

**ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA**

**SCUOLA DI SCIENZE POLITICHE**

**Corso di laurea magistrale in**

**Comunicazione pubblica e d'impresa**

**LA FAMILIA DINK COMO NUEVA TIPOLOGÍA DE CONSUMIDOR.  
UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA SOBRE LAS FAMILIAS MEXICANAS**

**Tesi di laurea in**

**Comunicazione e Marketing**

Relatore: Prof. Pina Lalli

Correlatore: Prof. Judith Cavazos Arroyo

Presentata da: Claudia Serra

**Appello**

terzo

**Anno accademico**

2017-2018

# Índice

Introducción.....	4
Capítulo 1. Marco Teórico.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.1. ¿Quiénes son los Dinks? .....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.1.1. Tipologías de Dinks .....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.2. La evolución y los cambios de la familia mexicana contemporánea.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.2.1. Religión, matrimonios y divorcios: factores de cambio en las familias mexicanas.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.2.2. El consumo de la familia mexicana.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.3. ¿Hijos o no hijos?.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.4. Los Dinks en México.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.4.1. Dinks como fenómeno global.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.4.2. Como las empresas ven este segmento y las marcas preferidas.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.5. Las mascotas en las familias Dinks mexicanas.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.5.1. Las mascotas en México.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.5.1.1. Perrhijos.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.5.2. El mercado de las mascotas a nivel global y en México.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.6. ¿Los Millennials como los Dinks? .....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.6.1. Los millennials en México.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.6.1.1. Ahorro e inversión de los millennials mexicanos.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.7. Intereses de los Millennials en común con el consumo de los Dinks.....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
1.7.1. Productos de lujo .....	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>

1.7.2. Estilo de vida millennial y sus consecuencias en el consumo	Errorre. Il segnalibro non è definito.	II
1.7.3. Viajes	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
1.7.4. Tecnología	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
1.7.4.1. Las compras online de los millennials	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
1.7.5. Supermercados	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Capítulo 2. Las preguntas de investigación sobre las familias Dinks en México	Errorre. Il segnalibro non è definito.	II
2.1. Planteamiento del problema	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
2.2. Justificación	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
2.3. Objetivos	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
2.4. Preguntas de investigación	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
2.5. Alcances y limitaciones	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Capítulo 3. Metodología de la investigación	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Capítulo 4. Análisis y revisión de los datos obtenidos	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
4.1. Participantes	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
4.2. Análisis de los datos obtenidos a través de la investigación	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
4.3. Discusión	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Conclusiones	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Bibliografía		7
Webgrafía		10
Anexos	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Anexo 1 - Guía de entrevista	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Anexo 2 – Tabla	Errorre. Il segnalibro non è definito.	
Anexo 3 – Transcripciones de todas las entrevistas	Errorre. Il segnalibro non è definito.	

# Introducción

Doble ingreso, sin hijos: esto significa el acrónimo Dink.

En esta investigación cualitativa se examina el comportamiento, las creencias y los hábitos de consumo de los Dinks en México. Este trabajo nace desde el análisis de investigaciones anteriores sobre el contexto mexicano, donde se puede notar que el número de las parejas que deciden no tener hijos crece cada vez más.

En el primer capítulo se analiza el marco teórico. Se empieza explicando quien son los Dinks para analizar en seguida el estilo de vida que tienen, concentrándonos sobre México. Se analizan también muchos aspectos de las costumbres, prácticas y el consumo de los Millennials, dado el hecho que muchos Dinks hacen parte de este segmento.

En el segundo capítulo se explican las características de la investigación. Se inicia desde los antecedentes para plantear el problema de la investigación y la justificación. Se deciden los objetivos que se quieren alcanzar, con las consiguientes preguntas de investigación, y se consideran también los alcances y las limitaciones.

En el tercer capítulo se examina la metodología utilizada. Esta investigación se ha elaborado con el método cualitativo, a través de entrevistas a profundidad realizadas *in situ* a personas Dinks. Las entrevistas se han analizado con Atlas.ti, un programa de organización y clasificación de datos que facilita el estudio.

