enfokamer euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

NOVIEMBRE 2025

# Enfoka-Trends

*Gen Z: la generación solitaria*

# Gen Z: la generación solitaria

Aunque no existe una definición precisa, se conoce como Gen Z al grupo generacional nacido entre 1997 y 2012, es decir, con edades ahora comprendidas entre los 14 y los 27 años. Los Gen Z están unidos al concepto de "nativo digital".

Las pantallas, Internet y los aparatos conectados han formado parte de su entorno más cercano desde su nacimiento. Para esta generación no ha existido la transición de lo analógico a lo digital que han conocido generaciones anteriores: el componente digital está plenamente integrado en su ADN.

La soledad no deseada ha cambiado radicalmente el panorama social, en la actualidad se inclina hacia los y las jóvenes, no hacia las personas mayores como venía siendo habitual. La Gen Z, y también parte de la Millennial, afirman estar sufriendo una elevada presión social para tener una buena apariencia, en los casos en que no se consigue se da una deriva hacia el aislamiento, el uso de Chatbots como compañía y a estar hiperconectados, algo que no suple la necesaria conexión humana.

Recientemente se ha realizado la **NIVEA CONNECT COMPASS**, una encuesta a más de 30.000 personas en 13 países en la que se ha detectado que las personas de entre 16 y 24 años son el grupo demográfico más solitario: un 24% se siente aislado, en comparación con el 19% de todos los adultos.

Nivea ha sido una de las primeras marcas comerciales en tomar cartas en el asunto a través del desarrollo de "Nivea connect" un sistema educativo y de apoyo que ahora funciona en más de 30 países.

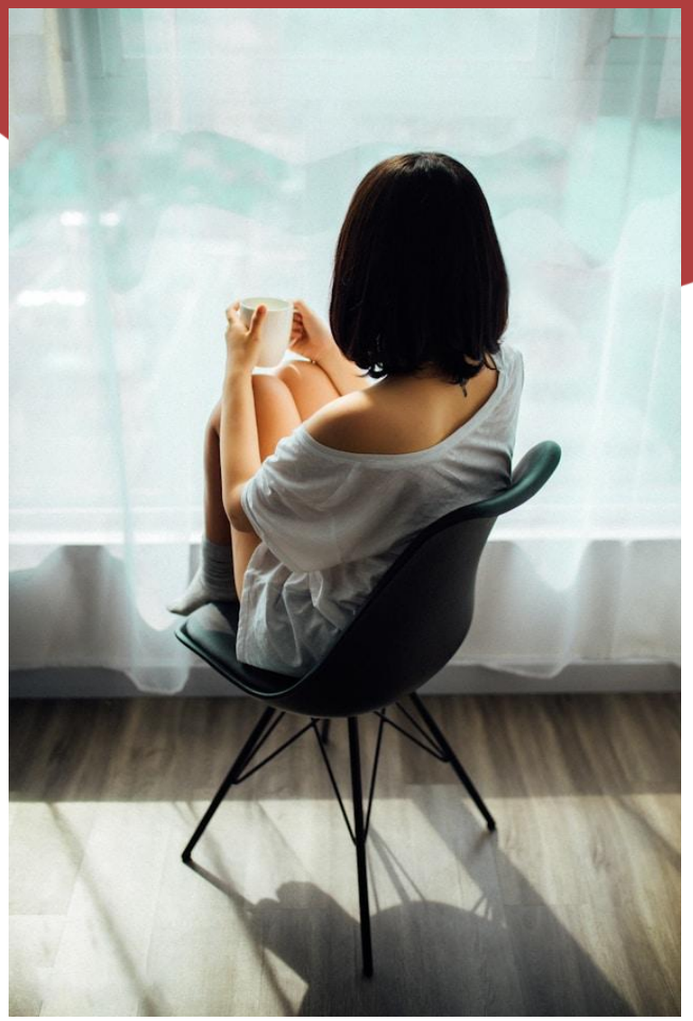


Imagen de **Anthony Tran** en **Unsplash**

# Gen Z : la generación solitaria

En este mismo sentido un nuevo análisis de la Organización Mundial de la Salud (OMS) revela que, si bien la soledad afecta a una de cada seis personas globalmente, las personas adolescentes son el grupo más afectado. El 24,3% de ellas experimenta altos niveles, un dato que subraya una preocupación creciente por esta epidemia de soledad.

