



ASOCIACION ESPAÑOLA
PRIMERA EN SALUD

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

primer estudio sobre Millennials en Uruguay



objetivo:

Caracterizar a los **millennials** en comparación con **generaciones anteriores** en términos de actividades, consumos, cuidado de la salud, aceptación de la diversidad y autoidentificación generacional

técnica:

Encuestas online realizadas a varones y mujeres mayores de 18 años residentes en Montevideo y Área Metropolitana, entre Marzo y Abril de 2018.

definiciones:

- **MILLENNIALS:** Nacidos entre 1985 y 2004
(Fueron encuestados sólo los mayores de 18 años)
- **GENERACIÓN X:** Nacidos entre 1965 y 1984
- **BABY-BOOMERS:** Nacidos entre 1945 y 1964



identificación de la propia generación entre personas de distintas generaciones

MILLENNIALS

GEN-X

BABY-
BOOMERS

Conoce el nombre asignado
a su propia generación

29%

18%

3%

Considera parecerse en sus
actitudes a las personas de
su edad por haber nacido y
crecido en la misma época

37%

39%

38%

Cree que su generación se
extiende al menos +/- 5 años
respecto de su propia edad

54%

72%

85%

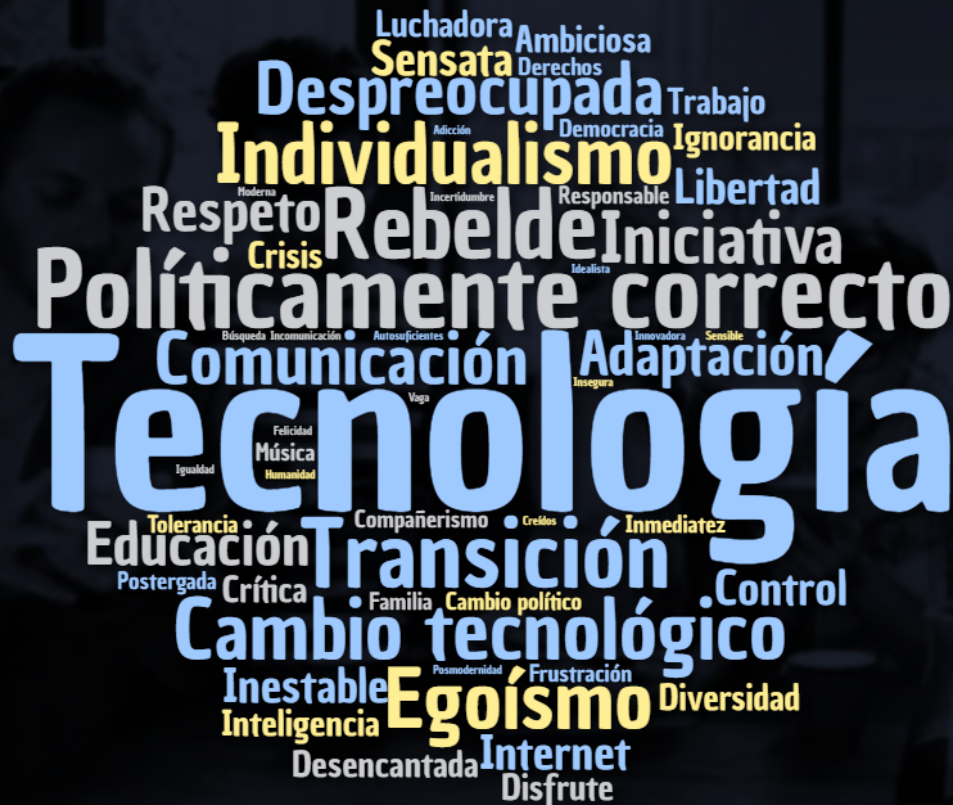
Escasa autoidentificación generacional

Los millennials **son quienes más reconocen su propio nombre generacional, pero en términos absolutos son pocos los que lo conocen**. Quienes conocen el término «millennial», están concentrados en los niveles educativos y ocupacionales más altos, y en la zona sureste de Montevideo.

