

La verdad sobre las Generaciones en Costa Rica #Gentico

The truth about Generations in Costa Rica #GenTico

Priscilla Sanabria Vega*
Ana Teresa Chacón Hernández**
Sonia Linares Víquez***
Rodrigo Salas Castro****

*Licenciada en Publicidad, especializada en Merchandising, Medios y Mercadeo. Publicista en el Instituto Costarricense de Electricidad, psanabriav@ice.go.cr

**Máster en Comunicación y Administración de Empresas. Máster en Información y Ciencias de la Comunicación. Ejecutiva de Investigación de Mercado del Instituto Costarricense de Electricidad, achaconhe@ice.go.cr

***Máster en Mercadeo. Investigador y estadístico, Observatorio del Desarrollo, Universidad de Costa Rica. Analista estadístico del Instituto Costarricense de Electricidad, slinares@ice.go.cr

****Licenciado en Sistemas de Información Instituto Costarricense de Electricidad, Especialista en Sistemas de Información, rsalasc@ice.go.cr

Cómo citar / How to cite

Sanabria, P., Chacón, A., Linares, S. y Salas, R. (2017). La Verdad sobre las Generaciones en Costa Rica #Gentico. Yulök Revista de Innovación Académica, 1(1), 18- 35.

Resumen

La segmentación por grupos generacionales permite conocer comportamientos, opiniones, intereses y estilo de vida de la población, porque agrupa a personas según el año de nacimiento, pero más que la edad; una generación se define por los hechos que comparte y los cambios que suceden en las diferentes estructuras económicas, sociales, culturales y políticas en la sociedad que vive. El objetivo de la investigación fue identificar los grupos generacionales en Costa Rica y entender cómo se comportan para confirmar o desmitificar las teorías internacionales de generaciones utilizadas para segmentar a la población. GenTico fue realizado por Kölbi y UNIMER mediante un proceso investigativo con técnicas cualitativas y cuantitativas. Se lograron definir cinco generaciones: AM 1924-1939; Pregonera 1940-1960; Satelital 1961-1981; Digital 1982-1999 y Virtual 2000 en adelante. Se concluye que las teorías mundiales de generaciones no coinciden con la realidad local en cuanto a fechas o períodos, actitudes, comportamientos e intereses de los ticos.

Palabras clave: comportamiento, grupo de edad, costa rica, consumidor, estudio de mercado

Abstract

The segmentation by generational groups allows knowing behaviors, opinions, interests and lifestyle of the population, because it groups people according to the year of birth. More than the age; a generation is defined by the facts it shares and the changes that occur in the different economic, social, cultural and political structures. In the society that way of live. The objective of the research was to identify the generational groups in Costa Rica and to understand how they behave to confirm or demystify the international theories of generations used to segment the population. "GenTico" was carried out by Kölbi and UNIMER through an investigative process with qualitative and quantitative techniques. It was possible to define 5 generations: AM 1924-1939. Pregonera 1940-1960. Satelital 1961-1981. Digital 1982-1999 and Virtual 2000 onwards. It is concluded that the world theories of generations do not coincide with the local reality regarding dates or periods, attitudes, behaviors and interests of the "ticos".

Keywords: human behaviour, age groups, costa rica, consumers, market research

Introducción

El comportamiento del ser humano; consumidor o cliente, es un tema vital para el mercado de bienes y servicios, un gran reto para los departamentos de mercadeo de las organizaciones, en su afán por conocer y entender mejor el mercado meta; para complacerle, suplir su necesidad, cumplir con sus deseos y sus aspiraciones; las empresas costarricenses erróneamente han recurrido a propuestas mundiales de segmentación, sobre todo aquellas relacionadas con grupos generacionales. Erróneamente, porque cada una de los grupos de personas que nacen en una fecha determinada, se han ido formando dentro de una sociedad y tienen sus propias vivencias y experiencias influenciadas por el entorno y la coyuntura política, social, cultural y económica que les ha correspondido vivir, por lo que son propuestas que no necesariamente se pueden adaptar a la realidad nacional.

Entonces, ¿qué define una generación de una sociedad a otra?, ¿tienen el mismo comportamiento, pensamiento y opinión, un adulto, joven o niño estadounidense o europeo a un tico de la misma edad?, ¿han impactado los hechos históricos mundiales en la vida de los costarricenses?

Dudas que motivaron a un equipo del Instituto Costarricense de Electricidad, (ICE), bajo su marca Kölbi y UNIMER, a realizar una investigación para identificar y caracterizar los segmentos generacionales en Costa Rica. Investigación que inicia con la tarea de conocer lo que sucede en el orbe y cómo a su vez esta dinámica mundial, puede o no influir en los hechos que acontecen en el ámbito nacional y que tienen directa relación con la forma de vida de los costarricenses, entender a la Costa Rica del siglo XX y a la que entró en el siglo XXI, es un paso decisivo para identificar grupos de personas de edades y comportamientos similares, es decir “generaciones”.

Para el desarrollo de esta investigación denominada GenTico, se utilizaron diferentes técnicas de estudios de mercado de tipo cualitativas y cuantitativas, iniciando con la fase 1, que consistió en el análisis de los hechos históricos más importantes que impactaron a la población a nivel mundial y local, información que permitió definir el marco teórico de trabajo, en el que se sustentaron las siguientes 3 fases de la investigación, tal y como se aprecia en la ilustración 1.

La fase 2 consistió en recolectar de profesionales y especialistas en las áreas de psicología, sociología, antropología, historia, ciencias políticas, publicidad y comunicación, opiniones, datos y hechos sobre el tema de generaciones en el país.



Ilustración 1. Fases de la Investigación. Fuente: Elaborado por Kölbi-UNIMER, Julio, 2016.

Como primer resultado de esta fase se logró conceptualizar lo que es una generación, entendiéndose como tal, *un grupo de personas que nacen en una fecha o año determinado, pero más que la edad que comparten, lo que las marca como generación son los cambios que suceden en la sociedad en que viven, es la influencia del entorno y la coyuntura política, social, cultural y económica en que les toca vivir. Por lo tanto, suelen tener patrones culturales y estilos de vida similares, compartiendo agendas e intereses.*

Asimismo, se identifican, 5 períodos históricos o grupos generacionales, definidos con base en los cambios estructurales que reorientaron al país en su momento:

Generación 5	Generación 4	Generación 3	Generación 2	Generación 1
1924-1939	1940-1960	1961-1981	1982-1999	2000...

Ilustración 2. Grupos Generacionales en Costa Rica. Fuente: Kölbi, UNIMER, agosto, 2016.

La fase 3 consistió en la aplicación de entrevistas a profundidad de corte etnográfico en los hogares de las personas con edades comprendidas entre los 12 y 80 años, para verificar si la propuesta de cortes generacionales correspondía o no con las experiencias de vida y percepciones relatadas por las personas que vivieron en las épocas señaladas, lo cual llevó a un proceso de validación o ajuste.

Mientras, que la fase 4 de tipo cuantitativo, permitió obtener un perfil de cada uno de esos grupos generacionales, lo cual se logró con la aplicación de 1802 entrevistas cara a cara, a personas de todo el país con edades similares a las analizadas en la fase 3.

Con este estudio se pretende definir y clasificar hechos históricos en Costa Rica en el marco del contexto mundial, con el propósito de ir formando periodos a partir de la detección de cambios sustantivos en la estructura social, que permitieron identificar los verdaderos grupos

generacionales presentes en el país y entender cómo se comportan, para así confirmar o desmitificar las teorías internacionales de generaciones que hoy día se utilizan para segmentar a la población.

Referencia teórica

Un requerimiento básico para diseñar las estrategias de mercadeo es conocer el comportamiento del mercado, el reto para llegar a esa meta ha sido motivo de profundas reflexiones y de propuestas teóricas. Una de esas teorías considera que, una forma certera de conocer el mercado es dividirlo en grupos más pequeños y de similar composición para establecer

diferencias y semejanzas en sus comportamientos y hábitos, se propone que un criterio de segmentación es por grupos generacionales, lo cual permite identificar a las personas, según su edad y por ende, aquellos hechos históricos que han experimentado desde su nacimiento, por lo que tienen estilos de vida y comportamientos similares, ya que comparten experiencias similares marcadas por las estructuras sociales, políticas y económicas, entre otros. (Mayorga, 2003).

Se manejan varias propuestas de grupos generacionales a nivel mundial que, con pocas diferencias en nombres y fechas, muestran argumentos similares. Una de esas propuestas es la de Kotler y Keller (2012), cuya construcción es típica de países desarrollados como Estados Unidos y Reino Unido y que para efectos de esta investigación se usó como base, puesto que es la más utilizada por las organizaciones nacionales.

