



CHILENNIALS: ROMPIENDO MITOS



Se han convertido en uno de los grupos más atractivos en términos de marketing

Todos (medios, marketers, investigadores y por supuesto, el comercio), quieren un pedazo de ellos.

Cómo atraer y retener a los Millennials

Los empleadores tienen que repensar su oferta para resultar atractivos a la vista de estos jóvenes trabajadores.



Claudia Maldonado C.
 En su primera salida como periodista, se enfrentó a un mundo laboral que no se había desarrollado como esperaba. Los millennials, natos en la era digital, son una generación que busca un trabajo que les permita vivir una vida plena y equilibrada. Aunque se les atribuye ser un grupo apático e individualista, en realidad son personas que buscan un sentido a su vida y un propósito a su trabajo. Según un estudio realizado por LinkedIn, los Millennials prefieren trabajar en empresas que ofrecen flexibilidad y oportunidades de crecimiento personal y profesional.

QUE QUIEREN
 Sin embargo, sus expectativas están incorporando masivamente el crecimiento profesional y el desarrollo personal. Aunque se les atribuye ser un grupo apático e individualista, en realidad son personas que buscan un sentido a su vida y un propósito a su trabajo. Según un estudio realizado por LinkedIn, los Millennials prefieren trabajar en empresas que ofrecen flexibilidad y oportunidades de crecimiento personal y profesional.

"La formación y la experiencia internacional son altamente valoradas, así como la flexibilidad, ya que piden mucho más que conciliación personal y profesional".
 Zaida Soler, Randstad

Millennials cambian 4 veces de trabajo antes de los 32 años

Se llama *job hopping*, o cambio frecuente de trabajo, y es la nueva tendencia entre la generación Millennial, aquellos nacidos entre mediados de los 80 y principios del 2000. Según un estudio realizado por LinkedIn, los jóvenes se cambian de empleo cuatro veces en su primera década tras dejar la universidad, es decir, antes de los 32 años. Esto, según el estudio, es dos veces más que la generación X, la antecesora de los Millennials.

Los millennials que brillan en la bolsa

Por Felipe O'Hara Sánchez

El cambio de CEO de Chile hoy ya tiene más de un año y medio. En este tiempo se han sucedido cinco presidentes de la Bolsa de Valores de Chile. El último de ellos, el señor Juan Antonio Rodríguez, fue el primero en ser un millennial. Este hecho es un indicador de que los jóvenes están tomando el liderazgo en el mundo financiero.



Mattias Mases tiene 27 años y más vive junto a su madre. "Me quiero irme para arrendar y vivir apenitas. No tengo intención de irme a vivir solo". Dice. En la foto, posa junto a su Mercedes.



Nacidos entre 1981 y 1995, cada vez son más los jóvenes chilenos que —a pesar de contar con un buen empleo y el dinero para vivir solos— continúan en las casas de sus padres y evitan a toda costa la independencia. Lo hacen no solo para solventar una vida cómoda y relajada. También porque quieren ahorrar, a diferencia de la generación que los antecedió: hoy absorbidos por el trabajo y las deudas.

POR CARLA BRIZ PEREIRA FOTOS CARLA DANNEWMAN

Alta demanda: Carreras para millenials

Los millennials buscan carreras que les permitan vivir una vida plena y equilibrada. Según un estudio realizado por LinkedIn, los Millennials prefieren trabajar en empresas que ofrecen flexibilidad y oportunidades de crecimiento personal y profesional.



67% de los millennials quieren tener su propia empresa

Las nuevas generaciones están cada día más vinculadas al tema de la innovación y el emprendimiento. Así lo dejan en evidencia una serie de cifras en torno al tema, como por ejemplo que 67% de los millennials —es decir, aquellas personas que tienen entre 18 y 35 años— tienen entre sus objetivos de vida la creación de su propia empresa, mientras que solo 13% señalan que su meta es llegar a ser el CEO o presidente de una empresa ya consolidada. De igual forma, 37% de los millennials afirman que desean trabajar para sí mismos. No obstante, esta mayor mentalidad emprendedora tendría directa relación con que desde 1985 las clases de emprendimiento en el ámbito universitario se han incrementado en 20 veces.



REUTERS

EXISTE TODO UN CONJUNTO DE CREENCIAS SOBRE ESTE SEGMENTO...

“El mundo gira en torno a ellos”

“La tecnología los hace más libres”

“Quieren ser sus propios jefes”

“Están siempre felices: viven para pasarlo bien”

¿O no es tan así la cosa?

A photograph of two women outdoors. The woman on the left has curly hair and is smiling broadly while holding a clear plastic cup with a straw. The woman on the right has long blonde hair and is also smiling, holding a clear plastic pitcher filled with orange juice. The background is a blurred green landscape. Two semi-transparent red text boxes are overlaid on the image.

