

Universidad de Chile

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela de Economía y Administración

PERFIL DE LA GENERACIÓN Y CHILENA

PRINCIPALES VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y CONDUCTUALES

Seminario para optar al Título Profesional de Ingeniero Comercial Mención
Administración

CAROLINA SEPÚLVEDA ACEVEDO

Profesor Guía: Nicole Pinaud Verde-Ramo

Santiago, Chile 2013

A mis papás y hermanos por el amor incondicional que me ha permitido crecer,

A mis amigos por la confianza y el cariño que me ha fortalecido,

Y a Dios por darme todo.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	6
2.	OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS GENERALES	9
2.1.	Objetivos de la Investigación	9
2.2.	Descripción de la Investigación.....	9
2.2.1.	Objetos de Estudio.....	9
2.2.2.	Framework.....	10
3.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	14
3.1.	Etapas Seleccionadas	14
3.2.	Hipótesis	14
3.3.	Selección de Muestra.....	16
4.	BASE DEL ESTUDIO: LOS MILLENNIALS	20
5.	¿QUIENES SON LOS MILLENNIALS CHILENOS?	24
5.1.	Perfil Sociodemográfico	24
5.1.1.	Datos Demográficos	24
5.1.2.	Educación	26
5.1.3.	Regímenes Familiares	27
5.1.4.	Fecundidad y Tamaño de Hogares	29
5.1.5.	Demografía del Millennial Chileno.....	30
5.2.	Perfil Conductual.....	31
5.2.1.	Tecnología	31
5.2.2.	Estrés y otros trastornos mentales	34
5.2.3.	Padres Helicópteros	37
5.2.4.	Orientación al trabajo en equipo.....	39
5.2.5.	Reconocimiento	40
5.2.6.	Optimismo y Cambios	42
5.2.7.	Conducta del Millennial Chileno.....	44
6.	INVESTIGACIÓN APLICADA.....	46

6.1.	Perfil Sociodemográfico	46
6.1.1.	Datos Demográficos	46
6.1.2.	Educación	47
6.1.3.	Regímenes Familiares	47
6.1.4.	Fecundidad y Tamaño de Hogares	48
6.1.5.	Demografía de la muestra.....	48
6.2.	Perfil Conductual de la Muestra	48
6.2.1.	Tecnología	48
6.2.2.	Estrés y otros trastornos mentales	50
6.2.3.	Padres Helicópteros	51
6.2.4.	Orientación al trabajo en equipo.....	53
6.2.5.	Reconocimiento	54
6.2.6.	Optimismo y Cambios	55
6.2.7.	Conducta de la muestra.....	56
6.3.	Evaluación de Hipótesis	57
7.	CONCLUSIÓN	60
	ANEXOS	61
	BIBLIOGRAFÍA	68

1. INTRODUCCIÓN

Son llamados la “Generación Y”, “Generación Internet”, “Generación Next” y “Millennials”. Aún no hay un consenso sobre su extensión etaria, pero generalmente se refiere a los nacidos entre 1980 y 1994. Han sido testigos y protagonistas de importantes fenómenos socioculturales asociados a internet como el boom de las redes sociales y acceso masivo a la información; además, de los cambios en la conformación y dinámica de las familias.¹

Revisando las cifras entregadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), durante las últimas décadas, la familia “clásica” (nuclear biparental y bajo el régimen matrimonial) ha perdido protagonismo, dando paso a nuevas estructuras familiares. Un tercio de los hogares chilenos tiene una mujer como dueña de hogar y se ha evidenciado un aumento de las familias monoparentales con hijos.

Otra tendencia importante es la reducción sostenida del número de hijos por familia. El número de hijos promedio por mujer durante la década del 60 era superior a 5; para 2008, fue de 1,92. Así mismo el número de personas por hogar ha descendido significativamente; lo que queda de manifiesto en las mediciones que en 1960 indicaban un promedio de 5,4 en contraste con las del año 2012 que estimaban 2,6 personas por hogar.

¿Cómo están afectados estos cambios en las familias en la formación de los jóvenes Millennials? ¿Cómo están influenciando sus valores, sus hábitos y sus expectativas? ¿Qué rol están jugando las familias, los padres en esta generación?

En otro aspecto, este grupo tiene acceso como ningún otro antes en la historia, a la educación superior. Según datos del Consejo Nacional de Educación, entre 2004 y 2011 la matrícula de Universidades e Instituto Profesionales aumentó de 149.689 a 854.503

¹ (Elam, Stratton, & Gibson, 2007)

estudiantes (incremento del 470,85%)². Esto se debe, principalmente, al aumento de la cobertura financiera para educación (tanto becas como créditos) y al aumento de la oferta académica.

Las instituciones de educación han debido adaptarse a estos cambios, asociados no sólo al aumento en número de estudiantes. Debido a su formación y otros cambios ocurridos en las últimas décadas, junto con el ingreso de los Millennials a la educación superior se desarrollaron nuevas exigencias respecto a los sistemas de aprendizajes empleados en la preparación de los nuevos profesionales, las competencias necesarias para desenvolverse en el mercado laboral, etc. ¿Cómo están impactando los jóvenes de la generación Y estas instituciones? ¿Qué cambios se han evidenciado en este vínculo?

Debido al importante incremento de estudiantes en educación superior, este acceso a educación está generando una cantidad importante de nuevos profesionales aspirando a ingresar al mercado laboral los próximos años. Durante la última década, la tasa de crecimiento anual de titulados de carreras de pregrado asciende al 9,8%.³ Profesionales que tienen nuevas maneras de ver su entorno, de relacionarse, de trabajar y de sentirse plenos.

Esto, consecuentemente, está desafiando al mercado laboral para lograr la integración de los profesionales de la generación Y. Este proceso no es automático y requiere de la disposición tanto de los empleadores y equipos donde estos profesionales se integran, así como también de ellos mismos.

Por lo tanto, es clave que las empresas que desean capturar este talento y retenerlo (en un mercado laboral cada vez más dinámico) reconozcan a esta generación, que sean capaces de conocer sus atributos y sistemas de trabajo para integrarlo, aprovecharlo y alinearlos con los objetivos de sus organizaciones.

Es por ello, que la presente investigación busca adentrarse en estas temáticas. Reconocer y caracterizar a los Millennials chilenos, creando una visión panorámica de las tendencias mencionadas y otras que puedan identificarse durante el desarrollo de este estudio. Incluir en este análisis a las familias, entendiendo sus dinámicas y la influencia que ejercen sobre

² (Paulus, Geoffroy, & Olea, 2011)

³ (Rolando, Salamanca, & Rubilar, 2010)

estos jóvenes. Y, por supuesto, a las organizaciones y empresas, definiendo los desafíos y oportunidades que conlleva el ingreso de los Millennials al mundo laboral.

2. OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS GENERALES

2.1. Objetivos de la Investigación

La presente investigación analiza las características particulares de los profesionales Millennials, así como los desafíos que presentan a las organizaciones que integran. El objetivo definido es **identificar los desafíos que implica integrar a los profesionales de la generación Y (Millennials) al mercado laboral para que las organizaciones puedan detectar estas oportunidades y así atraer y retener el nuevo talento.**

Con la finalidad de conseguir resultados óptimos, se definieron objetivos específicos ligados al análisis que debe desarrollarse para conseguirlos:

1. Identificar a los integrantes de la generación Y en Chile, definiendo sus variables sociodemográficas y otras relacionadas.
2. Caracterizar a los integrantes de la generación Y chilena o *Millennials chilenos* reconociendo sus principales atributos psicográficos, enfocados principalmente en sus hábitos, estilo de vida y valores.
3. Reconocer la dinámica asociada a las familias de los *Millennials chilenos*, identificando a sus actores, sus relaciones y la influencia de las familias sobre sus decisiones y acciones.
4. Determinar las expectativas de los Millennials asociadas a su ingreso al mercado laboral, evaluando la capacidad de las organizaciones para responder a esas expectativas.

2.2. Descripción de la Investigación

2.2.1. Objetos de Estudio

Al revisar los objetivos descritos para la investigación se pueden identificar tres actores claves que serán considerados en el análisis: Millennials, sus familias y las organizaciones que integran.

Evidentemente, el principal lo conforman los integrantes de la generación Y. Respecto a este grupo, se espera concluir con un perfil que los describa y que los caracterice para reconocer sus principales atributos. En este sentido, la investigación debe considerar las siguientes líneas de desarrollo:

- Perfil Socio-demográfico: Conformación por edad, género, y otras variables que permitan tener una visión general de sus integrantes. Además de otros indicadores asociados a las tendencias sociales y culturales que han afectado la formación de este grupo.
- Perfil Psico-conductual: Descripción de principales atributos asociados a su conducta y personalidad, es decir, hábitos, conducta, valores, entregando las claves para entender sus expectativas.

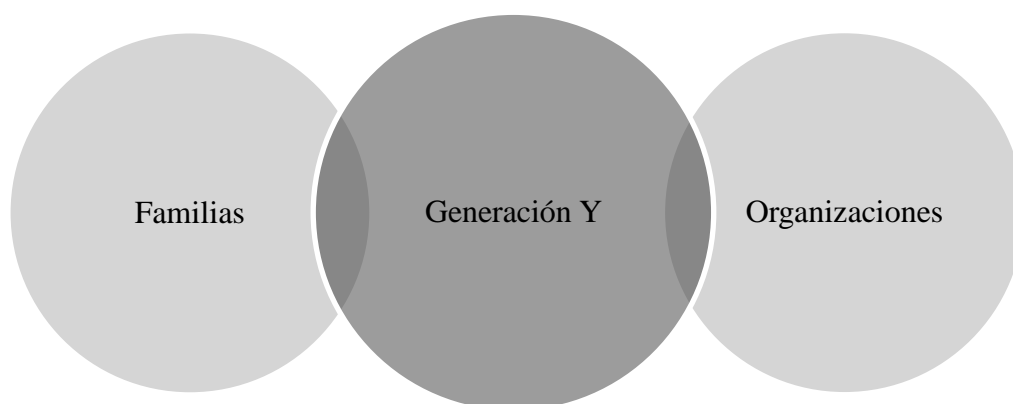
Otro objeto de investigación lo conforman las familias de la generación Y. Es importante realizar una lectura completa de este grupo: caracterizando a las familias, indagando en cómo se conforman y cómo interactúan, qué tendencias los afectan, qué elementos las describen. Sin embargo, el enfoque debe estar situado en analizar cómo las familias influyen a los Millennials afectando su comportamiento, toma de decisión y proyecciones.

Finalmente, se consideran las organizaciones (principalmente, empresas) que son las interesadas en contar con estos profesionales de la generación Y. Es importante realizar dos lecturas, en dos direcciones respecto a este punto. Por una parte, cómo los Millennials se integran a las organizaciones, cuáles son sus expectativas respecto a la inclusión en el mercado laboral y qué aspectos se ven impactados con su cultura. Adicionalmente, analizar la segunda perspectiva: cómo las organizaciones integran a los Millennials; qué esperan de estos profesionales, qué cambios están aconteciendo para su ajuste. Sin dudas que las dos perspectivas serán las claves para contrastar y concluir los desafíos asociados a este proceso.

2.2.2. Framework

La investigación tiene esta triple visualización dependiendo del objeto de estudio que se analice. El siguiente gráfico presenta los tópicos en estudio.

Ilustración 1 - Tópicos de Investigación



Fuente: Elaboración Propia

De modo de mantener una cohesión dentro de las distintas etapas que pudiesen desprenderse de esta investigación se ha diseñado el siguiente esquema de investigación que regirá la totalidad de las fases definidas.

Ilustración 2 – Esquema de Investigación



Fuente: Elaboración Propia

La primera etapa (Diseño de Investigación) está enfocada en la recopilación de información obtenida de fuentes secundarias de manera de conocer las principales ideas y análisis que se han desarrollado en torno al tema de estudio. Es decir, la generación de un marco conceptual que permita delinear los siguientes pasos de la investigación.

Luego, para las etapas 2, 3 y 4, el diseño metodológico se compone de las siguientes etapas:

1. Identificación de Objeto de Estudio
2. Hipótesis

3. Recolección de Datos

a. Fuentes Primarias

b. Fuentes Secundarias

4. Análisis de Datos

5. Resultados y Conclusiones

Las especificaciones respecto a las herramientas de recolección de datos que se utilizarán para cada objeto de estudio (Etapa 2, 3 y 4) se detallan a continuación. Estas se han escogido basadas en un muestreo por conveniencia, analizando las propias ventajas y desventajas de cada una de las herramientas, de manera de realizar una selección óptima.

Tabla 1 - Herramientas de Recolección de Información

Objeto de Estudio	Familias	Generación Y	Organizaciones
Fuentes Primarias	Focus groups mediante muestreos no aleatorios (padres, profesores, etc.). Para complementar la información, se pueden utilizar entrevistas en profundidad.	Focus groups mediante muestreos no aleatorios, en los que se profundicen las principales conclusiones extraídas de fuentes secundarias.	Entrevistas en profundidad con psicólogos laborales, gerentes y encargados de recursos humanos, headhunters, etc.
	Podría complementarse con encuestas presenciales o formato online, según las necesidades de información.		
Fuentes Secundarias	Publicaciones académicas de diversas fuentes, datos gubernamentales, estudios e investigaciones provistas por organismos válidos y confiables, encuestas y herramientas similares que estén acorde a las necesidades de información siempre que estas provengan de organismos válidos y confiables.		

Fuente: Elaboración Propia

Adicionalmente, se ha definido el resultado esperado para las etapas 5 (Análisis de Datos y Contenido) asociado a cada objeto de estudio, tal como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 2 - Resultados Esperados según etapa de investigación

Objeto de Estudio	Familias	Generación Y	Organizaciones
Resultados Esperados	Perfil de caracterización de la familia de la generación Y, especificando la influencia que ejerce en sus conductas y expectativas.	Perfil detallado con principales variables demográficas, sociales, psicológicas y conductuales de los <i>Millennials</i> chilenos.	Listado de principales desafíos y oportunidades de la inserción de jóvenes profesionales de la generación Y en las empresas y organizaciones.