Builders	Baby Boomers	Generación X	Generación Y (Millennials)	Generación Z (Centenials)	Generación Alfa
1925 - 1945	1946 - 1964	1965 - 1979	1980 - 1996	1997 - 2009	2010 - 2025

Ilustración 3: Propuesta de Grupos Generaciones de Kotler y Keller. Fuente: Kotler y Keller, 2012.

El conocimiento de la propuesta de Kotler y Keller (2012), desde el punto de vista de los acontecimientos mundiales que impactaron a la población, se convirtió en el punto de partida que fueron delineando un marco teórico aplicado a la realidad costarricense, fundamentado en el descubrimiento y comprensión de los hechos históricos acontecidos desde principios del siglo XX hasta la actualidad y que provocaron cambios en las diferentes estructuras de la sociedad. Hechos que contribuyeron a la delimitación de periodos históricos que llevaron a la formación de generaciones en Costa Rica.

A manera de resumen, se muestran a continuación algunos de los hechos históricos mundiales que marcaron a las personas nacidas en estos periodos, según Kotler y Keller (2012) (Ilustración 4).

Metodología

Dada la dimensión de la investigación se trabajaron en 4 fases de estudio, a saber:

Builders	Baby Boomers	Generación X
1925-1945 (68 a 87 años)	1946-1964 (52 a 70 años)	1965-1979 (37 a 51 años)
Marcados por: la II Guerra Mundial, la Gran Depresión. Son silenciosos, austeros, tradicionales, jubilados, viven solos o con sus hijos. Educados con rigidez, para obedecer y agrandar. Las instituciones (familia, iglesia, escuela), ejercieron fuerte control en sus vidas. Prefieren estructuras jerárquicas, crecieron con tabúes y dogmas, con rígidos valores morales.	Marcados por: el asesinato de Kennedy, M. Luther King, Beatles, llegada a la luna, la guerra fría, Vietnam. Su nombre proviene del crecimiento en las tasas de natalidad luego de la guerra (baby boom). Tienen familias numerosas, conservadores y su meta es mantener su trabajo. Trabajador, espíritu libre, experimentador, de causas sociales, individualista.	Marcados por: la caída del Muro de Berlín 1989 y cometa Haley 1986, llegada de Internet, el fin de la guerra fría, la aparición del SIDA. Se les llama también, Next Generation. Afectada por el consumismo de la década de 1980 y 1990. Primera generación que usó herramientas electrónicas.
Generación Y (Millennials)	Generación Z (Centenials)	Generación Alfa
1980-1996 (20 a 36 años)	1997-2009 (7 a 20 años)	2010-2025 (6 años actual)
Marcados por: la matanza Columbine 1999, atentados del 11 Sept. 2001. En política son independientes, aunque no desinteresados, sin afiliación religiosa, más liberales en aspectos sociales y políticos. Nacen en el mundo digital y la tecnología es parte de sus vidas. Usan continuamente teléfonos digitales y redes sociales.	Marcados por: la guerra en Irak, Afganistan, crisis financiera del 2008, primavera árabe. Dependientes de la tecnología y con más habilidades en medios digitales. Individualistas, creen en sí mismos, no viven de acuerdo con las normas sociales. Les importa la inteligencia y la tecnología. Fuerte uso de redes sociales	No hay información suficiente.

Ilustración 4. Resumen de hechos históricos, que marcaron a las generaciones mundiales. Fuente: Elaborado por UNIMER, Julio, 2016

Fase 1. Investigación de escritorio: Fue una de las partes más cruciales de la investigación, ya que contribuyó en la definición de una dirección y ayudó a la definición de las teorías de generaciones y realidades nacionales, además resultó de interés para definir las variables que fueron significativas o conceptos claves del estudio.

Entre los documentos que se estudiaron se encuentran: censos poblacionales, encuestas de hogares, encuestas de salud sexual y reproductiva, indicadores de salud, estudios de opinión pública de la agencia, informes del programa Estado de la Nación. Además de otros documentos que se debieron buscar o consultar con el fin de profundizar datos o llenar vacíos de información que se fueron detectando en el proceso.

Fase 2: Panel de expertos: La función principal de esta técnica fue recolectar opiniones y hechos que permitieron hacer una tropicalización del marco teórico “mundial” a un plano nacional. Analizándose así, la información proveniente de documentos elaborados en la fase de “investigación de escritorio” recopilada por UNIMER:

Para ello se emplearon técnicas cualitativas que proporcionan profundidad a los datos, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad (Hernández, Fernández y Baptista 2008), entre ellas:

a. *Sesiones de triadas:* se emplea la misma dinámica de la sesión de grupo, pero con dos o tres participantes. En ocasiones se tienden a emplear en lugares de esparcimiento o salones especializados; tanto en grupos de amigos o profesionales con similitudes. Estos estudios no están sujetos a temas de selección pirobalística, sino que son selecciones de participantes a juicio/criterio de experto o interés específico.

Para esta parte del estudio se efectuaron: 3 grupos focales, por lo que en total se trabajó con una muestra de 8 científicos sociales (psicología, sociología, antropología, historia, ciencias políticas, publicidad y comunicación).

b. *Entrevistas a profundidad:* La técnica consiste en sostener conversaciones con los individuos de interés, buscando conocer sus experiencias, para descubrir y entender el mundo en que viven. La técnica empleada fue de entrevistas uno a uno en sus centros de trabajo, considerando una mayor facilidad para la movilidad de los participantes. En esta sección del estudio se trabajó con 10 entrevistas a profundidad a diferentes personalidades costarricenses, entre ellos profesionales y especialistas en las áreas de las ciencias sociales.

Todas las entrevistas se grabaron en audio, para poder hacer un análisis posterior de la información aportada.

c. *Etnografías:* Pretenden describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades (Hernández, Fernández y Baptista 2008). Incluso pueden ser muy amplios y abarcar la historia, geografía y los subsistemas socioeconómico, educativo, político y cultural de un sistema social (rituales, símbolos, funciones sociales, parentesco, migraciones, entre otras).

Al emplear esta técnica su importancia radicó en validar los resultados obtenidos en las etapas anteriores con los hogares en donde se pudiesen identificar personas con los cortes etnográficos dispuestos para cada uno de los grupos generacionales establecidos. Ya en esta etapa se tenía estructurado una guía de preguntas abiertas para trabajar con los sujetos.

Se trabajó con un total de 20 entrevistas a profundidad con corte etnográfico en los hogares, distribuidos de manera que se tuviese una representatividad de toda la población costarricense y de las zonas urbano/rural del país. Quedando la distribución de las mismas de la siguiente manera:

En todas las sesiones etnográficas se les solicitó autorización a los participantes para que las mismas se pudieran grabar en audio y con ello poder hacer un análisis posterior, también se solicitó permiso para tomar fotografías a su hogar y con el objetivo de mostrar –si así lo deseaban_ imágenes de sus álbumes familiares.

Estudio cuantitativo: Ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, además una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, lo que facilita la comparación entre estudios similares (Hernández, Fernández y Baptista, 2008).

Construido un amplio panorama de la estructura de las generaciones del país, interesaba validar los resultados obtenidos en las fases cualitativas. Por medio del estudio cuantitativo se buscó perfilar a cada generación a nivel nacional.

- *Tipo de estudio:* se empleó la técnica de encuestas personales, en donde la información se obtuvo mediante un encuentro directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado. Se aplicaron encuestas a domicilio por medio de un instrumento en papel. Se consideró un modelo probabilístico por etapas.

- *La población de interés:* hombres y mujeres de 12 a 80 años, de los niveles socioeconómicos ABC+, C/C- y D.

- *El tamaño de la muestra:* 1802 casos, con una distribución proporcional a la población por género, edad y nivel socioeconómico. Según las proyecciones de población del Centro Centroamericano de Población (CCP) de la Universidad de Costa Rica (UCR).
- *Margen de error:* Fue de 2.31 puntos porcentuales a un nivel de confianza del 95%.

Resultados y análisis

Seguidamente, se presentan los principales resultados de las diferentes fases de esta investigación:

Zona	Generaciones					
	AM	Pregonera	Satelital	Digital	Virtual	Total
GAM	2	2	2	2	2	10
Fuera GAM	2	2	2	2	2	10
Total	4	4	4	4	4	20

Cuadro 1. Distribución de las etnografías. Fuente: Elaborado por UNIMER, 2016.

La realidad costarricense

Los objetivos por lograr en esta investigación se trabajaron en forma simultánea, es decir, a la vez que se analizó si hubo impacto de los hechos históricos mundiales en el país, se fueron detectando acontecimientos locales que se consideraron influyentes para que la sociedad costarricense reorientara su rumbo.