Hoy la invitación es a dejar de lado los
prejuicios y mirar a este segmento tal
como es.

Derribando los principales mitos que se
han tejido en torno a ellos

#MITO1

No tienen ataduras familiares. Primero yo y segundo yo.

¿Cómo viven los chilennials?



23%
Canguro

Y otro porcentaje importante, a pesar de tener más de 25 años, sigue viviendo con sus padres. ¿Mamones?



62%
Familia tradicional

La gran mayoría vive con su pareja y sus hijos.



9%
Dinks



6%
Oinks

Sólo el 15% de los chilennials vive en hogares estereotípicamente “millennials”

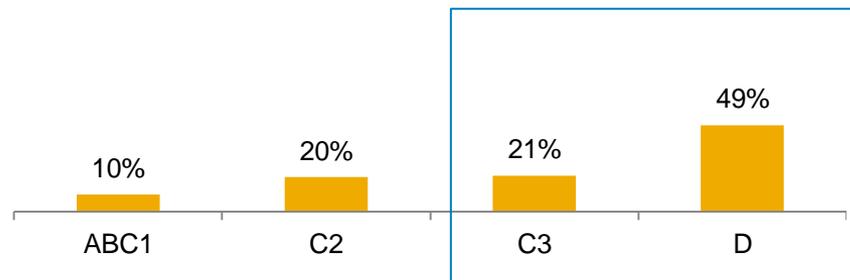
“...una noche de conversación en la que los mamones podamos explicar que no nos vamos de la casa por cobardes o faltos de coraje, por inútiles en la cocina o regalones de la olla, sino porque muchas veces somos hijos de un trauma: el de casi ver morir a nuestros padres para que hoy seamos lo que somos”

Richard Sandoval, en noesnalaferia.cl: Homenaje a no irse de la casa.

Si bien el estereotipo dice que los canguros chilennials son jóvenes de clases altas, que viven a expensas de sus padres para poder maximizar su capacidad de ahorro o maximizar su poder adquisitivo o, simplemente, porque son MAMONES



Lo cierto es que del total de canguros chilennials el 70% son C3D



En el

80%

de los hogares canguro
2 o más personas
aportan al ingreso
familiar

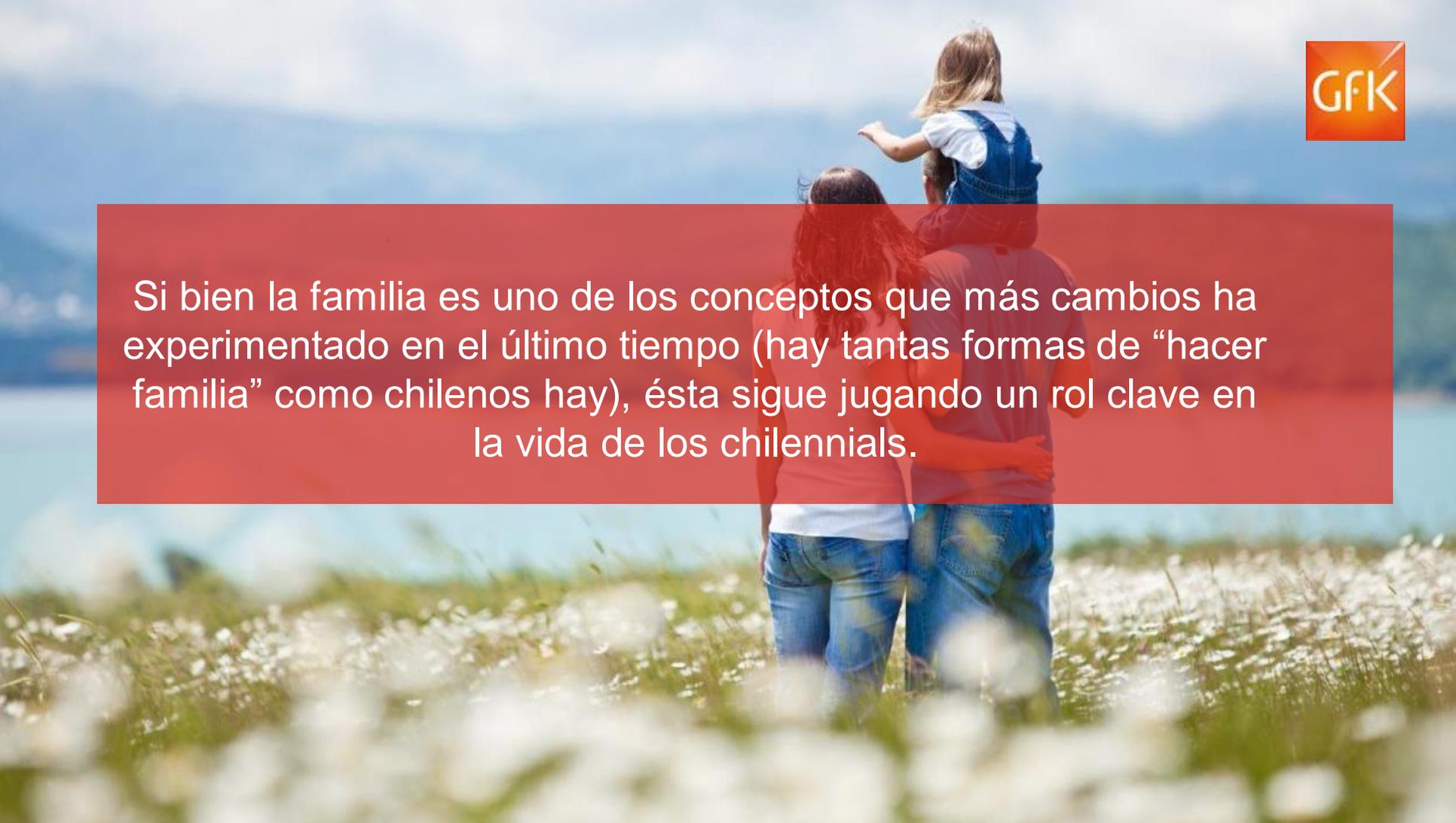
La gran mayoría de estos “canguros” son primera generación de profesionales de familias que, con mucho esfuerzo, lograron costear su educación.