Fuente: Elaboración Propia

De este modo se espera obtener un panorama completo e integral de los principales aspectos involucrados en el impacto provocado por esta generación y así desarrollar la sexta etapa (Resultados y Conclusiones) obteniendo ideas finales de la investigación.

3. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Etapas Seleccionadas

Esta investigación comprende las etapas 1 y 3 del diseño metodológico proponiendo el desarrollo futuro de investigaciones complementarias con las etapas 2 y 4. Adicionalmente, en la presente investigación, se desarrollan las etapas 5 y 6 de manera parcial.

Ilustración 3 – Etapas de Investigación Seleccionadas



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al alcance definido, el resultado esperado es **generar el perfil demográfico, social, psicográfico y conductual de los jóvenes de la generación Y chilena**, estableciendo sus principales atributos y características.

3.2. Hipótesis

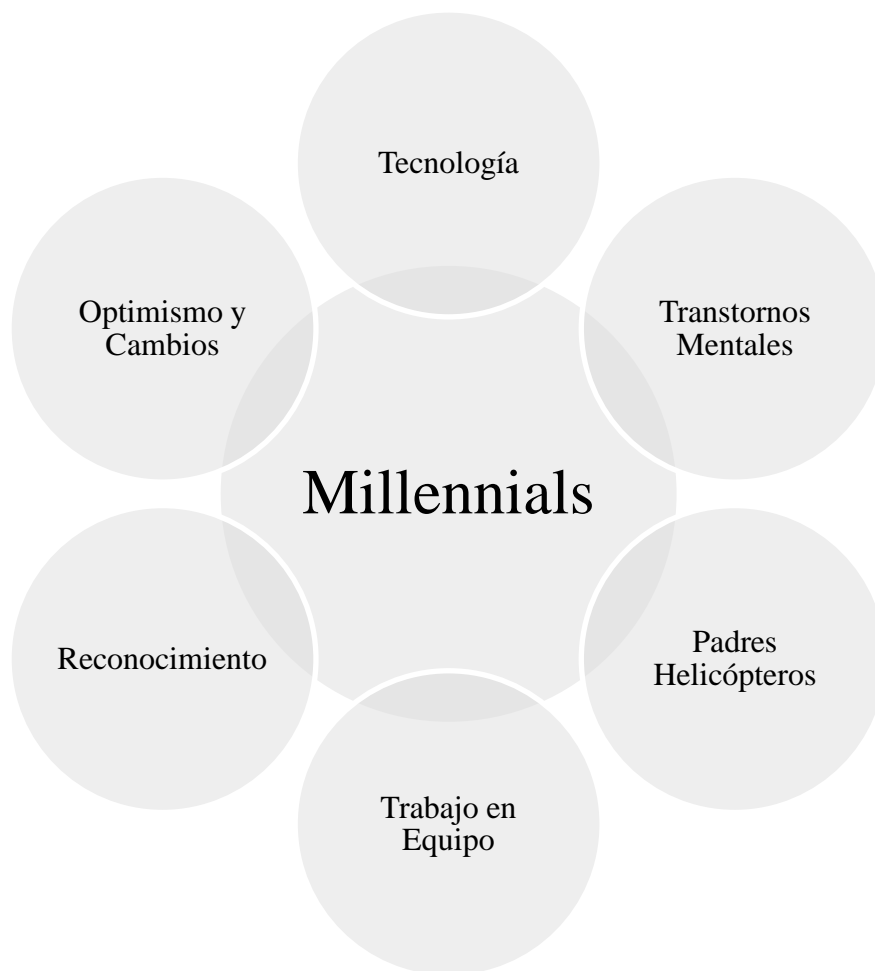
Se han definido dos hipótesis guías de la investigación, las cuales buscan especificar la naturaleza del perfil a diseñar. Las hipótesis presentadas responden a cuestionamientos claves asociados al resultado de la investigación y al marco teórico considerado.

Hipótesis A: Existen atributos comunes que permiten diseñar un perfil asociado a la generación Y chilena.

Esta idea plantea que, obviando casos muy específicos, se pueden identificar un grupo de características comunes a los chilenos nacidos entre 1980 y 1994 (identificados como generación Y o Millennials).

La investigación se desarrolla en base a 6 temáticas fundamentales, de acuerdo a la principal referencia seleccionada para la investigación: “Millennials on Board”⁴. Durante el capítulo 4 del presente documento (BASE DEL ESTUDIO: LOS MILLENNIALS) se realiza una revisión detallada de este punto.

Ilustración 4 – Temáticas de Estudio



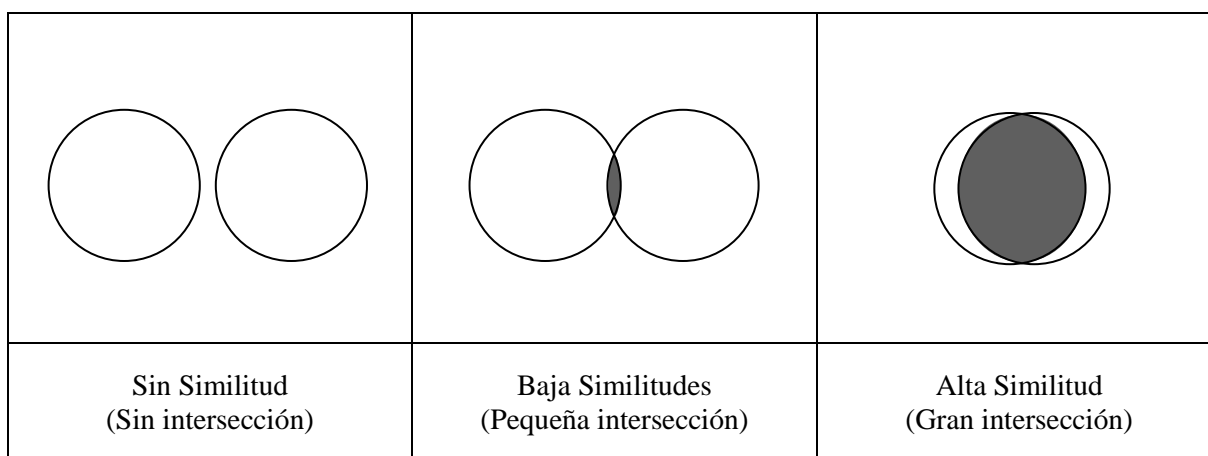
Fuente: Elaboración Propia

Hipótesis B: El perfil conductual asociado a los Millennials chilenos es similar al descrito para los estadounidenses.

⁴ (Reiser, 2010)

Mediante esta afirmación se busca comparar ambas generaciones y concluir la posible existencia de una representación que identifique a ambos grupos. Es decir, definir si la intersección entre ambos grupos corresponde a:

Ilustración 5 – Posibles Similitudes entre Millennials chilenos y estadounidenses expresado en intersecciones de circunferencias



Fuentes: Elaboración Propia

3.3. Selección de Muestra

Dentro de la recopilación de datos primarios, se debe definir un grupo muestral representativo en que se centren los esfuerzos realizados buscando obtener la información más representativa posible.