Luego de analizar la información suministrada por las entrevistas a especialistas, la información obtenida a través de estadísticas y otras fuentes provenientes de Internet y documentos físicos registrados en la bibliografía, se identificaron los siguientes períodos que, por la importancia de los acontecimientos generados en ellos, contribuyeron al surgimiento de los diferentes grupos de generaciones en el país:

- 1924 a 1939 Costa Rica agro-exportadora y Estado Liberal.
- 1940 a 1960 Reforma social, guerra, institucionalidad y transición económica.
- 1961 a 1981 Estado interventor, nuevo modelo y crisis económica.
- 1982 a 1999 Cambio de modelo económico y avances tecnológicos.
- 2000 y más Desarrollo de la tecnología y apertura comercial.

Período 1924 a 1939

El Estado Liberal en Costa Rica data desde el siglo XIX, pero en este período lo rescatable para los propósitos de la investigación, fueron los hechos que se vivieron previos a la transformación del Estado costarricense.

En los años mencionados, el mundo venía saliendo de la Primera Guerra Mundial para entrar diez años después a la Gran Depresión de 1929 en Estados Unidos, misma que se prolonga por una década y termina en el momento preciso en el que inicia la Segunda Guerra Mundial en 1939.

	%	n=1800		%	n=1800
Hombre	48,6%	874	Urbano	74,3%	1337
Mujer	51,4%	926	Rural	25,8%	464
ABC+	18,7%	337	12 a 17 años	14%	252
C/C-	55,1%	992	18 a 24 años	17%	303
D	26,2%	472	25 a 34 años	21%	376
Activos	49,1%	884	35 a 44 años	17%	302
Inactivos	50,9%	916	45 a 54 años	15%	266
GAM	53,4%	961	55 a 65 años	10%	183
Fuera de GAM	46,6%	839	66 a 80 años	7%	118

Cuadro 2. Distribución de muestra cuantitativa. Fuente: Centro Centroamericano de Población (CCP)- Universidad de Costa Rica. Censo Costa Rica, 2011.

Estos hechos tuvieron su impacto a nivel nacional, sobre todo en una economía agroexportadora que dependía principalmente de su producción agrícola de café y banana, por lo tanto, vulnerable a la variación de precios en el mercado internacional. Entre 1927 y 1932 los precios del café en el mercado externo bajaron un 50% (Molina, González, 2015: p. 169). También, el consumo interno sufrió las consecuencias de la escasez de bienes importados, algunos de consumo básico.

El contexto nacional en este período está marcado principalmente por las siguientes características:

Política

- Estado liberal no interventor en la economía, derecho a la propiedad privada, libre comercio, libertad de pensamiento.
- Poder de la oligarquía y los comerciantes en las decisiones del Estado.

- Dominio sobre la iglesia católica.
- Figura del político más importante que el partido de pertenencia.
- Voto público hasta 1925 mediante creación de una Ley Electoral.

Economía

- Modelo primario exportador.
- Economía dependiente de la agro-exportación de café y banano, 90% de las exportaciones (CEPAL 2000).
- Producción bananera bajo la modalidad de enclave.
- Crisis económica producida por los embates de acontecimientos externos como la I Guerra Mundial y la Gran Depresión.

Área

- Ausencia de legislación social (poco interés en los problemas sociales).
- Sectores de trabajadores descontentos por la crisis económica.
- Huelga bananera en 1934, cuyas reivindicaciones económicas y de condiciones de trabajo podrían considerarse la antesala de las reformas sociales de 1940.

Datos adicionales de esta etapa, indican que la radio llega al país en 1924 (Wikipedia, s.f.) en donde se escuchaban bandas norteamericanas, noticias locales y música en español, era una radio amarrada a tradiciones y con comerciales en vivo. Más adelante tuvo una influencia cubana, con programas de comedia y novela grabada.

El modelo de familia estaba bien instituido, se casaban para toda la vida en ceremonia católica, cuya fe profesaba la mayoría de la población, a pesar de que el Estado liberal era secular. La sexualidad estaba reservada para el matrimonio, especialmente para la mujer. El Estado liberal ejercía el control social y la manipulación de la mentalidad religiosa fue uno de los medios utilizados con ese propósito para así controlar diversos aspectos de la vida cotidiana como el ocio, la sexualidad, entre otros. (Molina y González, 2015: p. 138).

Período 1940 a 1960

Mientras el mundo vivía los años de la postguerra, la guerra fría, la revolución cubana, Vietnam, la libertad sexual y las drogas, Costa Rica inicia la década de 1940 con el ascenso a la Presidencia de la República del doctor Rafael Ángel Calderón Guardia, quien lidera apoyado por el par-

tido comunista y la iglesia católica, las reformas sociales conocidas como garantías sociales.

A continuación, un recuento de los principales acontecimientos en este período:

Política

- El Estado interviene y apoya la actividad económica.
- Creación de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), el Código de Trabajo, la Universidad de Costa Rica (UCR), inicio de la década de 1940.
- Guerra Civil 1948, bipartidismo y nacionalización de la banca en 1948.
- Constitución Política en 1949, que promulga el sufragio femenino, la abolición del ejército, la creación del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), la educación gratuita en educación primaria y secundaria y, además, obligatoria en primaria.
- Creación del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) en 1949 y se promulga la institución autónoma al Patronato Nacional de la Infancia (PANI).
- Se crea el Banco Central de Costa Rica (BCCR) en 1950 como órgano rector de la economía nacional.
- Creación del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) en 1954 y el Consejo Nacional de Producción (CNP) en 1956.

Economía

- Nuevo modelo económico “Modelo de Sustitución de Importaciones”.
- Creación del Mercado Común Centroamericano (Mercomún).
- Los esfuerzos productivos se dirigen a la creación y fortalecimiento de industria sin descuidar el sector agropecuario.
- La banca en manos del Estado y al servicio de la producción.

Social

- Fin a la segregación racial luego de la guerra civil, autorizando a la población afrocaribeña libre tránsito en el país.
- Mayor cobertura del sistema de salud y educación.
- Los trabajadores con una legislación laboral que protege sus derechos.
- La televisión llega al país en 1960.

Las reformas sociales se dieron en un clima de conflictos y enfrentamientos entre los diferentes sectores: gobierno, patronos y trabajadores. La burguesía defendía sus privilegios y por supuesto sus arcas. Fue necesario un reacomodo de fuerzas y alianzas (Gobierno, Partido Comunista e Iglesia Católica) para que tales reformas se instauraran en el país, alianzas que posteriormente se fueron debilitando (Molina y González, 2015: p. 197). El gobierno debió retribuir el apoyo y así la Iglesia Católica se constituye en la religión del Estado.

Las limitaciones del modelo agroexportador y su dependencia externa provocaron que se buscara en el Modelo de Sustitución de Importaciones (MSI), que ya venía proponiéndose como alternativa de desarrollo por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), una salida a esa dependencia externa mediante la diversificación productiva. Este modelo también conocido como desarrollo hacia adentro pretendía incentivar el crecimiento de la industria, en ese momento incipiente y artesanal (CEPAL 2000), para abastecer el mercado interno y aumentar la producción.

De las entrevistas a profundidad realizadas se rescataron algunos aspectos de la gente que vivió en los años cuarenta y cincuenta que quedan para verificación posteriormente. Se opinó que los costarricenses tenían una mentalidad conservadora y nacionalista, que vivían en una sociedad poco conectada con el mundo y con un horizonte cultural local, poco diverso. Tenían la radio como principal fuente de información.

La realización personal era a través de la familia y la estabilidad económica, su vida estaba influenciada por tradiciones. El espacio de la mujer era en la casa, sumisa a su esposo, quien era el proveedor y jefe del hogar. La mujer tenía una moral sexual reprimida por tradición y religión.

Ya para el final de este período de 1940 a 1960, llega un elemento de poderoso impacto cultural: la televisión mediante la cual, y de manera excepcional se pudo ver en vivo nueve años después, la llegada del hombre a la luna.

Período 1961 a 1981

La guerra de Vietnam y la guerra fría seguían su curso, solo que Vietnam ve su fin a mediados de la década de 1960 y la guerra fría avanzaba hacia su desenlace a finales de la década de 1980. Centroamérica vivía una situación convulsa producto de guerras y guerrillas como respuesta a gobiernos autoritarios en Guatemala, El Salvador y Nicaragua, cuyas repercusiones sociales y económicas fueron de gran trascendencia para la región en general. La guerra sandinista concluye en 1979 con un costo social para Costa Rica por la presión en los servicios socia-

les de la inmigración nicaragüense, evidente hasta años después.