Para terminar, en el cuarto capítulo se analizan los resultados obtenidos mediante todo el proceso de indagación y se discuten en la discusión, comparándolos con la teoría ya existente encontrada.

Bienvenidos en el mundo de los Dinks mexicanos.

## Conclusiones

Esta investigación pretendió determinar cuáles son las características del segmento Dink mexicano. Hemos visto que México es una realidad muy peculiar desde varios aspectos. Por ejemplo, las condiciones laborales o las creencias religiosas. Los Dinks son personas que trabajan mucho y tienen mucho estrés laboral cada día. Algunos, además, están estudiando la maestría junto al trabajar. Un hijo, quizás, podría representar otro estrés adjunto para ellos.

Si la mayoría de ellos se considera católico, hay que decir que también la mayoría admite no ir a la iglesia y no seguir mucho las prácticas religiosas. Por ese motivo, muchos no están casados aun si lo desean. Ven la boda como un gasto y prefieren una boda pequeña y sencilla, con pocas personas íntimas y queridas con las cuales compartir su unión. La boda es más una reunión y una celebración del amor que una celebración religiosa. Para ellos es mejor gastar ese dinero en viajes o en la luna de miel después de la boda.

¿Cómo viven entonces estas parejas Dinks? Viven en alquiler, pero desean comprarse una casa propia. Son viajeros, aman girar por el mundo y ahorran todo el año para poderse permitir este lujo. Ahorran también para otros deseos: un departamento, una inversión en un negocio, un matrimonio. Les gusta comer y cenar fuera y lo hacen especialmente durante el fin de semana, cuando están más libres. Aman también ver películas y series y es una actividad que hacen varias veces a la semana. Aman ir a conciertos y tenerse activos en todos los momentos, con actividades de entretenimiento varias. Muchos hacen deporte o van a correr por propia cuenta, por gusto y para quitar el estrés de la rutina diaria. Hacer ejercicio, correr e ir al gimnasio parecen ser las actividades preferidas, pero hay también quien hace natación o va en bicicleta. Pasar tiempo con la familia e ir a visitarlos es muy importante, porque tienen raíces fuertes con sus familiares.

Todos tienen por lo menos un auto en casa y lo utilizan como transporte principal. Algunos utilizan Uber, que tiene un buen mercado en México, cuando salen de fiesta o cuando el auto no está disponible. Prefieren autos compactos y cómodos para poderse mover tranquilamente, pero aman los carros de lujo y a menudo ahorran para podérselo comprar y cambiar el actual que tienen.

Aman las mascotas y casi todos los entrevistados tienen una. Tratan los animales domésticos como hijos y los cuidan mucho, les dan todo lo que necesitan. Los humanizan y los tratan como miembros

importantes de la familia. A menudo las mascotas son como una sustitución de los hijos: necesitan cuidado y atención pero no son una responsabilidad tan grande como puede ser un bebé.

Van al supermercado juntos, optando para productos que ya conocen, que les han gustado en el pasado y que tienen marcas específicas. No miran mucho a los descuentos, si no por productos que no son tan importantes. Les gusta comprar ropa, productos para cuidar el cuerpo y comprar lo que desean en el momento en que lo quieren. La tecnología es su pan diario, son expertos en la busca de compras y promociones online y lo hacen casi siempre por propia cuenta. La última compra que han hecho son computadoras y celulares, herramientas que utilizan en cada momento. Están en las redes sociales y les gusta compartir fotos y experiencias de vida. Conocen el mundo de la comunicación y la utilizan también para trabajar. No tienen que pensar en mamaderas y pañales y se dedican a lo que les agrada más.

Las presiones que reciben desde las familias y los amigos son muchas. “Y vosotros para cuándo?” parece ser la frase que se sienten repetir a menudo. “Mira que en poco serás demasiado viejo para tener un hijo!” dice la familia, el grupo de amigos que ya tienen hijos y la sociedad en general. No tienen una idea homogénea de la influencia que la publicidad puede tener sobre la decisión de tener o no tener hijos. Una parte piensa que no hay ninguna influencia externa, otros dicen que influye más en tener hijos y la última parte considera que refuerza su decisión de no tener hijos.