En un primer filtro, la muestra será seleccionada de estudiantes universitarios de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile. Aunque esto pueda limitar los resultados, podrían conseguirse conclusiones muy relevantes y extrapolables a toda la población Millennials.

Estudiantes universitarios, pues en su mayoría cumplen con ser parte de la generación Y (principalmente, por el corte etario considerado). En general, se encuentran entre los 18 y 23 años, considerando la edad de egreso normal y los años de estudio promedio de la carrera. Es decir, nacidos entre 1995 y 1989, parte central de la población de estudio. Al considerar otros rangos, es posible considerar individuos que no forman parte de la muestra. Al analizarlo en uno de sus límites, ¿alguien nacido en diciembre de 1981 es

ciertamente “*menos millennial*” que un nacido en enero de 1982?⁵ No. Por ello, al considerar universitarios de estas edades se evitan estos problemas.

Ingenieros Comerciales debido a su relevancia en el mercado laboral. Según estudios elaborados por Trabajando.com, Ingeniería Comercial ha sido la carrera más demandada históricamente, concentrando el 7,78% y el 5,77% de la demanda total del mercado laboral 2010 y 2011, respectivamente. Las carreras que la secundan al realizar el ordenamiento por nivel de demanda (Ingeniería Civil Industrial, Contador Auditor, Administración de Empresas, entre otras) no superan el 3%, por lo que hay una tendencia clara. Además, se encuentran en un área de estudio bastante similar, por lo que no debiese afectar significativamente las conclusiones extraídas este filtro.⁶

Por último, la muestra se centrará en los estudiantes universitarios de Ingeniería Comercial pertenecientes a la Universidad de Chile, debido a la heterogeneidad de su conformación al compararla con las otras principales escuelas de Chile para esta carrera (Pontificia Universidad Católica y Universidad Adolfo Ibáñez).

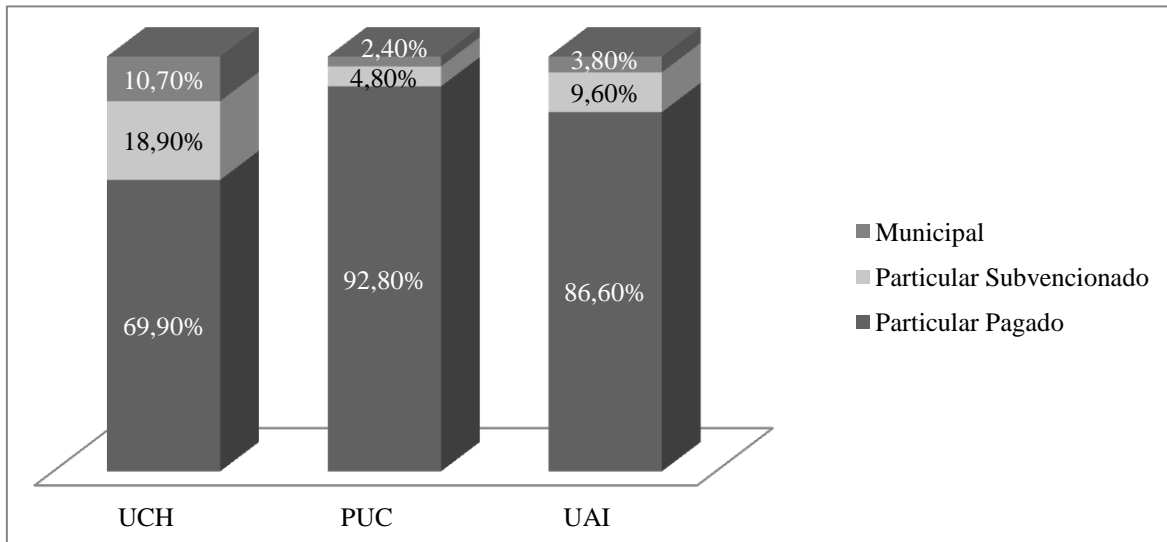
Se asume como evidencia de esa heterogeneidad, la distribución porcentual según el tipo de establecimiento educacional de procedencia de los alumnos seleccionados. Esto pues, la variable captura parte de la conformación socioeconómica. Para efectos de esta investigación, se considera que una muestra es más homogénea y representativa a medida que los porcentajes mencionados estén más equitativos.

De acuerdo a las cifras del proceso de admisión 2012, al realizar la comparación entre las tres principales casas de estudios, los alumnos de la Universidad de Chile presentan la mayor heterogeneidad. Como se presenta en el siguiente gráfico, la principal diferencia se genera en la participación de alumnos provenientes de colegios municipales. El porcentaje de participación de estos alumnos en la Universidad de Chile es 4,46 veces más que la de estos alumnos en la Universidad Católica y 2,82 veces de la Universidad Adolfo Ibáñez.

⁵ (Reiser, 2010)

⁶ (Trabajando.com, 2011)

Gráfico 1 - Dependencia de los alumnos convocados en Ingeniería Comercial 2012 según tipo de establecimiento de procedencia

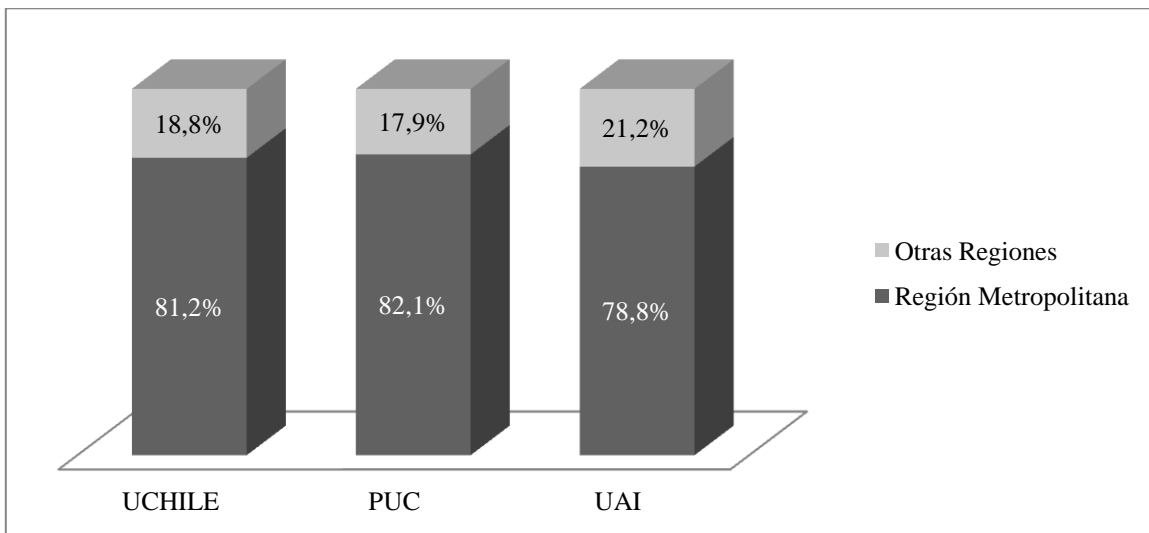


Fuente: Elaboración Propia de acuerdo a cifras entregadas por la Universidad de Chile.