Otros hechos importantes fueron el surgimiento de movimientos contestatarios ante los conflictos bélicos como el movimiento hippie surgido en Estados Unidos a finales de la década de 1960, cuyos nortes eran el pacifismo y el cuidado del ambiente, pero también el consumo de drogas y la libertad sexual, lo que constituyó un fuerte enfrentamiento con las normas morales de la época. Costa Rica, como parte del mundo se vio influenciada por este movimiento. Se dan los primeros avances tecnológicos, ya desde finales de los sesenta se había establecido Arpanet, la primera red interconectada y en 1972 surge el nombre de internet, a partir de nuevos protocolos que permiten el intercambio de información para las computadoras conectadas (Internet s.f en Wikipedia). El primer sistema de telefonía celular tal y como se entiende hoy vio la luz en 1981 por el fabricante Erickson (Wikipedia, s.f.).

Específicamente en Costa Rica, los principales hechos históricos fueron los siguientes:

Política

- Un Estado con más participación y apoyo a la actividad económica y sobre todo al modelo de industrialización.
- Se otorga al ICE la responsabilidad de desarrollar el sector de telecomunicaciones en 1963.
- Se evidencian casos de corrupción política.
- Creación de instituciones autónomas: Servicio Nacional de Acueductos y Alcantarillados (SNAA), Ley de Tierras y Colonización (ITCO), Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), Universidad Nacional (UNA), Universidad Estatal a Distancia (UNED) y la primera universidad privada Universidad Autónoma de Centroamérica (UACA), todas durante las décadas de 1960 y 1970.
- El presidente Carazo (1978-1982) rompe con el Fondo Monetario Internacional (FMI) rechazando las imposiciones de los organismos financieros internacionales para dar nuevos préstamos. El país entra a una profunda crisis económica.

Económica

- Aumenta la producción industrial con la incorporación de tecnología moderna.
- Diversificación de las actividades agropecuarias

para exportación y consumo interno. Utilización de maquinaria y productos químicos.

- Crisis petroleras impactan la economía.

Social

- Migración campo-ciudad.
- Programa de Planificación Familiar, uso de la píldora anticonceptiva, disminuye tasa de natalidad, crece la esperanza de vida al nacer.
- Lucha contra *Aluminum Company of America* (Alcoa), movilización estudiantil en 1979.
- Nuevas oportunidades de empleo. Se fortalece la clase media.

Tecnológica

- Entra en operación la primera central automática del ICE 1966.
- Llegan las computadoras International Business Machines (IBM).
- Influencia de la televisión. La radio integra entretenimiento y emisoras en inglés.

La industria creció de 1965 a 1973 a una tasa anual del 9.4%, aumentando su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) del 16% al casi 20%. En los años ochenta continuó creciendo, aunque en menor medida, pero llegó a tener una participación de casi 22% en el valor agregado nacional en 1983. En consecuencia, la mano de obra creció, en 1963 absorbía el 12% del total del empleo formal y pasó al 15% en 1978 (Villasuso, 2008). Acompaña al desarrollo de la industria, el crecimiento del sector servicios a través de la banca, transportes, comercio, empresas aduaneras, entre otros. De esta manera el sector público dirige sus inversiones a obras de infraestructura, como carreteras, electrificación, salud, agua potable, educación, todo lo que el modelo de desarrollo estaba necesitando para avanzar exitosamente (UNIMER, Información económica 1950 a 1980).

Aparte del apoyo a la producción por parte del Estado, él mismo se constituyó en empresario con la creación en 1972 de la Corporación Costarricense de Desarrollo (CODESA), así el Estado participa en la economía en la producción de bienes donde la empresa privada no puede entrar por falta de capital. CODESA, a su vez, crea otras corporaciones en el área de cemento, transportes, fertilizantes y aluminio. (Charpentier, 2013).

El Estado se convierte en el mayor empleador a través de sus empresas y se fortalece la clase media.

(Historia del ICE, 2016), este sector se desarrolla rápidamente empezando por la automatización de las centrales telefónicas en 1966 y continuando con un sistema de telecomunicaciones integrado que agrupa al total de centrales del país. Para los años de 1970, además del enlace interno, se podría establecer comunicación telefónica con otros países por medio de la Red Centroamericana de Microondas y más adelante a través del Sistema de Marcación Internacional Directa de Abonado (MIDA). Conforme creció y se concentró la población se atendió la gran demanda de líneas telefónicas y se construyó una red de telefonía rural de 7000 kilómetros.

El Programa de Planificación Familiar instaurado en 1968 e impartido por la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), respondía a la preocupación universal de controlar el aumento de la población en los años de postguerra y procuraba velar por la salud reproductiva de la población mediante el disfrute de una vida sexual sin riesgo de procrear y la libertad de decidir cuántos hijos tener. Este programa comienza a dar frutos, la tasa de natalidad pasa de 47 nacimientos por mil en 1960, a 30 nacimientos por mil en 1982, con una tendencia a la baja hasta el 2010. Asimismo, la tasa de mortalidad en ese mismo rango pasa de 9 por mil a 4 por mil (*Desk Research CR Social*, 2016).

La mortalidad infantil pasó de 28 por mil en 1960, a 19 por mil en 1982, así como la esperanza de vida al nacer que en ese mismo período pasa de 66 años a 76 años (*Desk Research CR Social*, 2016).

Los jóvenes en general se vuelven más urbanos, más rebeldes, con voz propia, decían no a los roles tradicionales, preferían el cabello muy largo. Por otro lado, consumen más, se ven influenciados por la televisión que se constituye en un medio fuerte de información y de apropiación de modelos norteamericanos. Comienza a advertirse un desapego religioso y el matrimonio ya no se ve como una opción de obligado trámite para tener una vida en pareja.

A pesar de los avances económicos y sociales que el país experimentó en este período, los beneficios del modelo de sustitución de importaciones no llegaron a todos los sectores por igual, la pobreza continuó persistiendo. El financiamiento que requirió el modelo provocó que el país se endeudara y esto unido a los efectos de las crisis petroleras, a la baja en los precios de los principales productos de exportación y al desfinanciamiento en que queda el país al romper conversaciones con el Fondo Monetario Internacional (FMI), dejan al país en una profunda crisis económica. La crisis de 1980 termina con el Estado Empresario dejando pérdidas superiores a los 16 millones de colones (Charpentier, 2013).

Período 1982 a 1999

Fuera del país suceden hechos importantes como fue la caída del Muro de Berlín en 1989, que pone fin a la era de la Guerra Fría y a un reacomodo en el panorama geopolítico mundial. Con origen en los años setenta nace en el Reino Unido el movimiento Punk, una contracultura de jóvenes con comportamientos, música, lenguaje y vestimenta distintas que reflejan una manera de enfrentarse a la cultura oficial. Este movimiento se afianza en la década de 1980 y permea en el continente seguido de otras subculturas o tribus urbanas como los Góticos y los Emos.

Costa Rica inicia el período enfrentando una crisis económica de grandes proporciones, caracterizada entre otros factores, por una deuda de 3300 millones de dólares, una tasa de inflación que aumentó en un 90% y una devaluación que llegó al 650% en 1982 (Garita, Ureña y González, 2006).

En resumen, algunos de los hechos más importantes:

Política

- El presidente Monge (1982-1986) proclama al país neutral respecto de los conflictos armados de la región, pero no imparcial con relación a su ideología democrática.
- Monge impone un plan de emergencia de 100 días para lograr estabilización cambiaria y de precios y renegociar la deuda externa.
- Da luz verde a la firma del primer Programa de Ajuste Estructural (PAE).
- Corrupción política. En la década de 1980 fraude al Fondo Nacional de Emergencias, 1994 cierre del Banco Anglo Costarricense por mal manejo de fondos.
- Programa Erradicación de Tugurios 1986 Administración Arias.
- Acuerdo de Esquipulas II en 1987 acuerdo entre presidentes Centroamérica para terminar con las guerras en la región.
- 1990 Ley de Promoción de la Igualdad Social de la Mujer.
- 1995 se modifica la Ley Orgánica del Banco Central y del Sistema Bancario Nacional (SBN) bancos privados captan depósitos del público.
- 1995 Pacto Figueres-Calderón, acuerdo para la aprobación de varias leyes. Se percibe como el fin del bipartidismo.

- Firma del PAE I (1985 Monge), PAE II (1989 Arias) y PAE III (1995 Figueres).

Económica

- Crisis económica: deuda externa, devaluación monetaria, inflación.
- Nuevo modelo de diversificación productiva y exportación a terceros mercados.
- 1997 Llegada de Intel con su sensible contribución a las exportaciones.