Sólo 4 de cada 10 se identifican con sus **coetáneos por compartir una generación** (en esto no se distinguen de otras generaciones), y a su vez **son la generación que considera más acotada la ventana temporal generacional**.



palabras con las que los millennials definen a su propia generación



Consenso en la tecnología, desacuerdo en las actitudes

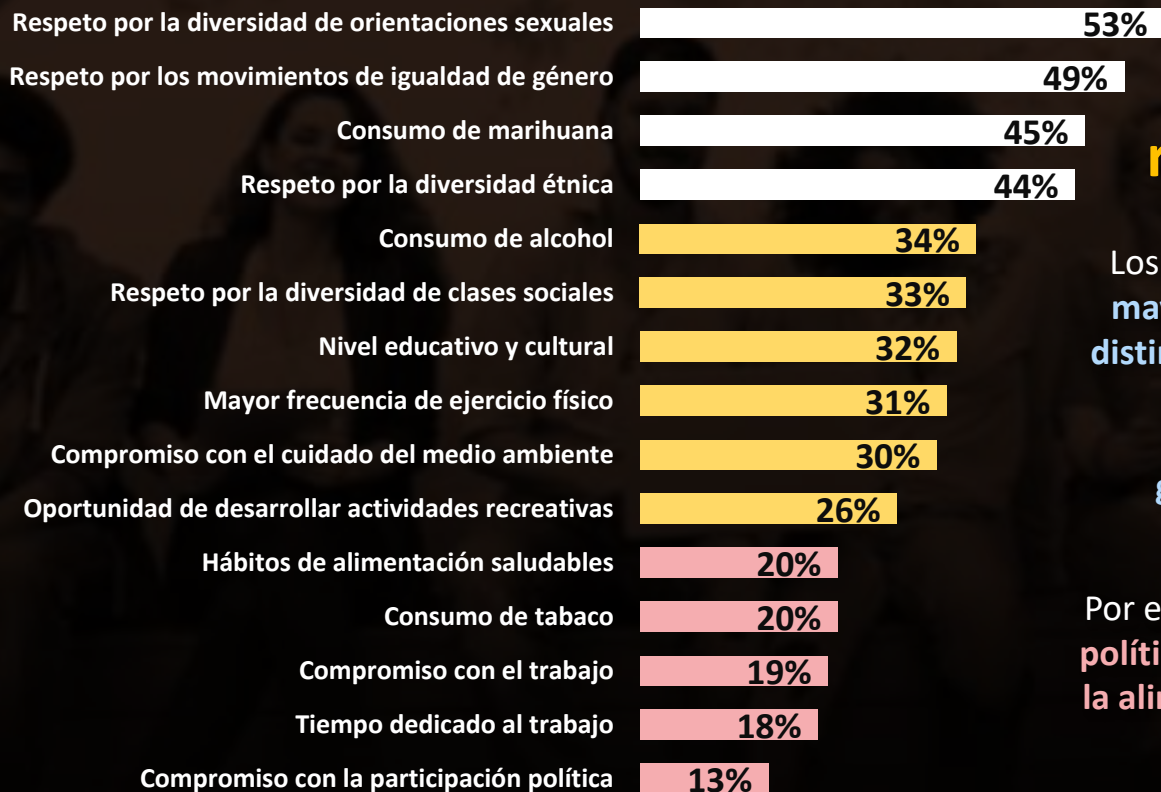
Entre los millennials, la revolución tecnológica estructura con mucha fuerza a la identificación generacional.

Las definiciones basadas en actitudes tienen también mucha relevancia, aunque son muy dispersas y variadas: aparece una veta de definiciones basadas en el “individualismo” y el “egoísmo”, pero también cobran fuerza definiciones desparejas contradictorias como “políticamente correcto”, “rebelde”, “adaptación”, “despreocupada” o “iniciativa”.

La dimensión política está casi completamente ausente de su propia definición generacional.



características que los millennials se atribuyen a sí mismos más que a otras generaciones



Identificación con el respeto por la diversidad

Los millennials se atribuyen para sí mismos el **mayor respeto a la diversidad social entre las distintas generaciones**—más allá de que, según veremos más adelante, esto no se cumple necesariamente. Además, **identifican a su generación como la de mayor consumo de marihuana.**

