

El 73 % de la generación Z afirma que conoce al U.S. Army, pero una nueva encuesta nacional demuestra lo contrario

USA - español ▾



NEWS PROVIDED BY

U.S. Army →

01 Jun, 2022, 08:00 ET

Una encuesta intergeneracional revela la brecha de conocimiento entre los jóvenes de hoy y el U.S. Army, tema central de la campaña "Conoce tu Army"

WASHINGTON, 1 de junio de 2022 /PRNewswire-HISPANIC PR WIRE/ -- Una nueva encuesta intergeneracional del U.S. Army señala una brecha de conocimiento cada vez mayor entre la generación Z (personas de entre 18 y 25 años de edad) y la rama militar más grande del país, lo que contribuye a que existan percepciones incorrectas sobre el servicio militar.

Continue Reading





Unirse al Army tiene muchos beneficios. Calificar para un préstamo hipotecario sin pago inicial es solo uno de ellos.



Unirse al Army tiene muchos beneficios. 30 días al año de vacaciones pagadas es solo uno de ellos.

Esta situación motivó la realización de "Conoce tu Army" ("*Know your Army*"), la campaña publicitaria más reciente de esta institución, que tiene como objetivo educar a los jóvenes sobre la variedad de beneficios que ofrece el Army, que pueden ayudarles a lograr sus objetivos personales y profesionales para su presente y futuro.

La encuesta nacional de consumidores sobre "Conoce tu Army", se realizó del 7 al 15 de marzo de 2022 a través de una muestra representativa de 3,000 adultos estadounidenses de 18 a 76 años de edad. Reveló que el 73 % de la generación Z afirma estar familiarizado con el Army, el porcentaje más alto entre todas las generaciones. Pero el recuento de datos demuestra una realidad distinta, revelando su poco conocimiento sobre el Army y de su capacidad de ayudarles a lograr sus metas. Los datos de la encuesta muestran lo siguiente:

Percepciones incorrectas de la generación Z respecto al servicio militar:

- El 30 % cree que la mayoría de los trabajos del Army están relacionados con el combate.
- Solo el 51 % cree que en el Army hay lugar para el tiempo libre y los pasatiempos; son la generación con menos probabilidades de pensar que los Soldados tienen un balance equilibrado entre su vida laboral y personal.
- Pocos encuestados de la generación Z demostraron tener conocimiento de la variedad de beneficios que ofrece el Army a los Soldados, entre ellos:
 - Beneficios educativos, como la ayuda con el pago de la educación universitaria (conocimiento del 53 %), la posibilidad de obtener su educación universitaria libre de deudas (53 %) o certificaciones de entrenamiento avanzado (36 %).
 - Beneficios de vivienda (34 %).
 - Jubilación temprana (31 %).
 - Atención médica gratuita para los que califican (44 %) y cobertura médica completa (42 %).
 - Permiso parental pagado (21 %) y guarderías infantiles a precios accesibles (23 %).

Vínculo entre los objetivos de carrera y estilo de vida de la generación Z y las oportunidades que ofrece el Army:

- No están seguros de lo que desean en una carrera (52 %) o qué pasos dar para alcanzar sus objetivos (45 %) y, en comparación con otras generaciones, son los menos satisfechos con su trayectoria profesional actual.
- Los beneficios más codiciados que ofrece como empleador incluyen sueldo/salario deseado (85 %), seguro médico (82 %) y días libres pagados (80 %).
- Están más interesados en carreras de arte/diseño/entretenimiento (20 %), medicina (17 %) y tecnología (15 %).
- El 90 % quiere trabajar para una empresa u organización que tenga un impacto positivo en la sociedad.
- El 66 % está de acuerdo en que si una empresa u organización no tuviera un equipo de trabajo diverso, no les interesa ser parte.

"Conoce tu Army" es la iniciativa reciente del Army a estas y otras percepciones incorrectas comunes sobre el servicio militar, con una mirada directa a cómo ayuda a la vida y objetivos personales más allá del trabajo y el deber. La campaña presenta los beneficios tangibles e intangibles menos conocidos del servicio del Army, como son tener treinta días de vacaciones al año pagados; los beneficios para la compra de vivienda a través del préstamo VA; los planes de pensiones después de solo 20 años de servicio; permiso parental pagado, y tener Soldados de diversos orígenes, de todos los Estados Unidos y otros países.

"El Army tiene lo que la generación Z busca en un trabajo, pero aún no lo sabe", comentó el Maj. Gen. Alex Fink, jefe de Army Enterprise Marketing.

"Conoce tu Army", tiene un papel importante a la hora de cambiar esta narrativa al educar a los jóvenes sobre la increíble variedad de beneficios que hace posible que ese millón de Soldados con los que hoy en día cuenta el Army, prosperen en el trabajo y en su hogar. Ya sea que deseen continuar su educación, formar una familia o viajar por el mundo, el Army se compromete a ayudar a construir el futuro que buscan", compartió el Maj. Gen. Fink.

Cinco videos de 15 segundos forman parte de la campaña "Conoce tu Army" y establecen una conexión entre lo que los jóvenes desean y los beneficios inigualables que ofrece el Army en cuanto a estilo de vida y el bienestar de los Soldados, posicionando el servicio militar como una opción inteligente y una inversión en su futuro. Los contenidos promocionales de la campaña

llevan a reflexionar sobre el servicio militar con un tono sencillo y familiar y basado en los hechos, así como con un toque de humor y optimismo para impulsar el compromiso e inspirar confianza.

"Conoce tu Army", llegará a las audiencias de todo el país en diferentes fases, en los canales de televisión, Internet y podcasts, así como a la generación Z, a través de plataformas sociales y comunitarias como Reddit, Google Discovery, YouTube, Snapchat, Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn. La campaña también se promociona en las redes sociales de GoArmy y en GoArmy.com/español.

La campaña sigue al anuncio del paquete de incentivos más grande y atractivo de la historia del Army, que incluye hasta \$50,000 en bonos, la selección de lugares de destino preferidos, el acceso al reembolso de préstamos estudiantiles y períodos de enlistamiento más cortos.

Para más información sobre "Conoce tu Army" y de los beneficios de prestar servicio en el Army, visite GoArmy.com/espanol.

Acerca de Army Enterprise Marketing Office (AEMO, por sus siglas en inglés): AEMO es la organización nacional de marketing, investigación y análisis de marketing y análisis de integración del U.S. Army. AEMO realiza maneras innovadoras y efectivas para conectarse con el público estadounidense y lograr que el Army sea más accesible y entendible. Además de aumentar el conocimiento tanto de los beneficios como del valor del servicio del Army, así como motivar a los prospectos más calificados a elegir al Army como su primera opción de servicio militar.

Video - <https://www.youtube.com/watch?v=quhV2CpDLks>

Video - <https://www.youtube.com/watch?v=eAgFITFM-mA>

Logotipo: https://mma.prnewswire.com/media/1010367/US_Army_Logo.jpg

FUENTE U.S. Army

delivered to your inbox

Enter Your Email

Select Country



SUBMIT

By signing up you agree to receive content from us.

Our newsletters contain tracking pixels to help us deliver unique content based on each subscriber's engagement and interests. For more information on how we will use your data to ensure we send you relevant content please visit our [PRN Consumer Newsletter Privacy Notice](#). You can withdraw your consent at any time in the footer of every email you'll receive.