Social

- Escasez de productos básicos, desempleo, jóvenes fuera del sistema educativo para ayudar en sus hogares.
- Presencia del narcotráfico y crimen organizado.
- Inmigración nicaragüense y pobreza nacional presionan por vivienda.
- Década de 1980 proliferación de bancos y universidades privadas.
- Empoderamiento empresarial y laboral de la mujer.

Tecnología

- 1981 El ICE incursiona en el desarrollo de la comunicación vía satélite.
- 1985 Se inicia la sustitución del sistema de telefonía fija analógico por uno digital.
- Década de 1990 Primeras computadoras en los hogares.
- 1993 El país se conecta a Internet desde la UCR.
- 1994 Comienza el servicio de telefonía celular con sistema analógico.

Esta fue también una época para encontrar soluciones a los conflictos armados en Centroamérica que, aunque no se viviera la guerra en el territorio, sus repercusiones económicas, políticas y sociales eran evidentes. En este terreno, primero Monge con su proclama de neutralidad y luego Arias con su plan pacificador, en el que se comprometen los presidentes del área, lograron encontrar una salida pacífica a los viejos problemas. El premio Nobel de la Paz otorgado al presidente Arias en pleno ejercicio de su gestión fue un hecho histórico que muchos recordarán.

Dentro de este contexto político las conquistas de género continuaban avanzando y se consolidan en la Ley de Promoción de la Igualdad Social de la Mujer en 1990.

Este marco legal permite un mayor empoderamiento de la mujer al darle oportunidades de desarrollo en el campo económico, político y social.

Los avances en telecomunicaciones reportados por el ICE (Historia del ICE, 2016) son notorios en estos años, la telefonía fija evoluciona al sistema digital en 1981 y para los primeros años de la década de 1990, llegan las primeras computadoras a los hogares, el país se conecta a Internet y comienza la telefonía celular.

La llegada de Intel en la última década del siglo XX completa este período, para algunos toda una revolución tecnológica. La empresa abre oportunidades de empleo a profesionales jóvenes, siendo poderoso su aporte a la producción nacional reflejada en el sector servicios, el cual crece notoriamente.

En otros aspectos el país tuvo satisfacciones de carácter deportivo con la medalla olímpica de Silvia Poll en 1988 y la participación de la selección nacional de fútbol en el Mundial de Italia 90.

Algunos datos provenientes de las entrevistas a profundidad destacan a los jóvenes que crecieron con la televisión, con una formación tecnológica en ciernes, que todavía utilizan teléfonos públicos y con un acceso a productos extranjeros limitado.

Luego de la identificación del virus del SIDA, la población comienza a tener más precaución con las relaciones sexuales y se comenzó a formar mayor conciencia de la salud sexual y reproductiva, aunque el sexo sigue siendo más libre y casual. En esta situación el matrimonio y tener hijos no es un asunto aspiracional para todos y las uniones informalmente constituidas son una opción viable.

Período 2000 a la actualidad

Las barreras han ido cayendo, pero no al ritmo que desearan los líderes religiosos y políticos que han puesto manos a la obra en el tema de la tolerancia y el respeto a la vida. Atentados terroristas (New York, París, Estambul), golpes de estado en África y otros continentes, disturbios y protestas contra dictaduras en todas partes del mundo han sido la tónica en lo que va del presente siglo.

El fin de la burbuja económica (fenómeno bursátil especulativo), desembocó en la crisis financiera del 2008, golpeando fuertemente a las potencias mundiales y salpicando al resto de los países.

Los adelantos científicos y tecnológicos tienen un curso acelerado y se difunden por el mundo entero al instante.

Es la sociedad del conocimiento, el mundo digital.

Brevemente, se resumen los principales acontecimientos de este período:

Política

- Plan de transformación del ICE, conocido como Combo del ICE 2000.
- Convocatoria a referendo para aprobar o no el Tratado de Libre Comercio (TLC) con USA, Centroamérica y República Dominicana 2007.
- Ex presidentes cuestionados por actos de corrupción 2001 juicios Caja-Fischel y 2010 juicio ICE-Alcatel.

Económica

- 2004 Firma del TLC entre USA, Centroamérica y República Dominicana.
- 2008 Apertura del mercado de las telecomunicaciones y rompimiento del monopolio del ICE en 2011.
- 2014 Salida de Intel deja 1500 puestos de trabajo calificados.

Social

- Protestas populares contra el Combo del ICE en el 2000.
- Se reduce deserción estudiantil.
- Mayor adquisición de computadoras e internet en los hogares.

Tecnología

- 2001 se crea la Red Nacional de Investigación Avanzada para crecimiento en el sector de telecomunicaciones.
- 2005 Evolución de Internet con la llegada de banda ancha.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana fue motivo de luchas y protestas. Su movilización, tal vez la más grande de la época moderna costarricense, comenzó a organizarse desde el 2003, siguió después de la firma del tratado en el 2004 y continuó hasta conseguir la convocatoria a un referendo en el 2007. Este fue un movimiento que incluyó a todas las confederaciones sindicales, el movimiento ecologista, estudiantil, feminista, organizaciones campesinas, cooperativas y las comunidades indígenas. A favor estaban los empresarios, el sector gobierno con Arias como presidente y los grandes medios de comuni-

cación (Raventós, 2014: p. 176). El país finalmente dijo sí al TLC en ese referendo y el camino hacia una economía de mercado se fue consolidando.

En el año 2005 Internet evoluciona con la llegada de banda ancha, rompiendo barreras culturales y poniendo la información en manos de los costarricenses. Los hogares con computadoras y conectados a la red han ido en aumento, pasando la adquisición de computadoras en los hogares del 14% en el 2000 al 62% en el 2011 y de Internet de 0% en el 2000 a 33% en el 2011.

El desarrollo tecnológico ha impactado a todas las ramas de la producción y a todo tamaño de organización: la industria, el sector servicios (bancos, comercio, agencias de publicidad, medios de comunicación, transportes, entre otros), el sector agropecuario, el sector educativo y otros. El sector servicios es el que más ha crecido y el que más absorbe fuerza laboral en la actual Costa Rica.

Las herramientas tecnológicas han variado la forma de trabajo, si se está conectado se puede trabajar desde cualquier lugar y a cualquier hora. Facebook y otras redes sociales han revolucionado las relaciones, acercando a las personas virtualmente, aunque tal vez no personalmente. El país tiene acceso a tecnologías de última generación, a teléfonos inteligentes donde se puede descargar música, juegos, aplicaciones, navegar, utilizar redes sociales, tomar fotografías, usar el correo electrónico, realizar actividades bancarias, entre otros. Estas tecnologías están desarrollando una generación de niños con mayor habilidad en el manejo de estos recursos.

Por otro lado, los escándalos de corrupción han continuado. La vinculación de dos expresidentes de la República, Calderón Fournier y Rodríguez Echeverría en actos de este tipo, ha provocado la pérdida de confianza en el sistema político y como consecuencia han llevado a un 30% el abstencionismo del electorado. Otros actos de corrupción en instituciones y organizaciones siguen saliendo a la luz pública en forma frecuente.

Adicionalmente, la penetración del narcotráfico sigue en ascenso y los crímenes ligados a ello siguen creciendo. Mientras tanto, la pobreza se mantiene, pero se han disminuido los índices de deserción estudiantil y solo en los años 1999 al 2009 el abandono de los estudios en primaria bajó alrededor de 4 puntos y en secundaria bajó 6 puntos.

De las entrevistas a profundidad se han detectado algunas características que hoy día presentan los costarricenses y que se corroborarán con las apreciaciones logradas en la siguiente etapa de la investigación. El consumo de bienes

y productos financieros se ha disparado, los consumidores tienen al alcance de una tarjeta de crédito una amplia variedad de artículos nacionales y extranjeros. Internet es una opción utilizada para compra de productos en el mercado externo. La riqueza se muestra abiertamente.

Se ha difundido la tendencia a optar por hábitos de vida más saludables, el consumo parece estar cambiando a productos más sanos y el ejercicio se está incorporando al actual estilo de vida.

La mujer, más empoderada laboralmente, va desplazando su actividad con rapidez fuera del hogar. Este ha sido un proceso acelerado que está rompiendo con los modelos de la madre al cuidado de los hijos en el hogar y consecuentemente con los valores propios de generaciones pasadas.

La constitución de las familias también, ha cambiado respecto al patrón tradicional de padre, madre e hijos. Hoy se considera también familias las constituidas por madres y sus hijos, padres y sus hijos, parejas solas sin hijos, parejas del mismo sexo con hijos o sin ellos, entre otros.