Por el contrario, consideran que **el compromiso político, con el trabajo, el consumo de tabaco y la alimentación saludable no son atributos que identifiquen a su generación.**



actitudes efectivas de tolerancia social para las distintas generaciones

MILLENNIALS

GEN-X

BABY-
BOOMERS

Tolerancia plena hacia
otros orígenes étnicos

80%

89%

82%

Tolerancia plena hacia otras
orientaciones sexuales

80%

81%

75%

Tolerancia plena hacia
otras clases sociales

61%

66%

66%

Reconocimiento pleno de
movimientos feministas

31%

22%

24%

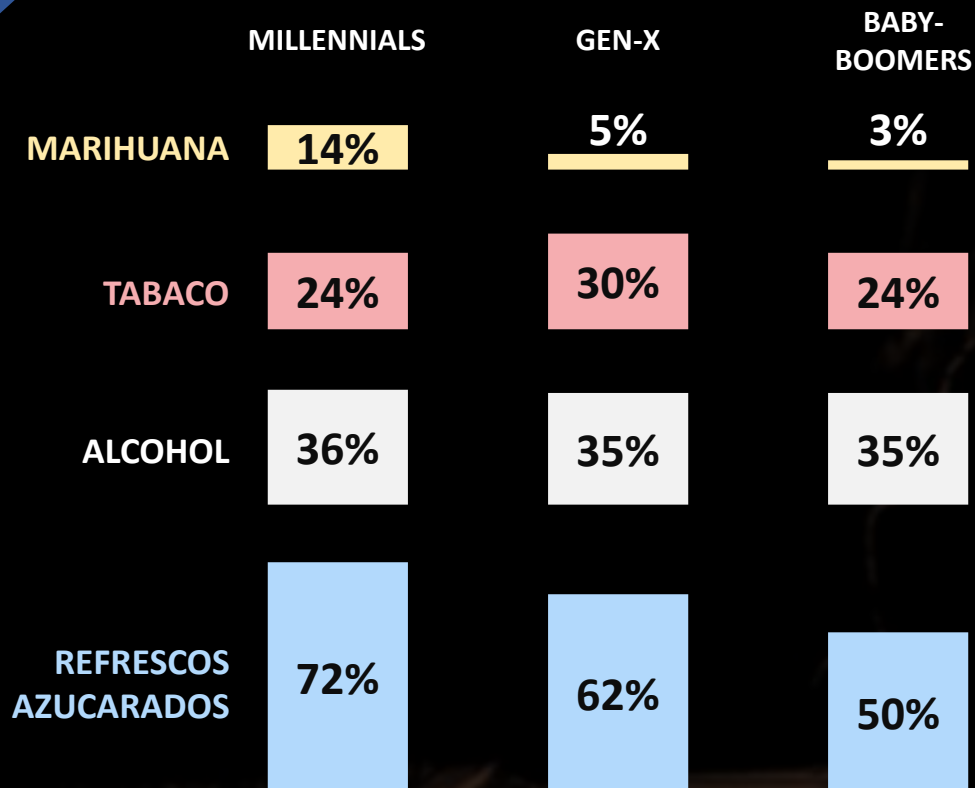
No tan distintos

Al analizar las dimensiones de discriminación y reconocimiento social, encontramos que **no se producen diferencias relevantes entre las generaciones en las actitudes de aceptación de grupos que sufren distintos tipos de discriminación social.**

Los Millennials se distinguen de generaciones anteriores en una **mayor aceptación por las demandas del movimiento feminista**, pero también con una **menor aceptación de personas de distintas clases sociales.**



consumos no saludables entre las distintas generaciones



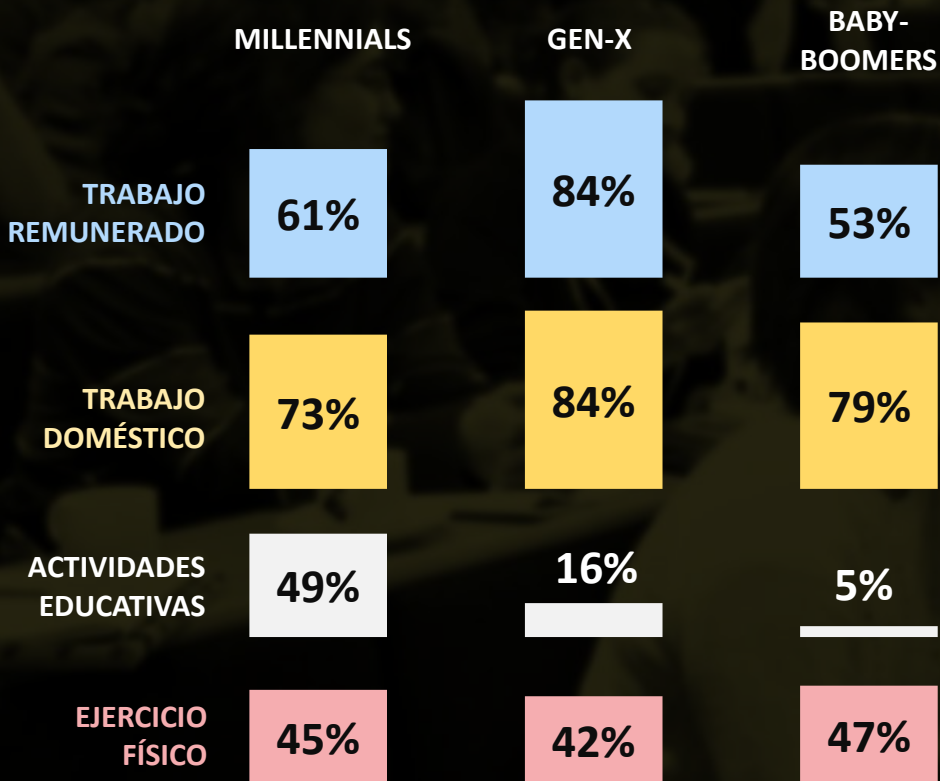
Diferencias esperadas, similitudes desconocidas

