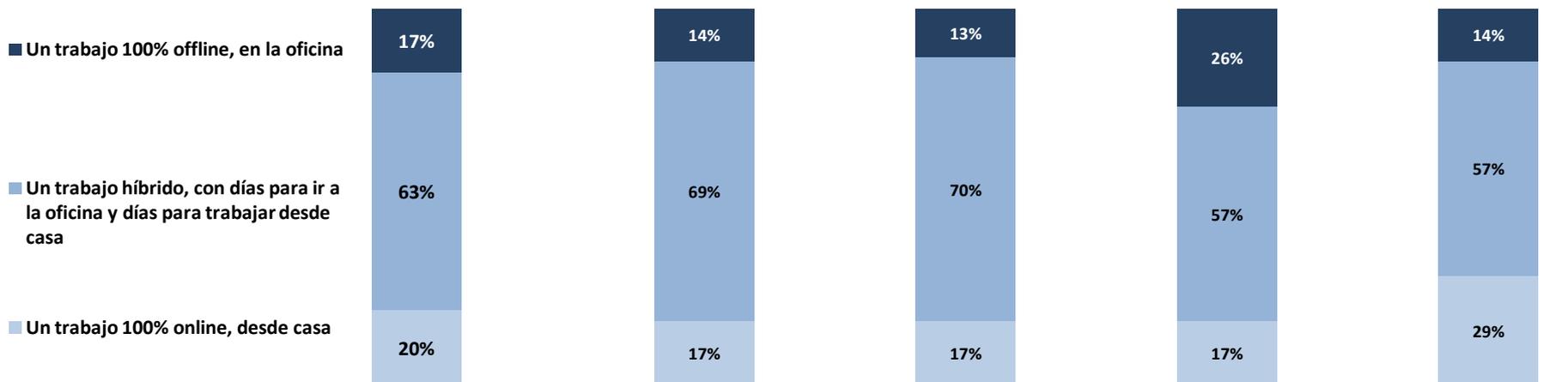


A medida que crece la edad, crece la esperanza de un país con menor pobreza.

Los Centennials son los más escépticos en cuánto a la reducción de la pobreza.

# MODALIDAD PREFERIDA DE TRABAJO

En términos de trabajo, en tu caso preferís:

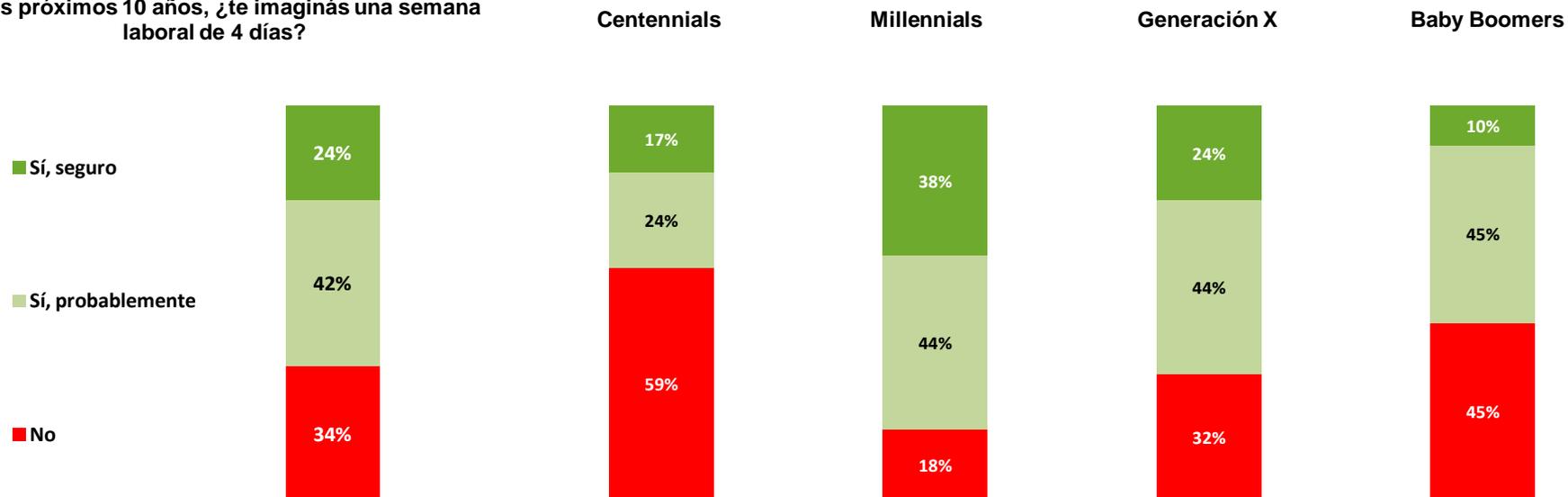


La hibridez llegó para quedarse: 86% de los Centennials, Millennials y Baby Boomers prefieren esta modalidad de trabajo.

1 de cada 4 miembros de la Generación X prefieren retomar la rutina de la oficina pre-pandemia.

# ¿UNA SEMANA LABORAL DE 4 DÍAS?

En los próximos 10 años, ¿te imaginás una semana laboral de 4 días?



La mayoría de los Millennials, Generación X y Baby Boomers consideran posible una semana laboral de 4 días.

Los Centennials marcan aquí una diferencia: 6 de cada 10 no evalúan como factible este cambio en los próximos 10 años.