El concepto de privacidad y seguridad también ha calado en el estilo de vida, la oferta de residenciales cerrados o condominios verticales u horizontales han llenado esas aspiraciones, dejando poco a poco el deseo de pertenencia a barrios o comunidades.

El matrimonio cada vez pierde mayor interés y el divorcio parece más frecuente. Una generación con una esperanza de vida de 80 años, se destaca por la probabilidad de presentar mayores rupturas en sus relaciones.

Los jóvenes de las clases medias se educan en colegios privados, hablan inglés, tienen el acceso a la información que da la tecnología, empiezan a navegar para trabajar y educarse. Son más conscientes del cuidado del ambiente, hay hasta cierta tendencia a retornar a lo natural. Están a favor de la ley antibacato, pero pueden estar dispuestos a probar y hasta consumir otros productos adictivos.

Tienen una moral sexual más libre, alcanzar la felicidad es un norte en la vida, ya que la realización llega por la satisfacción personal. Respetan la individualidad, disminuyen las ataduras religiosas, pero aumentan la vivencia espiritual personal. Muestran interés y pasión por el fútbol.

Políticamente, han superado el mundo bipolar, se enfrentan a un mundo diverso y han perdido la confianza en los políticos y en los partidos, pero tienen interés en un mundo mejor para todos.

Sistematización final

Luego de investigar sobre los acontecimientos o hechos históricos de la vida nacional desde principios del siglo pasado, este documento contiene una propuesta de cinco períodos históricos definidos con base en los cambios estructurales que reorientaron al país en su momento.

En resumen, los períodos identificados son los siguientes:

Período 1924 a 1939, acontecimientos:

- Costa Rica de Estado Liberal, influenciado por las clases económicamente dominantes, representadas por la oligarquía cafetalera.
- Modelo de desarrollo agroexportador, dependiente de los precios internacionales y que se debilita por las guerras y la Gran Depresión.
- Estilo de vida sencilla, tradicional y de control social.

Período 1940 a 1960, acontecimientos:

- Estado reformista social. Transición a un Estado interventor.
- Conflictos sociales y guerra civil por la libertad del sufragio. Fortalecimiento de la estructura institucional que apoyaría un nuevo modelo de desarrollo y el crecimiento del Estado.
- Sociedad conservadora, poco conectada con el mundo, basada en la familia y en el trabajo.

Período 1961 a 1981, acontecimientos:

- Estado interventor, empresario, apoyando el despegue de la economía.
- Modelo de sustitución de importaciones, apoyo a la actividad industrial.
- Costa Rica más conectada con los avances en el sector de telecomunicaciones.

- Cuestionamiento del modelo y crisis económica.
- Jóvenes más influenciados por ideologías de izquierda, saliéndose de los roles tradicionales y alzando su propia voz.

Período 1982 a 1999, acontecimientos:

- El país golpeado por la crisis económica y por la inestabilidad política de la región.
- Empieza la apertura comercial con mercados no tradicionales, nuevo modelo de desarrollo, diversificación de productos agrícolas.
- Jóvenes más libres de ataduras morales y con una visión de vida en la que el matrimonio no es prioridad.

Período 2000 a la actualidad, acontecimientos:

- Cuestionamiento del Estado interventor y evolución a un Estado de pensamiento neoliberal.
- Apertura comercial y fin de los monopolios estatales.
- Sociedad del conocimiento, de la información y del mundo digital.

Descripción de los Grupos Generacionales en Costa Rica

Teniendo ese panorama del acontecer nacional, los cinco períodos históricos o grupos generacionales, definidos con base en los cambios estructurales que reorientaron al país en su momento, se representan de la siguiente manera. (Ilustración 5).

Los nombres de cada una de estas generaciones, nacen a partir de una serie de sesiones de análisis de los equipos de trabajo de UNIMER, el ICE/Kölbi junto con los colaboradores de la Agencia Digital Interaction, nombres que tienen en común aspectos o avances tecnológicos relacionados con la comunicación e información, que se fueron generando y conceptualizando conforme se avanzaba en

Generación	AM	Pregonera	Satelital	Digital	Virtual
Período	1924 - 1939	1940 -1960	1961 -1981	1982 - 1999	2000...
Duración	15 años	20 años	20 años	17 años	17...
Edad	78 0 más	57 a 77 años	36 a 56 años	18 a 35 años	0 a 17 años
Cantidad de Población (*)	70.713	459.008	1.094.165	1.343.764	398.907
% de la población (**)	2,1%	13,6%	32,5%	39,9%	11,8%

Ilustración 5. Grupos Generacionales en Costa Rica. Fuentes: Cuadro elaborado por UNIMER. (*) y (**) Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Censo Costa Rica, 2011. Nota: Se consideró la población según región y zona, por edades simples, de 13 a 85 años.



el desarrollo de la investigación en las fases 3 y 4, de tal manera:

- **Generación AM** (Amplitud Modulada): la radio es el principal medio de comunicación e información. AM es una metáfora del costarricense madrugador, primerizo, sencillo en muchas facetas de la vida.
- **Generación Pregonera:** la prensa escrita cumple un papel muy importante en las vidas de los costarricenses. Describe al costarricense que levanta su voz, se hace escuchar y sentir.
- **Generación Satelital:** recibe algunas señales del pasado, pero ya conectado y con la globalización retransmite otros valores a las siguientes generaciones. Se refiere al costarricense que representa un cambio.
- **Generación Digital:** su principal medio de comunicación son las redes sociales e internet. Son los nacidos en la era digital.
- **Generación Virtual:** tienen una connotación de que viven en una realidad en transformación.

Del estudio cuantitativo fase 4 de la investigación, se obtiene resultados que permitieron validar dichos conceptos, así como los resultados obtenidos en las fases cualitativas, antes mencionadas.

Seguidamente se presentan los principales hallazgos de esta investigación:

Caracterización de las Generaciones

Generación AM

Familia

Nacieron en comunidades extensas, familias de nueve personas en promedio y ahora viven en familias más pequeñas, distinguiéndose por su autosuficiencia e individualidad familiar, hogares de tres personas en promedio. Obligándolos a vincularse a otros a través de la tecnología, con la cual muchas veces no se sienten tan cómodos. Prácticamente, la totalidad de los AM (97%) tienen cinco hijos en promedio, reforzando el rol de la mujer, ya que se parían “los hijos que Dios quisiera”.

Conductas Sociales

Existencia de límites rígidos y reglas autoritarias en el hogar, se debían adoptar ciertas conductas sociales, altamente influenciadas por la iglesia católica. Reforzando temas tabú sobretodo en cuanto a sexualidad, tema del cual la mayoría no hablaba con los padres (sólo el 24%).

Desde su niñez asumían roles de figura materna o paterna con sus hermanos, como alimentarlos (60%) y bañarlos (50%). Las mujeres siempre asumían más labores que sus hermanos.

Relaciones de pareja

El 95% están o fueron casados, pocos son divorciados (5%) reforzando la figura del matrimonio para toda la vida en esta generación. Aunque para ellos fue tema tabú, actualmente al menos la mitad aceptan la convivencia de parejas antes del matrimonio. Prácticamente, todos (92%) rechazan las relaciones entre parejas del mismo sexo.

Vivienda

Siete de cada diez personas vivieron en casas propias (pagadas) y en la actualidad la mayoría (90%), viven en esta misma condición.

El valor de la tierra

El consumo se basaba en sus propios cultivos, predominaban los trabajos de agricultura, ganadería y domésticos. Una vida sencilla donde: no recuerdan tener lujos, pero tampoco “les faltó nada”, refiriéndose a las necesidades básicas.

Educación

La mitad de los jefes de hogar contaban con primaria completa o ninguna educación, los AM son la primera generación que en mayor proporción logra alfabetizarse, ya que el 84% de ellos cuentan con educación primaria o secundaria, reforzando el valor de la educación en las siguientes generaciones.

Tecnología

La representación de la tecnología era la electricidad. Ya que no todas las familias lograban tenerla. La máxima tecnología, era el uso de la radio.

Tecnología Actualmente

Sólo tres de cada diez tienen acceso a internet. Tienen baja relación con dispositivos tecnológicos avanzados, el 58% cuenta con teléfonos con los que no se puede acceder a internet, su curva de aprendizaje se refleja en la edad avanzada en la que debieron asumir la tecnología, como por ejemplo el teléfono celular (en promedio a los 68 años).

Salud

Cuatro de cada diez reconocen que su salud se ha deteriorado, son la generación más enfocada a hábitos de alimentación saludables: una dieta balanceada y el consumo de alimentos light, bajos en grasa y azúcar, además de realizarse chequeos médicos frecuentes. Con poca frecuencia consumen alimentos preparados fuera de casa.