La mayoría de los Dink entrevistados en realidad piensan en la maternidad y la paternidad, pero para un futuro. Todavía no saben cuando, no saben responder a esa pregunta tan insistente. Lo que saben es que no quieren un hijo ahora. Quieren desarrollarse profesionalmente y subir de nivel en el ámbito laboral, considerando el trabajo como algo de importante y fundamental; consideran no tener bastante tiempo y tienen miedo de perder el empleo por prácticas incorrectas; no se sienten listos económicamente y tienen miedo de perder la estabilidad conseguida hasta este momento; tienen miedo de perder la propia libertad individual y de pareja. Hay algunas parejas que han decidido juntos no tener hijos ni en un futuro o se han adaptado a la idea del *partner*. No odian a los niños, al revés, tienen relaciones cercanas con los hijos de hermanos o hermanas y con los ahijados. Pasan tiempo con ellos, lo disfrutan y les compran juguetes y regalos.

Parejas jóvenes, que se consideran libres de la responsabilidad de los hijos y se concentran en sus vidas y en sus trabajos. Esto es el mundo de los Dinks mexicanos.

## Bibliografía

Basten S., (2009), *Voluntary childlessness and being Childfree*, St. John's College (Oxford) & Vienna Institute of Demography. Disponible en:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.701.9495&rep=rep1&type=pdf>

(consultado en 28/01/2019)

Bonazzi F., (2001), *Dink*, Roma (Italia), Castelvecchi.

Ceballos J., (2011), “La importancia de los valores de la familia en México”, *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Disponible en:

<http://www.eumed.net/rev/cccss/12/jcs.htm> (consultado el 25/01/2019)

Consar, (2017), Encuesta Nacional “Qué piensan los millennials mexicanos del ahorro para el retiro?”, Ipsos. Disponible en:

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/193799/PPT\\_IPSOS\\_MILLENNIALS\\_VF.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/193799/PPT_IPSOS_MILLENNIALS_VF.pdf)

(consultado el 02/02/2019)

Demetrio D., Rigotti F., (2012), *Senza figli*, Milano (Italia), Raffaello Cortina Editore.

Esteinou R., (2008), *La familia nuclear en México: lecturas de su modernidad. Siglos XVI al XX*, México D.F., Porrúa.

González Pérez M.C., (2016), “La familia mexicana: su trayectoria hasta la postmodernidad. Crisis y cambio social”, *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, vol. 19, fasc.4.

González Aldrete O. A., (2017), *Las marcas de lujo: su percepción y la decisión de compra*, San Pedro Tlaquepaque, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Iteso).

Hyun Sook Lee Kim, (2014), “El mercado creciente de las mascotas en México: beneficios y oportunidad de negocios”, *Inceptum*, vol. IX, fasc. 17, pp. 7-27. Disponible en: <https://www.inceptum.umich.mx/index.php/inceptum/article/viewFile/265/243> (consultado el 29/01/2019)

Kreyenfeld M., Konietzka D., (2016), *Childlessness in Europe: contexts, causes and consequences*, Rostock (Alemania), Springer Open. Disponible en:

<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-319-44667-7.pdf> (consultado el 27/01/2019)

López Silva L. A., Correa Jiménez J. A., Cruz Arias K. S., Rodríguez M. O., (2017), *Proyecto de emprendimiento para el cuidado de perros por medios electrónicos*, San Pedro Tlaquepaque, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Iteso).

Maier C., (2008), *No kid. Quaranta ragioni per non avere figli*, Milano, Bompiani.

Martínez Negrete E., (2012), La familia: el principal grupo de referencia, Universidad Virtual del Estado de Guanajuato. Disponible en: <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/91/Lafamiliaelprincipalgrupodereferencia.pdf> (consultado el 07/02/2019)

MBLM, *The New 2018 Brand Intimacy Study*. Disponible en: <http://content.mblm.com/bis-mex-report-2018> (consultado el 04/02/2019)

Oudhof van Barneveld H., Robles E., (2014), *Familia y crianza en México: entre el cambio y la continuidad*, México, Fontamara.