El experto personal de la OMS ha instado a los gobiernos nacionales a hacer de la soledad una prioridad política y a investigar más las estrategias que pueden ayudar a reforzar las conexiones sociales.

En los próximos meses, Suecia por ejemplo, empezará a dar a los y las jóvenes de 16 a 18 años "tarjetas de actividades" con dinero que podrán gastar en grupos de la sociedad civil, deportes, actividades al aire libre y actos culturales, pero solo en actividades en las que participen otras personas.

El objetivo es dotar mejor a los y las jóvenes de habilidades sociales e impulsar las conexiones entre personas de todas las edades. "Este no es un problema de quienes están solos, de quienes están aislados", ha afirmado Jakob Forssmed, ministro sueco de Asuntos Sociales y Salud Pública, "Es un problema de toda la sociedad".

Y tampoco es un hecho aislado, en Euskadi la situación es similar, los y las vascas de entre 15 y 28 años, son la franja de la población que más sola se siente. Una de cada cuatro de estas personas dice sufrir soledad no deseada, mientras que un 15% va más allá y asegura padecer con frecuencia este tipo de situaciones.

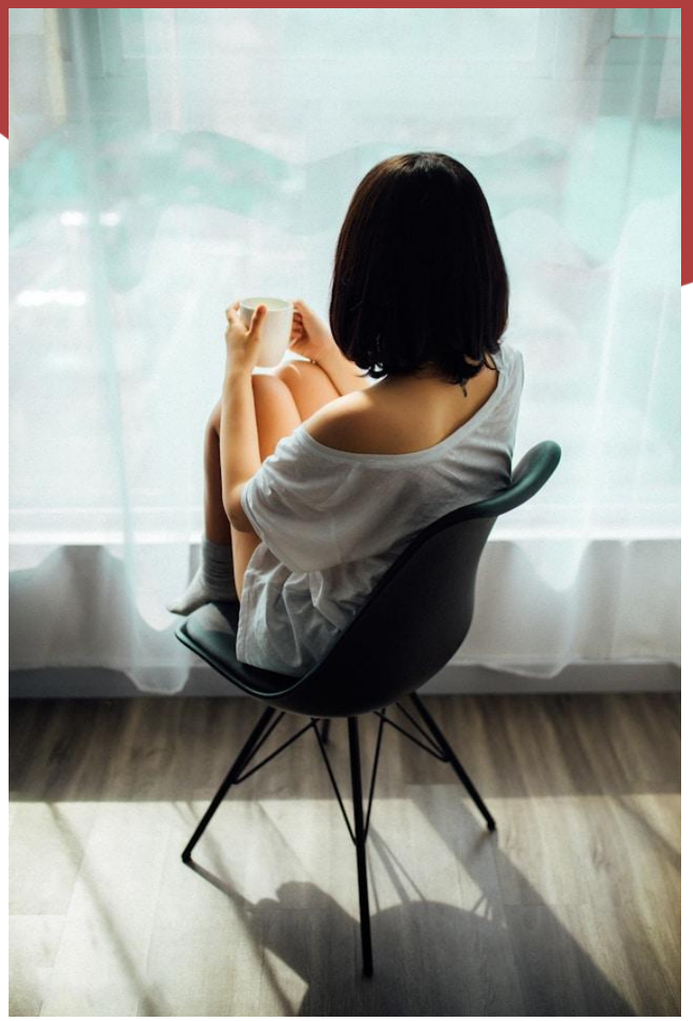


Imagen de **Anthony Tran** en **Unsplash**

# Gen Z : la generación solitaria

Son algunas de las conclusiones que se recogen en una nueva edición de la iniciativa denominada 'The future game'. Promovido por BBK Kuna y DOT, este proyecto se centra en abordar el bienestar de este joven colectivo.

Ante esta situación surge una oportunidad para lograr que una visita a un comercio ya no sea simplemente una transacción, se ha convertido en una oportunidad para generar conexiones auténticas con las personas consumidoras de esta joven generación.

La fatiga digital y la creciente sensación de soledad han impulsado la búsqueda de experiencias de compra más humanas y emocionales. Las tiendas físicas están redefiniéndose como espacios de encuentro y descubrimiento, mientras que las marcas online buscan generar mayor engagement a través de estrategias de fidelización personalizadas.