# LUGAR PREFERIDO DE TRABAJO

Si pudieras elegir, trabajarías:

Centennials

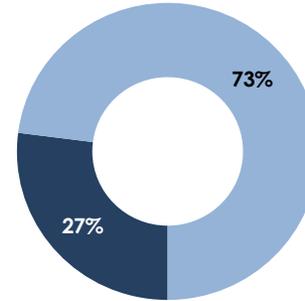
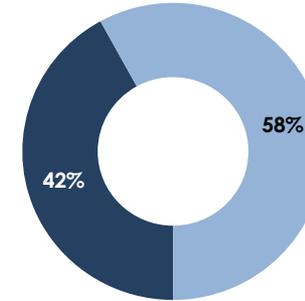
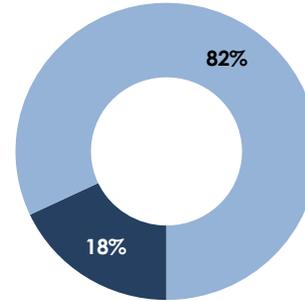
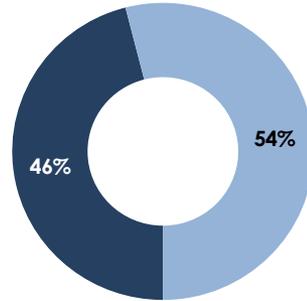
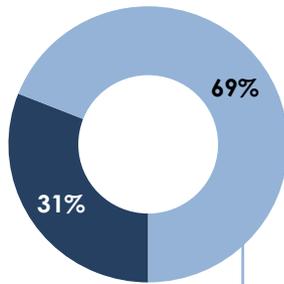
Millennials

Generación X

Baby Boomers

■ En el Estado

■ En el sector privado



Los Centennials y la Generación X son los públicos que más valoran el trabajo estatal, en oposición a los Millennials y Baby Boomers.

Y preferís trabajar en:

Centennials

Millennials

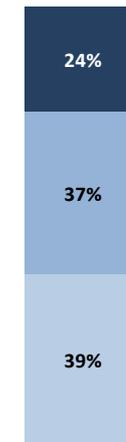
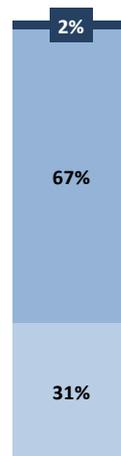
Generación X

Baby Boomers

■ Una micro o pequeña empresa (con hasta 49 empleados)

■ Una empresa mediana (de 50 a 200 empleados)

■ Una empresa grande (con más de 200 empleados)



# TEMOR A PERDER EL EMPLEO

¿Cuánto miedo tenés a quedarte sin trabajo?