Penarva Verdù C., Alaminos Chica A., Francés García F. G., Santacreu Fernández O. A., (2015), *La investigación cualitativa: técnicas de investigación y análisis con Atlas.ti*, Cuenca (Ecuador), PYDLOS Ediciones. Disponible en:

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/22374/1/LA\\_INVESTIGACION\\_CUALITATIVA%20para%20repositorio%20u.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/22374/1/LA_INVESTIGACION_CUALITATIVA%20para%20repositorio%20u.pdf) (consultado el 21/11/2018)

Penalva Verdù C. & Mateo Pérez, M. A., (2006), *Tècniques qualitatives d'investigació*, Alicante (España), Universidad de Alicante. Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2466/1/Num77\\_Tecnicas\\_qualitatives.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2466/1/Num77_Tecnicas_qualitatives.pdf) (consultado el 21/11/2018)

Pita Fernández S. e Pértegas Díaz S., (2002), *Investigación cuantitativa y cualitativa*, A Coruña (España), Cad Aten Primaria. Disponible en: [https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti\\_cuali2.pdf](https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf) (consultado el 21/11/2018)

Poortinga H., Georgas J., Berry W., Van de Vijver J. R., Kagitçibasi C., (2006), *Families Across Cultures: A 30-Nation Psychological Study*, Londra (UK), Cambridge University Press.

Rangel López A. L., (2012), *Dinkys, el segmento de la creciente estructura familiar mexicana*, México D.F., Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Sprott W. J. H., (1958), *Human Groups*, Londres, Pelican.



Tanturri M. L., Mencarini L., (2008), “Childless o Childfree? Paths to voluntary childlessness in Italy”, *Population and development review*, vol.34, fasc.1, pp. 51-77.

## Webgrafía

Animal's Health, "Aumentan un 14% las ventas mundiales en cuidados para mascotas", <https://www.animalshealth.es/empresas/aumentan-un-14-las-ventas-mundiales-en-cuidados-para-mascotas> (consultado el 30/01/2018)

Atlas.ti, "What is Atlas.ti", <https://atlasti.com/product/what-is-atlas-ti/> (consultado el 04/01/2019)

Aunam Noticias, "Factores psicológicos en la humanización de las mascotas", <http://aunamnoticias.blogspot.com/2014/10/factores-psicologicos-en-la.html> (consultado el 30/01/2019)

Autos Rpm, "Dinks, el nuevo mercado potencial para la venta de autos de lujo", <http://www.autosrpm.com/actualidad/breaking-news/dinks-el-nuevo-mercado-potencial-para-la-venta-de-autos-de-lujo/> (consultado el 08/02/2019)

Bauer Media Group, "Millennials", <https://www.bauermedia.co.uk/insight/millennials> (consultado el 04/02/2019)

Banco Interamericano de Desarrollo, Índice de Mejores Trabajos, <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/%C3%8Dndice-de-Mejores-Trabajos---M%C3%A9xico.pdf> (consultado el 07/02/2019)

Corriere, "Fertili ma senza figli", [https://www.corriere.it/cronache/18\\_gennaio\\_09/fertili-ma-senza-figli-numeri-choc-istat-natalita-0bf51858-f4b5-11e7-8933-313bcfe78b3e.shtml](https://www.corriere.it/cronache/18_gennaio_09/fertili-ma-senza-figli-numeri-choc-istat-natalita-0bf51858-f4b5-11e7-8933-313bcfe78b3e.shtml) (consultado el 27/01/2019)

Creer en México, <http://www.encuestacreerenmexico.mx/index.php> (consultado el 03/01/2019)

De La Riva Group, "It's lobbyng time", <http://www.delarivagroup.com/dinkys-its-lobbying-time/> (consultado el 19/11/2018)

Dinero en Imagen, "Millennial: ¿por qué tus papas sí podían comprar una casa?", <https://www.dineroenimagen.com/economia/millennial-por-que-tus-papas-si-podian-comprar-casa/99071> (consultado el 03/02/2019)

Dirección general de comunicación social - Unam, "Mujeres millennials, decididas a no tener hijos porque su situación laboral sigue igual", [http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2017\\_321.html](http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2017_321.html) (consultado el 07/02/2019)