La segunda variable comparativa utilizada para definir el grupo de estudio es la procedencia geográfica de los alumnos. Según los resultados preliminares del Censo 2012, el porcentaje de habitantes de la región metropolitana sobre el total nacional asciende al 40,17%. Sin embargo, en el caso de los convocados para Ingeniería Comercial durante el proceso 2012, los alumnos de la región metropolitana duplican la cifra nacional (80,7% promedio de las tres casas de estudio).

Al revisar las cifras, no existen diferencias significativas en este indicador, presentando una desviación estándar de 1,7%. Es por ello que, de acuerdo a esta variable, los resultados no debiesen afectarse si se selecciona una, dos o las tres casas de estudios evaluadas.

Gráfico 2 - Dependencia de los alumnos convocados en Ingeniería Comercial 2012 según región de procedencia



Fuente: Elaboración Propia de acuerdo a cifras entregadas por la Universidad de Chile.

Entonces, la muestra a considerar para las mediciones que se desarrollen en esta investigación son **estudiantes universitarios de Ingeniería Comercial pertenecientes a la Universidad de Chile** debido a la alta participación de universitarios dentro de la generación, la relevancia de esta carrera dentro de las ofertas de empleo del mercado laboral chileno y la heterogeneidad de su conformación al compararla con otras casas de estudio.

4. BASE DEL ESTUDIO: LOS MILLENNIALS

Una de las principales fuentes que sustentan esta investigación viene dada por trabajo desarrollado por académicos, principalmente en Estados Unidos, quienes se han preocupado de estudiar y analizar a esta generación. Se propone, para el desarrollo de futuras investigaciones, la revisión de otras fuentes como, por ejemplo, estudios en países latinoamericanos.

Respecto a las referencias realizadas, se evidencian dos tendencias: al tipo de estudiante y qué modificaciones está demandando al sistema pedagógico, y al tipo de trabajador-profesional que se comienza a integrarse al mercado laboral.

“Millennials on Board: The Impact of the Rising Generation on the Workplace”⁷ captura en esencia los planteamientos presentados en los objetivos de la investigación. Muchas de las conclusiones y comentarios contenidos en dicha publicación serán de utilidad para el desarrollo de la investigación, siempre enfocada en la validación de estos para la realidad de la generación Y chilena.

En esencia, en la presente investigación se utilizaron las mismas líneas investigativas de la publicación mencionada de manera de realizar un comparativo con la realidad capturada de los Millennials estadounidenses. A continuación se presentan los tópicos incluidos en dicha investigación y sus principales conclusiones.

Tabla 3 – Principales Conclusiones presentadas en “Millennials on Board”

Temática	Principales Conclusiones
Sus padres <i>(The Hovered Generation?)</i>	Los Millennials desarrollan fuertes vínculos con sus familias, sintiéndose protegidos y apoyados, aunque con poca experiencia resolviendo problemas por sí mismos. Los padres están ejerciendo un rol más presente e involucrado en la vida de sus hijos. Acostumbran a empoderarlos para exigir la atención de sus necesidades e intervenir cuando se ven sobrepasados. Existe un retraso del inicio de la etapa adulta.

⁷ (Reiser, 2010)

Temática	Principales Conclusiones
Salud Mental (<i>Generation Rx?</i>)	<p>El estrés y la ansiedad se han convertido en uno de los principales problemas de los Millennials preocupando a padres, profesores, etc.</p> <p>Existe una mayor sensación de fragilidad y dificultad para manejar las presiones y la frustración.</p> <p>Estos mismos trastornos pueden manifestarse en su vida laboral, pero sin contar con la red de apoyo psicológico desarrollada en colegios y universidades.</p>
Tecnología (<i>Generation 2.0?</i>)	<p>La tecnología ha afectado la manera en que los Millennials se relacionan entre ellos, personas de otras generaciones y el mundo en general.</p> <p>Debido a su roce constante con avances tecnológicos, son ágiles en el aprendizaje e implementación de distintas innovaciones.</p> <p>Han desarrollado menos habilidades asociadas a la creatividad, pierden la paciencia con mayor facilidad y les es difícil manejar la incertidumbre. También han desarrollado la capacidad de trabajar en modo multitarea.</p>
Orientación al grupo (<i>Programmed Generation?</i>)	<p>Los Millennials han crecido en un ambiente enfocado al trabajo en equipo, siempre supervisado por un adulto. La falta de autonomía en esta área ha afectado su habilidad de adaptación y de resolución de conflictos.</p> <p>La colaboración y el logro del objetivo común es parte de su naturaleza.</p>
Reconocimiento (<i>The Celebrated Generation?</i>)	<p>Han crecido escuchando lo especiales que son. Han sido ubicados en el primer plano de sus familias y la sociedad.</p> <p>Fueron criados en un ambiente de constante elogios, desarrollando una fuerte autoestima y seguridad. Sin embargo, esta confianza exige más acompañamiento y atención de sus mayores.</p>
Optimismo (<i>Generation Optimistic?</i>)	<p>Esta es una generación sumamente activa en política. El compromiso político es considerado efectivo para la resolución de los temas país.</p> <p>Se caracterizan por su espíritu inclusivo y la búsqueda de consensos.</p> <p>Son optimistas y comparten el deseo de hacer el mundo un lugar mejor.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a “Millennials on Board”⁸

Adicionalmente, varios artículos y publicaciones breves trabajan en la misma línea de la publicación de Reiser. En general, cada uno realiza pequeñas modificaciones respecto al

⁸ (Reiser, 2010)

tópico con el que quiere relacionarse el tema de la generación Millennials, y, por lo tanto, el aporte que pudieran realizar al desarrollo de esta investigación se considera prescindible.

Cabe destacar el artículo de Medina⁹ respecto al surgimiento de un nuevo tipo de trabajador que ahonda en los atributos diferenciadores de los trabajadores 2.0, grupo conformado principalmente por Millennials:

- Una nueva forma de vida más instantánea, impulsada por los medios digitales, ha hecho que los jóvenes vivan en un mundo global efímero donde el trabajo deja de ser una actividad esencial, sino más bien necesaria.
- La relación con su entorno es de corto plazo, evaluando beneficios y perjuicios actuales principalmente, *“en una posición probablemente esquizo-paranoide”*
- Han sido dotados con capacidades innovadoras que se manifiestan en su enfoque al logro de resultados, su descentralización respecto a los procesos y su disposición a aprender continuamente.
- Poseen una visión colectiva sobre la generación de conocimiento comprendiendo el emprendimiento como un desafío para cada eslabón de la cadena de trabajo.
- Utilizan internet y las redes para actualizarse constantemente, informándose en tiempo real de los avances desarrollados e intercambiando su conocimiento a través de medios digitales.