En términos de consumos, los **Millennials** presentan la mayor incidencia de consumo de **marihuana y de refrescos y gaseosas con azúcar**. Esta diferencia refleja la percepción actitudinal que los millennials tienen de su generación en el mayor consumo de marihuana y peores hábitos de alimentación.

No ocurre lo mismo en el caso del consumo de alcohol (con el que los millennials identificaban a su generación) y de tabaco (con el que los millennials identificaban a otras generaciones): en esos consumos no se observan diferencias sustantivas entre generaciones.



actividades realizadas por las distintas generaciones



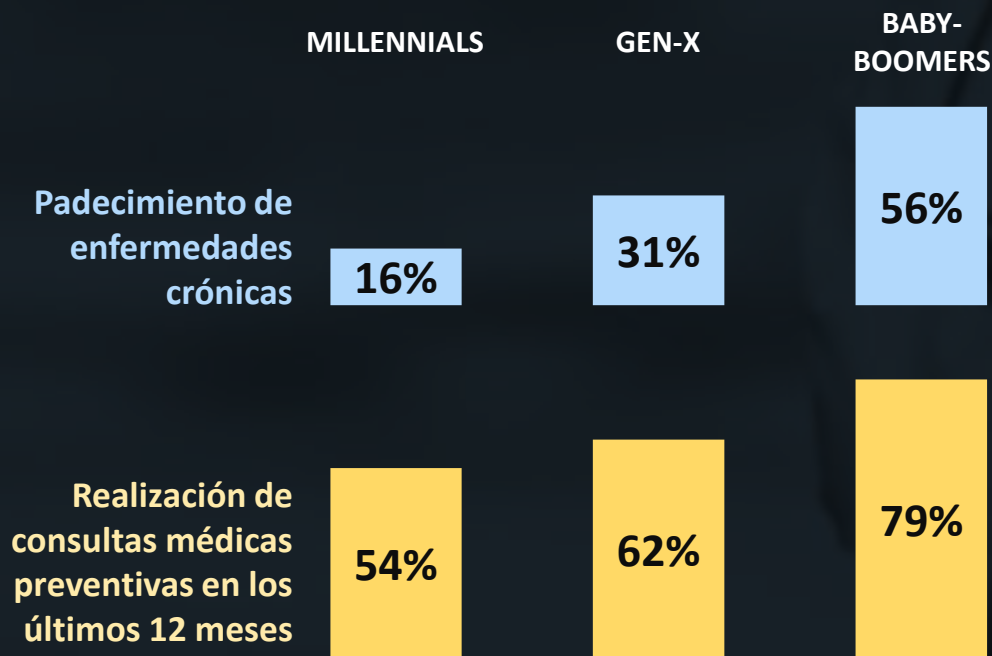
Actividades explicadas por el ciclo de vida

Los millennials se caracterizan por una mayor participación en la matrícula estudiantil, pero trabajan menos que la generación anterior, tanto de forma remunerada como no remunerada.

