

MILLENNIALS CHILENOS EN EL TRABAJO

UN ESTUDIO MÁS DE CHILESCOPIO.



¿CÓMO ENTENDEMOS UNA GENERACIÓN?



Conjunto de personas “marcados” o influidos por similares fases, sucesos, cambios que son propios de los mismos tiempos o fases de la vida social que les ha correspondido vivir

Conjunto de personas que comparten un mismo ADN sociohistórico y que producto de esto manifiestan una similar concepción e ideología de vida

¿QUÉ SON LOS MILLENNIALS?



Denominación que se usa para designar a la generación de personas nacidas entre los 80s y 90s y que llegaron a su vida adulta con el cambio de siglo (año 2000)

TEST MILLENNIALS

1. Te sientes feliz cada vez que te dan un like por alguna red social.
2. Crees que puedes tener un impacto en el mundo y llegar a ser famoso por algo que vas a hacer.
3. Esperar mas de 20 segundos después de dar clic en algo te hace pensar que hay un serio problema con Internet.
4. El lente de tu celular es el aliado perfecto para encontrar tus mejores ángulos y dar lo mejor de ti al mundo.
5. Encuentras especialmente encantadores a los gatos.
6. Te sientes desnudo y que el mundo se cae a pedazos cuando olvidas tu celular.
7. Quieres trabajar en una empresa flexible y que reconozca tus talentos.
8. El uso principal de tu teléfono es mandar mensajitos o usar redes sociales en vez de... ¡hablar por teléfono!
9. Dejaste de ver televisión hace rato y te encanta Netflix.
10. Te toma tiempo elegir la foto de perfil de tus redes sociales.

TEST MILLENNIALS

- 11. Si te ganaras la Lotería viajarías por todo el mundo más que comprarte una casa o un auto.**
- 12. El mayor tiempo que has durado en un trabajo es 2 años o menos.**
- 13. Lo primero que haces al llegar a un restaurante es preguntar si hay Wifi.**
- 14. Tu red social favorita es Snapchat o Instagram.**
- 15. Tienes una tarjeta de socio de Starbucks.**
- 16. No tomas taxi, usas Uber.**
- 17. No quieres hijos antes de los 30 años.**
- 18. Te gusta hacer más de una cosa a la vez.**
- 19. Separas tu basura al botarla.**
- 20. Eres optimista del futuro, aunque no sabes bien porqué.**

¡CUIDADO CON EL ESTEREOTIPO GENERACIONAL!



¿CÓMO SON REALMENTE LOS MILLENNIALS CHILENOS?



LA SOCIEDAD QUE HA VIVIDO UN MILLENNIALS CHILENO...



- ✓ Sin grandes crisis económicas ni sociales
- ✓ En democracia, pero sin superación de las diferencias políticas
 - ✓ Economía de libre mercado y servicios
 - ✓ Acceso a la educación
 - ✓ Progreso tecnológico permanente
 - ✓ Nacimiento y desarrollo de Internet
 - ✓ Sociedad de consumo e individualista
 - ✓ Integración al mundo y globalización
 - ✓ Separación matrimonial como norma
 - ✓ Distanciamiento social de la política
- ✓ Impacto negativo en el medioambiente
 - ✓ Crisis de confianza institucional

EL ESTUDIO

2.207

entrevistas personas de 18 a 80 años
residentes en el Gran Santiago, Gran Valparaíso,
Gran Concepción y las 20 principales ciudades
del país, de los **NSE ABC1 hasta D.**

Los resultados fueron ponderados según la
población real según sexo, edad, GSE
y habitantes de cada ciudad.

Fecha del trabajo de campo:
de mayo a julio de 2016



MUESTRA DEL ESTUDIO

Millennials
18 a 35 años: 39 %



N: 912

Generación X
36 a 51 años: 28 %



N: 690

Baby Boomers
52 a 70 años: 27 %



N: 533

Generación Silenciosa
71 años y más: 5 %



N: 72

ESTUDIO

“MILLENNIALS EN EL TRABAJO”



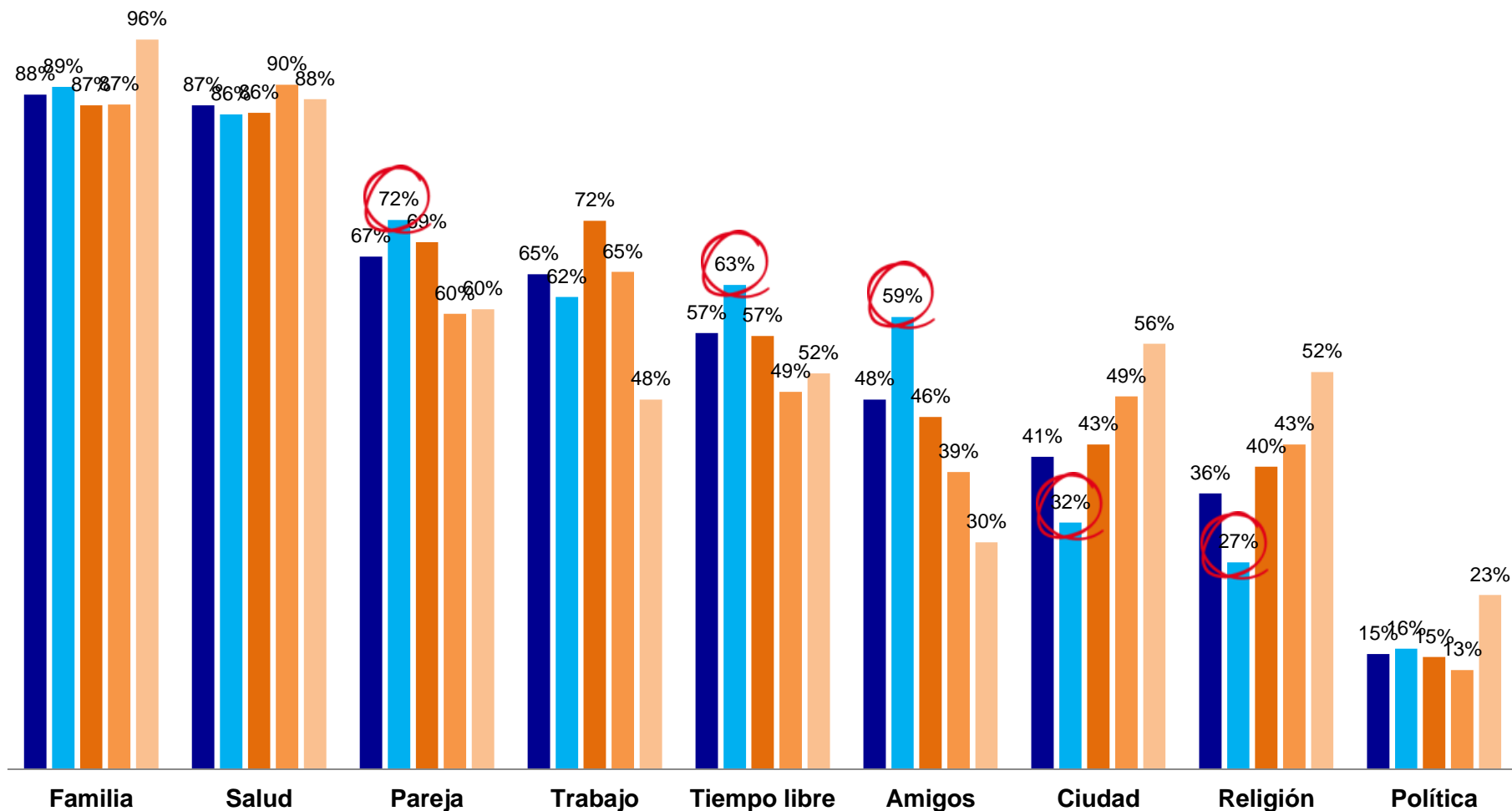
MOTIVACIONES EN LA VIDA

¿Podría decirme qué tan importantes son en su vida...?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

% QUE RESPONDE "EXTREMADAMENTE O MUY IMPORTANTE"

■ Total ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers ■ Generación Silenciosa