Centennials

Millennials

Generación X

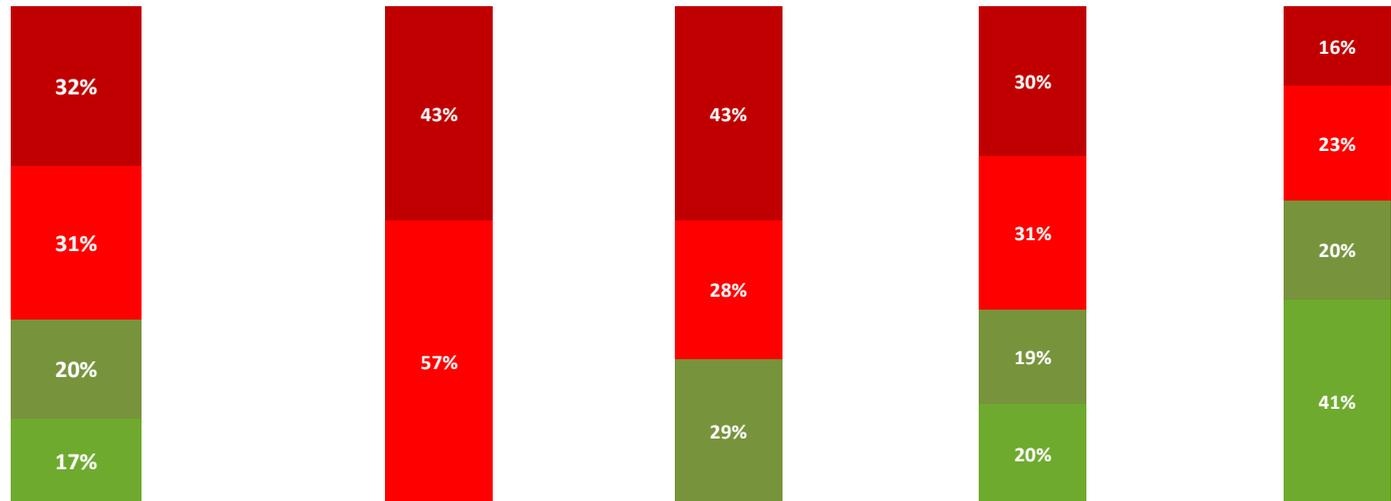
Baby Boomers

Mucho

Algo

Poco

Nada



Con temor a perder el empleo

63%

100%

71%

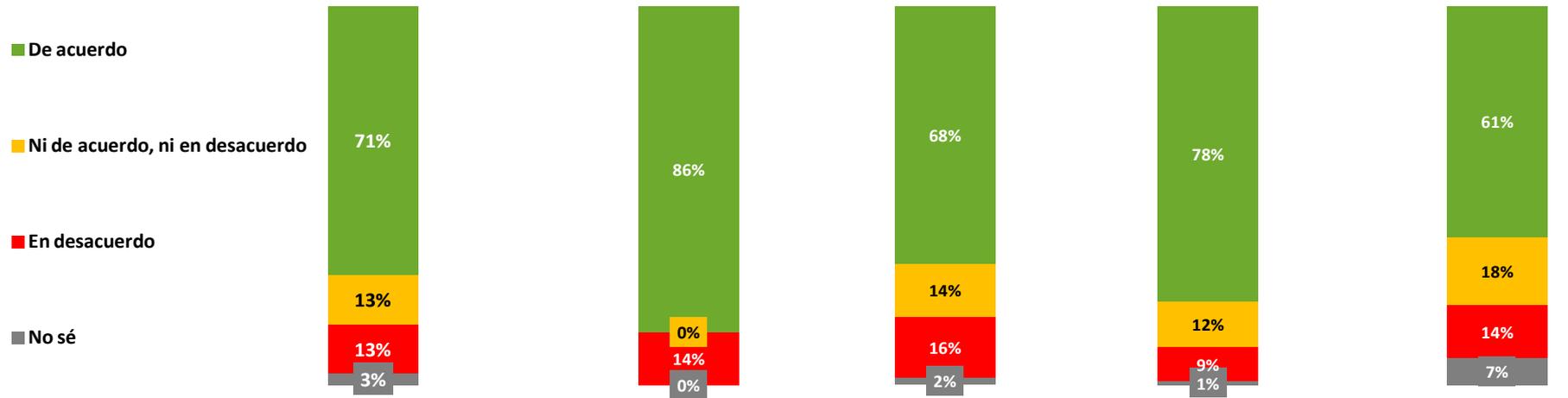
61%

39%

El temor a perder el empleo es una preocupación presente en los Centennials, Millennials y la Generación X.

# WORK & LIFE BALANCE

Intento lograr un equilibrio entre el tiempo que le dedico al trabajo y a mi vida personal / familiar



Los Centennials y la Generación X son los primeros que valoran el equilibrio entre el trabajo y la vida personal-familiar.

# SOBRE EL VÍNCULO DE PAREJA

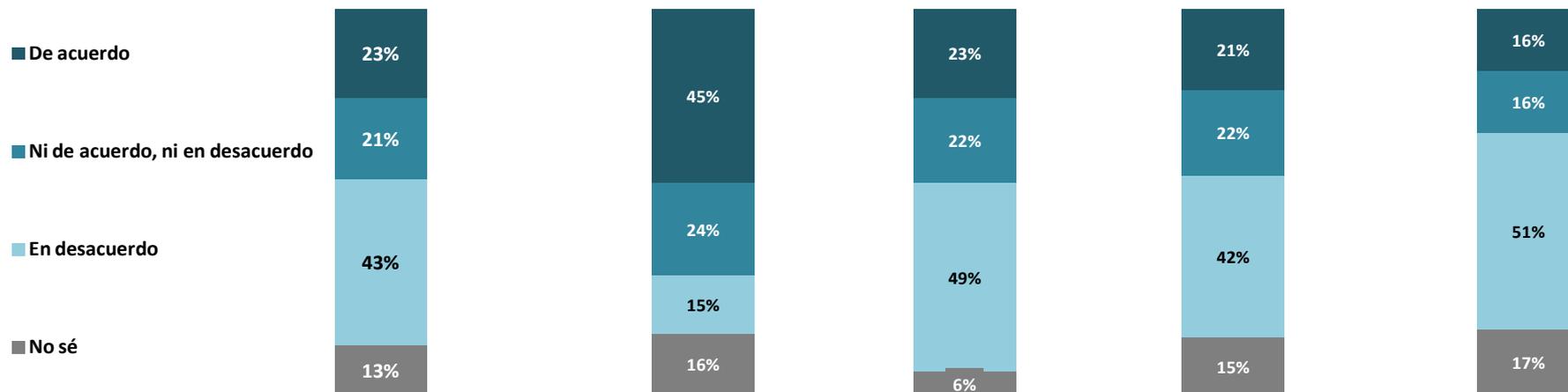
*Me cuesta pensar mi vida compartiéndola con una misma pareja*

Centennials

Millennials

Generación X

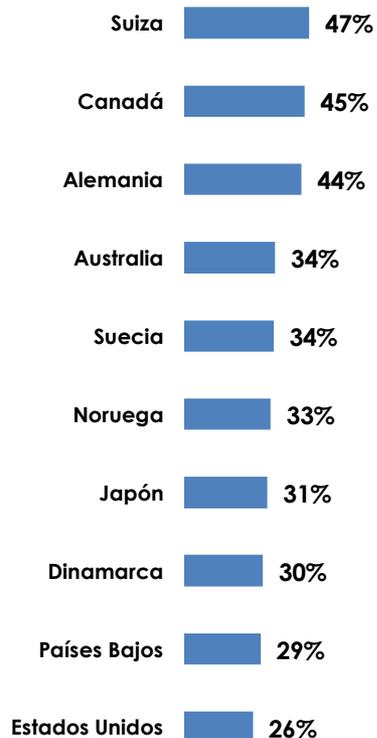
Baby Boomers



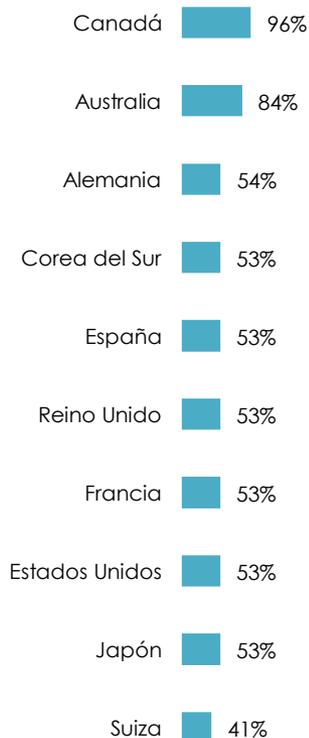
Los Millennials y Baby Boomers aún sueñan con una misma pareja, en tanto los Centennials consideran que es una práctica del pasado.