Se quedan en su casa, no para ahorrar o para que alguien les lave la ropa.

Están devolviéndole la mano a sus padres.

CHILENNIALS **≠** EGOÍSTAS Y FLOJOS

A photograph of a family of three standing in a field of white flowers, looking out over a lake and mountains. The mother is on the left, the father is on the right, and a young girl is sitting on the father's shoulders. The scene is bright and sunny, with a clear blue sky and distant mountains.

Si bien la familia es uno de los conceptos que más cambios ha experimentado en el último tiempo (hay tantas formas de “hacer familia” como chilenos hay), ésta sigue jugando un rol clave en la vida de los chilennials.

A large yellow circle containing the text '60%' in white, bold, sans-serif font. The circle is positioned on the left side of the image, overlapping the background scene of people looking at a smartphone.

60%

creo que el matrimonio
y la familia son la base
de la sociedad chilena

Sólo 10 pts menos que el
porcentaje de no chilennials que
está de acuerdo con esta
afirmación

A large yellow circle containing the text '73%' is positioned on the left side of the image. The circle is semi-transparent, allowing the background image of a family to be visible through it.

73%

está satisfecho con la
relación que tiene con
su familia

A semi-transparent red rectangular box is located in the bottom right area of the image. It contains the text 'Igual que los no chilennials' in white.

Igual que los no chilennials

El **estar cerca de la familia** es el segundo criterio más importante para los chilennials al momento de elegir un lugar donde vivir (igual que para los no chilennials).



Y si recibieran 100 millones de pesos, el **57%** ayudaría a su familia, igual que los no chilennials

#REALIDAD

Los chilennials son lo que son gracias a su familia, se deben a su esfuerzo. Hoy, les toca devolver la mano.

#MITO2

Libres ante todo

La tecnología es un bien básico...

**INTERNET
EN SUS
CASAS**

77%

CHILENNIAL

59%

NO CHILENNIAL

87%

CHILENNIAL

58%

NO CHILENNIAL

**TENENCIA
SMARTPHONES**

Però la possibilitat de estar
conectats 24/7 no els ha
hecho més lliures

*Un 79% declara que lo que
realment els esclaviza
hoy es la tecnologia*

Los chilennials sienten hoy que cada vez se hace más difícil separar lo personal de lo laboral.

Sienten que la libertad de poder elegir sus horarios se ha vuelto en su contra.

86%

de los chilennials siente que no puede separar lo laboral de lo personal.

66%

de los no chilennials cree lo mismo.

El emprendimiento hoy ha perdido fuerza en el ideal de los chilennials y lo ha ido ganando en los mayores

37%

de los chilennials declara que prefiere hoy un trabajo en el que pueda ser su propio empleador.

43%

de los no chilennials declara que prefiere lo mismo.

#REALIDAD

El exceso de libertad, potenciado en gran medida por la tecnología, los esclaviza. Hoy incluso vemos una revalorización del modelo de trabajo “tradicional”

#MITO3

La generación más
feliz de todas

**SE SIENTE
FELIZ
2005**

63%

Menor de 35 años

52%

Mayor de 35 años

**SE SIENTE
FELIZ
2016**

68%

Menor de 35 años

60%

Mayor de 35 años

A large yellow circle containing the text '65%' in white, bold, sans-serif font. The circle is positioned on the left side of the image, partially overlapping the woman's face.

