



Telefonica

**Encuesta Telefónica
Global Millennial 2014:
Resultados Chile_**

22.10.2014

Metodología

Telefónica encargó la realización de 6.702 entrevistas cuantitativas a *Millennials* entre 18 y años 30, en 18 países, en tres regiones. Penn Schoen Berland realizó el estudio entre el 23 de junio y el 4 de agosto de 2014, a través de encuestas online y la gestión digital de las mismas.

Las muestras por país se ponderan por género, edad y porcentaje de población en cada país con acceso a internet. La población latina y no latina en EEUU está ponderada según el censo.



Región	Tamaño muestra	MOE
Estados Unidos	1.000	± 3.1

Región	Tamaño muestra	MOE
Latinoamérica	4.201	± 1.5

Región	Tamaño muestra	MOE
Europa Occidental	1.501	± 2.5

Nota: en las preguntas en las que las opciones de respuesta son excluyentes y todas las respuestas que son mostradas, los porcentajes pueden no sumar exactamente 100% por el redondeo. Todos los resultados, excepto los indicados, se muestran en porcentajes. En algunos casos, se muestran las respuestas seleccionadas. La composición exacta de la muestra no es idéntica ola sobre ola y los datos demográficos pueden variar. La tendencia puede afectarse de alguna manera por estas variaciones.

Región /País		Tamaño muestra	MDE
EEUU	Estados Unidos	1.000	± 3.1
Europa occidental	España	500	± 4.4
	Reino Unido	501	± 4.4
	Alemania	500	± 4.4
América Latina	México	501	± 4.4
	Brasil	500	± 4.4
	Argentina	500	± 4.4
	Chile	500	± 4.4
	Perú	300	± 5.7
	Venezuela	250	± 6.2
	Colombia	300	± 5.7
	Ecuador	300	± 5.7
	Uruguay	300	± 5.7
	Panamá	150	± 8.0
	Costa Rica	150	± 8.0
	Nicaragua	150	± 8.0
	Guatemala	150	± 8.0
	El Salvador	150	± 8.0
TOTAL		6.702	± 1.2

A close-up photograph of a woman with reddish-brown hair, wearing tortoiseshell glasses. She is looking upwards and to the right with a thoughtful expression. The background is a bright, out-of-focus indoor setting.

Telefónica

Introducción

Visión global de los *Millennials*, como continuación del estudio del año pasado, el más grande que se ha hecho hasta ahora.