A nivel local, no es mucho lo que se ha publicado respecto a los Millennials, pero es un tema que comienza a surgir dentro de los campos de investigación. La investigación Y chilena se está poniendo bajo los cristales, pero aún falta maduración en el análisis. La mayoría de las publicaciones revisadas, parten de la premisa de una similitud de la juventud chilena con la de cualquier otra parte del mundo y suelen redundar ideas ya expuestas.

Sin dudas, el documento de mayor importancia en esta área es la Encuesta Nacional de la Juventud desarrollada cada 3 años por el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV). En

⁹ (Medina, 2009)

esta se realiza un completo estudio respecto a la realidad que viven los chilenos entre 15 y 29 años, evaluando su conformación sociodemográfica, su integración a la sociedad respecto a determinantes estructurales, participación en esferas sociales y espacios de sociabilidad, y construcción de las subjetividades y representaciones juveniles. La sexta entrega de este documento, se realizó durante 2010¹⁰ que, convenientemente, se ajusta al grupo seleccionado para esta investigación.

Posee un carácter más bien informativo, descriptivo, pero revisando distintas temáticas de relevancia cuya recolección de datos podría ser de alta complejidad y costo. Es por ello que este material es de gran ayuda para la comprensión de este grupo, entregando parte de la información necesaria para el desarrollo del perfil objetivo de esta investigación.

¹⁰ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

5. ¿QUIENES SON LOS MILLENNIALS CHILENOS?

“Los mayores jugaron con los Transformers, los GI Joe y los PlayMobil, mientras ellas veían Candy o Mazapán y vestían a sus barbies pegadas al televisor. Freddy Kruger, de Pesadilla, y Jason, de Martes 13, aún resultan ser personajes de culto para este grupo. Y entre los primeros filmes que tienen en la memoria, están El regreso del Jedi y E.T.

Ellos son los que en el hemisferio norte se les ha llamado Generación Y, Millennials o Echo boomers.”

Andrea Lagos, Revista Sábado, El Mercurio¹¹

5.1. Perfil Sociodemográfico

Con la finalidad de desarrollar un primer acercamiento a la generación Y, se realizará una revisión de las principales variables sociodemográficas para identificar y caracterizar al objeto de estudio, al que en esta investigación se llamará indistintamente Millennials o generación Y.

5.1.1. Datos Demográficos

Según estimaciones basadas en las proyecciones del INE¹², para 2015 un cuarto de la población chilena formará parte de esta generación: 4,26 millones de personas equivalente al 23,87% (Ver Anexo 1). Esta cifra, la participación relativa de los Millennials sobre el total nacional, proyectada hasta 2050 decrece paulatinamente hasta alcanzar el 19,30%. Sin dudas, los Millennials serán una generación de impacto influenciando con sus propios valores y estilos al país que se construya en las próximas décadas.

¹¹ (Lagos, 2003)

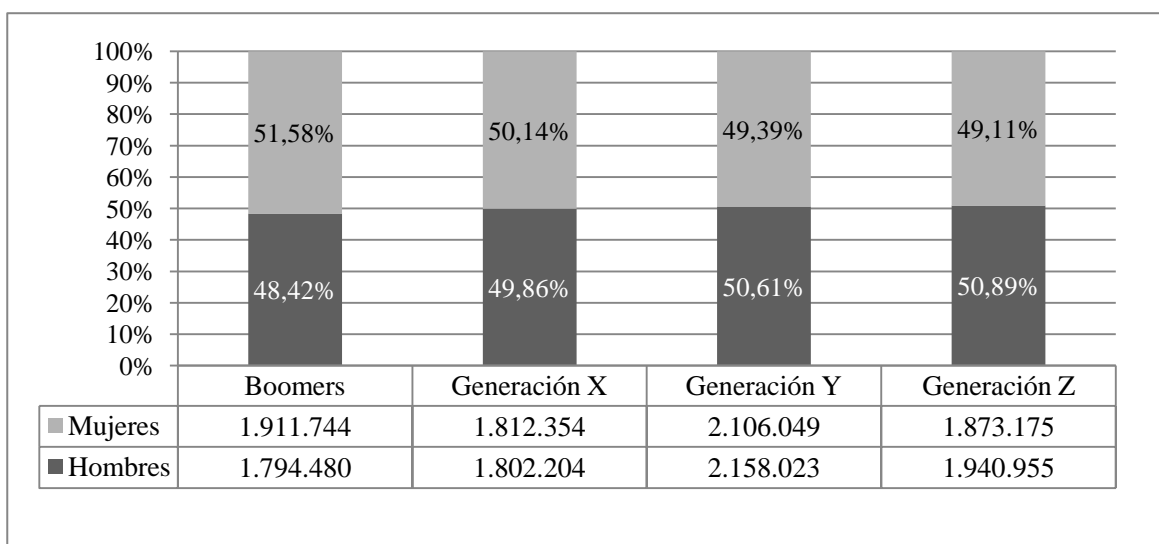
¹² (Instituto Nacional de Estadísticas, 2005)

Cabe destacar que el Chile 2015 estará conformado, prácticamente, en partes iguales de los cuatro de estos cuatros grupos generacionales. Esto desafía al país en su conjunto, pues se deberán conciliar las perspectivas de cada uno de ellos.

En el caso de los Millennials, realizando los ajustes que implica su inserción como adultos activos de la sociedad. Al mismo tiempo, las primicias de la generación Z estarán buscando su paso en la sociedad.

Al revisar las cifras respecto a la composición por sexo de las generaciones, no se evidencia ninguna variación importante. En base a las estimaciones poblacionales para 2015¹³, las generaciones más recientes (desde la generación Y) presentan un porcentaje levemente superior de hombres sobre mujeres, pero con una proporción cercana al 50%.

Gráfico 3 - Composición Poblacional según sexo y generación de nacimiento (Chile 2015)



Fuente: Elaboración Propia según datos del Instituto Nacional de Estadística (2005).

Respecto a la concentración geográfica de los Millennials, según datos entregados por el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), se evidencia una fuerte concentración en la Región Metropolitana, superior al 40%, coincidente con los porcentajes nacionales. (Ver Anexo 2).

¹³ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2005)

Este fenómeno se explica principalmente a factores culturales, dentro de los que se destaca las etapas históricas del poblamiento y la centralización político-administrativa, que han concentrado las actividades de desarrollo económico y tecnológico en la zona metropolitana, así como el acceso a servicios como salud, educación, recreación, etc.¹⁴

Muy relacionado a esta variable, se encuentra la distribución de la población en zonas rurales y urbanas. Estable desde 2003, la cifra de población joven que habita en sectores urbanos se concentra alrededor del 87%.¹⁵ (Ver Anexo 3)

Esto conlleva a que sea una generación más educada, con mayor acceso a contenidos y aprendizajes. Los jóvenes Millennials tienen mayores aspiraciones y expectativas de su vida laboral, mayor especialización en sus áreas de trabajo y nuevas competencias para aportar a las organizaciones en las que se desenvuelvan.