Crear un entorno que promueva la interacción real, ya sea en tiendas físicas o en el ecosistema digital, será clave para fortalecer la relación con la clientela.

En este contexto, la visita a un espacio comercial cobra un nuevo sentido: más allá del producto, las personas consumidoras buscan señales de vínculo y pertenencia, incluso en las interacciones más cotidianas.

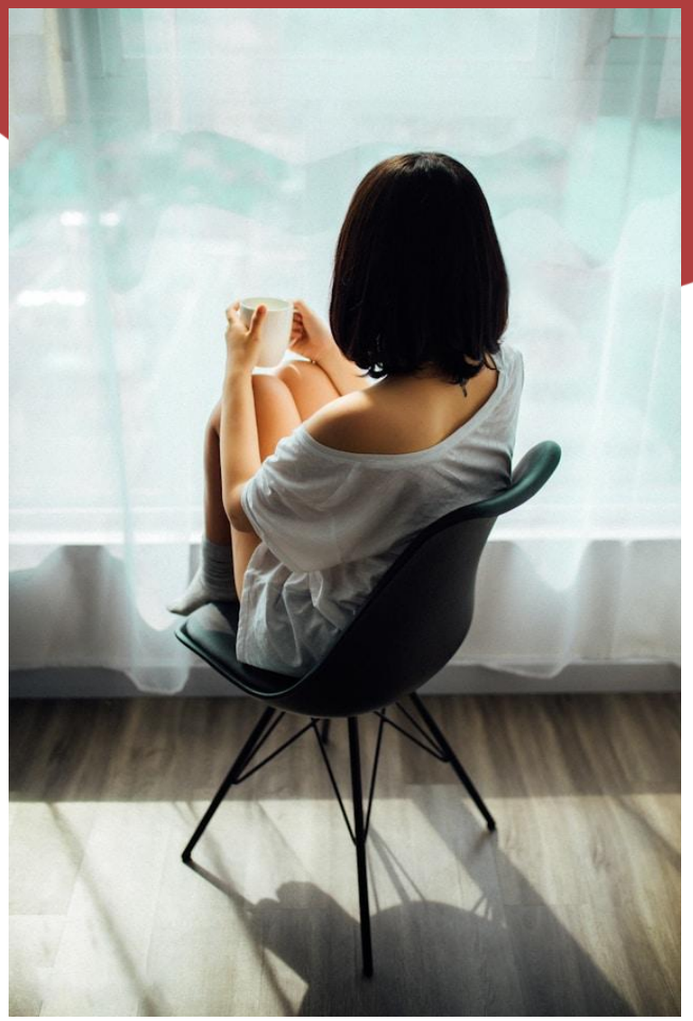


Imagen de **Anthony Tran** en **Unsplash**

# Gen Z : la generación solitaria

Sí, el mítico lema “connecting people” tiene hoy más sentido que nunca. No es fácil construir relaciones duraderas y profundas ante la escasez de tiempo, que ha hecho que las relaciones líquidas primen, haciendo de la amistad el nuevo lujo.

Un buen ejemplo de cómo generar conexiones en nuestros comercios lo tenemos en la campaña realizada por los supermercados holandeses Albert Heijn cuya clientela puede optar por coger unas cestas especiales de color verde lo que significaba que están abiertas a conversar con otras personas compradoras. Las cestas contienen temas de conversación y espacio para intercambiar información de contacto, fomentando las conexiones sociales durante la compra.

También tenemos el ejemplo en Cádiz de un pequeño comercio de barrio, La tienda de la vecina, que colocó en su escaparate un cartel con un mensaje simple pero potente invitando “a todas las personas que os sintáis solas” a entrar simplemente “a charlar”. Dentro del local hay incluso un sillón destinado a quienes quieran entrar a conversar sin más, transformándose de esta forma tan sencilla en un espacio de encuentro y escucha para quienes se sienten solos o solas..

Otra iniciativa conocida como Chatty Café ha sido puesta en marcha en Reino Unido, en este caso en colaboración con el sector hostelero.