# LAS ECONOMÍAS MÁS ADMIRADAS

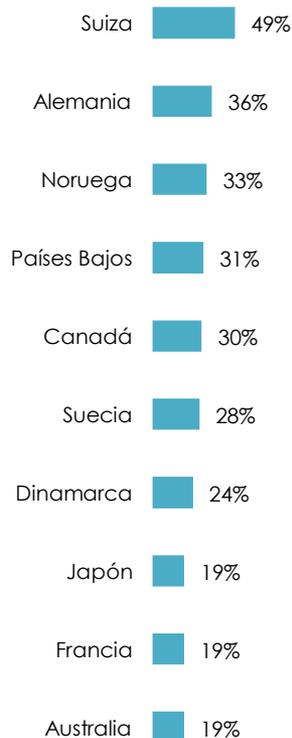
## TOP 10 DE PAÍSES ADMIRADOS



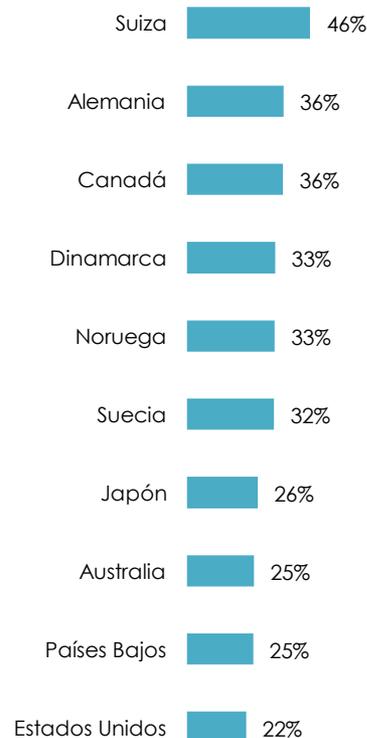
## Centennials



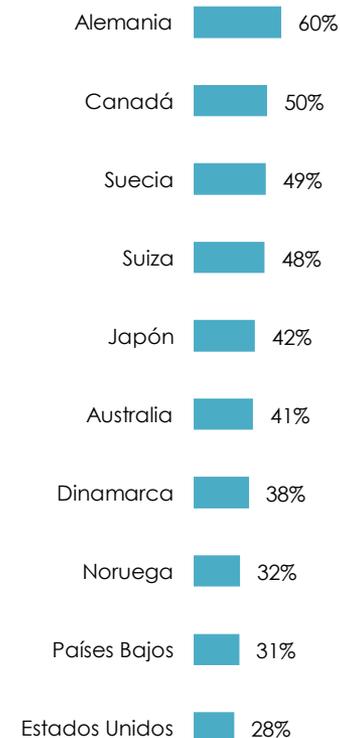
## Millennials



## Generación X



## Baby Boomers



**Canadá y Australia son economías especialmente valoradas por los Centennials.**

**Suiza y Alemania se destacan entre los Millennials, Generación X y Baby Boomers.**



# LAS SOCIEDADES MÁS ADMIRADAS

## TOP 10 DE PAÍSES ADMIRADOS

### Centennials

### Millennials

### Generación X

### Baby Boomers

Suiza 42%

Suiza 61%

Noruega 49%

Suiza 37%

Suecia 50%

Noruega 38%

Australia 59%

Canadá 41%

Suecia 34%

Suiza 46%

Suecia 38%

Corea del Sur 51%

Suiza 38%

Canadá 30%

Alemania 39%

Canadá 36%

Japón 51%

Suecia 35%

Alemania 29%

Dinamarca 36%

Australia 32%

Noruega 48%

Dinamarca 33%

Noruega 29%

Países Bajos 33%

Dinamarca 31%

Canadá 45%

Francia 30%

Australia 26%

Canadá 32%

Alemania 30%

China 38%

Alemania 29%

Dinamarca 26%

Japón 30%

Japón 30%

Países Bajos 31%

Australia 29%

Japón 24%

Noruega 30%

Países Bajos 28%

Suecia 31%

Japón 28%

Países Bajos 21%

Australia 30%

Francia 19%

España 31%

Países Bajos 28%

Uruguay 17%

Uruguay 23%

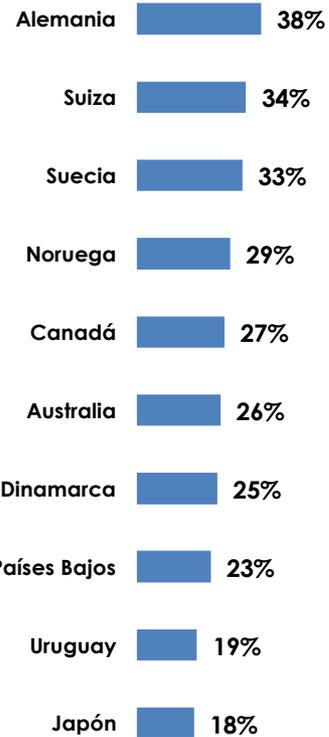
Suiza, Noruega, Suecia, Canadá y Australia son las sociedades más admiradas.