El Comercio, “Cambios en la familia”, <https://www.elcomercio.com/opinion/cambios-familia.html> (consultado el 31/01/2019)

El Economista, “Consumo de hogares mexicanos cae; productos importados ligan su tercer descenso mensual”, <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Consumo-de-hogares-mexicanos-cae-productos-importados-ligan-su-tercer-descenso-mensual--20180906-0042.html> (consultado el 26/01/2019)

El Economista, “En el 2018, como será entorno laboral en México”, <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/En-el-2018-como-sera-entorno-laboral-en-Mexico-20180115-0079.html> (consultado el 07/02/2019)

El Economista, “Los millennials lideran el comercio electrónico en México”, <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Los-millennials-lideran-el-comercio-electronico-en-Mexico-20180926-0006.html> (consultado el 04/02/2019)

E-Consulta, “Millennials en 2018: Expectativas sobre el ámbito laboral en México”, <http://www.e-consulta.com/opinion/2018-06-19/millennials-en-2018-expectativas-sobre-el-ambito-laboral-en-mexico> (consultado el 03/02/2019)

El Mundo, “Cerca de 100 viviendas para Dinks en la comunidad de Madrid”, <https://www.elmundo.es/economia/2015/10/20/56263350268e3eb73e8b45bf.html> (consultado el 31/01/2019)

El Universal, “Aumenta cifra de familias sin hijos: Inegi”, <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2017/06/28/aumenta-cifra-de-familias-sin-hijos-inegi> (consultado el 27/01/2019)

El Universal, “Como compran los millennials en línea”, <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/como-compran-los-millennials-en-linea> (consultado el 04/02/2019)

El Universal, “Cuales son los autos favoritos de los millennials y los baby boomers”, <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/autopistas/2017/07/26/cuales-son-llos-autos-favoritos-de-los-millennials-y-los-baby-boomers> (consultado el 23/01/2018)

El Universal, “NoMo, las mujeres que deciden no ser madres”, <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/nomo-las-mujeres-que-deciden-no-ser-madres> (consultado el 07/02/2019)

Entorno Turístico, “El turismo millennial en México”, <https://www.entornoturistico.com/el-turismo-millennial-en-mexico/> (consultado el 04/02/2019)

Entrepreneur, “4 tips para venderle a los millennials”, <https://www.entrepreneur.com/article/272050> (consultado el 04/02/2019)

Eumed, <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/jcs.htm> (consultado el 04/01/2019)

Euromonitor Internacional,  
<https://www.euromonitor.com/mexico?PageCode=313&CountryCode=null&IndustryCode=96808&ContentType=null&ReportType=null&SortBy=1&PageNumber=0&PageSize=20&PageType=13>  
(consultado el 30/01/2019)

Euromonitor, “Dinámico mercado de alimento para mascotas en México se enfrenta al IVA”, <https://blog.euromonitor.com/podcast/dinamico-mercado-de-alimento-para-mascotas-en-mexico-se-enfrenta-al-iva/> (consultado el 15/01/2019)

Excelsior, “Dior, Chanel y Tiffany, las marcas preferidas de millennials mexicanos”, <https://www.excelsior.com.mx/nacional/dior-chanel-y-tiffany-las-marcas-favoritas-de-millennials-mexicanos/1258778> (consultado el 04/02/2019)

Excelsior, “Millennials prefieren rentar que comprar una vivienda”, <https://www.excelsior.com.mx/nacional/millennials-prefieren-rentar-que-comprar-una-vivienda/1248145> (consultado el 07/02/2019)

Expansión, “Mascotas, un negocio que mueve 36 500 millones de euro al año en la Unión Europea”, <http://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/2018/10/06/5bb7603522601de9538b45ef.html>  
(consultado el 30/01/2018)

Expansión, “Ya le vendes a los Dinks?”, <https://expansion.mx/expansion/2011/09/14/xya-le-vendes-a-las-dinks> (consultado el 31/01/2019)

Expedia, “Los hábitos de viaje de los millennials”, <https://blog.expedia.mx/los-habitos-de-viaje-de-los-millennials/> (consultado el 04/02/2019)