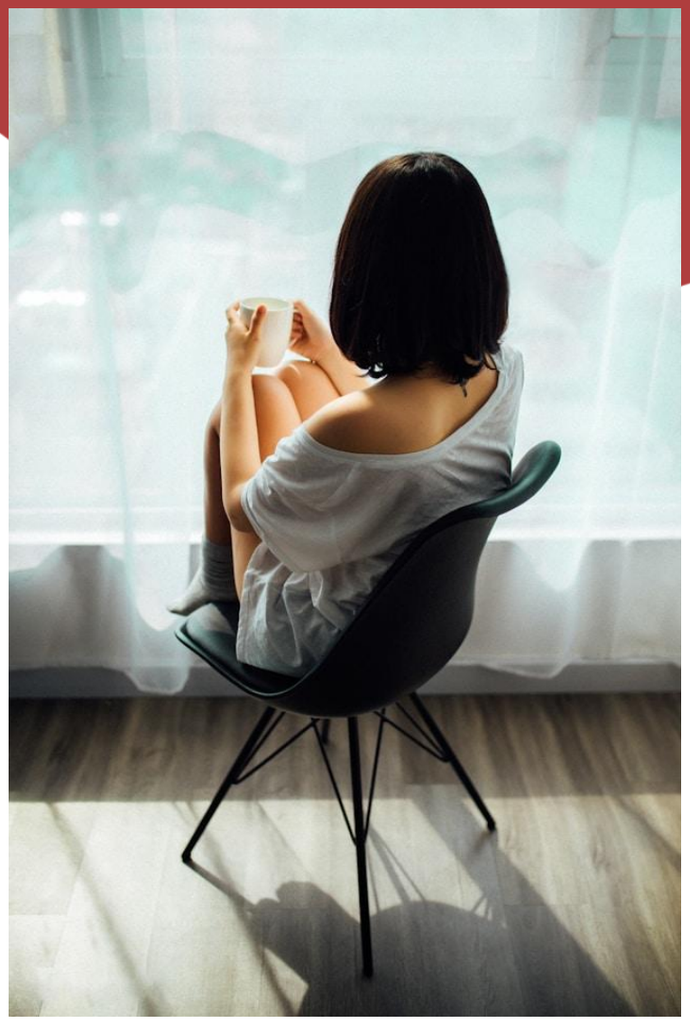


Imagen de **Anthony Tran** en **Unsplash**

# Gen Z : la generación solitaria

Se trata de las denominadas “Mesas de charla y conversación”, ubicadas en cafeterías y pubs ofrecen un espacio donde las personas pueden sentarse a conversar si desean hacerlo. Algunos lugares también cuentan con personal voluntario que facilita las conversaciones, este caso ilustra muy bien cómo un establecimiento comercial u hostelero puede intencionalmente adoptar un rol social, promoviendo encuentros espontáneos y potentes contra la soledad.

Más cercanos tenemos diversos ejemplos desarrollados en Euskadi a través de librerías que han puesto en marcha iniciativas basadas en clubs de lectura que cumplen con ese mismo objetivo de crear vínculos entre las personas asistentes creando comunidad.

Esta iniciativa de los clubs de lectura está saltando incluso al sector empresarial con el objetivo de crear conexión entre los y las trabajadores de sus plantillas. Y es que tras la pandemia el teletrabajo se ha convertido en habitual en ciertos sectores, como el informático, lo que ha derivado en  un aumento de los casos de soledad no deseada.

La duda que surge es si pese a la existencia de espacios pensados para fomentar las conexiones, y por más que existan aplicaciones e incluso la Inteligencia Artificial se haya embarcado en la lucha para terminar con la soledad, este problema puede arreglarse cuando la sociedad está cada día más acelerada y la individualidad gana fuerza. ¿Cómo es posible que las personas estén más solas que nunca cuando están más conectados? Paradojas de la vida moderna.

