

Carmen García MADRID.

Millones de estudiantes salen de casa cada año para estudiar en el extranjero. Solo en el año 2019, 6,2 millones de jóvenes cruzaron las fronteras para acceder a la educación superior. La decisión de a dónde dirigirse y qué carrera comenzar es una de las más complicadas a la que se tienen que enfrentar estos estudiantes. Según una encuesta global elaborada por *INTO University Partnerships*, realizada a más de 1.200 estudiantes de la Generación Z en agosto de 2021, los jóvenes de ahora ya están cambiando sus opciones a la hora de postularse a la universidad. De hecho, la mayoría de los estudiantes internacionales otorgan más valor a los programas que les ayudarán a tener éxito al matricularse en una universidad. Concretamente, el 86% de los alumnos buscan un título internacional para poder, algún día, hacer del mundo un lugar mejor.

Los jóvenes de la Generación Z, también llamados *Zillennials*, ya han entrado en la universidad y se han convertido en los dueños de una revolución que ya no tiene límites. Este grupo, nacido entre enero de 1995 y diciembre de 2003, son nativos digitales, criados entre pantallas y con acceso a la red. Se trata de la primera generación con una conciencia clara de globalidad, de democratización de la sociedad y del imparable ascenso de la tecnología dentro de nuestro mundo. Las universidades se enfrentan al reto de ofrecerles una educación atractiva y estimulante, que les motive y les aleje de los métodos tradicionales.

En el pasado se quedó la preocupación por asistir a una institución de educación superior de prestigio. Hoy en día el 72% de los estudiantes menores de 25 años cree que la capacidad de una universidad para brindarles las habilidades que necesitan para tener éxito en el futuro es más importante para ellos que las clasificaciones. La disposición económica también es indiscutible, ya que se estima que el impacto económico global de los estudiantes internacionales supera los 350.000 millones de dólares estadounidenses.

Se trata de la generación de los cambios y de la auténtica adaptación a una sociedad que no deja de avanzar. La tecnología se ha vuelto la fiel compañera de estos usuarios. De acuerdo con un estudio realizado por *Pearson* en 2018, referente a la visión que tiene la Gen Z sobre el rol de la tecnología en la educación, se encontró que el 47% pasa más de tres horas diarias en una plataforma de vídeo, el 59% prefiere utilizar YouTube para aprender y el 39% se decanta por una instrucción dirigida por un profesor. Las herramientas más interesantes para los alumnos son las *smatboards* (84%), los libros de texto digitales (81%) y los vídeos *online* (80%), tal y como indica el estudio *Getting to Know Gen Z* realizado por Barnes

ESTUDIANTES

El 72% escoge la universidad que mejor le forme en habilidades



& Noble College en EEUU. Además, se empieza a hablar de una educación de marcado carácter social, ya que la gran mayoría de los alumnos se siente más cómodo realizando este proceso de aprendizaje junto a sus amigos.

El desafío para la formación superior es, además de actualizar sus contenidos para acclimatarlos a las necesidades de las empresas actuales, vincular a los jóvenes de la Gen Z a ambientes reales, cuyas problemáticas pueden ser abordadas desde nuevas metodologías de enseñanza con la ayuda de la tecnología. Este acercamiento del aula a la realidad implica la renovación de la práctica docente, es decir, introducir nuevas formas de enseñar y evaluar por parte del profesor.

Preocupaciones de los Z

Hiperconectados y con nuevas exigencias. Así se ha plantado este nuevo grupo de jóvenes que dista mucho de los estudiantes que conocimos hasta entonces. Los alumnos de la Generación Z tienen más objetivos en su búsqueda de una educación superior en el extranjero. Así, el 86% considera muy importante el papel que tenga la igualdad de género en una institución, los derechos LGBTQ o la justicia racial. De hecho, la gran mayoría busca un título internacional para poder algún día hacer del mundo un lugar mejor. El objetivo principal es conseguir un buen puesto de trabajo al cerrar el proceso educativo, por lo que a la hora de tomar la decisión final sobre en qué institución comenzar sus estudios superiores, tienen en cuenta que el centro les oferte un buen programa formativo y que tenga profesores que se preocupen al respecto.

El impacto devastador de la pandemia mundial redujo a la mitad muchas actividades y oportunidades de esta generación, pero no acabó con su deseo de seguir avanzando en sus vidas. Las ganas de avanzar son el reflejo de la resiliencia que presenta este grupo: una generación ambiciosa que busca llegar a la cima de su profesión algún día, teniendo como base una educación que roza la excelencia. Uno de los impactos duraderos del Covid-19 va a estar en el futuro y es que la experiencia vivida con el confinamiento ha hecho que esta generación reflexione ahora sobre lo que realmente importa y quieran una carrera que ofrezca un equilibrio entre una vida y un trabajo.

La pandemia, los eventos climáticos extremos vividos y una atmósfera sociopolítica del todo desagradable han hecho que los problemas sociales aumenten. El desempleo se ha convertido en la principal preocupación del 52% de los jóvenes, junto con el 41% pendiente de las oportunidades educativas que van surgiendo y el 39% intranquilo con la prevención de enfermedades, debido a lo vivido durante estos últimos meses. La Generación Z también siente una gran responsabilidad

ISTOCK



ISTOCK

dad personal por implementar el cambio que quieren ver en el mundo: el 41% cree que depende de ellos y de sus compañeros resolver los problemas sociales.