Los Centennials destacan el Oriente: Corea del Sur, Japón y China.

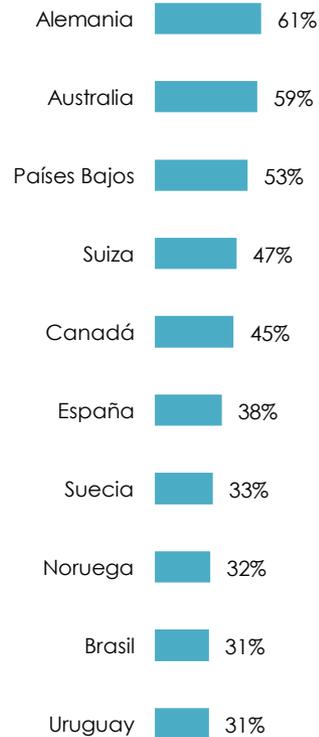
La Generación X y los Baby Boomers mencionan al único país latinoamericano: Uruguay.

# LOS PAÍSES QUE MÁS SE ADMIRAN POR SU POLÍTICA

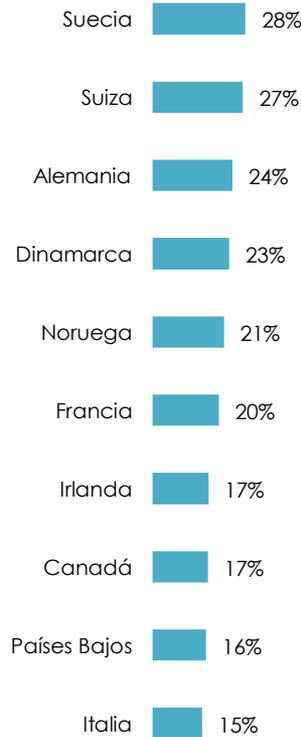
## TOP 10 DE PAÍSES ADMIRADOS



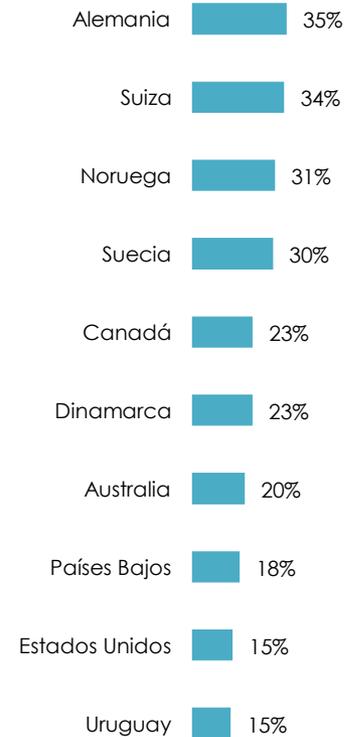
## Centennials



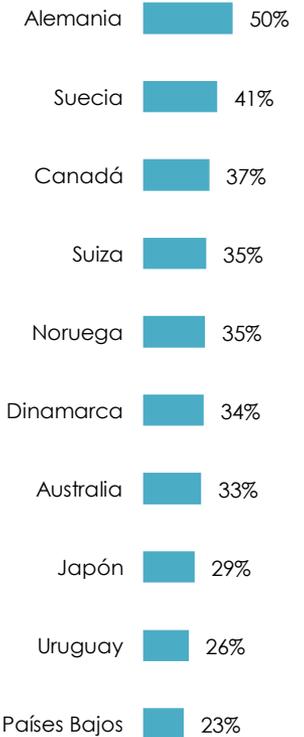
## Millennials



## Generación X



## Baby Boomers

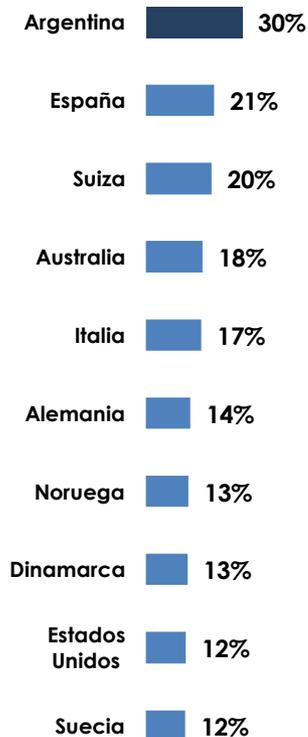


Alemania es el primer país admirado por todas las generaciones, con la única excepción de los Millennials que priorizan a Suecia y Suiza.

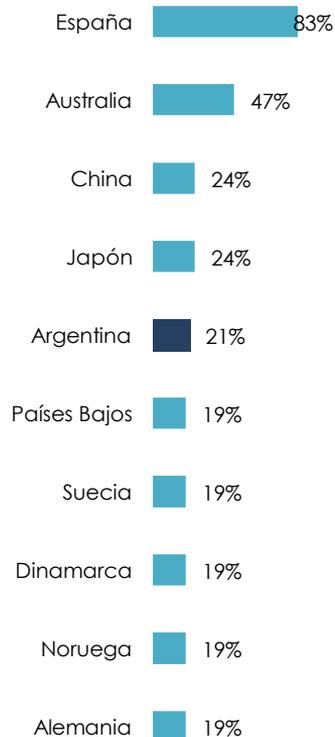
Los Centennials, Generación X y Baby Boomers destacan a Uruguay como el primer país admirado de la región.