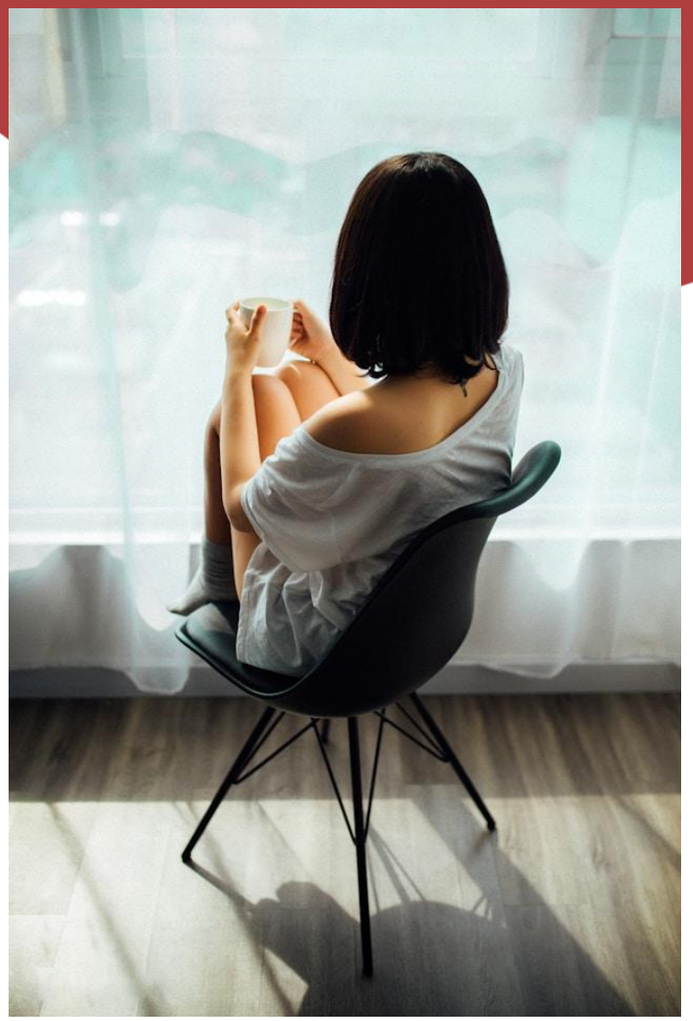


Imagen de **Anthony Tran** en **Unsplash**

# Bibliografía


- **Trendwatching (2025)** *Cuanto más joven, más solitario.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.linkedin.com/pulse/younger-lonelier-trendwatching-com-doxoc/**

- **Gabriela Galvin (Euronews, 2025)** *Los adolescentes son el grupo más solitario del mundo.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://es.euronews.com/salud/2025/06/30/los-adolescentes-son-el-grupo-mas-solitario-del-mundo**

- **Terry Basterra (El Correo, 2025)** *Uno de cada cuatro jóvenes vascos se siente solo y el 32% ha sufrido problemas de salud mental.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.elcorreo.com/sociedad/cuatro-jovenes-siente-solo-sufrido-problemas-salud-20250218001240-nt.html**

- **Zorraquino (2024)** *Consumer trends 2025: Genuine Connections.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://trends.zorraquino.com/informes/consumer-trends/2025/gennuine-connections.html**

- **Kalin Ned (Trendhunter, 2024)** *https://www.trendhunter.com/trends/grocery-shopping-experience.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.trendhunter.com/trends/grocery-shopping-experience**

- **José Landi (La voz del sur, 2024)** *Una tienda de Cádiz hace viral su campaña contra la soledad: "Aquí puedes entrar sólo a charlar".* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.lavozdelsur.es/ediciones/cadiz/tienda-cadiz-hace-viral-su-lucha-contra-soledad-mayores-con-cartel-aqui-puedes-entrar-solo-charlar_314916_102.html**

- **Town & Country Housing (2025)** *El programa Chatty Café: una forma sencilla de alegrarle el día a alguien.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://tch.org.uk/2025/02/26/the-chatty-cafe-scheme-a-simple-way-to-brighten-someones-day/**

# Bibliografía


- **Ramón Albertus (El Correo, 2024)** *Las librerías de Vitoria retoman sus clubes de lectura.* Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.elcorreo.com/alava/araba/librerias-vitoria-retoman-clubes-lectura-20240916003050-nt.html**

- **David Morán (El periodico, 2025)** *Las empresas se apuntan al 'boom' de los clubs de lectura: los escritores (también) van a la oficina*. Recuperado el 28 de noviembre de 2025 de **https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20250518/empresas-apuntan-boom-clubs-lectura-117429010**


# Información relacionada

- **Cómo emplean su tiempo las personas desde 1930 hasta hoy: https://www.youtube.com/shorts/ltuAJgZuyDc**
- **Idea de negocio: Club de lectura: https://www.youtube.com/watch?v=sDkl1V1PVG0**
- **La saturnina: https://lasaturnina.wordpress.com/79-2/**
- **Errabundia: https://errabundialibreria.com/event/club-de-lectura-literatura-errabunda-lunes-1-12/**
- **Eva Forest Liburutopia: https://liburutopia.eus/**