65%

de los chilennials no cree en la afirmación “HOY ES MÁS FÁCIL SER FELIZ QUE ANTES”.

Vivir para ser feliz es más difícil hoy que antes.

La brecha en felicidad entre los menores de 35 y los mayores, en vez de ir creciendo (en 2005 era +11), se ha achicado (hoy es de +8).



“Vivo la vida que siempre soñé tener”

24%

de los
chilennials

32%

de los no
chilennials

Sabemos que toda nueva generación comienza deseosa de cambiarlo todo y diferenciarse de la anterior. Pero esta búsqueda, también tiene costos.

¿Has experimentando alguna de estas sensaciones en los últimos seis meses?

Porcentaje de chilennials que responde que sí

69%

ESTRÉS

63%

ANSIEDAD

42%

FRUSTRACIÓN

20%

RABIA

Cada generación tiene un “dolor” y que influye en la generación siguiente.

Baby boomer

SOLEIDAD

Frustración

Gen X

DEPRESIÓN

Rabia /
desencanto

Chilennial

**ANSIEDAD /
ESTRÉS**



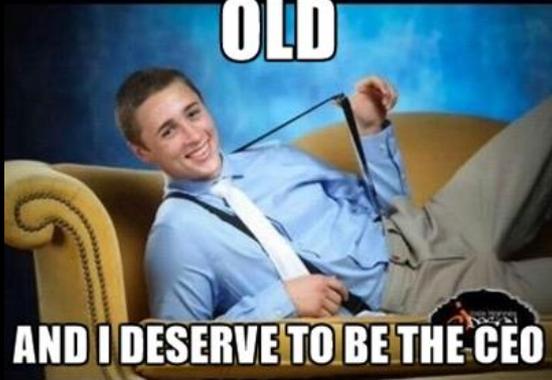


#REALIDAD

Son felices porque los jóvenes, siempre, son más felices. Los chilennials asumen que ser feliz hoy es más difícil que en el pasado. Y la búsqueda de esa felicidad tiene costos.

Estos estereotipos han tenido un impacto doloroso en esta generación. Son blanco de burlas por los mayores. Les cuesta más encontrar un trabajo porque está el prejuicio de que son poco comprometidos y hacen lo que quieren.