Si antes de la llegada de la pandemia la gestión de la economía era importante, llegados a este punto resulta inevitable tener un control sobre los gastos e ingresos y más para estos jóvenes. En este punto, el Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum ha destacado que seis de cada 10 jóvenes españoles han cambiado sus hábitos de ahorro y consumo con la pandemia por su preocupación por la sostenibilidad.

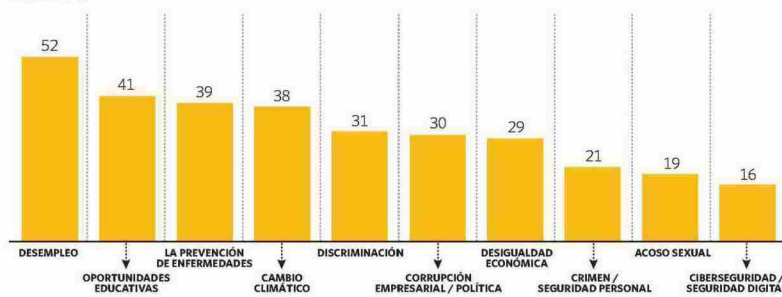
Cómo influye el prestigio

Lo cierto es que no es fácil. El futuro de los jóvenes estudiantes actuales plantea en el escenario una situación muy complicada. Ante este panorama, la educación tiene un papel fundamental en la formación y en la preparación para el empleo próximo. Este punto también lo comparten los estudiantes y es que, tal y como indica el estudio, el 91% de los jóvenes cuidan mucho su aprendizaje. No obstante, si bien ven la educación como un camino hacia el éxito profesional en el futuro, el aprendizaje es mucho más que eso. La Generación Z visualiza la educación universitaria en el extranjero como clave a la hora de contar con las habilidades y el conocimiento necesario para convertirse en la mejor versión de sí mismos.

En este sentido, el 90% de los estudiantes escoge la opción de estudiar en la universidad, aunque en

Problemas sociales de la Generación Z internacional

Datos en %



Fuente: #GenZ: Impacto de la pandemia en Outlook sobre la vida y el estudio.

elEconomista

los últimos años sí se ha observado un curioso incremento en los alumnos que se decantan por la Formación Profesional, tan en auge hoy en día, y por las salidas tan prácticas y rápidas que tiene. La mayoría de los estudiantes que participan

► **El desempleo se ha convertido en la principal preocupación de los estudiantes**

en este estudio le dan importancia a las cosas que les interesan, hacer un mundo mejor e incrementar la posibilidad de vivir en otros lugares.

A la hora de escoger una institución u otra, son importantes va-

rios factores que los jóvenes tienen en cuenta, como es el prestigio. Lo cierto es que este aspecto ya no es lo que era y es que únicamente son los estudiantes chinos los que le dan importancia a esto. Por el contrario, la mayoría de los miembros de la Generación Z están juzgando a las universidades por brindarles la educación de calidad que necesitan para tener éxito, independientemente de lo que opinen las altas esferas de la sociedad sobre las instituciones. De hecho, la mayoría de los jóvenes de este grupo (72%) quieren estudiar en una universidad que le de habilidades que necesita para su futuro.

Además, a pesar de que relegan a un segundo plano el prestigio en sí de la institución, sí que le dan más relevancia a la trayectoria de la misma en temas sociales como medio ambiente, igualdad de género, de-

rechos LGBTQ+ y antirracismo.

Una vez superada la etapa formativa, a la hora de acceder al mercado laboral, el 100% de este grupo de jóvenes consideran prioritarios los beneficios no salariales, tal y como indica el informe *What Eor-*

► **El 41% de los jóvenes cree que depende de ellos resolver los problemas sociales**

kers Want 2019 de Hays. Así, aunque el 62% reconoce que el salario es lo que más valora de su actual trabajo, el 67% de ellos considera que una mejor formación sería el principal motivo para cambiar de empleo, y más del 60% de ellos re-

chazaría una oferta de trabajo si no pudiera ofrecerle desarrollo profesional o formación en su puesto de empleo.

Destino ideal

Más allá de la formación y el empleo, existen otros factores que se han visto influenciados desde la llegada de la Generación Z.

El turismo, pilar fundamental de nuestro país, ha sufrido un fuerte golpe debido a la llegada de la crisis sanitaria. Sin embargo, son los viajeros nacidos a partir de 1997 los que han escogido en séptimo lugar a España como destino para sus viajes. Los turistas internacionales de la Generación Z viajan principalmente a Estados Unidos, Francia y Reino Unido y, en séptimo lugar, eligen España, que se encuentra por detrás de Alemania, Italia y Ucrania. Barcelona, Madrid, Málaga y Valencia son las ciudades más elegidas dentro de España y se suman a otros europeos como Milán, Atenas o Londres.

Según una investigación de la agencia online *Kiwi.com*, cuando un viajero español de la Generación Z se plantea realizar un viaje, normalmente se queda en el mismo continente y prioriza que el país sea España. Las ciudades más reservadas para esta agencia son Barcelona, Madrid, Palma de Mallorca o Ibiza. Entre los 500 primeros destinos, solo figura Ciudad de México fuera del continente, y suele relacionarse con excursiones grupales. De acuerdo con este estudio, dos de cada diez jóvenes de la Generación Z viajan con personas de su misma edad y solo un 2% viaja con los de 41 a 60 años.