Principales temas

1 Chile en el “Sueño Latinoamericano”

2 Liderazgo Millennial

3 Las preocupaciones económicas

4 La carrera para ser el próximo “Líder Tecnológico Global”

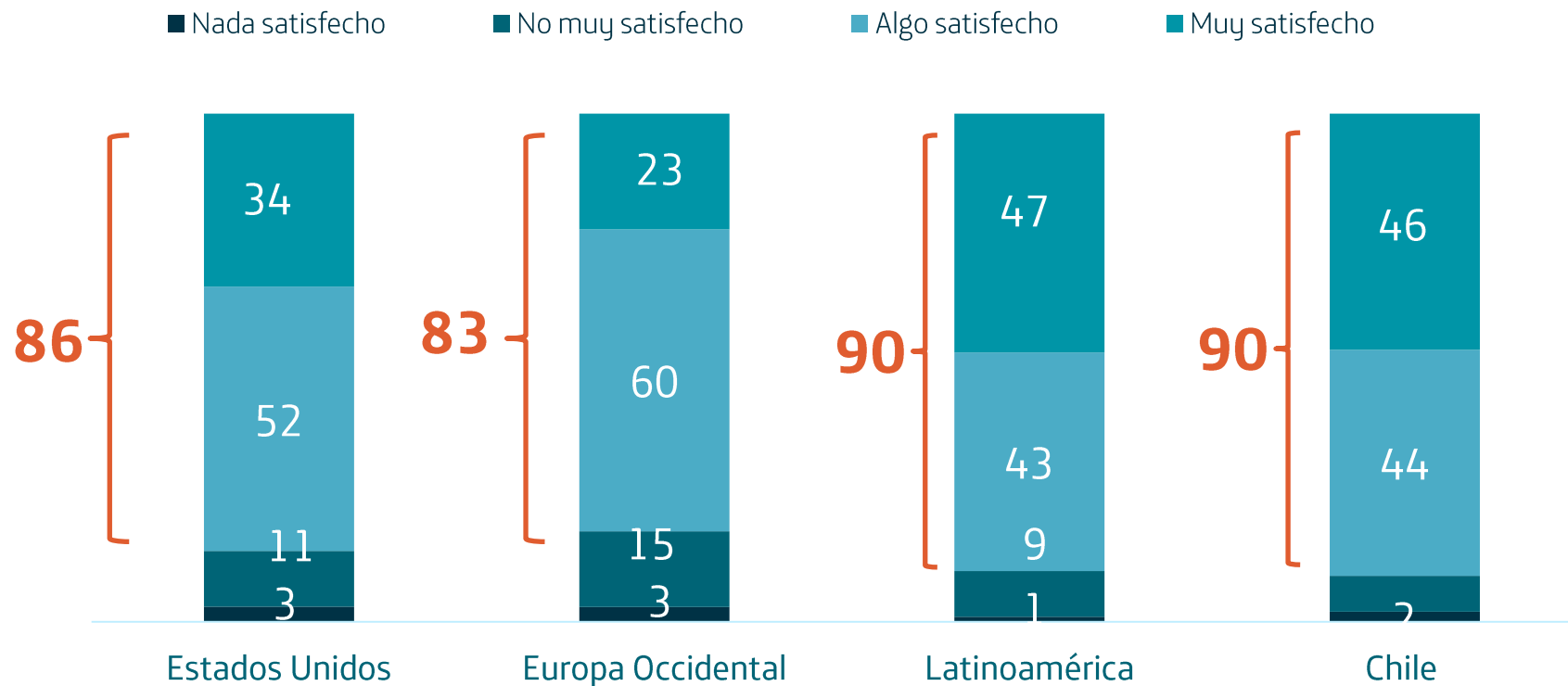


Telefonica

Sección 1
Chile en el “Sueño
Latinoamericano”

Los Millennials latinoamericanos están más satisfechos con la vida que sus pares en otras regiones: al igual que los chilenos

Satisfacción con la vida



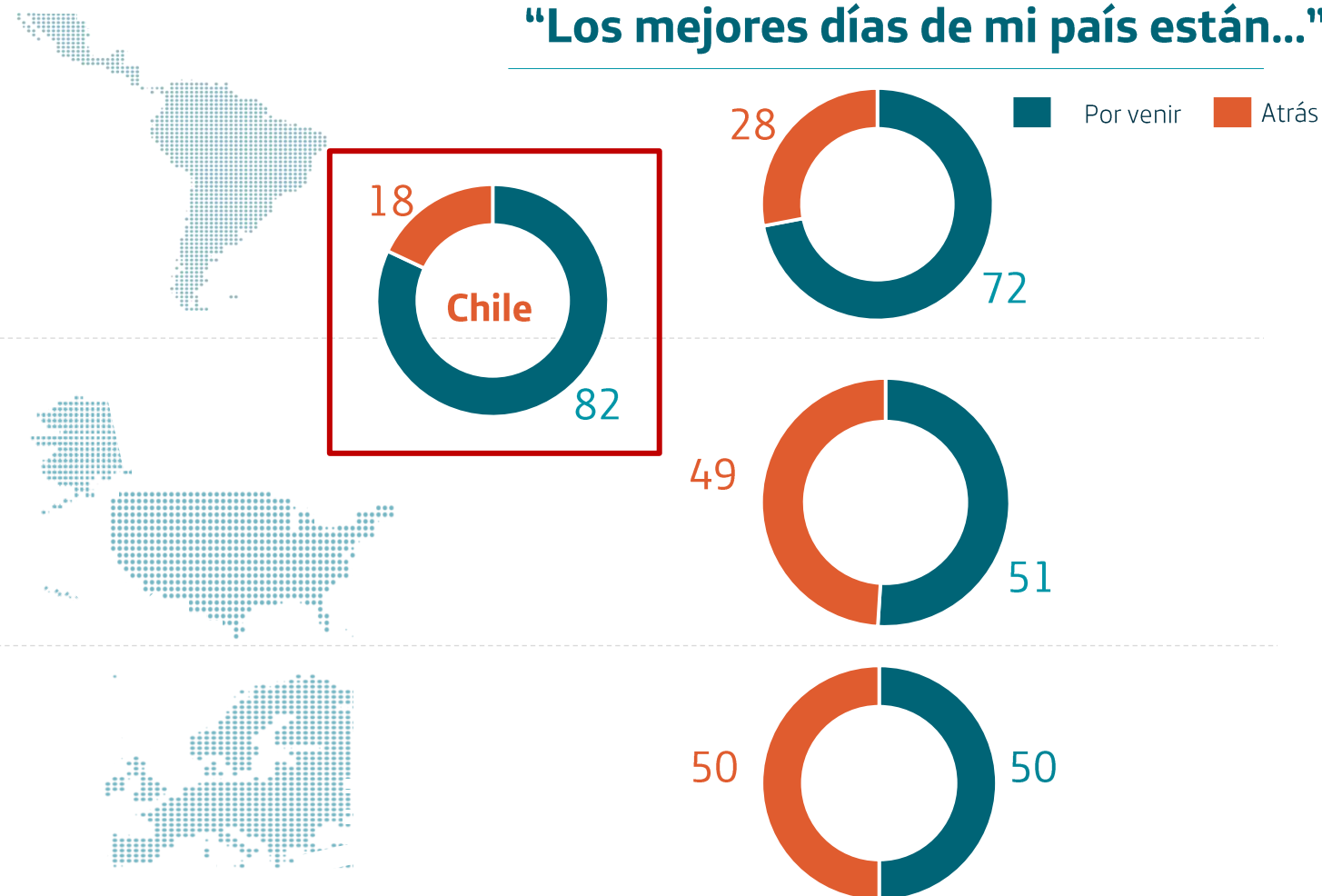
Los Millennials latinoamericanos son más optimistas sobre el futuro que sus pares. Chilenos aún más optimistas sobre la proyección del país.