Forbes, “Mexicanos, los más fans de Netflix en el mundo”, <https://www.forbes.com.mx/mexicanos-los-mas-fans-de-netflix-en-el-mundo/> (consultado el 20/01/2019)

Forbes México, “Dinks, los nuevos consumidores de lujo en México”, <https://www.forbes.com.mx/dinks-los-nuevos-consumidores-de-lujo-en-mexico/> (consultado el 19/11/2018)

Forbes México, “Mexicanos, los más estresados del mundo por su trabajo”, <https://www.forbes.com.mx/mexicanos-los-mas-estresados-del-mundo-por-su-trabajo/> (consultado el 05/02/2019)

Forbes México, “Millennials, la generación que más invierte en la tecnología”, <https://www.forbes.com.mx/millennials-la-generacion-que-mas-invierte-en-tecnologia/> (consultado el 04/02/2019)

Forbes México, “No todo brilla detrás de la comodidad laboral”, <https://www.forbes.com.mx/no-todo-brilla-detras-de-la-comodidad-laboral/> (consultado el 05/02/2019)

Forbes México, “Nuevas miras hacia los millennials de lujo”, <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/nuevas-miras-hacia-los-millennials-del-lujo/> (consultado el 04/02/2019)

Forbes México, “7 de cada 10 hogares en México tienen una mascota”. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/7-de-cada-10-hogares-en-mexico-tienen-una-mascota/> (consultado el 30/01/2019)

Global GfK Survey, (2016), *Pet Ownership*, GfK. Disponible en: [https://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/website\\_content/Global\\_Study/Documents/Global-GfK-survey\\_Pet-Ownership\\_2016.pdf](https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/website_content/Global_Study/Documents/Global-GfK-survey_Pet-Ownership_2016.pdf) (consultado el 30/01/2018)

Huffington Post México, “México está entre los países con peores condiciones de trabajo en Latam”, [https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/01/15/mexico-esta-entre-los-paises-con-peores-condiciones-de-trabajo-en-latam\\_a\\_23334033/](https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/01/15/mexico-esta-entre-los-paises-con-peores-condiciones-de-trabajo-en-latam_a_23334033/) (consultado el 07/02/2019)

Ignis Wiews, Dink, <https://docplayer.es/26626685-Ignis-view-d-i-n-k-un-nuevo-modelo-de-familia-en-la-sociedad-actual-newsletter-nro-marzo-2012.html> (consultado el 27/01/2019)

Inegi, Encuesta Nacional de gastos de los hogares, <http://www.beta.inegi.org.mx/programas/engasto/2013/default.html> (consultado el 26/01/2019)

Inegi, Encuesta Nacional de los hogares, <http://www.beta.inegi.org.mx/programas/enh/2017/default.html> (consultado el 26/01/2019)

Inegi, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2016 Nueva serie, <http://www.beta.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2016/default.html> (consultado el 26/01/2019)

Inegi, Juventud, [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/juventud2018\\_Nal.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/juventud2018_Nal.pdf) (consultado el 02/02/2019)

Inegi, Natalidad, <https://www.inegi.org.mx/temas/natalidad/> (consultado el 27/01/2019)

Inegi, Nupcialidad, <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/nupcialidad/> (consultado el 28/01/2019)

Inegi, Religión, <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/religion/> (consultado el 28/01/2019)

Inmobiliare, “¿Quieren comprar casa los millennials?”, [www.inmobiliare.com/quieren-comprar-casa-los-millennials/](http://www.inmobiliare.com/quieren-comprar-casa-los-millennials/) (consultado el 02/02/2019)

Istat, Nascite, <https://www.istat.it/it/archivio/nascite> (consultado el 27/01/2019)

Informa BTL, “ Ahora que puedo, disfruto: las parejas Dinks en México”, <https://www.informabtl.com/ahora-que-puedo-disfruto-las-parejas-dink-en-mexico/> (consultado el 31/01/2019)

Itdp, “Importancia de reducción de uso del auto en México”, <http://mexico.itdp.org/wp-content/uploads/Importancia-de-reduccion-de-uso-del-auto.pdf> (consultado el 15/01/2019)