**I'M 20 YEARS
OLD**



**AND I DESERVE TO BE THE CEO
ALREADY**

memegenerator.net

**A MILLENNIAL WHO ACCEPTS
CONSTRUCTIVE CRITICISM**



**NOW THERE'S SOMETHING
I DON'T SEE VERY OFTEN**

imgflip.com

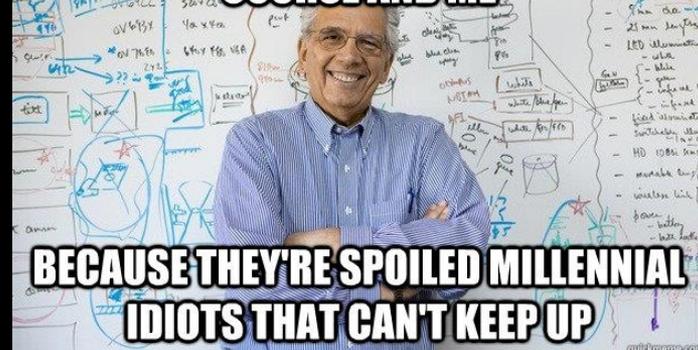
**DEAR MILLENNIALS,
WELCOME TO LIFE.**



**THAT PARTICIPATION
TROPHY YOU WOULD GET
AS A KID, IT DOESN'T
WORK HERE.**

theshapper.com

**EVERYBODY BITCHES ABOUT MY
COURSE AND ME.**



**BECAUSE THEY'RE SPOILED MILLENNIAL
IDIOTS THAT CAN'T KEEP UP**

memegenerator.com

**HAS NO JOB, NO EDUCATION
AND LIVES WITH PARENTS**



**OFFERED A JOB BUT TURNS
IT DOWN BECAUSE IT DOESN'T
START AT \$35,000 A YEAR**

imgflip.com



CON TODA ESTA CARGA NEGATIVA,

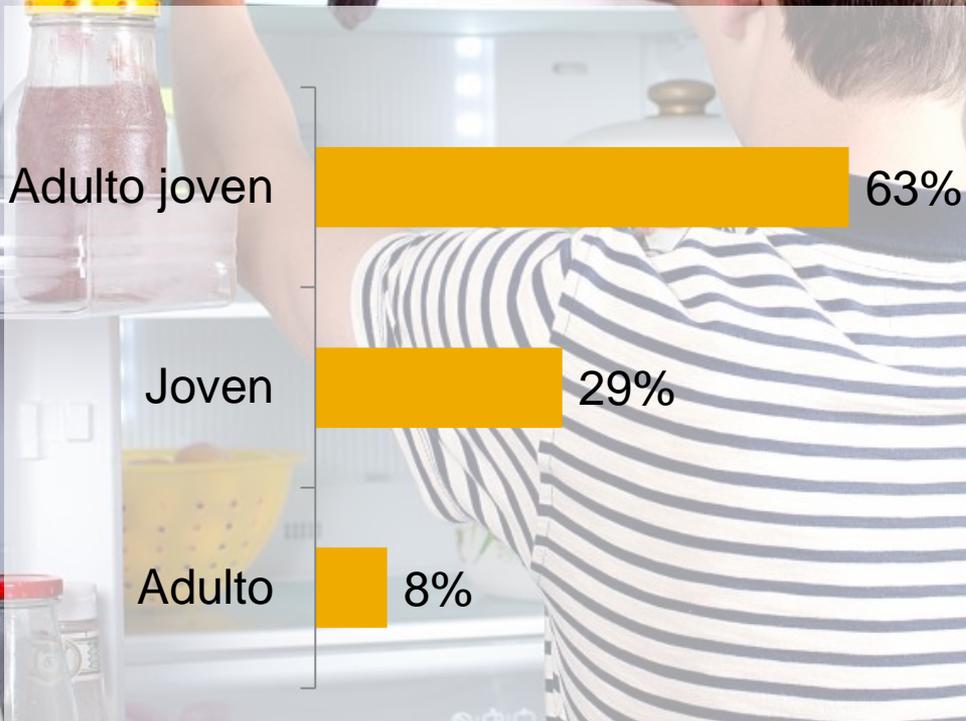
NO ES EXTRAÑO QUE EL 0% DE
QUIENES TIENEN ENTRE 15 Y 35 AÑOS SE
DECLARE

MILLENNIAL

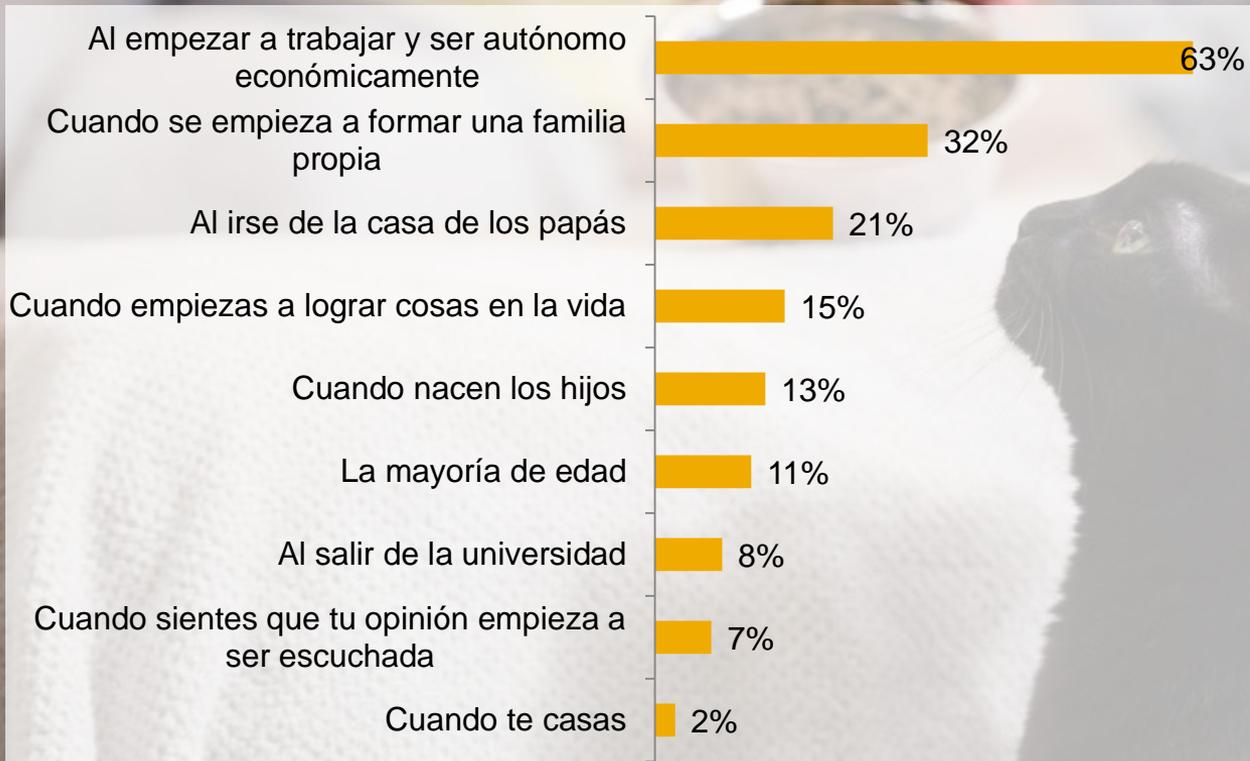


¿Cómo se definen entonces?