# ¿EN QUÉ PAÍS TE HUBIERA GUSTADO NACER?

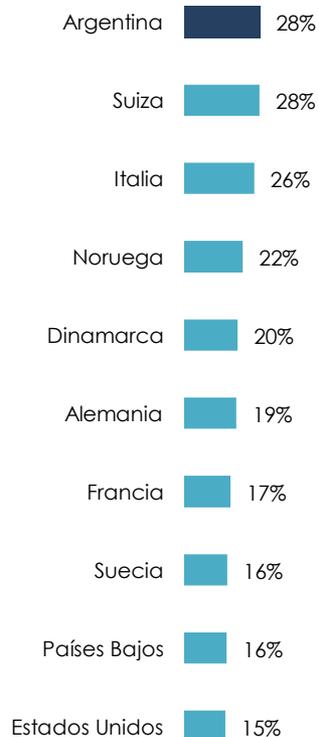
## TOP 10 DE PAÍSES



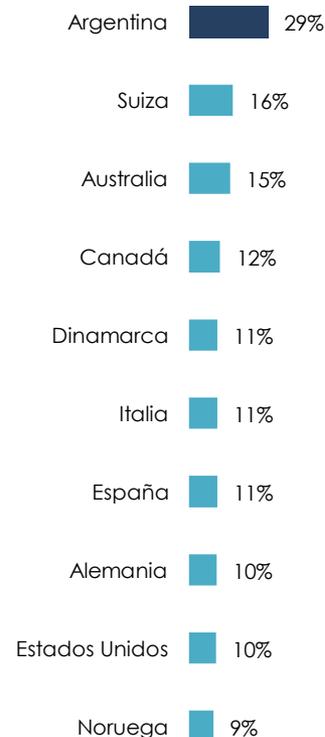
## Centennials



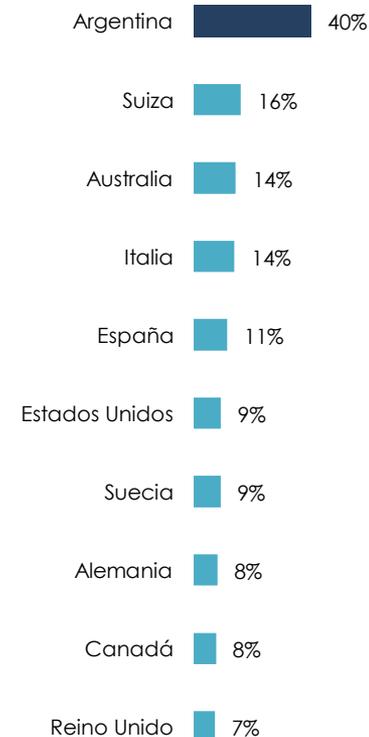
## Millennials



## Generación X



## Baby Boomers



**Argentina es el primer país que se elige, salvo entre los Centennials que priorizan España y Australia.**

**Después de Argentina, se elige Europa (España, Suiza, Italia, Alemania, Noruega, Dinamarca, Suecia), Australia ó Estados Unidos.**

# ¿ARGENTINA POTENCIA EN 30 AÑOS?

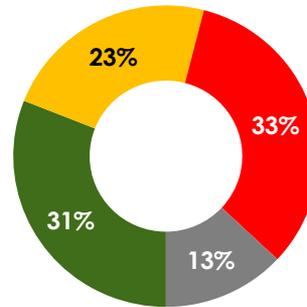
En 30 años Argentina podría ser una potencia mundial

■ De acuerdo

■ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

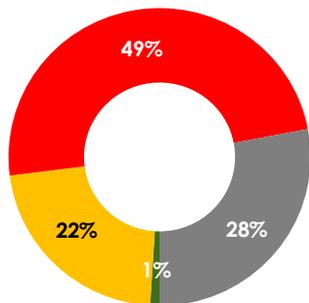
■ En desacuerdo

■ No sé

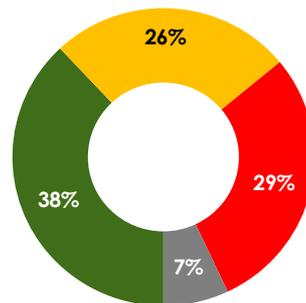


El público más escéptico en cuanto al potencial de Argentina son los Centennials.

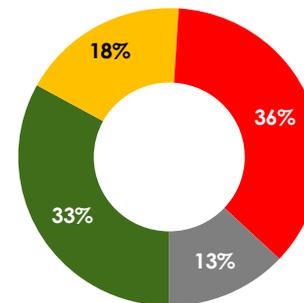
Centennials



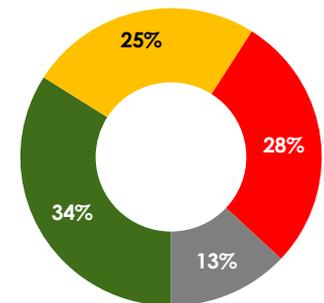
Millennials



Generación X



Baby Boomers



# SOBRE LA INTENCIÓN DE MIGRAR

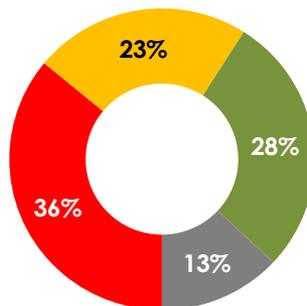
No me veo muchos años más viviendo en Argentina