Optimismo acerca del futuro: "Muy optimista"



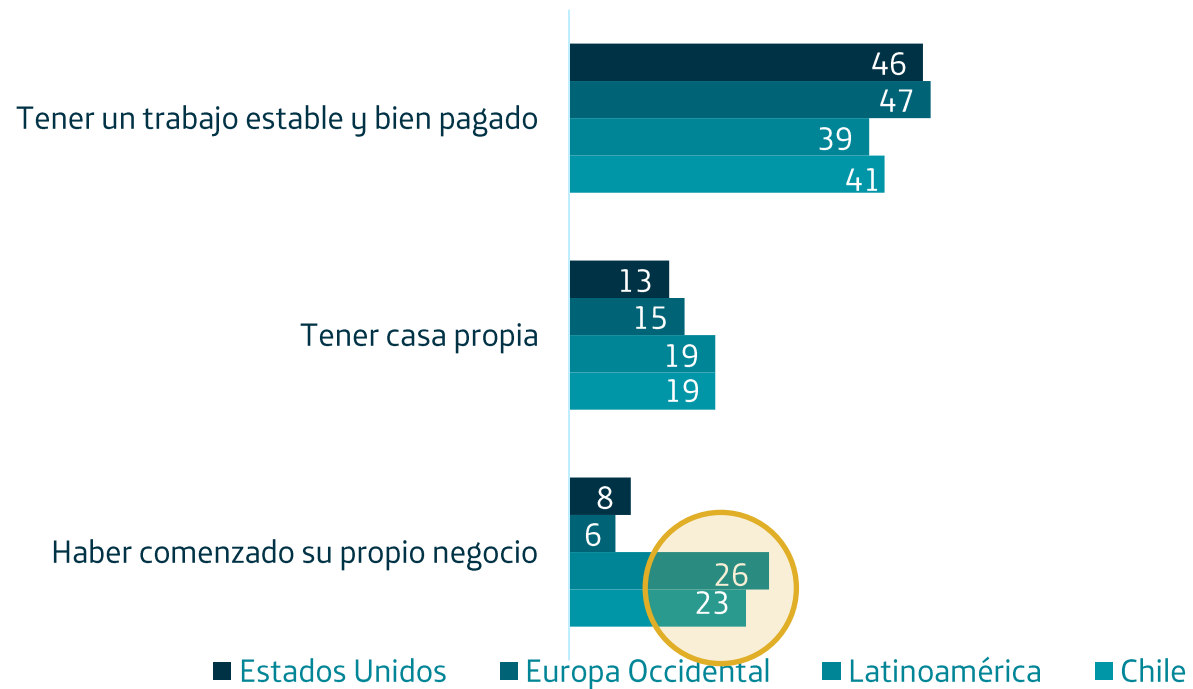
*Se muestran respuestas seleccionadas

"Los mejores días de mi país están..."