Manejo del dinero

Su actitud hacia el dinero es disciplinada (74%), más que cualquier otra generación, son racionales a la hora de gastar su dinero: siete de cada diez buscan ahorrar con regularidad, aún si es poco.

Generación Pregonera

Familia

Al igual que la generación anterior fueron criados en comunidades extensas, familias de nueve personas en promedio y ahora viven en hogares que se han venido reduciendo a tres personas. Aunque la mayoría tiene hijos (92%), el promedio se reduce alcanzando los 3.6 hijos. Sin embargo, mantienen el patrón de la generación anterior en cuanto a casarse y formar sus propias familias a edades tempranas, en promedio a los 20 años.

Matrimonio

El matrimonio es para toda la vida (74%) y era mal visto separarse de su pareja. Aunque dentro de esta generación algunos (20%) decidían separarse rompiendo el status quo.

Vivienda

El 83% viven en casas propias pagadas, conservando la relevancia de tener casa como una expectativa de vida para ellos, altamente ligado al matrimonio. Son más abiertos que la generación anterior a los desarrollos en torres (51% Pregoneros vrs. 39% AM)

Economía. Educación formal.

El 37% de los pregoneros cuentan con algún grado de educación secundaria, proporción que se duplica con respecto a la generación anterior. Siete de cada diez pregoneros consideran que sus padres les dieron las mejores oportunidades para estudiar, proporción significativamente mayor que en la generación AM. Aunque las familias lograban cubrir sus necesidades básicas, los hijos debían iniciar a trabajar a edad temprana (aproximadamente 16.8 años), para sostener la economía del hogar,

predominando el trabajo en fincas y labores domésticas.

Tecnología

Algunos tuvieron oportunidad de tener radio y televisión. Inicia la adquisición de electrodomésticos de línea blanca en algunas familias.

Tecnología Actualmente

Son un poco más adeptos a la tecnología, que la generación anterior, el 64% cuenta con acceso a internet. Seis de cada diez tienen un teléfono inteligente, su primer teléfono móvil lo obtuvieron a los 51 años en promedio. El 39% utiliza Facebook, sin embargo, tienen poca relación con otras redes sociales y aplicaciones. La tecnología se hereda a la inversa. Va de las generaciones más jóvenes a las más adultas.

Manejo del dinero

Siete de cada diez son disciplinados con el dinero, “ya pasaron por donde asustan” en términos de decisiones financieras. Su preocupación se centra en el capital del que puedan disponer a futuro (62%).

Generación Satelital

Familia

Se observa mayor apertura a la separación de matrimonios o la decisión de no convivir en pareja. El 16% son separados y el 19% son solteros.

Estas generaciones vienen de hogares más reducidos, en relación con la generación anterior. Pues se ven reflejados los efectos de la inversión social en el Programa de Planificación Familiar.

Comunicación Abierta

El 75% de los Satelitales consideran que tuvieron buena comunicación con sus padres, el 43% consideran que ellos les hablaron abiertamente de sexualidad, proporción significativamente mayor en relación con las generaciones previas. Además, los Virtuales (hijos de esta generación Satelital) son aquellos que más declaran haber conversado de sexualidad abiertamente con sus padres (70%).

Educación

La economía y los roles han iniciado a evolucionar, por lo que el nivel educativo aumenta, 67% cuentan con grado de secundaria o superior y al menos el 20% maneja el

idioma inglés de forma básica. Esta generación comienza a profesionalizarse y es la primera en generar una mayor cantidad de mujeres en cargos de liderazgo.

Tecnología

La radio estuvo presente en su infancia y adolescencia. No nacieron con la tecnología moderna, pero la fueron adoptando de forma paulatina.

Tecnología Actualmente

El 90% cuenta con acceso a internet, similar a las generaciones más jóvenes, además el 86% cuenta con un smartphone y tuvo acceso a su primer teléfono móvil en una adultez más temprana (30 años en promedio). Utilizan tanto los SMS y llamadas, como las plataformas de mensajería instantánea (93% WhatsApp) y además de navegar en su móvil tanto como los más jóvenes. El 88% utiliza Facebook, proporción similar a los jóvenes, no así a otras redes sociales.

Consumo

Esta generación inicia a transformar hábitos de compra y consumo de marcas y alimentos fuera de casa. Son quienes más han participado de promociones en el último año, sobre todo en aquellas dinámicas de depositar un cupón, además del efectivo aspiran a ganar carros, casas y viajes. Y una cuarta parte acostumbra realizar compras en Black Friday.

Generación Digital

Familia

La percepción de la familia numerosa cambia, motivado por la mayor inserción de la mujer en el ámbito laboral, métodos anticonceptivos y valor de la individualidad. Inicia en el modelo de crianza un proceso de cambio: disminuye el castigo físico y mejora la comunicación con sus padres incluso en temas de sexualidad.

Matrimonio

El 77% considera que el matrimonio es “para toda la vida” y siete de cada diez personas consideran que es muy importante casarse, rompiendo el estereotipo de un joven adulto desarraigado y que no se compromete. Sin embargo, si fuera necesario el divorcio es una opción, así como contraer segundas nupcias.

Vivienda

Tres de cada diez viven en casa alquilada y nueve de cada diez mantiene la expectativa de adquirir vivienda propia, desmitificando a la figura de adulto joven de otros mercados, donde se le da el estereotipo de desarraigado y cada vez menos comprometidos con los esfuerzos de adquirir propiedades.

Educación

Mayor cantidad de personas realizando labores más calificadas y técnicas. Por lo que el nivel educativo debe ser más alto. El 86% cuenta con estudios de secundaria o superiores y casi la totalidad reconoce el valor de los esfuerzos de su familia para que ellos logren estudiar.

Vida Laboral

Siete de cada diez personas laborarían en una misma empresa el resto de su vida productiva. Rompiendo mitos: los jóvenes del país buscan estabilidad y, las empresas que lo combinen con aprendizaje constante, buen ambiente y un horario flexible, son aquellas que más pueden capitalizar su lealtad.

Tecnología

Nueve de cada diez entrevistados tienen acceso a internet. Prácticamente la totalidad tienen smartphone, y conviven con al menos tres dispositivos tecnológicos en promedio. El 88% utiliza redes sociales, y son quienes más utilizan aplicaciones de entretenimiento (27%), transporte (21%) y compras en línea (16%). Y quienes más utilizan sus dispositivos para ver series/películas en línea.

Manejo del Dinero

Tienen una actitud más consumista y con pocas conductas hacia el ahorro, en comparación con el resto de generaciones. Cuatro de cada diez son impulsados por la inmediatez y las facilidades que ofrecen los comercios para endeudarse y conseguir lo que desean viven el hoy y ahora.

Consumo

Son quienes más consumen alimentación fuera de casa: (5.5 ocasiones en promedio al mes), impulsados principalmente por el comercio y la socialización. En mayor medida, han participado de promociones (67%), tanto cuando se trata de depositar un cupón como aquellas mecánicas en Facebook. Representan una población de 310.000 (23%) compradores en línea en plataformas internacionales.

Compran tanto ropa como tecnología. Son quienes más aprovechan las promociones de Black Friday, (35%). También, planean realizar un viaje en un corto plazo de 2 años (38%).

Generación Virtual

Familia

La composición de la familia varía, por ejemplo: menos numerosas, compuestas, nucleares, complejas, entre otros. Es la primera generación donde hay casi tantos hogares donde están ambas figuras paternas (47%) como donde la madre es jefa de hogar (40%).

Matrimonio

Es la generación que en menor proporción considera el matrimonio como una actividad importante, lo cual podría influir en su perspectiva de la relevancia del mismo en sus vidas. En expectativa, a los 27 años es la edad ideal para casarse o tener hijos, aunque uno de cada diez considera que nunca se contraerá matrimonio o procreará.

Vida Laboral

Aunque mantienen una expectativa, al menos seis de cada diez consideran que podrían laborar para una misma empresa toda su vida, si esta ofrece las condiciones de aprendizaje constante, estabilidad y buen ambiente. Son quienes más se proyectan en ambientes de trabajo con horario flexible.

Tiempo Libre

Siete de cada diez dedican su tiempo libre tanto a practicar deporte como a jugar con dispositivos en línea, rompiendo el mito del adolescente sedentario, el deporte que más los impulsa es el fútbol. Representan la generación con la mayor proporción de videojugadores (42%). Según el mito que definía la generación Virtual: con este estudio se puede determinar que los jóvenes están en contacto con la tecnología 24/7, además, existe la otra realidad: también hacen deporte.