■ De acuerdo

■ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

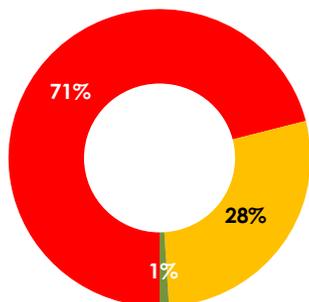
■ En desacuerdo

■ No sé

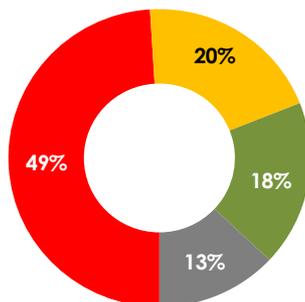


Los Centennials y Millennials sobresalen como las generaciones con intención de vivir fuera del país.

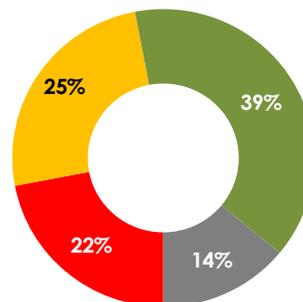
Centennials



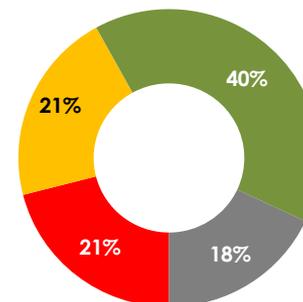
Millennials



Generación X

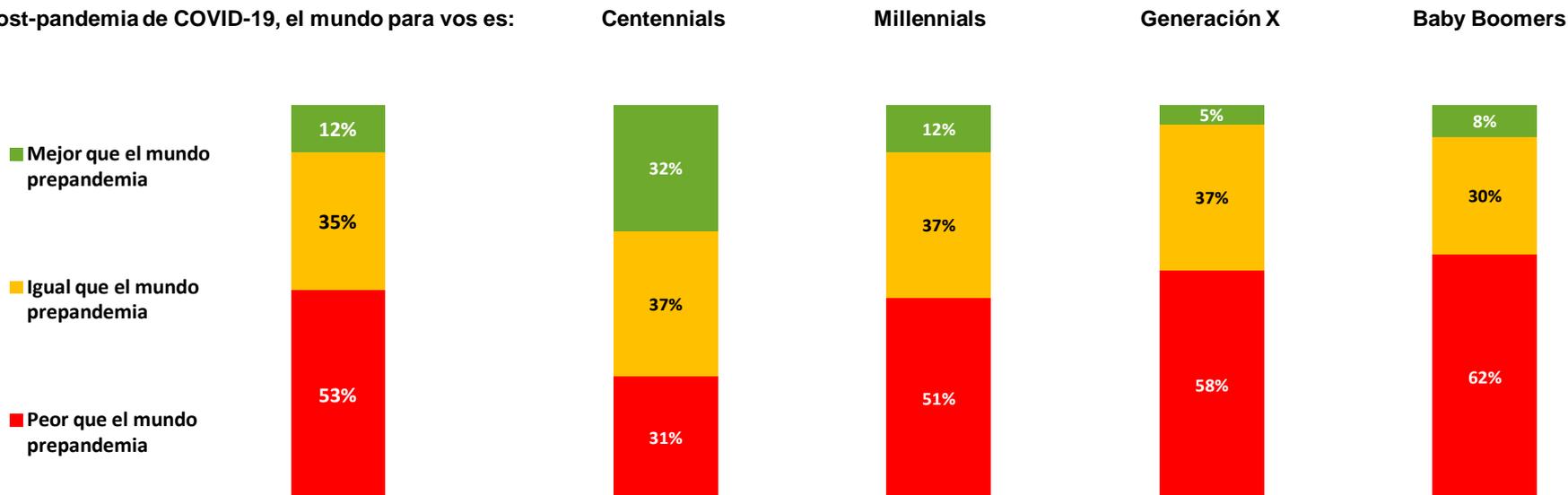


Baby Boomers



# EL MUNDO POST COVID-19

En la post-pandemia de COVID-19, el mundo para vos es:



La mayoría de los Millennials, Generación X y Baby Boomers consideran que la pandemia nos trajo un mundo peor.

Los Centennials, por el contrario, representan el público más esperanzado en un mundo mejor.

# EXPECTATIVAS 2023

De aquí a 1 año, ¿cómo crees que estarán los siguientes indicadores?