Si bien la salida del hogar paterno tiende a postergarse cada vez más a la vez que se prolongan las trayectorias educativas y se pospone la entrada al mercado de trabajo en los estratos más altos, la **estructura de actividades de los Millennials aparecen claramente asociadas al ciclo de vida de los más jóvenes, más que a la pertenencia a una generación.**



atención a la salud por las distintas generaciones



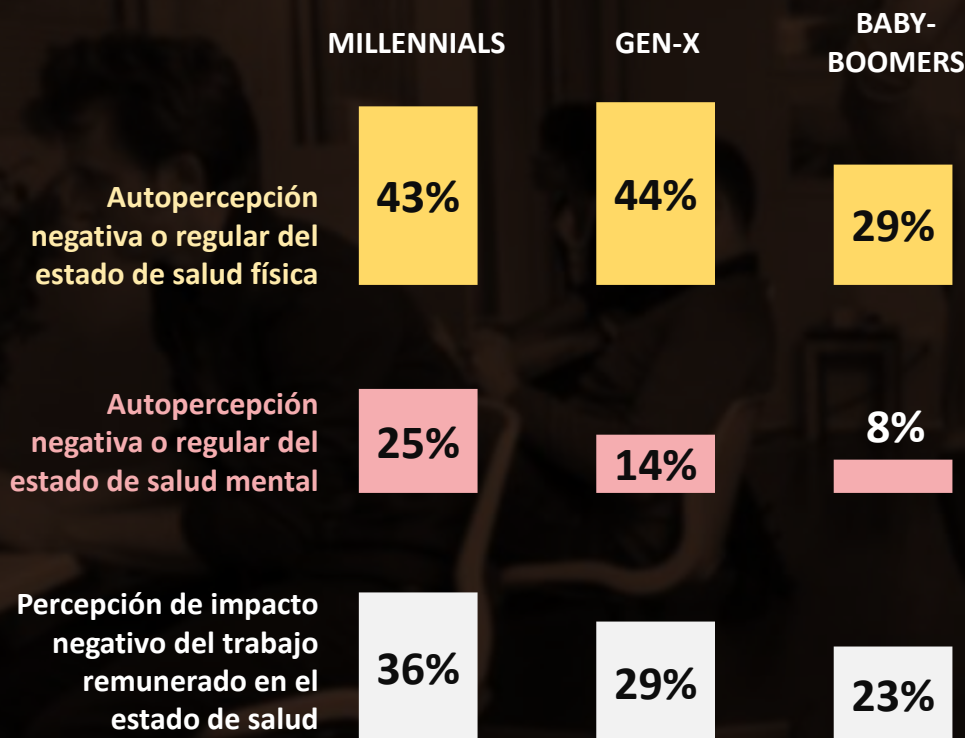
Salud y atención vinculadas al ciclo de vida

Las principales diferencias entre los millennials y las generaciones anteriores en términos de atención a la salud, **son explicables por el ciclo de vida, antes que por factores generacionales**. El padecimiento (y detección) de enfermedades crónicas aumenta sistemáticamente con la edad, y la realización de consultas médicas presenta el mismo comportamiento.

Cabe destacar que **casi 4 de cada 10 millennials que padecen enfermedades crónicas manifestó no realizar un tratamiento**, lo cual enciende una alarma sobre la necesidad de trabajar con esta generación sobre la importancia de prácticas preventivas y de atención primaria.



percepción del estado de salud por las distintas generaciones



Mayor sensibilidad al malestar físico y emocional

En términos de salud mental, los millennials manifiestan encontrarse en peor estado que lo que indican las generaciones anteriores.

Asimismo, son quienes evalúan de peor forma el impacto de las actividades laborales en su estado general de salud.

La peor autopercepción del estado de salud entre los más jóvenes no parece ser explicable por el ciclo de vida de las personas. **Parece más probable que exista un componente generacional de mayor sensibilidad a estados de malestar físico y emocional entre los Millennials.**

 Juan D. Jackson 1126

 (+598) 2412 1818*

 www.factum.uy

 factum@factum.uy

 @FactumUy

 /FactumUy

 FACTUM UY

CAMPO PROFESIONAL

Excelencia en técnicas de muestreo y selección de entrevistados, relevadores profesionales, tecnología y big data, y completa trazabilidad de la información.

INFORMACIÓN CLARA Y ÚTIL

Informes concisos, presentados con claridad, con resúmenes ejecutivos y recomendaciones de activación, orientados a la toma de decisiones en base a los objetivos de investigación.

SOCIOS EN EL CONOCIMIENTO

Trabajamos con nuestros clientes como socios de investigación, conocemos sus desafíos de negocios, y comprometemos toda nuestra capacidad técnica al servicio de sus objetivos.

Objetivos

Relevamiento

Análisis

Presentación

INNOVACIÓN ANALÍTICA

Orientación a objetivos, segmentaciones innovadoras, e interpretación de hábitos y necesidades de consumo en el marco de la vida cotidiana.