Salud

Casi inmortales, 96% consideran que tienen una muy buena condición de salud. Son quienes más practican actividad física como parte de un estilo de vida saludable (62%), sin embargo, por encima de sentirse bien su impulsor es verse bien.

Tecnología

Casi la totalidad tienen acceso a internet, principalmente móvil (85%). Nueve de cada diez tienen un teléfono inteligente y tres de cada diez una consola de videojuegos. Ocho de cada diez personas utilizan Facebook y aunque es una proporción que disminuye en relación con las generaciones Digital y Satelital, los virtuales son quienes más utilizan otras plataformas: *Snapchat* (49%) e *Instagram* (38%).

Consumo

Pese a ser inactivos económicamente comen fuera de casa en cerca de 6 ocasiones al mes. Y aunque están en constante relación con dinámicas de juego, donde reciben recompensas, son la generación que menos participa en las dinámicas de promoción. Los presupuestos limitados, hacen que sean consumidores que buscan aprovechar su dinero. Al menos uno de cada diez utiliza plataformas en línea internacionales para realizar compras.

Conclusión

Una de las verdades que enfrentan los seres humanos y que en muchas ocasiones no se acepta, es el hecho de que no todos son iguales, se puede compartir biológicamente algunos procesos comunes, sin embargo, en la mayoría de los casos, lo que domina es la diferencia en relación con las otras personas; diferencia que hace únicos y especiales, brindando un escenario donde no todos tienen las mismas necesidades y tampoco los han marcado los mismos hechos o acciones ocurridas con personas de épocas similares en latitudes diferentes del orbe, es por ello que en Costa Rica, ICE/kólbi y Unimer, plantean sobre ¿la población costarricense será o se comportará igual a la de otros países? Buscando esta respuesta se ha desarrollado esta Investigación de Mercados más grande y robusta del país, en materia de conocimiento del ser costarricense, analizando y comprendiendo los acontecimientos que marcaron cada uno de los pilares que definió a la población en el país.

Hoy día, algunas organizaciones quieren llegar a los consumidores multigeneracionales, atendiendo sus necesidades y comportamientos característicos, basados en una distinción por generación que fue creada y diseñada en función de países como Estados Unidos y algunos de Europa, amoldando comportamientos y características muy propias de cada uno, así como acciones y acontecimientos que generaron o marcaron a los habitantes de los mismos en diferentes épocas de la historia, a su propia población, sin considerar, que dichos acontecimientos han influido o no, en el ser de cada persona.

Basados en lo anterior, nace el proyecto *GenTico* (La verdad sobre las generaciones en Costa Rica), el cual busca conocer y definir desde la raíz, cómo es el ser costarricense y cuáles son los verdaderos eventos, acontecimientos y formación, que permite a cada generación, caracterizarse por rasgos que sobresalen y comprenden su comportamiento y necesidades. Estos rasgos generacionales, están mediados por eventos sociales, culturales y económicos. De esta manera, predominan como clientes en el mercado costarricense, los pertenecientes a cinco generaciones: AM, Pregoneros, Satelital, Virtual y Digital.

Cada una de las generaciones encontradas y establecidas en este estudio, se caracteriza por pertenecer a etapas de la Costa Rica de antaño y la Costa Rica de hoy, mostrando los diferentes comportamientos y acontecimientos que marcaron la historia y el desarrollo del país. GenTico, busca crear conciencia y conocimiento en las personas, sobre la idea de cómo se debe visualizar más allá de lo que siempre plantean las ideas extranjeras y poder plantear desde la propia óptica local, un entendimiento más profundo y focalizado, sobre la realidad que acontece en el territorio nacional.

Uno de los principales hallazgos del estudio, es que la generación llamada en el mundo *Millennials* y sobre la cual mercadólogos y estudiosos han dado tanto énfasis; no coincide en su totalidad con la realidad de Costa Rica, ya que algunas de sus características y actitudes en temas de tecnología, se pueden identificar en la Generación Digital, mientras que otras de carácter social y de valores, se ven más bien reflejadas en la Generación Virtual. Contrario a los jóvenes en el mundo, la generación Digital en Costa Rica, aprecia la estabilidad en el trabajo y considera que podrían ser leales durante toda su vida laboral, si cumplen con dos características fundamentales: estabilidad y flexibilidad.

Los jóvenes *Millennials* según teorías mundiales, no le dan tanto valor a la estabilidad sino a su formación personal y no se ven por largo tiempo en un mismo trabajo. También en Costa Rica, contrario a otros países del mundo donde los *Millennials* se describen libres y que no quieren ataduras; los de la generación Digital tienen como sueño contar con casa propia, aunque sea en construcciones verticales (torres) y para eso muestran más apertura y disposición al endeudamiento.

Como consideración final, conviene reiterar que esta propuesta fue elaborada con base en el material suministrado por la agencia de investigación, obtenido de estudios cualitativos y cuantitativos, supervisados por el equipo de ICE/Kölbi y ampliado con otras fuentes y bibliografía tanto física como digital, de tal manera que los hechos

expuestos son extraídos de fuentes confiables. Sin embargo, hay mucha más información que pudiera haber sido consultada para profundizar en los hechos expuestos, pero sería una tarea que conllevaría más reflexión y tiempo. Asimismo, por la importancia del tema conviene que cada organización dependiendo de su mercado meta investigue con mayor profundidad cada uno de estos grupos generacionales, para conocer más aún sobre el comportamiento de las personas que conforman cada grupo y poder así diseñar sus propias estrategias de mercado.

Agradecimiento

Muchas gracias a la Universidad Técnica Nacional de Costa Rica (UTN) por la invitación a la participación de la I Edición de la Revista de Innovación para Grupo ICE y Kölbi, es un honor estar presente en esta primera edición como empresa líder de telecomunicaciones.

El presente trabajo fue realizado bajo la supervisión del área de investigación del ICE por lo que queremos agradecer a todo el equipo del proceso de Entendimiento del Mercadeo de la Dirección Estrategia Comercial de la División Mercadeo de la Gerencia de Telecomunicaciones, por la paciencia, esfuerzo y dedicación para que esta investigación se generara de manera exitosa. Gracias por su apoyo y por ser columna vertebral de la misma.

Agradecemos al equipo de investigación de UNIMER por el esfuerzo en todo el proceso de investigación y en la generación de los resultados del estudio, así como a los colaboradores de la Agencia Digital Interaction, por su valioso aporte.

Referencias

- CEPAL. (2000). *Reformas estructurales y política económica en Costa Rica*. Abril 2016, de CEPAL
Sitio web: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/7608-reformas-estructurales-y-politica-economica-en-costa-rica>
- Charpentier, G. (2013). *El Estado Gestor en Costa Rica (1949-1982)*. Ministerio de Educación Pública de Costa Rica. Sitio web: <http://es.slideshare.net/gcharpentieracuna/el-estado-gestor-en-costa-rica>.
- Desk Research CR social, Año 2016.
- Garita, G., Ureña, L. y González, K. (2006). *Crisis en Costa Rica en los años 80*. UNED. Sitio web: <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-07.htm>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2008), *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- ICE. (2016). *Historia del ICE*. Sitio web: <http://www.grupoice.com/wps/portal/ICE/AcercaDelGrupoICE/Qui%C3%A9nes%20somos/Historia%20del%20ICE>
- Kotler, P. y Keller, K. (2012), *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- Mayorga, D. (2003). *Los grupos generacionales y el marketing*. Abril 2016, de Mayorga, D Sitio web: <http://marketingestrategico.pe/los-grupos-generacionales-y-el-marketing/>
- Molina, S. y González, E. (2015). *Historia de Costa Rica*. Costa Rica: UNED.
- Raventós, C. (2014). *Democracia directa en Costa Rica. En Referendo sobre TLC (176)*. Costa Rica: International Institute for Democracy and Electoral Assistance.
- UNIMER. *Información económica Año 1950 a 1980*.
- Villasuso, J.M. (2008). *Economía política de las reformas estructurales en Costa Rica*. Abril 2016, de Simposio Internacional del Proyecto de Investigación “Reforma Económica y Cambio Social en América Latina y el Caribe” Sitio web: <https://es.scribd.com/document/221803784/Economia-Politica-de-Las-Reformas-Estructurales-en-C-R>
- Wikipedia. (2016). *Historia de la Internet*. 2017, de Wikipedia Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Internet
- Wikipedia. (2016). *Historia de la radio*. 2017, de Wikipedia Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_radio
- Wikipedia. (2016). *Historia de la Telefonía Móvil*. 2017, de Wikipedia Sitio. web: https://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil