Generación Milenio y lo que viene

Millennial Generation

Encuesta Piloto de

Covarrubias y Asociados

1era. entrega Nov 25/2013

Introducción. A las personas nacidas en los años de 1990 a la fecha. se les ha dado en llamar "millennial generation" porque nacen en los alrededores del cambio de siglo. Esas personas que en la actualidad tienen 23 años o menos han llamado la atención de los estudiosos de la conducta no tanto por el hecho de empezar a vivir en fechas cercanas al cambio de siglo sino porque son personas que empiezan a vivir en la llamada "Era Digital" lo que implica que desde su nacimiento están en contacto con los productos digitales, lo cual hipotéticamente los hace diferentes a las generaciones anteriores.

La generación milenio tiene un peso poblacional de 22,806,490

La "Era Digital" es vista como una nueva etapa en la historia de la Humanidad así como lo fueron en su momento el Renacimiento o la Revolución Industrial. Se caracteriza por sus avances tecnológicos e informáticos y su ubicación en el tiempo data de aproximadamente el año 1991, fecha en que se instala la World Wide Web de Internet, a la fecha

Año con año han aparecido diferentes productos digitales, las PC, los teléfonos móviles, los teléfonos inteligentes con acceso al Internet, las I Pad, etc y se han creado redes de comunicación distintas, Google, Facebook, You Tube, Wikileaks, Twitter , todos por demás atractivos y cada vez más accesibles.

Los productos digitales han penetrado ya en nuestras vidas provocando muchos cambios de los cuales no alcanzamos a ver las repercusiones que ya han tenido y sobre todo las que vendrán después.

Covarrubias y asociados se ha dado a la tarea de crear un sistema de información sindicado, orientado a los tomadores de decisiones de empresas e instituciones que trabajan con o para la “Millennial Generation”, que les dé información oportuna y objetiva, de las percepciones, opiniones y actitudes de este segmento de población, que contribuya a la planeación estratégica de las acciones a emprender para estar cerca de ellos

El sistema está planteado para desarrollarse en varias etapas. La primera de ellas es un estudio Piloto en la ciudad de México, la segunda es una encuesta por muestreo en la Ciudad de México y las fases subsecuentes son encuestas en las diferentes entidades federativas hasta conseguir el Mapa Nacional de la “Generación Milenio”

Temas enfocados en esta primera entrega:

- **Hábitos de uso de productos tecnológicos**
- **Opinión sobre temas relativos a la libertad sexual**
- **Hábitos de conducta familiar y social**
- **Planes de vida y Valores**

Hemos levantado una primera encuesta piloto, considerando las siguientes cinco áreas de estudio: Hábitos de uso de productos tecnológicos, Opinión sobre temas relativos a la libertad sexual, Hábitos de conducta familiar y social, Planes de vida y Valores y estamos ciertos que en el camino por andar, poco a poco, habrán de ir surgiendo otros muchos más

Metodología del Estudio Piloto. En esta primera entrega se presentan los resultados de la primera parte del Estudio Piloto realizado en la Cd. de México entre los días 20 y 23 de octubre del presente año 2013

El universo fueron los jóvenes de 15 a 19 años residentes del DF y los padres de familia con hijos de 15 a 19 años.

Se trabajó con una muestra de 124 casos dividida por sexo y por edad, resultando así que tenemos 31 casos por cada cruce de sexo y edad.

SEXO	CASOS	%
Padres	31	25
Madres	31	25
Chicos	31	25
Chicas	31	25
TOTAL	**124**	**100**

NSE	CASOS	%
AB	16	13
C+	25	20
C	29	24
C-	25	20
D+/ D	29	23
TOTAL	**124**	**100**

Fue una encuesta telefónica, técnica que facilita la recolección de información sensible

El cuestionario fue igual para todos pero con la particularidad de que a los padres y madres de familia se les pidió responder en algunas preguntas como son ahora y en otras como suponen que habrían respondido cuando tenían de 15 a 20 años. Hay un doble propósito en estas instrucciones ; por un lado comparar las conductas actuales de los milenios con las conductas actuales de la generación anterior, tal es el caso del capítulo de tenencia y uso de aparatos digitales y por otro contrastar a los milenios con lo que en el pasado hacía o pensaba la anterior generación.

Estamos conscientes de que esta forma de “medir” el pasado. obviamente no es precisa pero también estamos ciertos de que sí da aproximaciones cercanas porque la memoria adulta de la etapa de adolescencia personal no es nada flaca por la trascendencia que tiene y además se refresca cuando se tienen hijos de las edades mencionadas.

covarrubias y asociados CyA
Covarrubias y Asociados
Información con Resultados

RESULTADOS

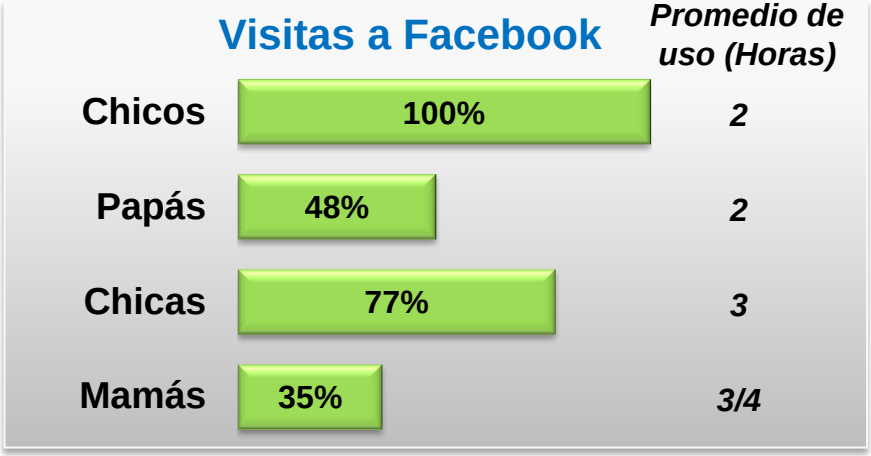
Sobre tecnología

1) Toda la sociedad está seducida en mayor o menor grado por la tecnología, la cual ha penetrado de manera importante en las vidas de todos los individuos, a juzgar por el tiempo que le dedican diariamente al tecleo o digitalización (de dedo). 7 horas las chicas, cinco horas los chicos y papas y 3 horas las mamás. En este tema no hay brecha generacional porque los padres de familia han hecho suyas las conductas de los jóvenes.

TIEMPO APROXIMADO DE USO (HORAS)			
	CELULAR	PC	TOTAL
Padres	3	2	5
Madres	3	2	5
Chicos	5	2	7
Chicas	2	1	3

2) ¿Teclear para qué? En este tema sí se encuentran diferencias que no son de generación sino de género Mientras las chicas y las mamás utilizan el celular más que nada para mandar y recibir mensajes o sea para el chisme, los chicos le dan un uso más versátil al utilizarlo para bajar música, jugar y entrar a Facebook. Y los papás lo emplean más como instrumento para su vida laboral. En lo que se refiere a la computadora el propósito del tecleo es más formal en todos los grupos. La utilizan sobre todo para hacer trabajos de la escuela o trabajo pero en este caso también los chicos le dan un uso más versátil, similar al que le dan al celular.

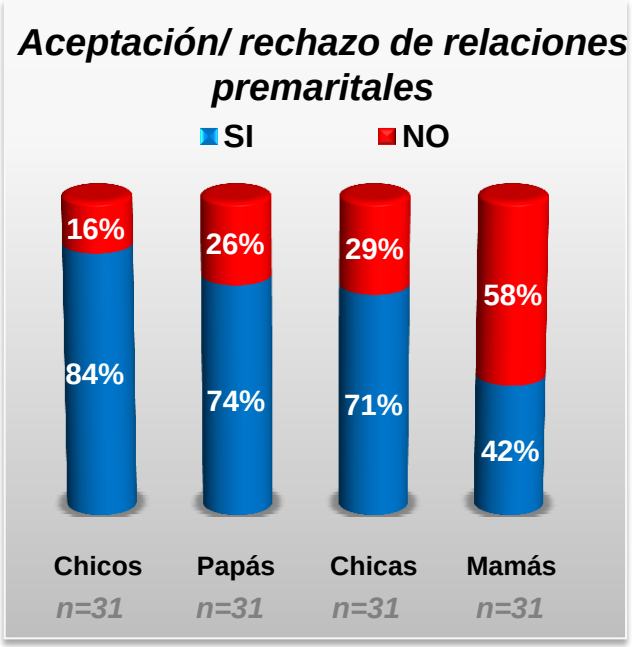
3) Facebook es EL sitio de la era digital y el atractivo que ejerce sobre los chicos Milenio es por demás destacable.. Le sigue en importancia Whattsapp. Conviene estudiar en futuras encuestas en que radica la fascinación por este sitio.



Sobre opinión relativa a la libertad sexual

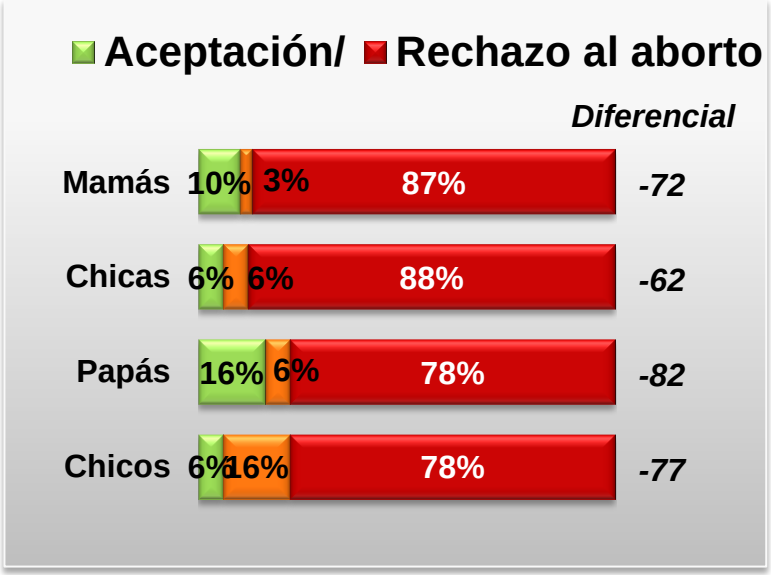
En esta primera entrega se incluyó un bloque de preguntas relativas a la libertad sexual que están , directamente relacionadas con principios que ha establecido la Iglesia Católica : Los temas enfocados fueron : relaciones sexuales premaritales, relaciones sexuales extramaritales, divorcio, aborto, píldora del día siguiente., la homosexualidad concebida como perversión o anormalidad y el matrimonio gay.

En general se encuentra que la liberalidad de los jóvenes es mayor que la de los padres de familia, sobre todo de las madres; recuérdese que a éstos se les pidió opinar como si estuvieran en el pasado por lo que se puede decir que la liberalidad ha aumentado sensiblemente de la generación anterior a la Milenio.



Sobre la importancia de la religión

Se encuentra un desapego importante a la religión cuya importancia es calificada bajo,(alrededor de 6 puntos en una escala de 10). Sin embargo la proporción de calificaciones altas que consigue es superior a la de calificaciones bajas obteniendo diferenciales positivos en todos los casos salvo en los chicos en donde apenas se registra un diferencial negativo



En general los milenios se registran como menos apegados a la religión que los de la generación anterior.

Por lo que toca a la vigencia de los principios de la Iglesia Católica, lo que el estudio revela es que aunque haya desapego los principios aún prevalecen ya que existe más rechazo que aceptación en la mayoría de los temas enfocados: relaciones extramaritales, divorcio, matrimonio gay y sobre todo el aborto.

Finalmente nos preguntamos ¿la generación Milenio es diferente a la inmediata anterior? Las tendencias encontradas en el presente estudio piloto nos llevan a responder afirmativamente, pero acotando que las diferencias encontradas no son tan grandes y se deben básicamente a las mamás que están menos tecnologizadas y son más conservadoras.

Por otra parte no se puede dejar de considerar que esas diferencias siempre han existido y que se las ha identificado como brecha generacional. Veremos las siguientes entregas para llegar a concluir si el fenómeno Millennial Generation es válido en nuestro país.

Uso de principales productos digitales

	¿Tiene usted celular? Respuestas Afirmativas	¿Está conectado a internet? Respuestas Afirmativas	Tiempo promedio que le dedica
Chicos n=31	84%	48% n=31	201.92
Papás n=31	84%	71% n=31	216.36
Chicas n=31	77%	43% n=31	319.17
Mamás n=31	65%	26% n=31	158.16

	¿Tiene usted computadora? Respuestas Afirmativas	¿Está conectada a internet? Respuestas Afirmativas	Tiempo promedio que le dedica
Chicos n=31	81%	77% n=31	159.38
Papás n=31	77%	77% n=31	132.22
Chicas n=31	74%	71% n=31	147.83
Mamás n=31	65%	61% n=31	91.76

covarrubias y asociados GA

Usos que se le dan a los productos digitales

CELULAR	Chicos %	Papás %	Chicas %	Mamás %
NO TIENE CELULAR	16	16	23	35
PARA HACER Y RECIBIR LLAMADAS	52	84	52	61
ENVIAR/ RECIBIR MENSAJES	16	32	42	39
CONECTARME A INTERNET	29	3	13	3
JUEGOS/ ENTRETENIMIENTO	16	3	16	-
PARA ESCUCHAR MÚSICA/ BAJAR MÚSICA	16	-	3	3
PARA EL FACEBOOK	13	-	-	-
WHATSAPP	6	6	3	-
REDES SOCIALES/ TWITER	6	-	3	-
REVISAR CORREO ELECTRONICO	-	3	3	3
PARA INVESTIGACIONES DE LA ESCUELA/ REALIZAR TRABAJOS	3	-	3	-
COMO ALARMA/ DESPERTADOR	-	3	3	-
PARA VER VIDEOS	-	3	6	-
CAMARA	3	-		
NO INFORMACIÓN	-	-	-	3

COMPUTADORA	Chicos %	Papás %	Chicas %	Mamás %
NO TIENE COMPUTADORA	19	23	26	35
PARA INVESTIGACIONES DE LA ESCUELA/ REALIZAR TRABAJOS	45	29	68	26
CONECTARME A INTERNET	16	16	3	13
REVISAR CORREO ELECTRONICO	3	26	6	16
PARA EL FACEBOOK	23	-	10	10
PARA ESCUCHAR MÚSICA/ BAJAR MÚSICA	19	-	3	3
REDES SOCIALES/ TWITER	10	10	3	3
PARA VER VIDEOS	13	-	3	-
JUEGOS/ ENTRETENIMIENTO	10	-	13	3
NS/NR	-	10	-	6
PARA VER PELICULAS	3	3	-	-
COMO PROCESADOR DE TEXTOS	-	3	-	3
LECTURA DE LIBROS	-	3	-	-
DESARROLLAR PROGRAMAS	3	-	-	-
ALMACENAR INFORMACION	-	3	-	-
HOJA DE CALCULO	-	3	-	-
VER IMÁGENES	-	-	-	3
NOTICIAS	-	-	-	3

Respuestas múltiples, los porcentajes no suman 100

Tenencia y tiempo de uso diario de aparatos digitales

El teléfono móvil. La mayoría tiene teléfono celular, la proporción más baja es la de las mamás (65%) y la más alta (85%) es la de los papás y chicos. La proporción de posesión de celular conectado a Internet baja en todos los grupos y queda en 71% para los papás, 48% para los chicos 42% para las chicas y 26% para las mamás.

El tiempo diario dedicado al celular es de 5 horas para las chicas, 3 horas para los papás y los chicos y 2 horas para las mamás. Los principales usos del celular son: Enviar y recibir llamadas y enviar y recibir mensajes. Los papás y las mamas a eso dedican principalmente su celular. Los jóvenes le dan un uso más versátil pues aparte lo emplean para meterse a Internet, jugar y bajar música. La principal diferencia en el uso del celular entre chicos y chicas es que éstas le dan considerablemente más uso para enviar recibir mensajes.

La computadora La mayoría tiene computadora con Internet, la proporción más baja es la de las mamás con 61% y la más alta la de chicos y papás con 77% las chicas están en situación similar a los papás y chicos con 71%. El tiempo de uso de la computadora es más bajo que el del celular; en el caso de la primera todos los grupos, con excepción del de mamás reportan un tiempo aproximado de 2 horas diarias, la mamás reportan un tiempo un poco menor de alrededor de 1 hora

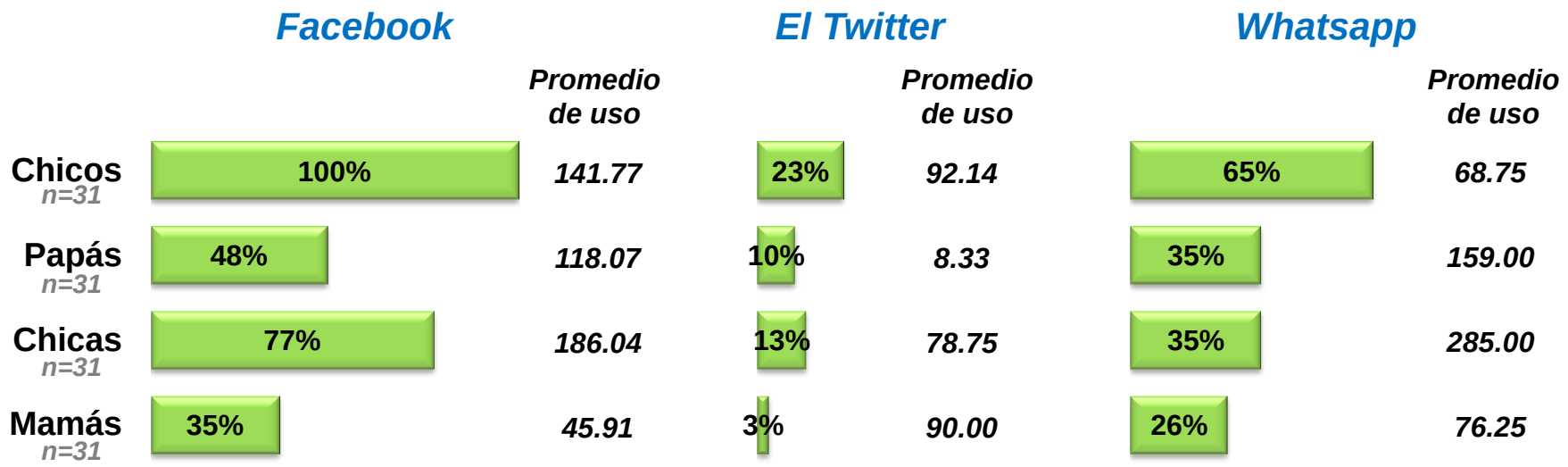
El principal uso que se le da a la computadora por todos los grupos es de herramienta para el trabajo y en esto las chicas sobresalen. El correo electrónico es más un mundo de adultos. Destaca el atractivo de Facebook para los chicos

Los datos reportados evidencian que la tecnología ha penetrado en la vida de todos en tanto que les ocupa una buena parte de su tiempo activo, especialmente a las chicas que consumen 7 horas diarias (entre celular y computadora.) conectadas al mundo digital. Por su parte los chicos están inmersos en ese mundo 5 horas y lo mismo ocurre con los papás ; las mamás tienden estar menos inmersas con un tiempo de 3 horas.

AQUÍ NO HAY BRECHA GENERACIONAL porque los padres y madres de familia también han sido subyugados por el mundo digital

¿Acostumbra usted usar o visitar…

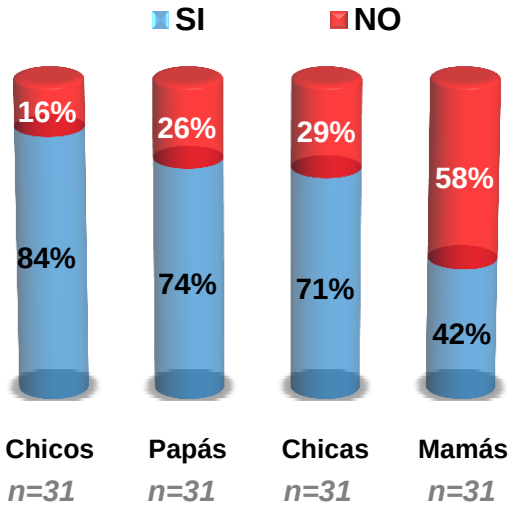
Respuestas Afirmativas



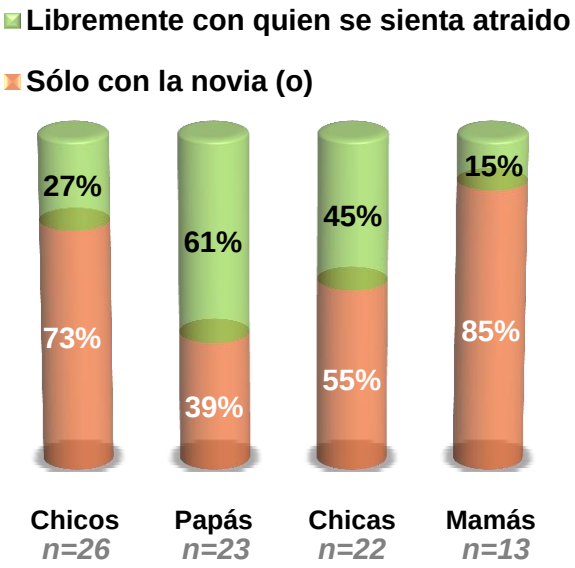
Facebook es el sitio de Internet más visitado por todos pero sobre todo por los chicos y chicas Milenio y le sigue Whatsapp. Los papás están más "en la onda de los chicos y chicas " que las mamás Destaca la proporción de 100% de los chicos visitando Facebook cuando la tenencia de celular y PC´s registra proporciones menores: esto lleva plantear la hipótesis de que el sitio es tan atractivo que se las arreglan de alguna manera (café Internet, escuela, compu prestada) para entrar a él.

Liberalidad sexual

¿Esta/estaba de acuerdo con que se puedan tener relaciones sexuales antes del matrimonio?



¿Las relaciones sexuales son admisibles…



Solo quienes contestaron afirmativamente En la pregunta anterior

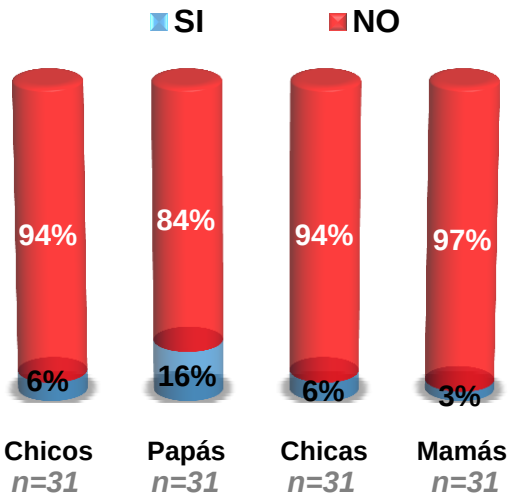
Relaciones premaritales

Alto nivel de liberalidad (respuestas afirmativas a la pregunta ¿Estás/estabas sí o no de acuerdo con las relaciones sexuales antes del matrimonio?) salvo en la mamás. Los chicos tienden a ser más liberales (84%) que las chicas (71%) y que sus papás (74%) y desde luego que sus mamás . ¿Qué pasó con el valor de la virginidad? Obviamente ya dejó de ser valor

Si se aceptan las relaciones sexuales premaritales ¿con quién se pueden tener, libremente con la persona que te atraiga o solo con el novio? En este caso los más liberales son los papás (61%) y las menos, las mamás (15). Lo interesante aquí es que las chicas resultaron más liberales (45%) que los chicos (27%)

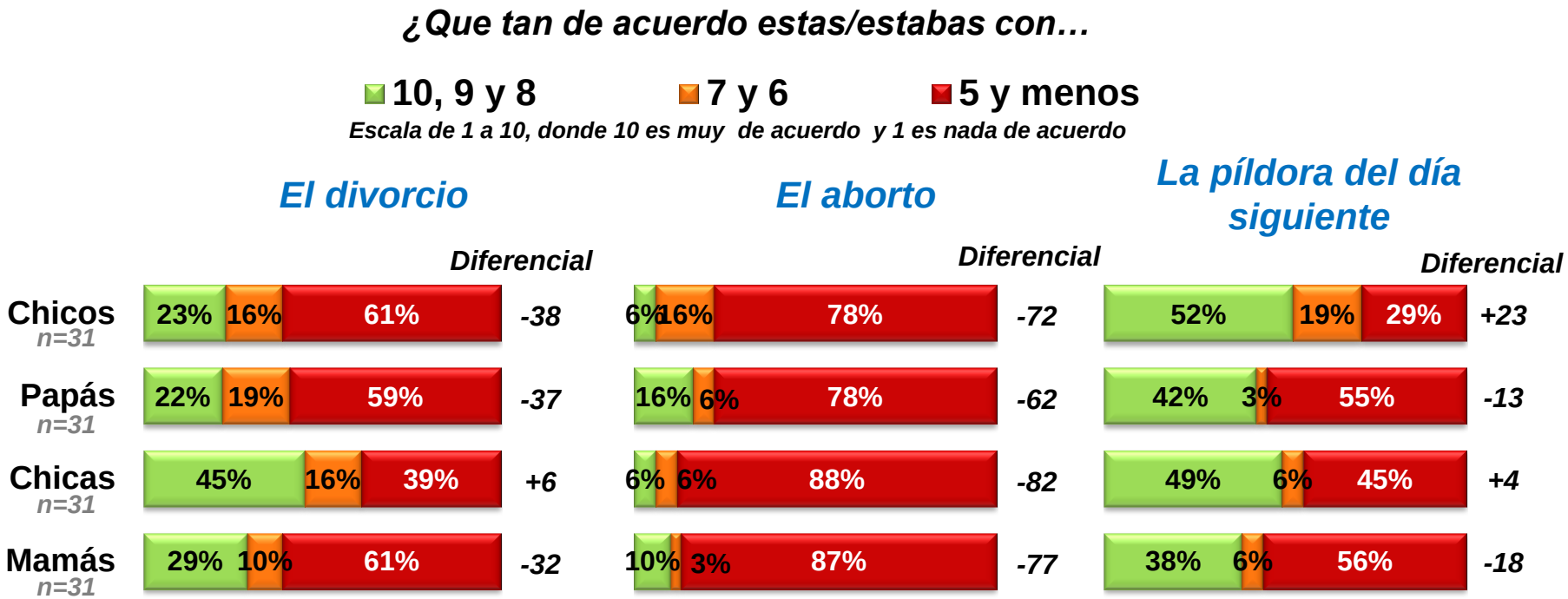
Liberalidad sexual

¿Esta/Estaba de acuerdo con que estando casado se tengan relaciones sexuales con otras personas que no sean el esposo o esposa?



Total y parejo rechazo a las relaciones fuera del matrimonio

Nivel de aceptación del divorcio, el aborto y la píldora del día siguiente



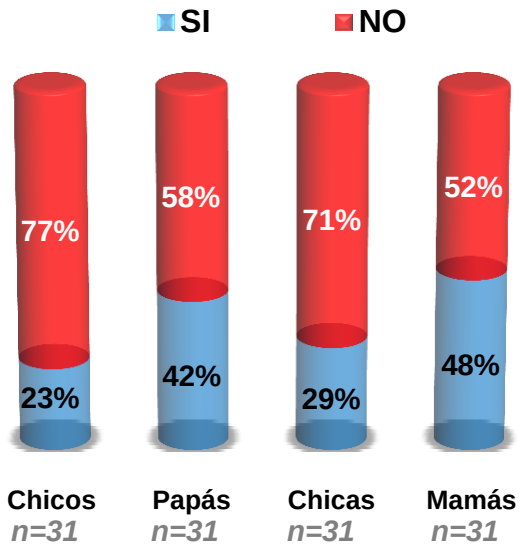
El Divorcio. Predomina en todos los grupos, salvo en las chicas, el rechazo, manifestado en diferenciales negativos, sobre la aceptación.. Las chicas las más aceptantes (diferencial positivo de +6)

El aborto. El rechazo es total en todos los grupos (diferenciales negativos)

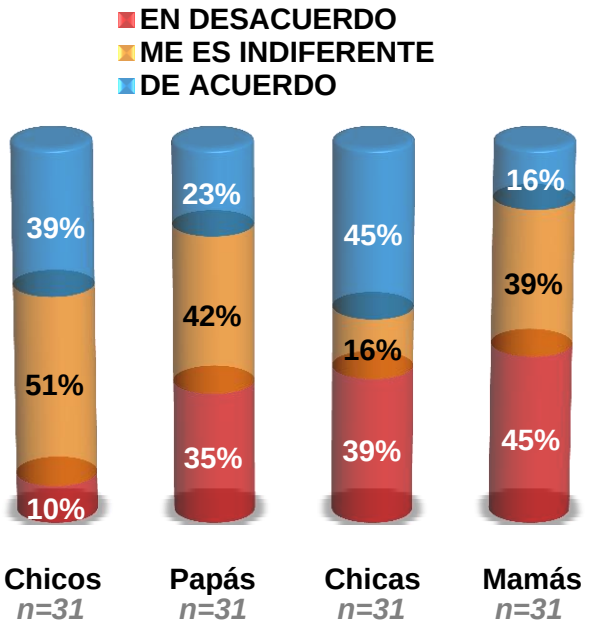
La píldora del día siguiente. En este caso si hay diferencia generacional en tanto que en los chicos y chicas las proporciones de aceptación superan a las de rechazo (diferenciales positivos de +23 y +4 respectivamente) y en el caso de los papás y mamás ocurre lo contrario. (diferenciales negativos de -13 y -18)

Opinión sobre homosexualidad y matrimonio gay

¿Considera/Consideraba que la Homosexualidad es una perversión o anormalidad?



¿Qué piensa/pensaba del matrimonio gay?

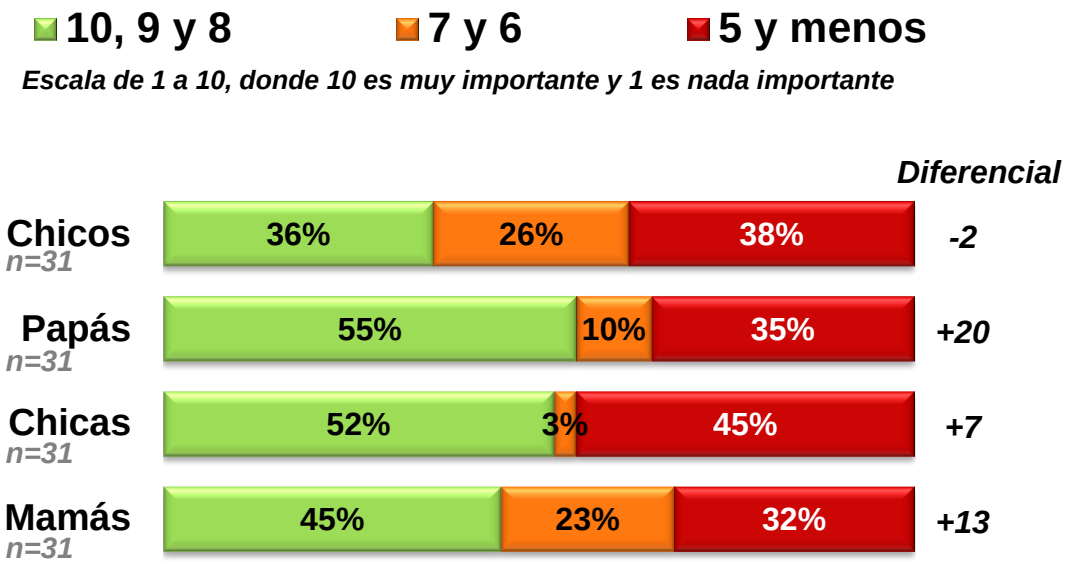


Homosexualidad ¿*es una perversión o anormalidad? Una buena proporción de padres de familia (42% de papás y 48% de mamás si aceptan la proposición de que la homosexualidad es una perversión o anormalidad. En cambio entre los chicos y las chicas el pensar de esa manera obtiene proporciones mucho más bajas. En este caso sí difieren los jóvenes de los adultos.***.***

Matrimonio gay *También sobre este tema los jóvenes son más liberales que los padres de familia; como el tema es controvertido tomamos en cuenta el diferencial de opinión (la opinión buena menos la mala) y los resultados son: Los chicos obtienen un diferencial de +29%, las chicas de +6% pero los padres de familia registran diferenciales negativos de – 12 los papás y -29 las mamás.*

Nivel de importancia de la religión

¿Qué tan importante es/era para ti la religión?



La importancia de la religión . *En general se encuentra que los milenios le conceden menos importancia a la religión que la generación anterior., especialmente los chicos . En Los papás y mamás predominan las calificaciones altas sobre las bajas dando diferenciales positivos de +20 y +13 respectivamente, en contraste con los milenios en los que las chicas el predominio de calificaciones altas es pequeño de +7% y en los chicos se registra diferencial negativo de -2*

Aunque no se le conceda alta importancia a la religión, sus preceptos aún están vigentes ya que existe más rechazo que aceptación en lo relativo a las relaciones extramaritales, el divorcio, el matrimonio gay y sobre todo el aborto.