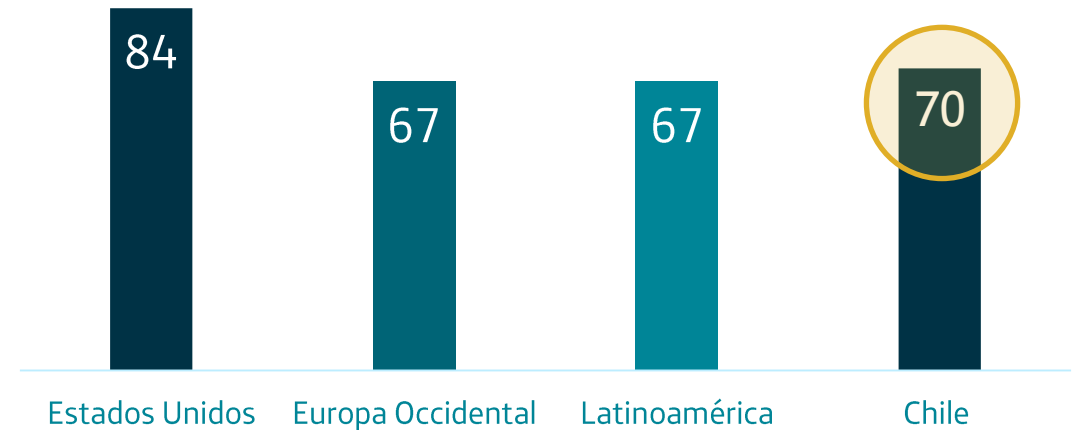


El espíritu emprendedor es más fuerte en Latinoamérica

Logros personales prioritarios a cumplir al 2024



Tengo oportunidades en mi país para convertirme en emprendedor



**Se muestran respuestas seleccionadas



Telefonica

Sección 2
Liderazgo Millennial

El liderazgo de la próxima generación tiene más probabilidades de venir de EEUU y Latinoamérica

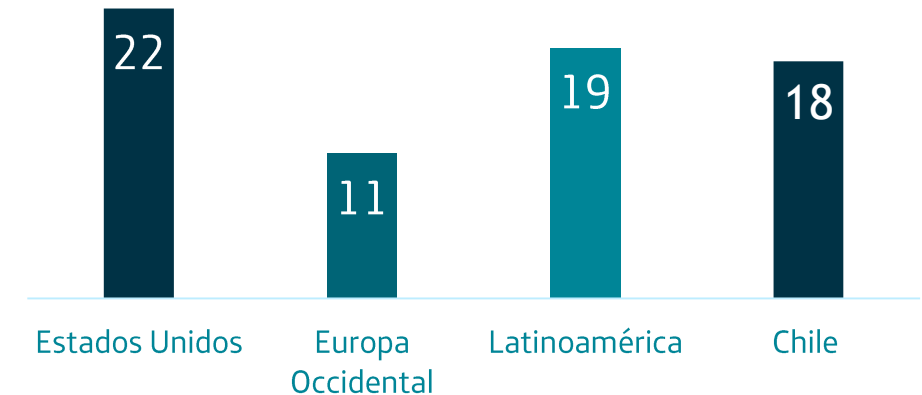


Por segundo año, hemos identificado un subgrupo clave en la generación del Milenio. En lugar de mediciones como el estatus socioeconómico, los líderes *Millennial* se definen por **tecnología y oportunidad**.

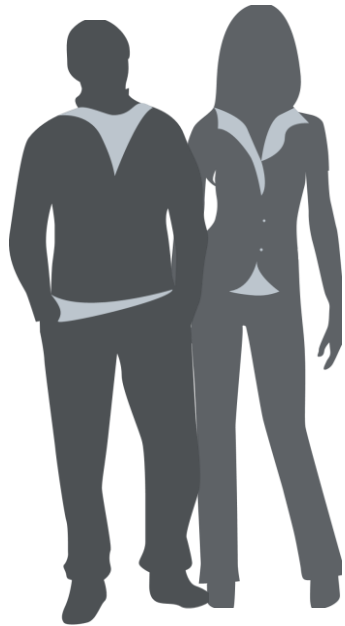
¿Quiénes son los líderes *Millennial*? *Millennials* que...

- ✓ Totalmente de acuerdo “**Estoy a la vanguardia de la tecnología**”
- ✓ Creen “**Puedo marcar la diferencia**”
- ✓ Total o parcialmente de acuerdo “**Tengo oportunidades de ser empresario o iniciar un negocio en mi país**”

% Líderes *Millennial*



Los líderes *Millennial*: ¿En qué parte del mundo están?



TOP 10	
PAÍS	% LÍDERES MILLENNIAL
Panamá	38
Perú	33
Ecuador	27
Nicaragua	24
Colombia	24
Guatemala	23
Estados Unidos	22
México	20
Costa Rica	18
Chile	18



BOTTOM 8	
PAÍS	% LÍDERES MILLENNIAL
Brasil	17
Venezuela	14
Argentina	13
Reino Unido	13
El Salvador	12
Alemania	11
Uruguay	10
España	8

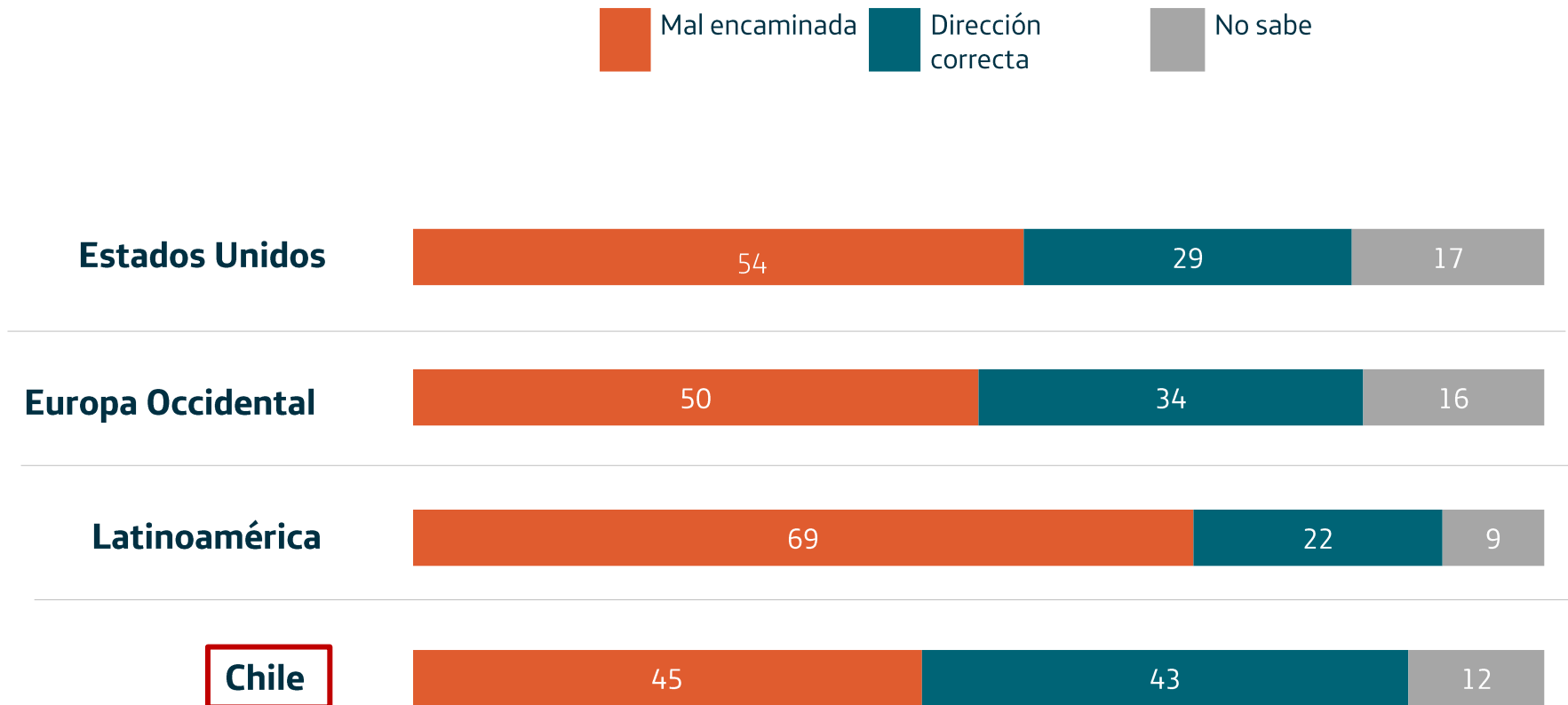


Telefonica

Sección 3
Las preocupaciones
económicas

Hay una preocupación de que en el corto plazo la economía está mal encaminada. En Chile la opinión está dividida...

La economía en su país está...



Los *Millennials* latinoamericanos ven la educación, la corrupción y la desigualdad económica como dificultades para el crecimiento de su país

Barreras al crecimiento



**Se muestran respuestas seleccionadas



Telefónica

Sección 4_
Tecnología: Omnipresente
y transformadora

La mayoría de *Millennials* tienen dispositivo móvil y la propiedad de Teléfonos Inteligentes y Tabletas aumentó en todas las regiones comparadas con 2013*

Globalmente, **78%** afirman “tengo un Teléfono Inteligente”

Estados Unidos

Europa Occidental

Latinoamérica

Chile



	2013	2014
Teléfono Inteligente	70	79
Tableta	37	56
Laptop	82	86
PC	49	54

	2013	2014
Teléfono Inteligente	82	84
Tableta	24	40
Laptop	76	79
PC	50	51

	2013	2014
Teléfono Inteligente	68	78
Tableta	22	37
Laptop	62	70
PC	58	57

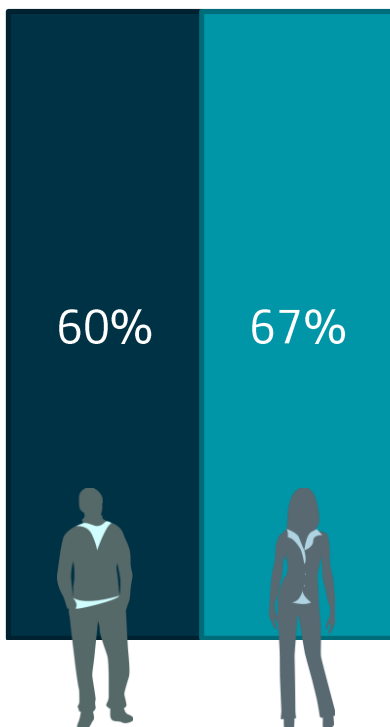
	2013	2014
Teléfono Inteligente	73	80
Tableta	17	33
Laptop	65	78
PC	45	55

**Se muestran respuestas seleccionadas

* Comparación entre propietarios en países encuestados tanto en 2013 como en 2014.

En Chile, mujeres millennials tienen mayor preferencia por dispositivos móviles

Dispositivos móviles en Chile:



Pantallas de su propiedad

	Global		Chile	
	Icono 1	Icono 2	Icono 1	Icono 2
Smartphone	77%	79%	76%	84%
Tablet	44%	43%	31%	35%
Notebook	74%	77%	74%	83%
Smart TV	34%	30%	41%	36%
Computador escritorio	61%	45%	55%	40%

... Y lo usan constantemente

Actividades que los *Millennials* han realizado hoy usando tecnología móvil

	Estados Unidos	Europa Occidental	Latinoamérica	Chile
Acceso a una red social	67	60	70	75
Enviar un mensaje de texto	64	52	60	51
Hacer una llamada (solo voz)	55	42	59	59
Ver un video online	51	35	51	56
Leer noticias	43	50	54	48
Tomar una foto o video	39	31	41	48
Jugar un juego electrónico	36	27	33	41
Publicar, subir un video o foto en una red social	34	24	44	32
Subir video a través de un servicio como iTunes, Netflix, Amazon, HBO Go, etc.	31	14	22	18
Comprar	27	14	17	18
Hacer una transacción financiera (pago, depósito, transferencia)	22	15	19	21
Buscar un nuevo trabajo o buscar oportunidades laborales	21	12	25	22
Buscar una dirección	19	13	24	23
Conectarse a otro dispositivo (termostato, auto, banda de ejercicio, etc.)	17	11	18	17
Encontrar pareja	15	14	16	10
Pedir un taxi	7	6	11	9

**Se muestran respuestas seleccionadas



La tecnología móvil no solo es para entretenimiento y diversión

Áreas de la vida que la tecnología móvil ha “Transformado Significativamente”

	Estados Unidos	Europa Occidental	Latinoamérica	Chile
Entretenimiento	58	49	64	66
Vida social (con amigos)	51	45	56	57
Acceso a noticias / eventos de actualidad	47	49	59	58
Educación e investigación	46	31	62	59
Banca personal / hacer pagos	44	32	38	42
Expresión personal	43	25	45	40
Creatividad (ej. hacer arte, fotos)	40	34	55	55
Compras / comercio (ej. compras)	37	33	35	29
Encontrar un trabajo / oportunidades laborales	35	26	43	42
Trabajo / productividad en negocios	32	23	40	32
Vida romántica	31	22	35	36
Viajes	31	25	32	27
Seguridad personal	29	17	27	22
Transporte local	28	18	24	23
Medicina y salud	24	14	30	28
Expresión política	22	17	28	23

La tecnología móvil está teniendo un impacto transformador en la vida de los *Millennials chilenos*, en áreas fundamentales como la Entretenimiento, Vida Social, Acceso a noticias, Educación e investigación, Creatividad y Vida Romántica.

**Se muestran respuestas seleccionadas

Los *Millennials* son tecnológicos, pero no todos quieren un trabajo tecnológico. Chilenos se sienten vanguardistas a nivel mundial.

De acuerdo con que estoy "a la vanguardia de la tecnología"

Estados Unidos



Europa Occidental



Latinoamérica

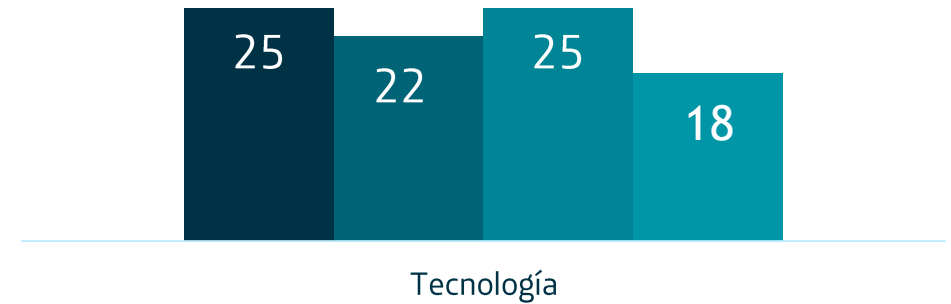


Chile



Sector más probable al cual dedicarse en el futuro: Tecnología

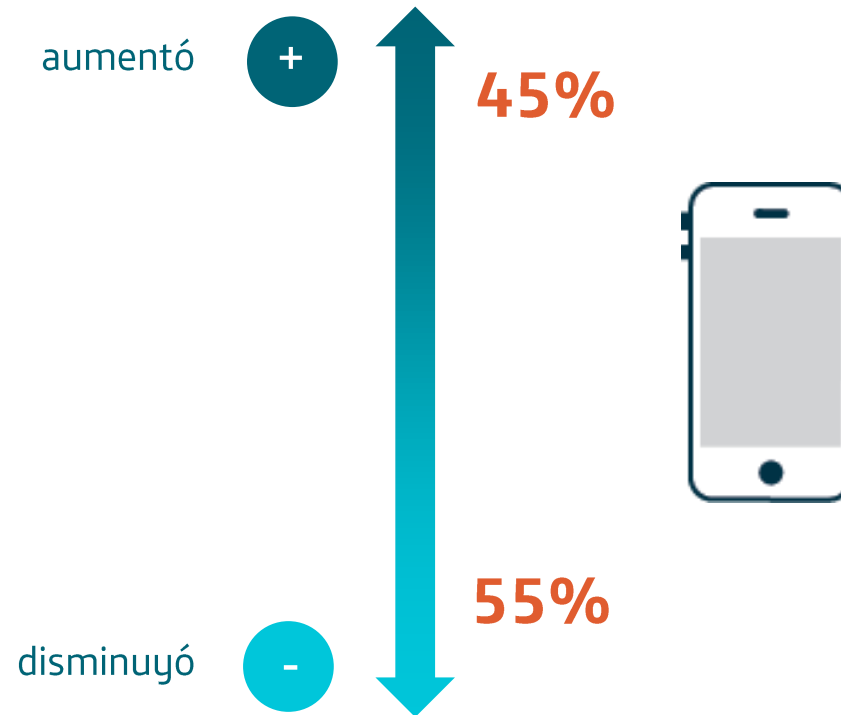
■ Estados Unidos ■ Europa Occidental
■ Latinoamérica ■ Chile



**Se muestran respuestas seleccionadas

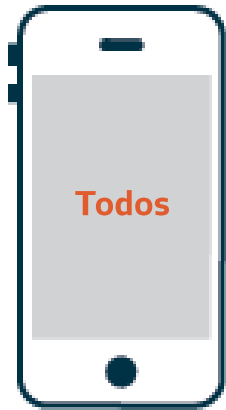
Impacto de la telefonía móvil en Chile

“¿Cómo afecta la telefonía móvil a la brecha entre ricos y pobres?”

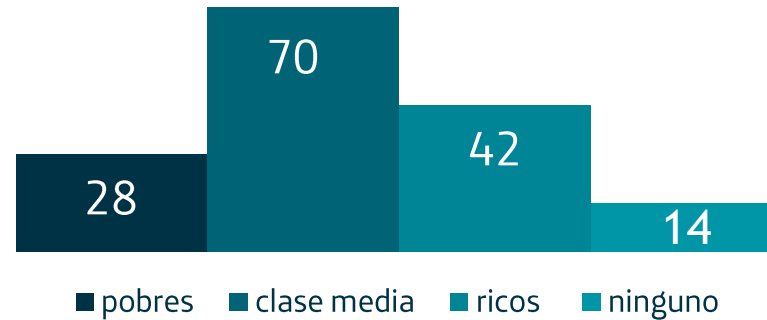


Impacto de la tecnología en Chile

“La tecnología crea más oportunidades para...”

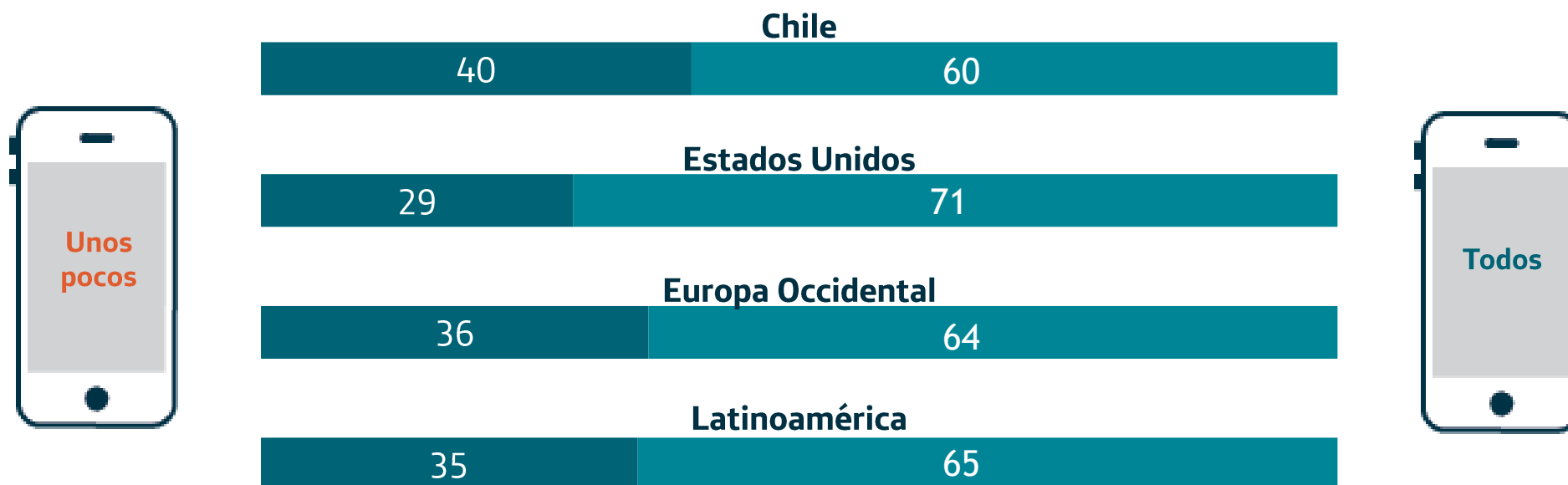


“Mejora la vida de...”



En lo que se refiere a mejorar el acceso a la educación,
la tecnología es parte de la solución

“La tecnología se ha expandido hasta la educación para...”



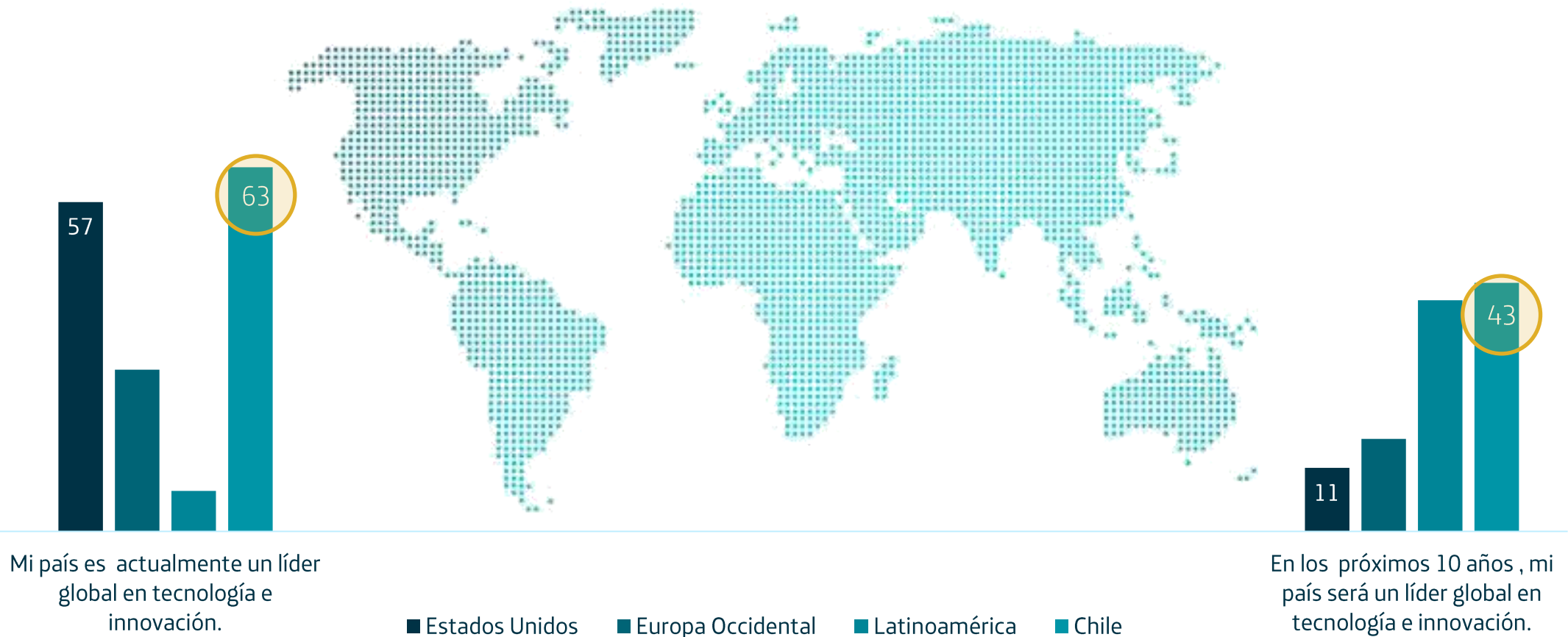
A man in a blue shirt and tie is pointing at a whiteboard in an office setting. He is looking down at a laptop screen. The background is bright and out of focus.

Telefónica

Sección 5_
La carrera por ser el
próximo “Líder tecnológico
global”

Los chilenos se sienten líderes y ven en su futuro el liderazgo en tecnología e innovación

Ahora vs. el futuro en el liderazgo tecnológico y de innovación



**Se muestran respuestas seleccionadas

Telefonica