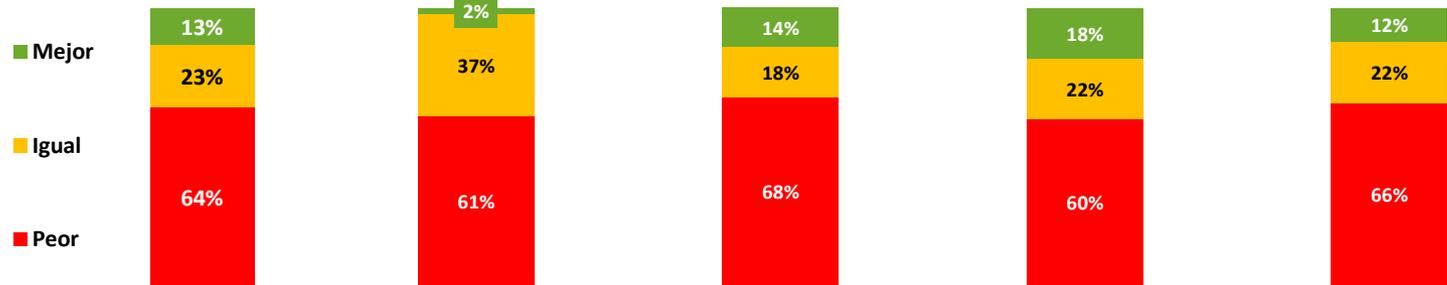
Centennials

Millennials

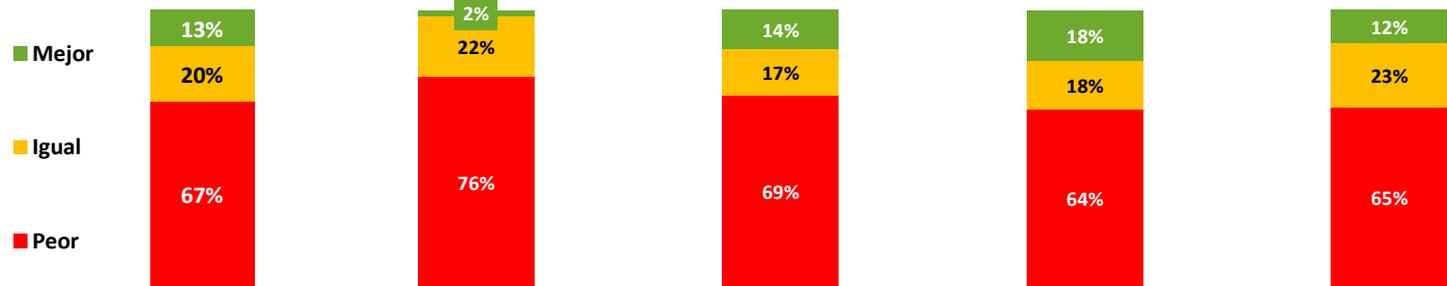
Generación X

Baby Boomers

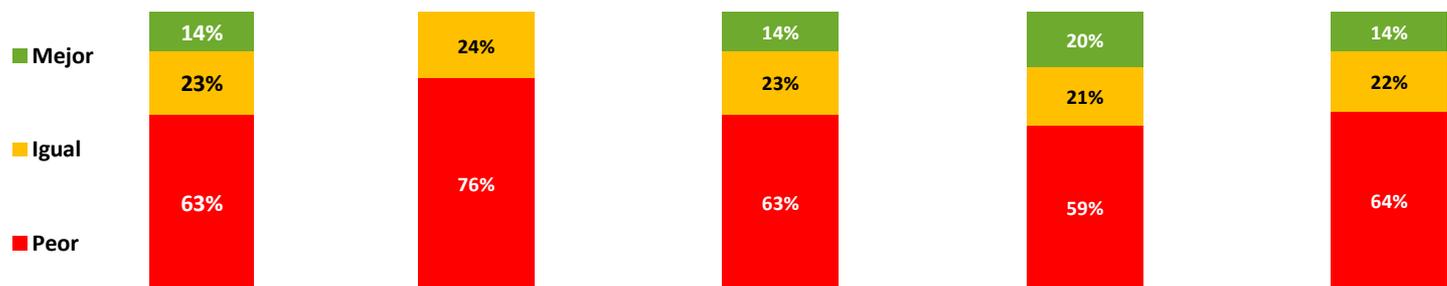
La situación general del país



La economía nacional



La situación del empleo en Argentina



Los Centennials y Millennials constituyen los públicos con peores expectativas de la Argentina.



# SOBRE EL MUNDO DE LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS

En los próximos 10 años, te imaginás un mundo:

Centennials

Millennials

Generación X

Baby Boomers

## Violencia



## Igualdad económica



## Desempleo



# METODOLOGÍA

- **TIPO DE ESTUDIO:** Encuesta por muestreo.
- **TARGET:** Hombres y Mujeres, 15 y más años, NSE AB-C-D, residentes en AMBA e INTERIOR, usuarios de Internet.
- **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN:** Cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión.  
Duración (media) del cuestionario: 10 minutos. Extensión de preguntas: 30 preguntas.
- **TÉCNICA DE RECOLECCIÓN:** Entrevista online, utilizando la **PLATAFORMA OH!** y operando sobre la **Comunidad OH!**.
- **MUESTRA:** 1000 Casos.
- **SEGMENTACIÓN:**
  - . **SEXO:** 49% Hombres, 51% Mujeres
  - . **EDAD:** 20% de 15-24 años, 29% de 25-39 años, 30% de 40 a 59 años y 21% de 60 y más años
  - . **NSE:** 6% ABC1, 54% C2C3, 40% D1D2
  - . **REGIÓN:** AMBA (40%), Córdoba + La Pampa (12%), Mesopotamia (12%), Tucumán + Salta + Jujuy (12%), Mendoza + San Juan + San Luis + Catamarca + La Rioja (12%), Patagonia (12%)
- **CAMPO:** 20 de Junio al 07 de Julio de 2022.



Research Evolution

[www.ohpanel.com](http://www.ohpanel.com)

WORLD **ESOMAR**  
RESEARCH

**SAIMO**  
SOCIEDAD ARGENTINA DE INVESTIGADORES DE MARKETING Y OPINION

**cace**  
CAMARA ARGENTINA DE  
COMERCIO ELECTRONICO  
[www.cace.org.ar](http://www.cace.org.ar)