J.D. Power, Estudio de Satisfacción de Venta 2014, <https://mexico.jdpower.com/es/press-releases/2014-mexico-sales-satisfaction-index-ssi-study> (consultado el 12/02/2019)

Kantar World Panel México, “Jóvenes planean mejor sus compras y ven más medios”, <https://www.kantarworldpanel.com/mx/Noticias-/Jovenes-planean-mejor-sus-compras-y-ven-mas-medios> (consultado el 05/02/2019)

Laicismo, “Historia y laicismo en México”, <https://laicismo.org/historia-y-laicismo-en-mexico/> (consultado el 28/01/2019)

La Repubblica, “Millennials”, <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2016/07/29/millennials35.html> (consultado el 02/02/2019)

La Silla Rota, “Millennials, ¿pueden o no comprar una casa?”, <https://lasillarota.com/millennials-comprar-casa-vivienda-sector-inmobiliario/200809> (consultado el 03/02/2019)

La Stampa, “México no es tan católico”, <https://www.lastampa.it/2017/04/18/vaticaninsider/mxico-no-es-tan-catlico-He0L2iACWjEc3k6an35xeN/pagina.html> (consultado el 29/12/2018)

Locus, “Millennials mexicanos enfrentan precariedad laboral”, <https://comunicacion.uaa.mx/revista/index.php/2017/05/02/millennials-mexicanos-enfrentan-precariedad-laboral/> (consultado el 05/02/2019)

Merca 2.0, “Algunas tendencias en el mercado de mascotas en 2017”. Disponible en: <https://www.merca20.com/algunas-tendencias-en-mercado-mascotas-2017/> (consultado el 30/01/2019)

Merca 2.0, “¿Cuáles son las marcas preferidas de los Dinks?”, <https://www.merca20.com/sabes-cuales-son-las-marcas-preferidas-de-los-dinks/> (consultado el 22/01/2019)

Merca 2.0, “Que hay que saber sobre la industria de las mascotas en México”, <https://www.merca20.com/que-hay-que-saber-sobre-la-industria-de-las-mascotas-en-mexico/> (consultado el 30/01/2019)

Merca 2.0, “Qué impulsa el consumo de productos de lujo en México” <https://www.merca20.com/que-impulsa-el-consumo-de-productos-de-lujo-en-mexico/> (consultado el 04/02/2019)

Milenio, “9 de cada 10 mexicanos quiere casa, pero el 45% no alcanza”, <https://www.milenio.com/negocios/9-10-mexicanos-casa-45-alcanza> (consultado el 03/02/2019)

News CC, “El trabajo en México es excesivo y mal remunerado, según la OCDE”, <https://news.culturacolectiva.com/noticias/mexico-trabaja-mucho-y-gana-poco/> (consultado el 07/02/2019)

Nielsen, “Generaciones más jóvenes buscan los alimentos más saludables”, <https://www.nielsen.com/pr/es/insights/news/2016/Generaciones-mas-jovenes-buscan-los-alimentos-mas-saludables.html> (consultado el 08/02/2019)

OECD, “Employment Outlook 2017 – ¿Cómo se sitúa México?”, <https://www.oecd.org/fr/mexique/Employment-Outlook-Mexico-ES.pdf> (consultado el 05/02/2019)

Pew Research, “A snapshot of Catholics in Mexico”, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/10/a-snapshot-of-catholics-in-mexico-pope-francis-next-stop/> (consultado el 28/01/2019)

Proceso, “Los católicos por convicción son una minoría en México”, <https://www.proceso.com.mx/491238/los-catolicos-conviccion-minoria-en-mexico-aseguran-investigadores> (consultado el 28/01/2019)

Puro marketing, “Dinks: parejas con doble fuente de ingresos y sin hijos, un filón para las marcas”, <https://www.puromarketing.com/88/25647/dinks-parejas-doble-fuente-ingresos-sin-hijos-filon-para-marcas.html> (consultado el 22/01/2019)

Puro Marketing, “Millennials, auténticos cazadores de promociones y ofertas en redes sociales”, <https://www.puromarketing.com/88/22808/millennials-autenticos-cazadores-promociones-ofertas-redes-sociales.html> (consultado el 04/02/2019)