GfK



¿Qué hitos definen el paso a la adultez?

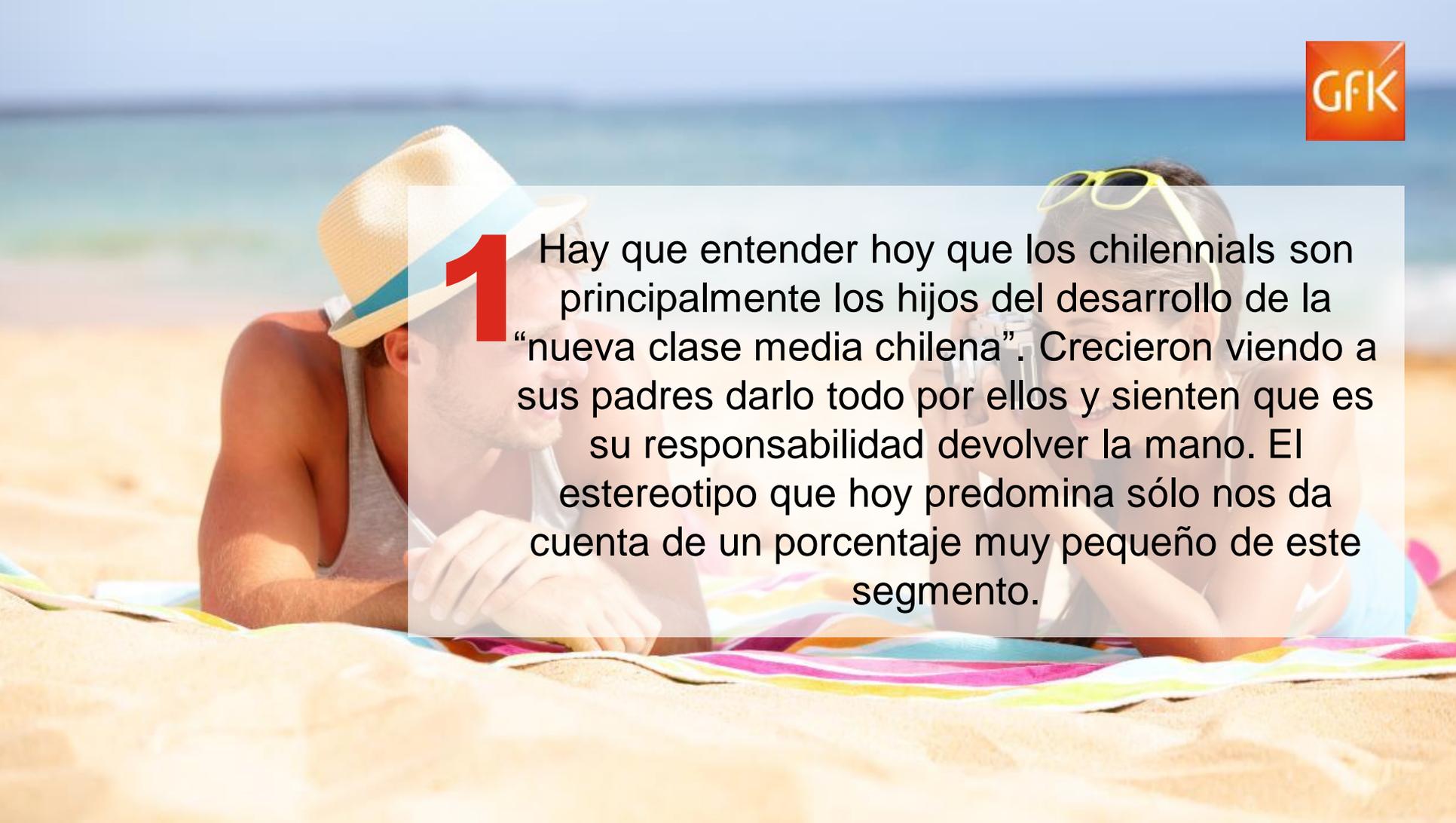




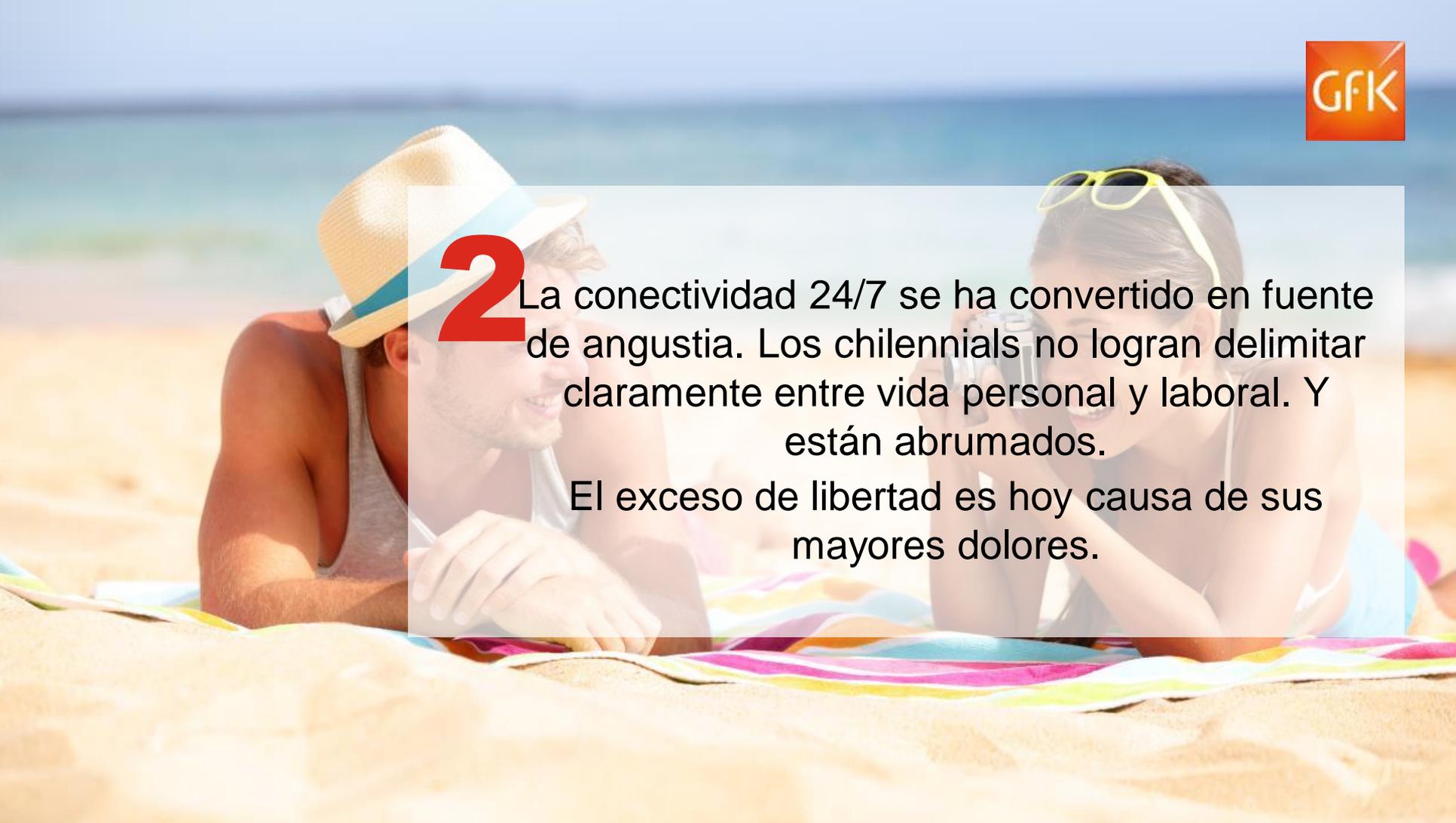
Ahora,
queremos dejar la conversación abierta
en torno a algunos temas



EL REAL “CHILENNIAL” ES EL HIJO
DE LA CLASE MEDIA CHILENA.



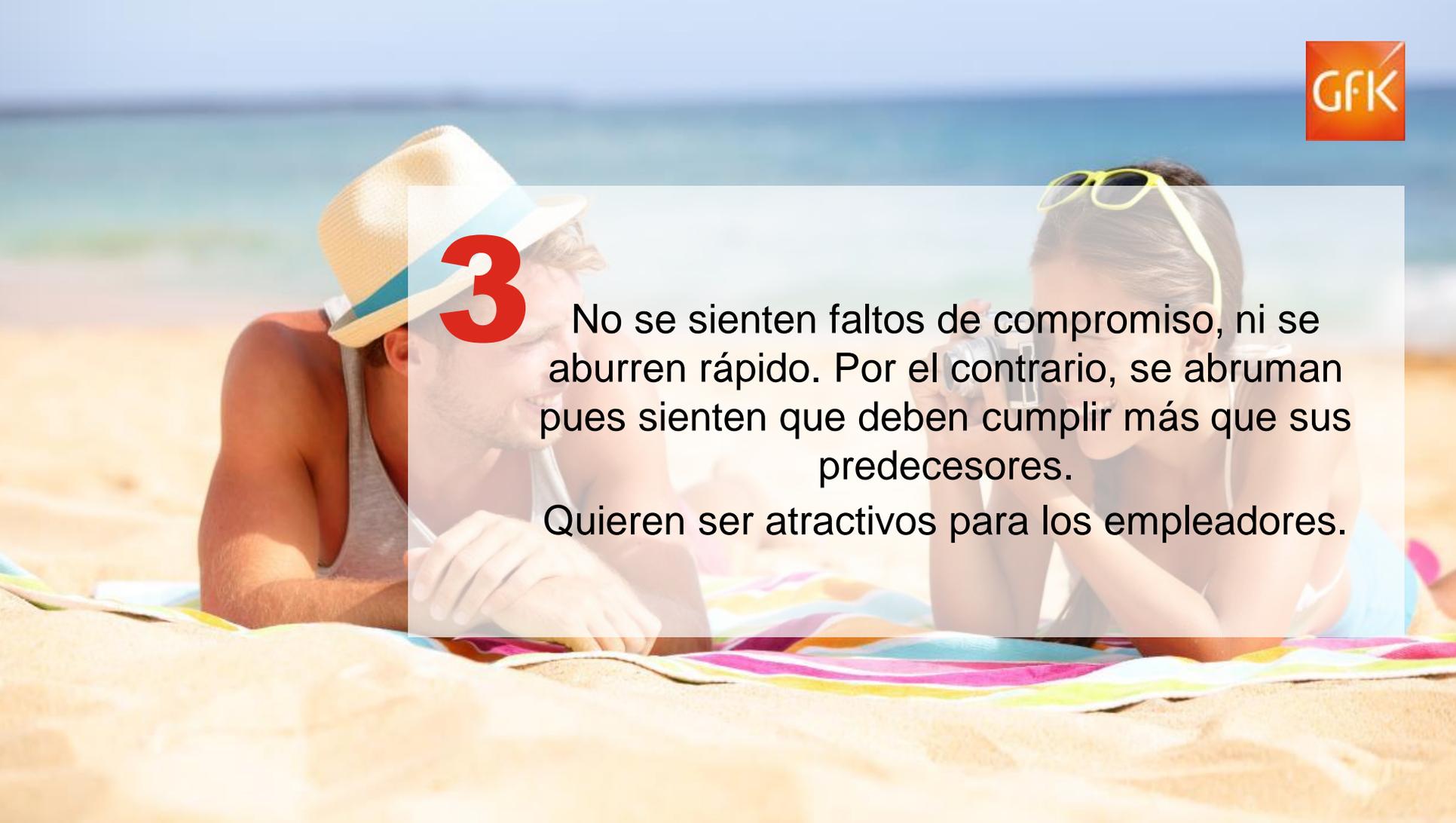
1 Hay que entender hoy que los chilennials son principalmente los hijos del desarrollo de la “nueva clase media chilena”. Crecieron viendo a sus padres darlo todo por ellos y sienten que es su responsabilidad devolver la mano. El estereotipo que hoy predomina sólo nos da cuenta de un porcentaje muy pequeño de este segmento.



2

La conectividad 24/7 se ha convertido en fuente de angustia. Los chilennials no logran delimitar claramente entre vida personal y laboral. Y están abrumados.

El exceso de libertad es hoy causa de sus mayores dolores.



3

No se sienten faltos de compromiso, ni se aburren rápido. Por el contrario, se abruman pues sienten que deben cumplir más que sus predecesores.

Quieren ser atractivos para los empleadores.



4

Son conscientes que ser feliz hoy es más complicado (o al menos involucra más variables) que en el pasado. Quieren volver a lo simple.

Muchos olvidamos que parte esencial de nuestro trabajo es poder entender realmente al segmento que queremos servir. Lamentablemente hoy, el estereotipo del *“Millennial de clase alta, con poder adquisitivo, autocentrado, que sólo quiere viajar y que no se compromete con un trabajo”* nos ha nublado la vista y ha hecho que los jóvenes se hayan ido alejando de las marcas...

2009: ICM promedio chilennials era de 675 ptos.

2016: ICM promedio chilennials es de 593 ptos.

Las marcas pierden en los jóvenes un 12% de su valor, cuando en los no chilennials sólo han perdido un 2%, es decir, 6 veces más.

“Los estereotipos son el peor enemigo del marketing”

Las feministas no quieren que los hombres
desaparezcan

Los inmigrantes no son delincuentes

Los viejos no son inútiles

Los pobres no quieren todo gratis

Por eso pensamos que 2017 debe ser el año
para hablarle a los chilenos sin
preconceptos y sin juicios de valor.

El año de volver a hacernos preguntas más
que autorrespondernos.

Gracias,

Sigamos conversando
josemiguel.ventura@gfk.com