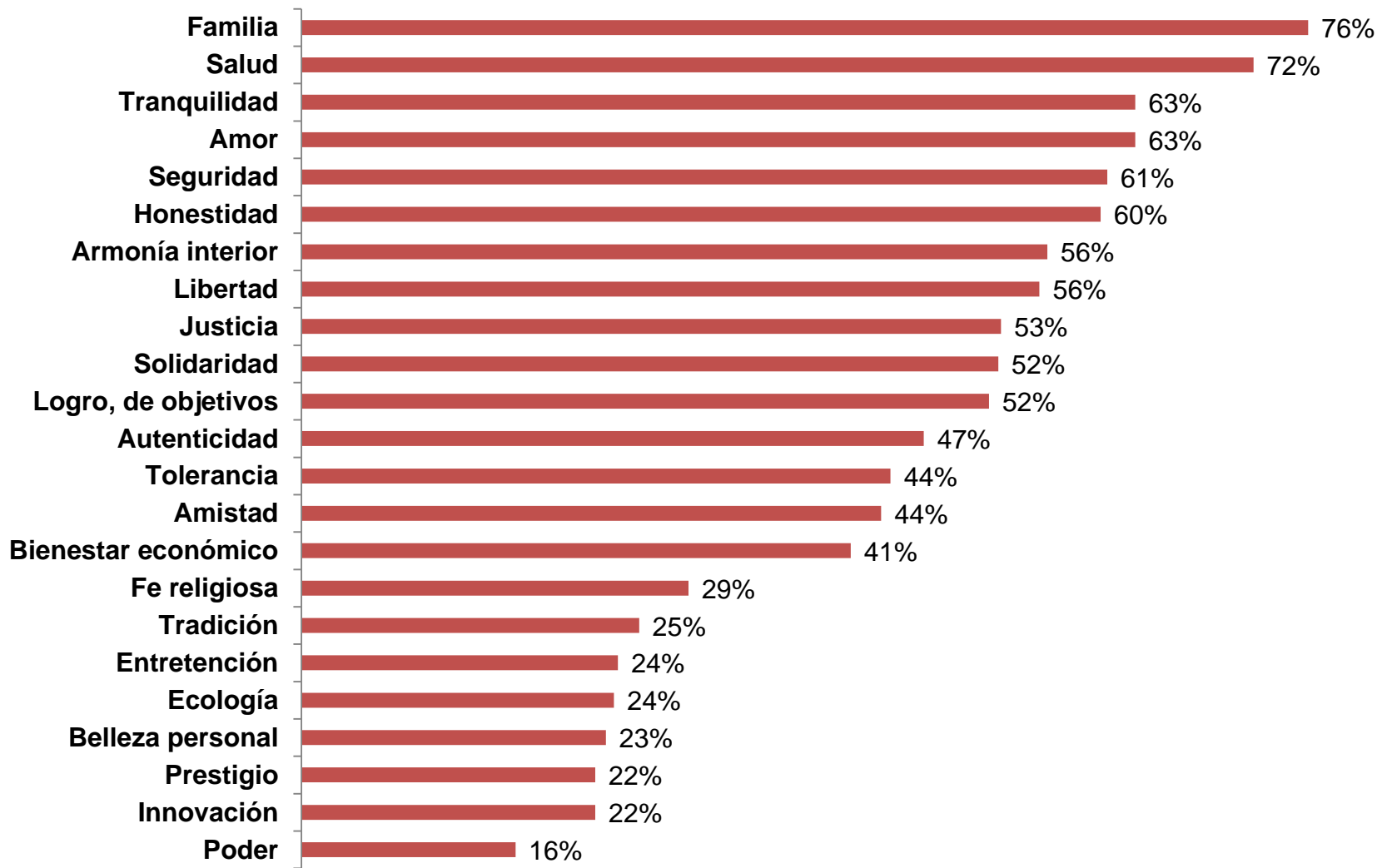


VALORES IMPORTANTES EN LA VIDA

¿Qué grado de importancia tienen para usted los siguientes valores...?

Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

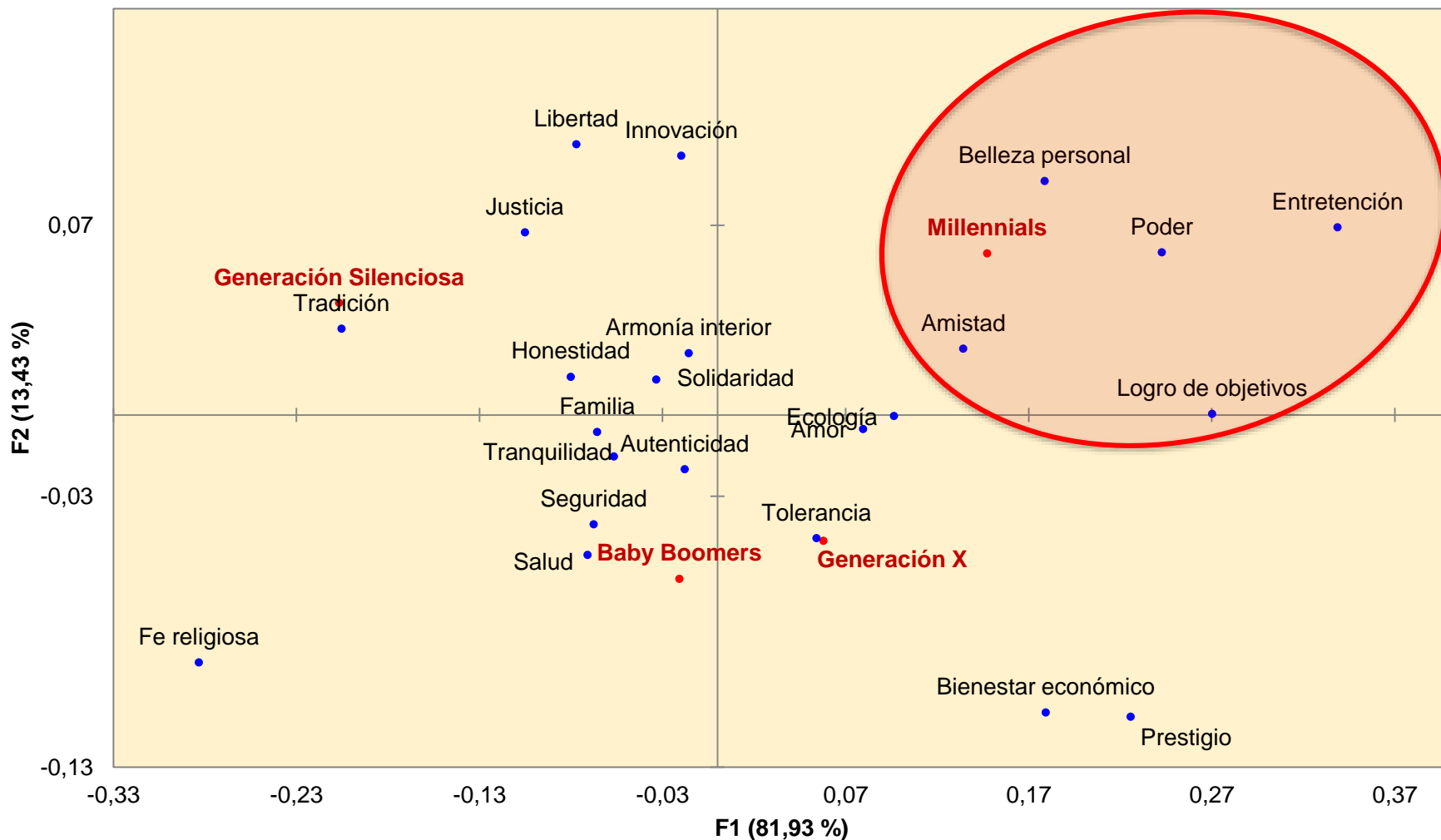
% MILLENNIALS QUE RESPONDE “ES UN VALOR ESPECIALMENTE IMPORTANTE Y ESENCIAL PARA MI”



MAPA DE POSICIONAMIENTO DE VALORES SEGÚN GENERACIONES

¿Qué grado de importancia tienen para usted los siguientes valores...?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