Puro Marketing, “¿Por qué los millennials están dejando de ir al supermercado?”, <https://www.puromarketing.com/88/27913/millennials-estan-dejando-supermercado.html> (consultado el 05/02/2019)

Rankia, “Los millennials ahorran pero no invierten”, <https://www.rankia.mx/blog/mejores-opiniones-mexico/4013758-millennials-ahorran-no-invierten> (consultado el 02/02/2019)

Razón, “Millennials, más productivos por el uso de las tecnologías”, <https://www.razon.com.mx/negocios/millennials-mas-productivos-por-el-uso-de-las-tecnologias/> (consultado el 04/02/2019)

Reason Why, “Sanos y sin lista de la compra: así son los millennials en el supermercado”, <https://www.reasonwhy.es/actualidad/sociedad-y-consumo/sanos-y-sin-lista-de-la-compra-asi-son-los-millennials-en-el> (consultado el 05/02/2019)

Reportur, “Millennials ya suponen el 20% de los viajeros en el mundo”, <https://www.reportur.com/mexico/2016/12/19/millennials-el-sector-de-mas-crecimiento-en-el-turismo/> (consultado el 04/02/2019)

Sputnik News, “Podrán los millennials matar los supermercados?”, <https://mundo.sputniknews.com/tecnologia/201802151076289325-millennials-supermercados-comercio/> (consultado el 05/02/2019)

Televisa.News, “La maternidad en México, cifras del Inegi”, <https://noticieros.televisa.com/historia/la-maternidad-mexico-cifras-inegi/> (consultado el 27/01/2019)

Tendencia hombres, “Estudio revela las marcas preferidas de los Dinks en México”, <https://www.tendenciashombre.com/lifestyle/estudio-revela-las-marcas-preferidas-de-los-dinks-en-mexico> (consultado el 31/01/2019)

The Competitive Intelligent Unit (CIU), <https://www.theciu.com/> (consultado el 04/02/2019)

The New York Times España, “Quién es realmente un milénial”, <https://www.nytimes.com/es/2018/03/05/quien-es-milenial-generacion/> (consultado el 02/02/2019)

Uber, “¿Qué es Uber?”, <https://www.uber.com/es-CL/blog/que-es-uber/> (consultado el 15/01/2019)



Vanguardia, “La religión en México entre la fe y el conflicto”, <https://vanguardia.com.mx/articulo/la-religion-en-mexico-entre-la-fe-y-el-conflicto> (consultado el 28/01/2019)

Vanguardia México, “México, entre los países con mayor estrés laboral: UNAM”, <https://vanguardia.com.mx/articulo/mexico-entre-los-paises-con-mayor-estres-laboral-unam> (consultado el 05/02/2019)

Vice, “Millennials y el deporte: hasta para el ejercicio se necesita un celular”, [https://sports.vice.com/es\\_mx/article/z4pka4/millennials-y-el-deporte-hasta-para-el-ejercicio-se-necesita-un-celular](https://sports.vice.com/es_mx/article/z4pka4/millennials-y-el-deporte-hasta-para-el-ejercicio-se-necesita-un-celular) (consultado el 08/02/2019)

Vivanuncios, Encuesta “Intereses inmobiliarios de los mexicanos para 2018”, <https://blog.vivanuncios.com.mx/bienes-raices/las-preferencias-inmobiliarias-los-mexicanos-2018/> (consultado el 03/02/2019)

Vivanuncios, Encuesta “Intención de compra de vivienda de los mexicanos para 2019”, <https://blog.vivanuncios.com.mx/bienes-raices/intencion-de-compra-de-vivienda-de-los-mexicanos-para-2019/> (consultado el 03/02/2019)

Yupilandia, “Que es un yuppie”, <http://www.yupis.es/que-es-un-yuppie/> (consultado el 23/01/2019)

100% Market Research, “La generación de los millennials”, [https://www.100research.com/boletines/10\\_la\\_generacion\\_de\\_los\\_millennials\\_pdf.pdf](https://www.100research.com/boletines/10_la_generacion_de_los_millennials_pdf.pdf) (consultado el 04/02/2019)