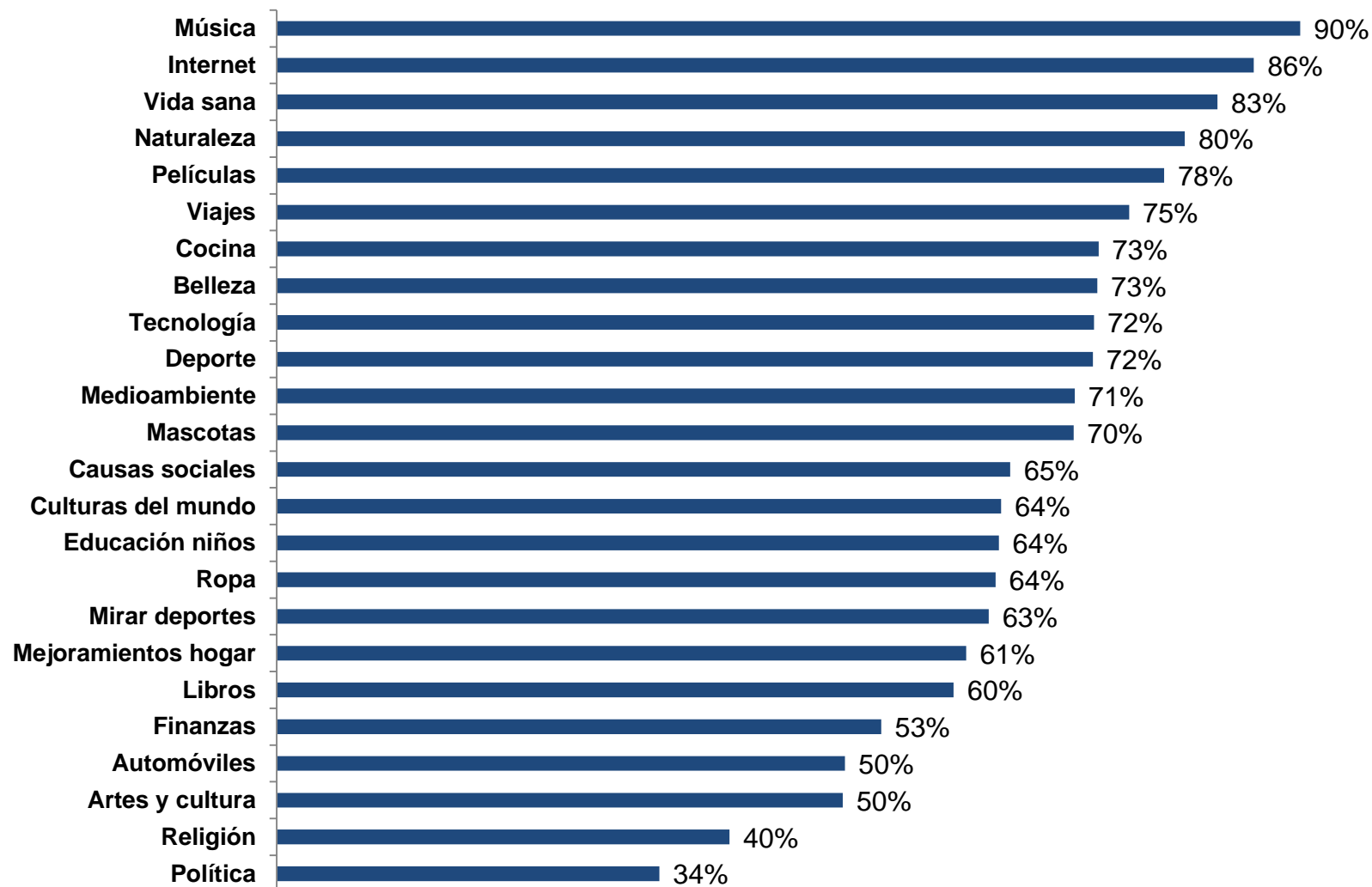


TEMAS DE INTERÉS PERSONAL

¿En cuáles de los siguientes temas usted tiene un importante interés personal?

Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

%MILLENNIALS QUE RESPONDE QUE SI LE INTERESA CADA TEMA



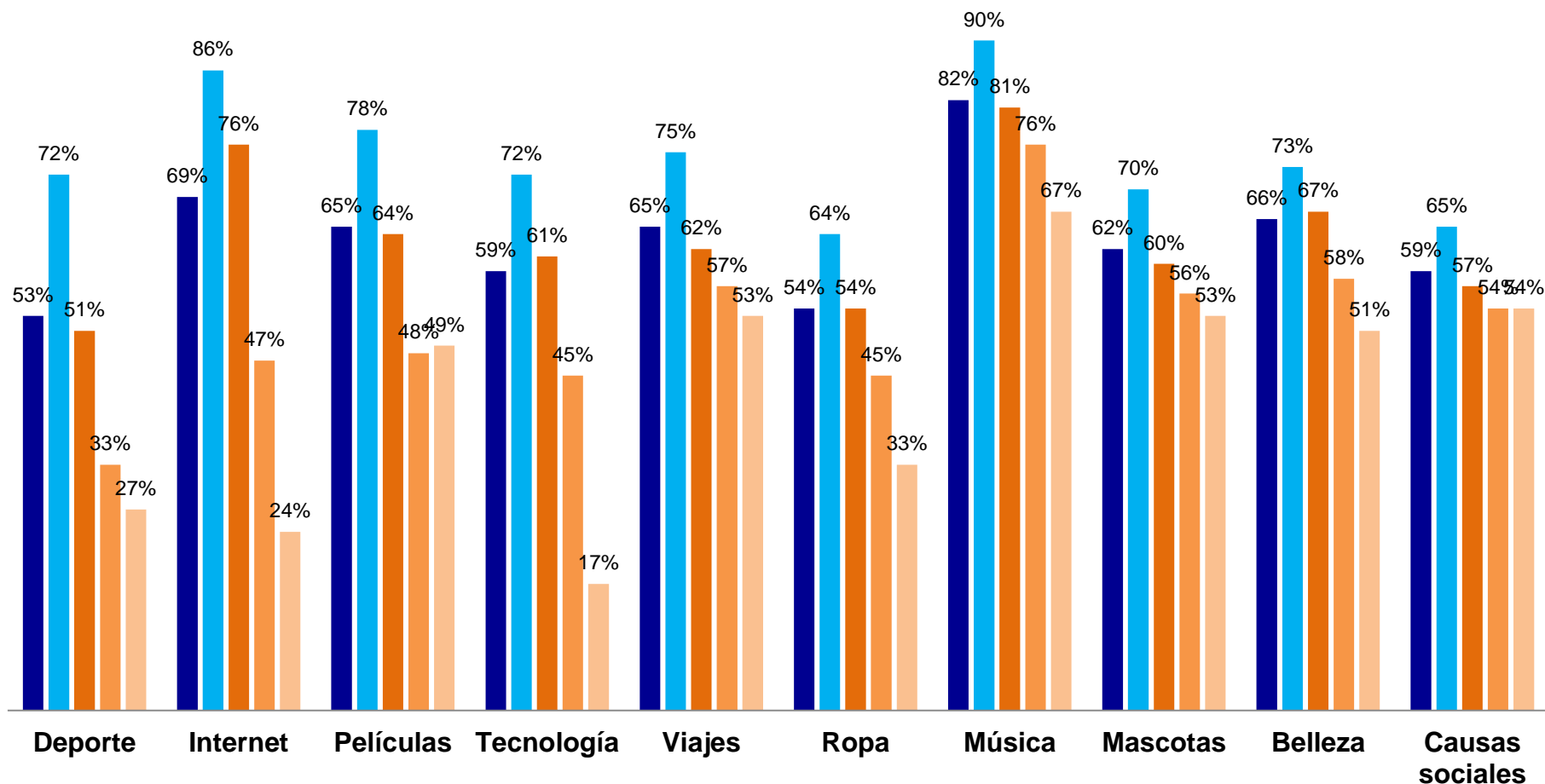
TEMAS DE INTERÉS PERSONAL

¿En cuáles de los siguientes temas usted tiene un importante interés personal?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

%TOTAL QUE RESPONDE QUE SI LE INTERESA CADA TEMA

■ Total ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers ■ Generación Silenciosa



ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE

¿Aproximadamente con qué frecuencia realiza Ud. las siguientes actividades?

Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

% QUE DICE REALIZAR CADA ACTIVIDAD SEMANALMENTE O CON MÁS FRECUENCIA



FELICIDAD CON LA VIDA

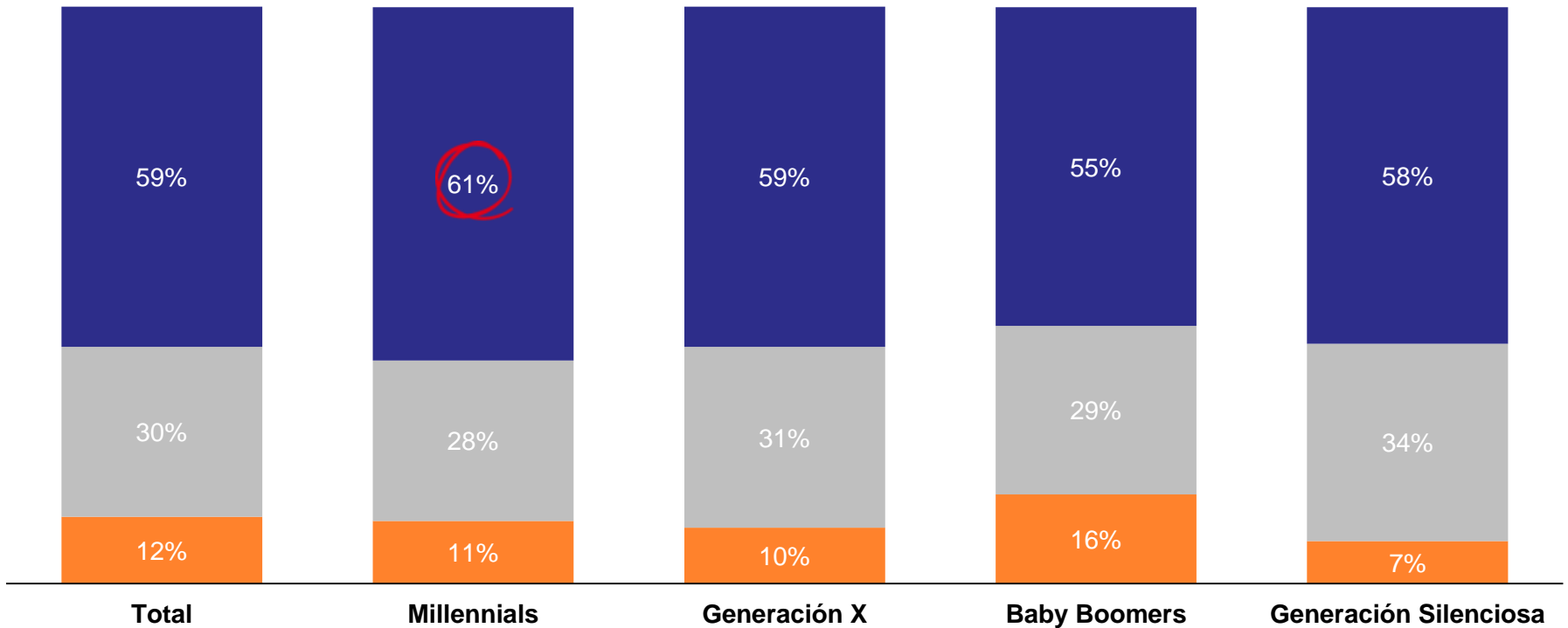
Considerando todos los aspectos de su vida, sobre la base de una escala donde "1" es "Muy infeliz" y "7" es "Muy feliz", en este momento, ¿Cómo diría usted que se encuentra? Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

%TOTAL

■ %Infeliz y nada feliz

■ %Ni mucho ni poco feliz

■ %Feliz y Muy feliz

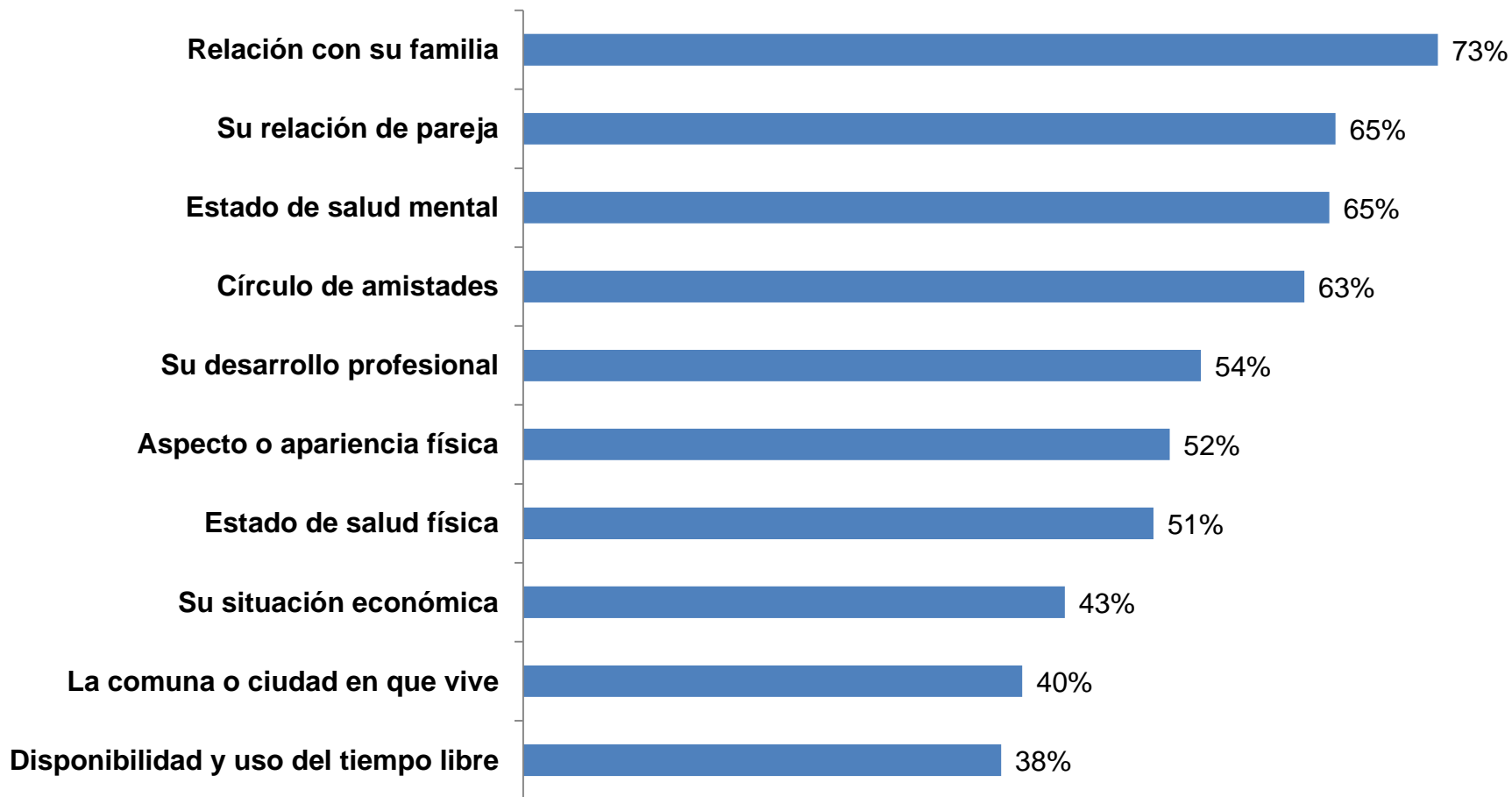


SATISFACCIÓN ASPECTOS DE LA VIDA

¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

%MILLENNIALS, QUE RESPONDE QUE ESTÁ “SATISFECHO” O “MUY SATISFECHO”

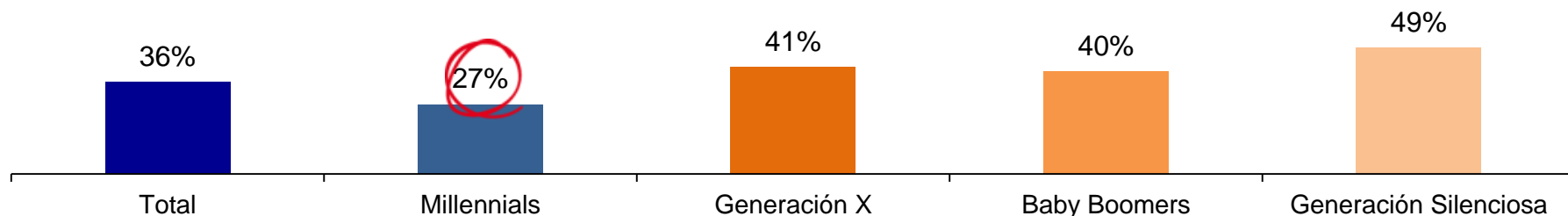


SATISFACCIÓN CON LA SOCIEDAD Y FORMA DE SER DE LOS CHILENOS

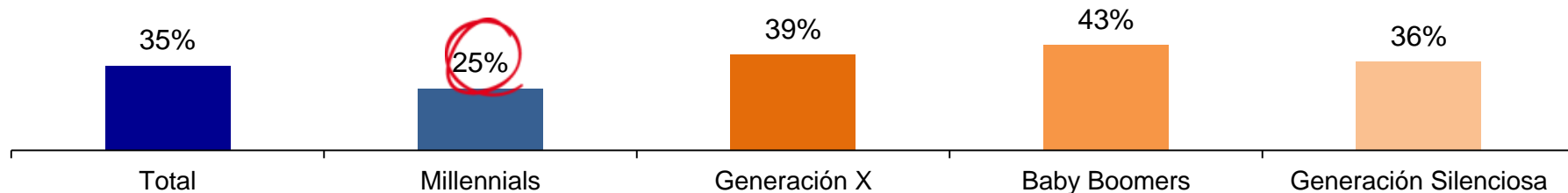
¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

%QUE DICE ESTAR "SATISFECHO" O "MUY SATISFECHO" LA SOCIEDAD EN QUE VIVIMOS



%QUE DICE ESTAR "SATISFECHO" O "MUY SATISFECHO" LA FORMA DE SER DE LOS CHILENOS



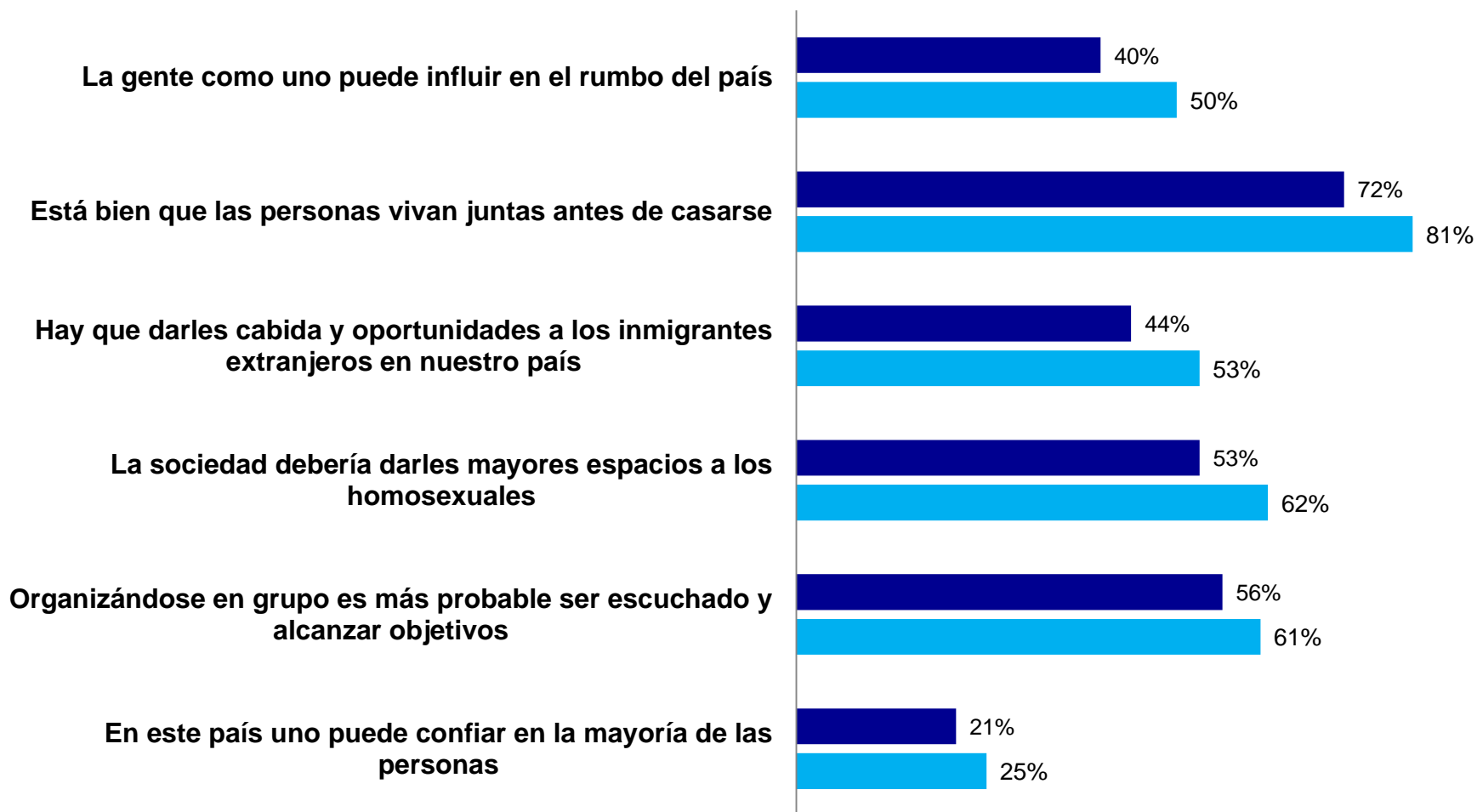
OPINIONES Y CREENCIAS

De las siguientes declaraciones, ¿Qué número refleja mejor su opinión, según la siguiente escala?

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

% QUE ESTÁ “DE ACUERDO” O “MUY DE ACUERDO”

■ Total ■ Millennials



ESTUDIO

“MILLENNIALS EN EL TRABAJO”

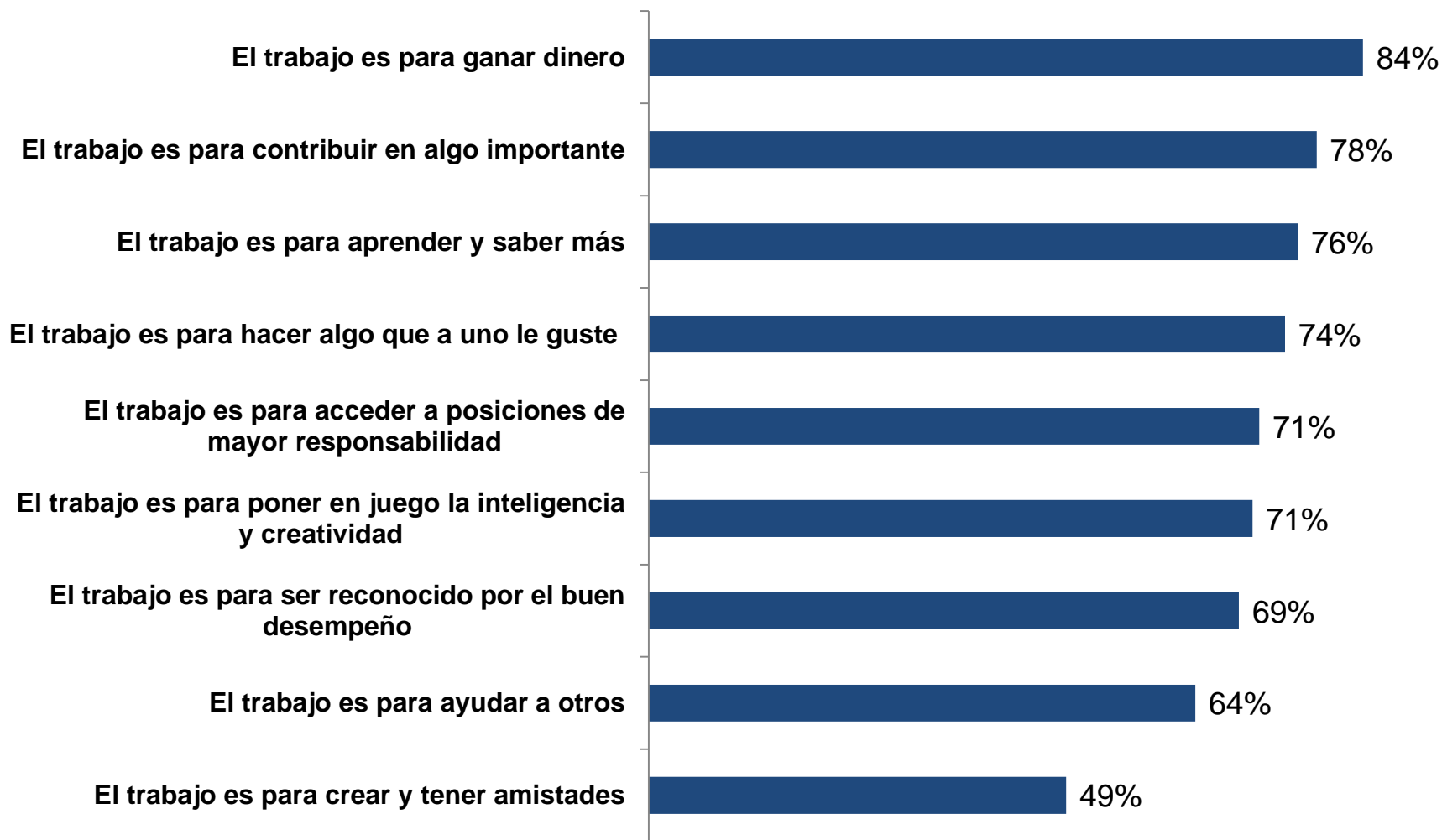


SIGNIFICADO DEL TRABAJO

El trabajo cumple distintas funciones o roles para las personas. En relación a esto, ¿Cuál es el grado de acuerdo de Ud. con las siguientes afirmaciones?

Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

% MILLENNIALS QUE ESTÁ “DE ACUERDO” O “MUY DE ACUERDO”



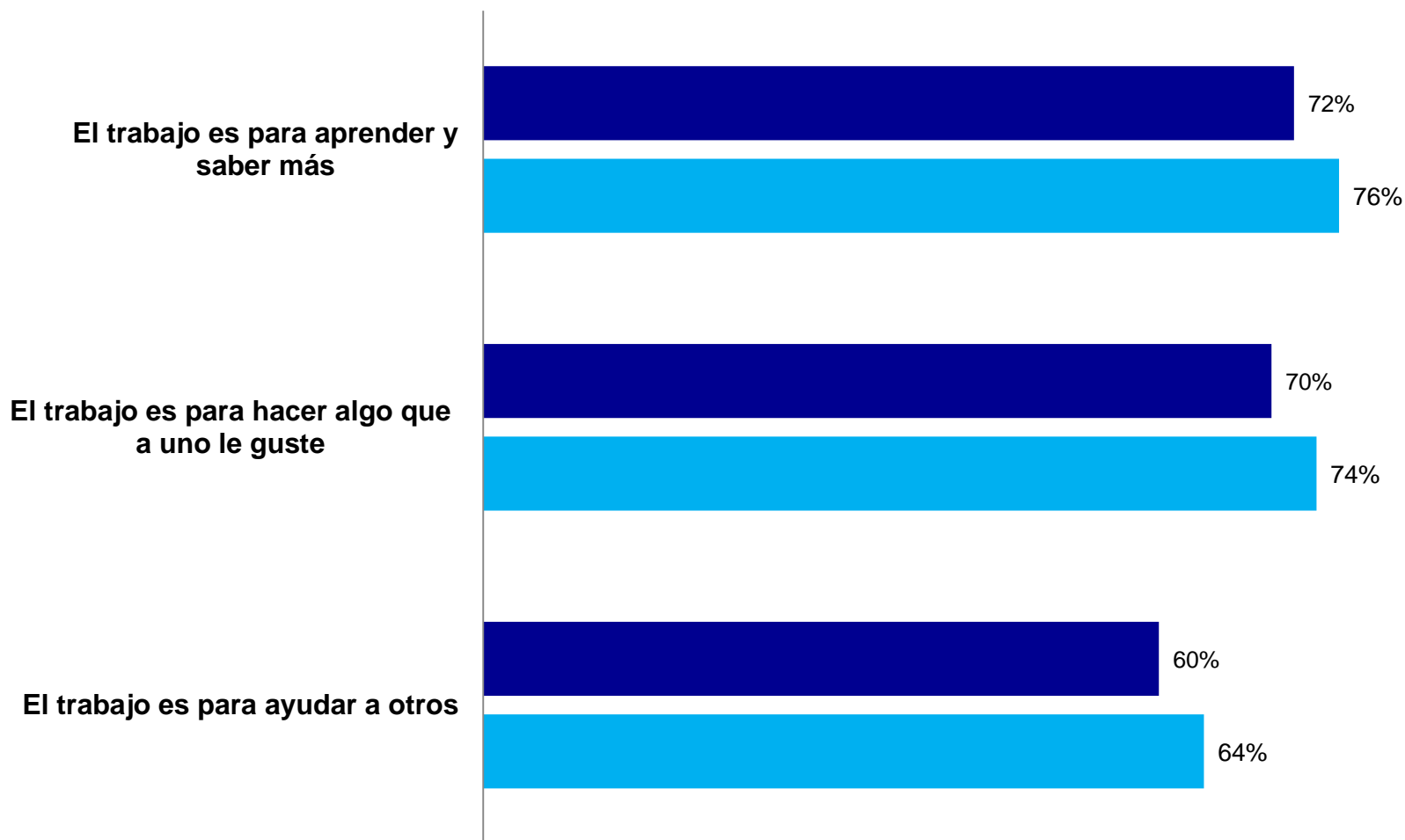
SIGNIFICADO DEL TRABAJO

El trabajo cumple distintas funciones o roles para las personas. En relación a esto, ¿Cuál es el grado de acuerdo de Ud. con las siguientes afirmaciones?

Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

% QUE ESTÁ “DE ACUERDO” O “MUY DE ACUERDO”

■ Total ■ Millennials



ASPECTOS DE IMPORTANCIA EN EL TRABAJO

La siguiente es una lista de aspectos que la gente considera importantes para sentirse feliz y comprometido con la empresa o lugar en que trabaja. La idea es que me indique qué tan importante es cada uno de ellos para usted. Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

% MILLENNIALS QUE ESTÁ “DE ACUERDO” O “MUY DE ACUERDO”

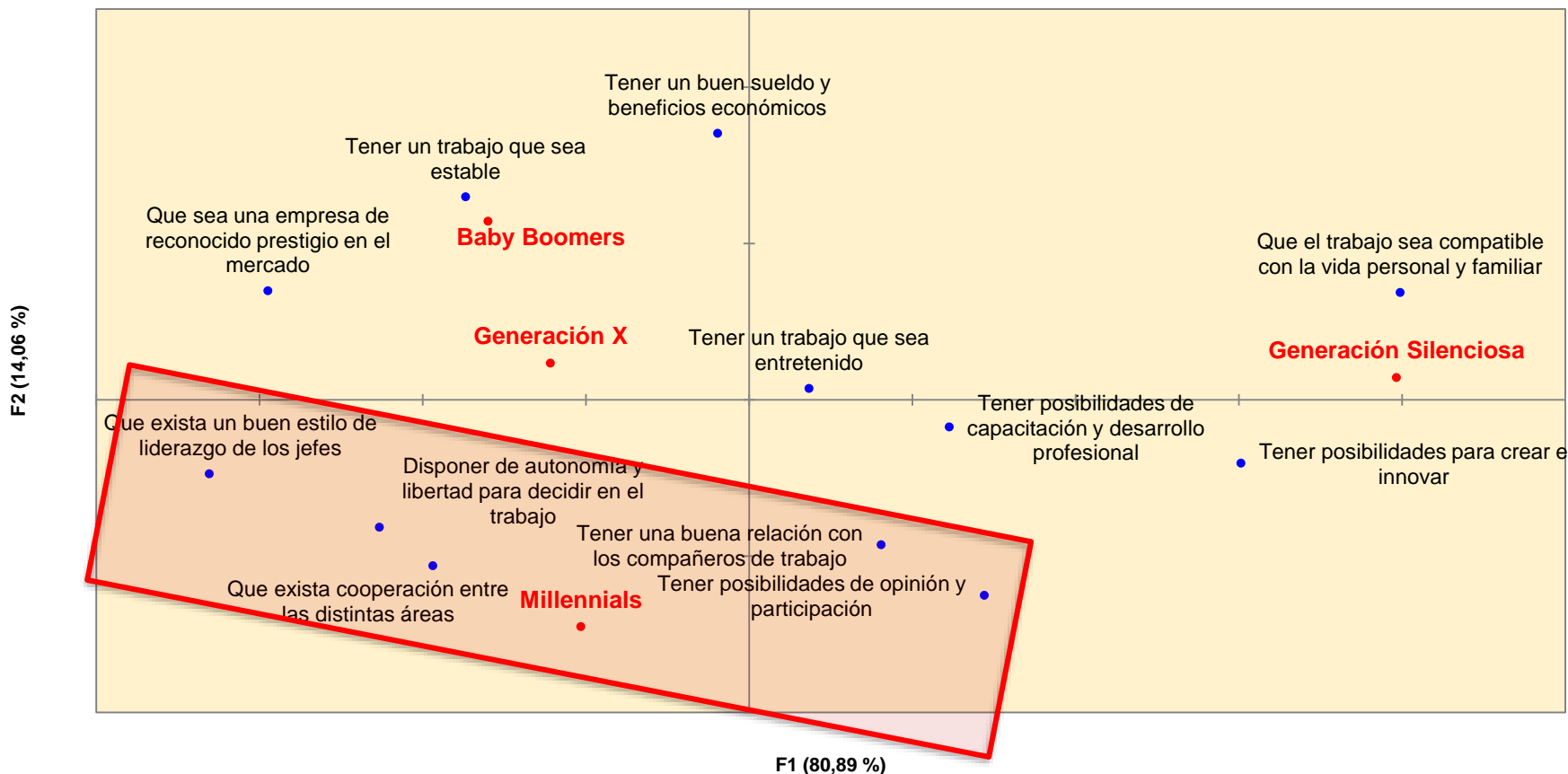


MAPA DE POSICIONAMIENTO ASPECTOS DE IMPORTANCIA EN EL TRABAJO SEGÚN GENERACIONES

La siguiente es una lista de aspectos que la gente considera importantes para sentirse feliz y comprometido con la empresa o lugar en que trabaja. La idea es que me indique qué tan importante es cada uno de ellos para usted.

Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

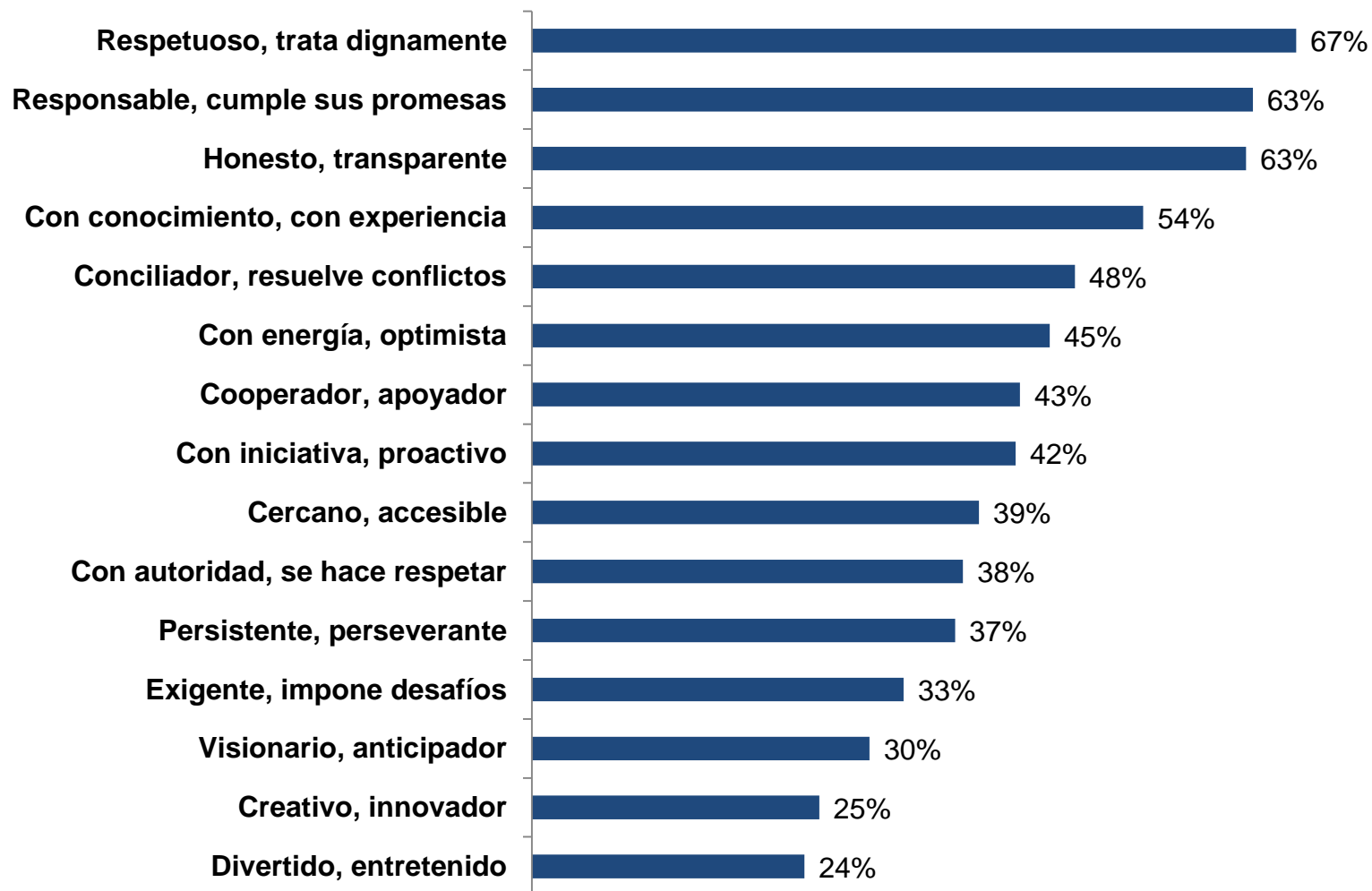
Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 94,95 %)



CUALIDADES VALORADAS DE UN JEFE

La siguiente es una lista de cualidades personales que podría tener un jefe. Favor indíqueme qué tan importante es cada una de estas cualidades personales de un jefe para Ud. sentirse más satisfecho en su trabajo Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, N=912

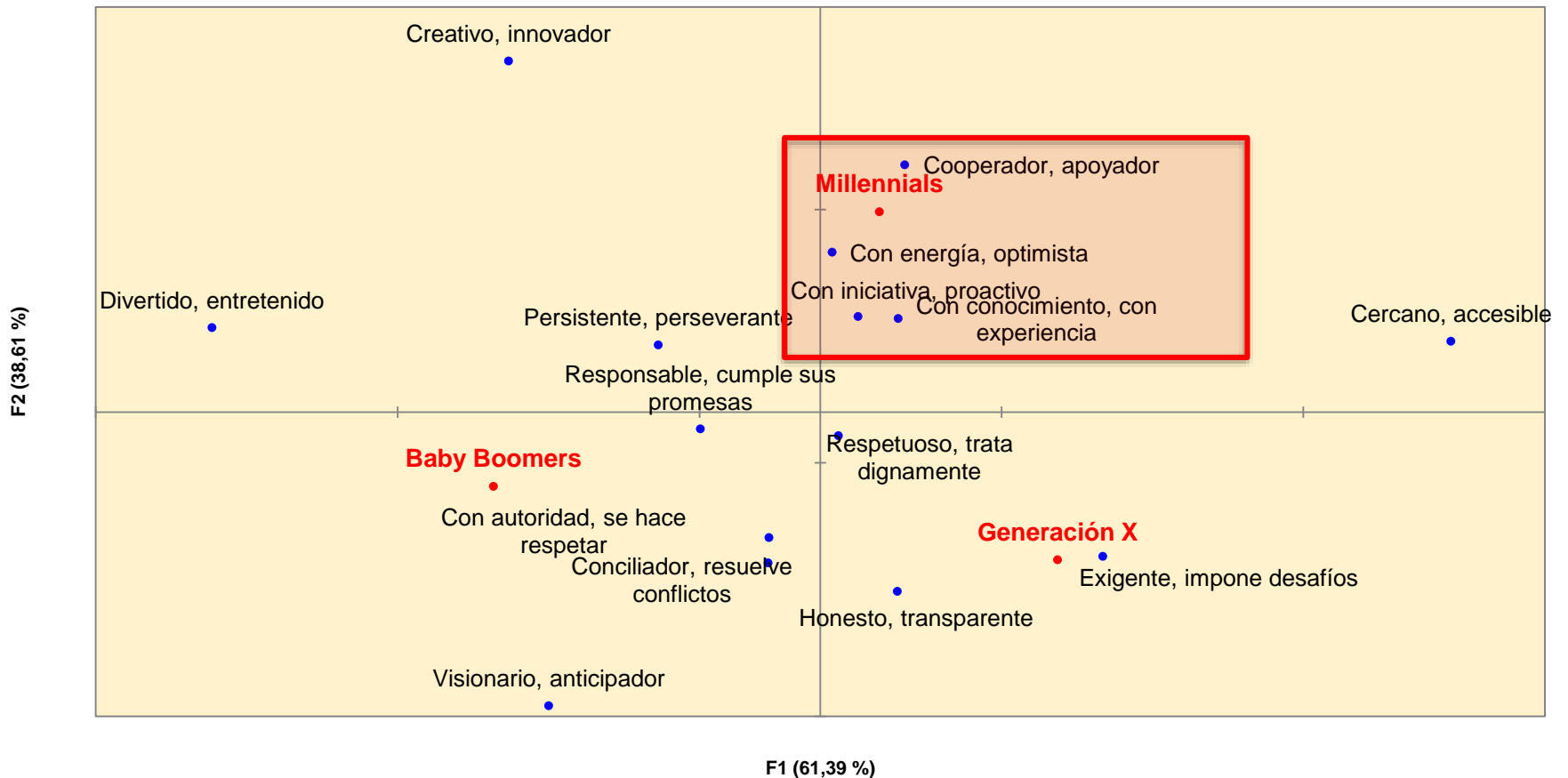
%TOTAL QUE RESPONDE QUE ES “EXTREMADAMENTE Y MUY IMPORTANTE”



MAPA DE POSICIONAMIENTO CUALIDADES VALORADAS DE UN JEFE SEGÚN GENERACIONES ACTIVAS

La siguiente es una lista de cualidades personales que podría tener un jefe. Favor indíqueme qué tan importante es cada una de estas cualidades personales de un jefe para Ud. sentirse más satisfecho en su trabajo Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada, N=2.207

Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 100,00 %)



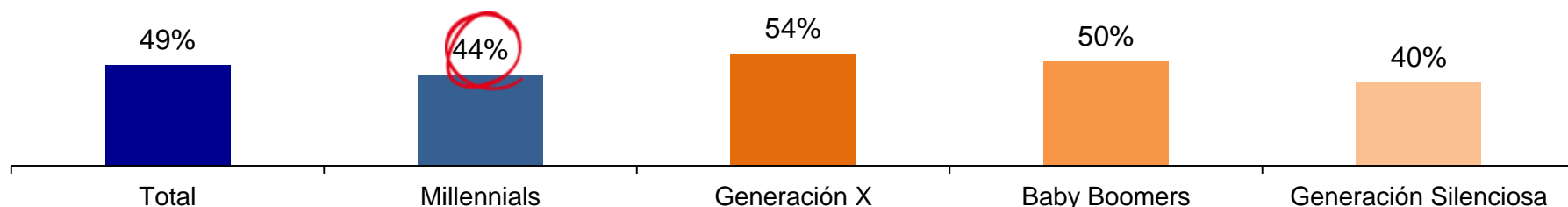
SATISFACCIONES EN SU TRABAJO

¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...? En una escala de 1 a 7, donde “1” significa “Totalmente insatisfecho” y “7” significa “Totalmente satisfecho”.

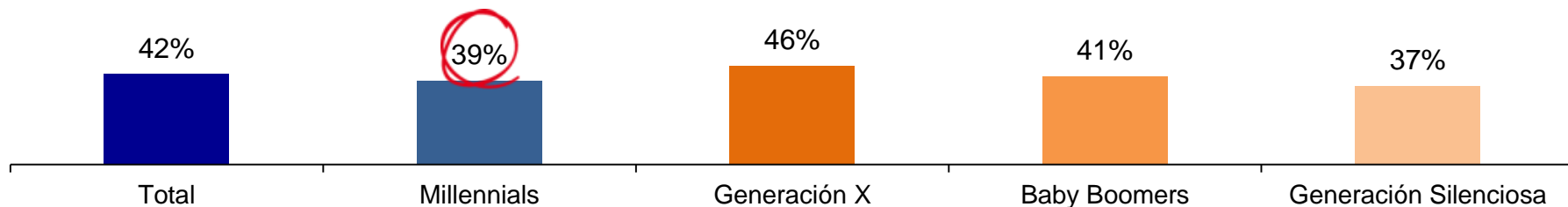
Base: Total entrevistados que pertenecen alguna generación evaluada y tienen trabajo, N=923

% QUE DICE ESTAR “SATISFECHO” O “MUY SATISFECHO”

El tipo de trabajo o cargo que desempeña



La empresa o lugar en la que trabaja



SATISFACCIONES EN EL TRABAJO

¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...? En una escala de 1 a 7, donde “1” significa “Totalmente insatisfecho” y “7” significa “Totalmente satisfecho”. Base: Total entrevistados que pertenecen a la generación Millennials, tienen trabajo y Contrato, N=379

% MILLENNIALS que responde estar “Satisfecho” O “Muy satisfecho”



ESTUDIO

“MILLENNIALS EN EL TRABAJO”



ESTILO DE VIDA MILLENNIALS CHILENO



- **DESMARCADOS DE LAS MOTIVACIONES DE VIDA MÁS COLECTIVISTAS.**
- **BUSCAN EQUILIBRAR SUS VÍNCULOS AFECTIVOS: FAMILIA, PAREJA Y AMIGOS.**
- **NO ES TANTO EL TIEMPO LIBRE QUE DISPONEN.**
- **ULTRAMEDIATIZADOS EN EL USO DE TIEMPO LIBRE COTIDIANO.**
- **INTERNET Y REDES SOCIALES SON LA REALIDAD Y NO SÓLO UN MEDIO.**

ESTILO DE VIDA MILLENNIALS CHILENO



- **ALEJADOS DE CREENCIAS Y RITOS RELIGIOSOS.**
- **NO SON NECESARIAMENTE LOS MÁS FELICES CON LA VIDA.**
- **CRÍTICOS DEL MODELO ACTUAL DE NUESTRA VIDA SOCIAL.**
- **EXPRESAN ACTITUDES MÁS INCLUSIVAS.**
- **SE SIENTEN Y QUIEREN ESTAR EMPODERADOS SOCIALMENTE.**

MILLENNIALS CHILENO Y TRABAJO



- **COMPARTEN CON LA MAYORÍA UNA ORIENTACIÓN UTILITARIA Y ECONÓMICA DEL TRABAJO.**
- **HAY UN IMPORTANTE DESEO DE SATISFACCIÓN VOCACIONAL Y DISFRUTE EN EL TRABAJO.**
- **CONCIBEN EL TRABAJO COMO UN ESPACIO DE APRENDIZAJE Y NO SÓLO DE CUMPLIR UNA FUNCIÓN.**
- **BUSCAN CUMPLIR UN ROL SOCIAL DESDE EL TRABAJO QUE SE REALIZA.**
- **SE VALORA LOGRAR UNA ARMONÍA EN LAS RELACIONES CON LOS OTROS PARA LLEVARSE BIEN Y TRABAJAR EN EQUIPO.**

MILLENNIALS CHILENO Y TRABAJO



- SE BUSCA UNA IMPORTANTE DOSIS DE PROTAGONISMO E INDEPENDENCIA EN EL DESARROLLO DEL TRABAJO.
- SUS EXPECTATIVAS HACIA SUS JEFES SON MÁS ALTAS Y DIVERSIFICADAS QUE EL RESTO DE LAS GENERACIONES.
- LA FIGURA IDEAL DEL JEFE ES LA DE UN BUEN APOYADOR, MOTIVADOR Y TRANSMISOR DE EXPERIENCIA.
- SU SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO ES IGUALMENTE BAJA QUE EN EL RESTO DE LAS GENERACIONES.
- SUS INSATISFACCIONES EN EL TRABAJO SE CENTRAN EN LA FALTA DE COOPERACIÓN, EMPODERAMIENTO, APRENDIZAJE Y SUELDO.

GESTIÓN GENERACIONAL COMO PARTE DE LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO DE UNA ORGANIZACIÓN



- **DINÁMICA GENERACIONAL:** Necesidad de integrar a las nuevas generaciones que ingresan y a las que salen del mercado del trabajo.
- **DIVERSIFICACIÓN GENERACIONAL:** Considerar la tendencia creciente de generaciones de ciclos temporales más cortos y más diferenciadas.
- **SEGMENTACIÓN GENERACIONAL:** Importancia de la gestión segmentada de los trabajadores en base a su pertenencia generacional.
- **SINERGIA GENERACIONAL:** Relevancia de la gestión de la integración generacional para potenciar la toma de decisiones, resolución de problemas e innovación.



visiónhumana
LA OTRA MIRADA

chile∞**scopio**
TENDENCIAS

CONTACTO

PARA CONSULTAS SOBRE EL ESTUDIO:

Catalina Caro E.

Directora de Investigación y Tendencias

T: +562 2665 1551

ccaro@visionhumana.cl

Patricio Polizzi R.

Director General

T: +562 2665 1551

ppolizzi@visionhumana.cl

www.visionhumana.cl

www.chilescopio.cl

[@visionhumanacl](https://twitter.com/visionhumanacl)

La información contenida en el presente documento es de propiedad de Visión Humana Limitada. Su uso debe estar restringido a las personas que trabajan en la empresa que ha adquirido este documento. Está prohibido su uso o derivación a otras personas o empresas sin contar antes con expresa y formal autorización de Visión Humana Limitada.