En otro tópico relevante, se encuentra la distribución por grupo socioeconómico. La mayor parte de la generación forma parte de los sectores medios (C2 y C3), con un total de 54,1% (Ver Anexo 4).

5.1.2. Educación

También es importante destacar que uno de sus principales atributos viene dado por sus niveles educacionales. Más de la mitad de la generación Y chilena está cursando educación media (1.125.258 matrículas 2010¹⁶) o superior (1.032.571 matrículas totales en 2012¹⁷). Este mayor acceso a la educación se ha evidenciado en las últimas décadas con el crecimiento constante del nivel de matrícula de pregrado¹⁸, promediando un alza de 6,44% anual desde 1985 (Ver Anexo 5). Los grandes motores de este crecimiento son el aumento de la oferta académica (principalmente, de casas de estudio privadas) y mayores canales de financiamiento, tanto becas como créditos.

¹⁴ (Errázuriz A. M., 1998)

¹⁵ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

¹⁶ (Subsecretaría de Educación, Ministerio de Educación, 2011)

¹⁷ (Consejo Nacional de Educación, 2012)

¹⁸ (Rolando, Salamanca, & Aliaga, 2010)

Adicionalmente, la evidencia indica que existe una correlación directa entre el nivel socioeconómico y el nivel educativo de los jóvenes, es decir, que a mayor nivel socioeconómico están accediendo a mayores niveles educativos¹⁹.

Esto se ha convertido en una problemática a nivel país que ha convocado a parte importante de los Millennials. El acceso y la calidad de la educación han sido parte del debate nacional, debido esencialmente a las movilizaciones lideradas por diversos grupos estudiantiles durante los años 2006, 2008, 2011 y 2012 (Confederación de Estudiantes de Chile, Coordinadora de Estudiantes Secundarios, entre otros).

5.1.3. Regímenes Familiares

Otras variables relevantes para esta investigación están relacionadas con las tendencias que han cambiando la conformación de las familias.

Según datos entregados por el INE²⁰, se ha registrado la caída de la cifra de matrimonios celebrados en nuestro país. En comparación a 1973, año en que se registraron 83.550 matrimonios, el indicador muestra una variación porcentual de -27,75% para cifras del 2010 (Ver Anexo 6). Del mismo modo, la tasa de nupcialidad ha descendido fuertemente durante las últimas tres décadas. En 1973, la tasa alcanzaba 8,3 matrimonios cada mil habitantes; en contraste a 2010, donde la nupcialidad no superaba los 3,5 por cada mil habitantes.

Esto quiere decir, que la caída de las estadísticas de nupcias, no solo afectan en términos absolutos; sino que, la gente está, en definitiva, decidiendo casarse menos quitando institucionalización a la formación de familias.

Realizando la comparación entre los datos entregados por el Ministerio de Desarrollo Social en las encuestas CASEN 1990 y 2009²¹, se manifiesta una debilitación del matrimonio como eje de los hogares chilenos. La cifra registrada en 1990 revelaba que el estado civil de un 68,83% de los jefes de hogares era casado; el indicador disminuyó a 51,90% para la medición de 2009. (Ver Anexo 7)

¹⁹ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

²⁰ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2012)

²¹ (Ministerio de Desarrollo Social, MIDEPLAN, 2010)

Aunque también se evidencia un aumento de la tasa de hogares de convivientes, en su conjunto se registra una caída de 10 puntos porcentuales de las familias biparentales, es decir, con jefes de hogar casados o en condición de convivientes.

En esta misma línea, al revisar de las cifras entregadas por el INE y SENAME²², y comparando según tipos de hogar entre 1992 y 2002 se evidencia que, pese a que la mayoría de los hogares (37,39%) corresponde a familias biparentales con hijos, la mayor variación está asociada con las familias mononucleares quienes mostraron un aumento de un 56,23%. A su vez, la mayor baja se registró en las familias biparentales con hijos con una disminución porcentual de 10,20%. (Ver Anexo 8)

Las tendencias apuntan en la misma dirección: la familia tradicional (biparental, con hijos) está perdiendo fuerza dando paso a las familias monoparentales y hogares unipersonales.

Al revisar lo que ha ocurrido los últimos años con los jefes de hogares también se muestra una tendencia contra el clásico modelo del hombre liderando el hogar. En 1990, los hogares con jefes de hogar correspondían al 79,83% cayendo casi 13 puntos porcentuales en dos décadas. (Ver Anexo 9).

Todas estas cifras evidencian la apertura social respecto a las familias y su conformación, especialmente desde el retorno a la democracia en 1990. Las familias son diversas, apartándose del modelo biparental con hijos clásico. Los Millennials han crecido en esta sociedad donde casarse o tener una pareja estable no es un requisito necesario para iniciar una familia. Parte de esta generación, además, ha vivido en estos hogares “no tradicionales”, sin convivir con ambos progenitores (con uno de ellos, o con un padrastro o madrastra cumpliendo su rol de paternidad).

Según cifras del Registro Civil, durante el 2011 se inscribieron 258.542 niños de los cuales solo un 31,06% nació dentro del matrimonio versus el 68,94% de los hijos fuera de esta institución (Ver Anexo 10). Esta cifra se contrapone al 15% y 17% de hijos fuera del matrimonio promediado durante las décadas de los sesenta y setenta respectivamente.

²² (Instituto Nacional de Estadísticas, 2010)

Del total de los hijos nacidos fuera del matrimonio, 148.475 (83,30%) son reconocidos por ambos padres. Estas cifras siguen avalando la debilitación del matrimonio como base para la instauración de una familia.

5.1.4. Fecundidad y Tamaño de Hogares

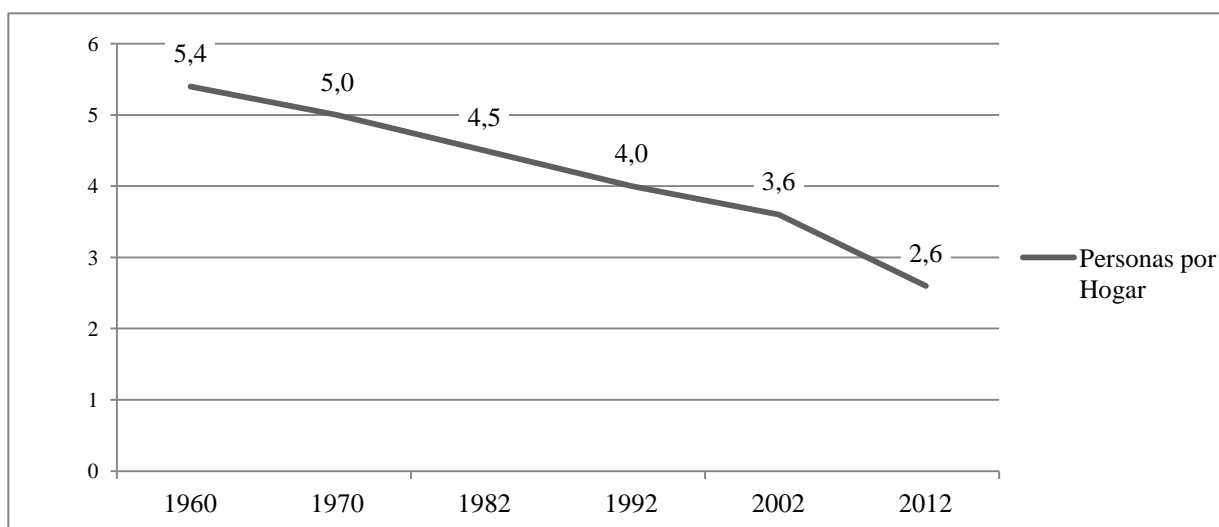
Según las cifras entregadas por el Instituto Nacional de Estadísticas²³, el nivel de fecundidad en Chile para inicios de la década de los sesenta mostraba un promedio levemente superior a 5 hijos por mujer. Esta cifra ha caído precipitosamente a un promedio de 1,94 para 2010. Estas cifras se asemejan a la realidad de países más desarrollados donde el envejecimiento de la población, debido a la caída en la tasa de natalidad y el aumento de la esperanza de vida, se ha convertido en la principal tendencia demográfica. Esto, repercute con familias de menor tamaño y una crianza más personalizada de los hijos.

La disminución del número medio de personas por hogar durante las últimas décadas es una consecuencia directa de esta tendencia. Aunque, obviamente, también se ve afectada por el aumento de las familias monoparentales.

Como se puede revisar en el siguiente gráfico elaborado a partir de datos entregados por el INE, el número de personas por hogar se redujo a la mitad de acuerdo a las cifras entregadas por los censos poblacionales. Según los resultados preliminares para 2012, por hogar habitan en promedio 2,6 personas.

²³ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2012)

Gráfico 4 – Promedio Personas por Hogar, Chile 1960-2012.



Fuente: Elaboración Propia según cifras de “Estadísticas Vitales, Informe Anual 2010”²⁴

5.1.5. Demografía del Millennial Chileno

En resumen, la generación Y tendrá una relevancia en el desarrollo del país concentrando un cuarto de la población nacional proyectada para 2015. Se caracteriza por su paridad de género en su conformación, su alta concentración en la región metropolitana y en zonas urbanas, similar al comportamiento de las cifras al nivel nacional. La mayor parte de los miembros de esta generación pertenecen a grupos socioeconómicos medios (C2 y C3). Adicionalmente, posee altos índices de acceso a la educación, lo que repercute en un mayor número de profesionales para el mercado laboral.

Respecto a la conformación de sus familias, se registra una baja en los hogares biparentales (jefes de hogar casados o convivientes) aunque siguen representando a la mayoría de los hogares chilenos. Adicionalmente, en las últimas décadas, ha aumentado la participación de las mujeres como jefas de hogares. Las figuras paternas de los Millennials, aquellos con los que conviven diariamente, no son necesariamente ambos padres casados, sino que hay un participación considerable de familias con monoparentales, parejas de convivientes (que pueden ser o no sus padres biológicos) y otras figuras. Es decir, las familias de esta generación son bastante heterogéneas y variadas.

²⁴ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2012)

En un último aspecto, la caída en la tasa de natalidad ha afectado directamente el número de personas promedio por hogares llegando a 2,6. Esto ha permitido el desarrollo de una paternidad más personalizada y más involucrada en los Millennials con distintos efectos en su conducta.

5.2. Perfil Conductual

En la siguiente etapa de la investigación, se revisará información asociada a la conducta, hábitos y otros aspectos que permitan caracterizar el comportamiento de este grupo.

5.2.1. Tecnología

Sin dudas, uno de los primeros aspectos que deben evaluarse de esta generación es la interacción que desarrollan respecto a la tecnología y el “estar conectados” siempre.

Las nuevas tecnologías se desarrollan cada vez más rápido, a menor costo y, por ende, con mayor acceso. Esto ha generado que la actualización de aparatos y el debido conocimiento de uso en las generaciones más jóvenes sea cada día más dinámico. Además, por primera vez en la historia, son los jóvenes quienes están a la vanguardia de la tecnología. Es decir, son ellos quienes principalmente desarrollan y testean los avances, dejando en desventaja a personas de mayor edad cuya adquisición de este conocimiento es más lenta o tardía.

Dentro de esta línea, uno de los principales indicadores es la relación de los Millennials con sus celulares y smartphones.

La penetración de la telefonía móvil se ha desarrollado potentemente dentro de la sociedad chilena, dejando atrás otros medios como teléfonos fijos, llegando a la impactante cifra de 22 millones de celulares a nivel nacional. En el caso del grupo estudiado, esto se complementa con el uso de smartphones y tecnología 3G que les permite acceso a internet constante. El 61,8% de los jóvenes tiene un celular con acceso a internet²⁵, cifra que espera siga aumentando los próximos años.

²⁵ (Instituto de Sociología UC, 2012)

El nivel de dependencia es alto, cercano a las cifras de los países más desarrollados. En Chile, el 88% de los jóvenes reconoce dormir junto a sus smartphones; la cifra para EE.UU. es de un 86%.²⁶

Sin embargo, esta dependencia no es visto como algo negativo por los propios usuarios. Al contrario, la mayoría cree que ha mejorado su vida, lo ha ayudado en sus relaciones y ha mejorado su productividad. (Ver Anexo 11)

Ahora, no todo el acceso a internet se realiza vía móvil; la principal vía sigue siendo el computador portátil en cualquier de sus presentaciones (PC Desktop, Laptop, etc.).

Al revisar cifras entregadas²⁷ respecto a las horas diarias dedicadas a las principales actividades de jóvenes (entre 15 y 29 años), destaca la alta participación del uso de computadores, 6,23 horas promedio, en contrapunto a las 2,63 horas dedicadas a recreación (Ver Anexo 12).

Respecto a la intensidad del uso de internet, se evidencia una alta frecuencia y tiempo de consumo aún más en usuarios de menor edad²⁸. Para los usuarios entre 15 y 24 años se registran 28,2 horas mensuales visitando páginas web y un promedio diario de visitas de 3,1 (Ver Anexo 13).

Las actividades más cotidianas que se puedan imaginar, se pueden realizar online y, cada vez más, los Millennials hacen uso de esas herramientas. Desde saber a cuántos metros se encuentra su bus del paradero de Transantiago en el que espera, buscar ese concepto que mencionaron en clases y que no conocía, descargar la canción que escuchó sin saber siquiera su nombre o el artista que la interpreta, etc. Evidentemente, esto ha afectado la manera en que abordan sus tareas y responsabilidades, incluso la manera de relacionarse con su entorno.

²⁶ (Vargas, 2012)

²⁷ (Arias, 2011)

²⁸ (comScore, 2012)

“Tenemos a una nueva generación que lleva a un mayor registro de los momentos cotidianos y, si le añades conectividad, se convierte en una herramienta social activa a través de plataformas diversas como Facebook o Twitter”

Magdalena Browne, Directora de Proyectos del Área Investigación & Consultoría del Instituto de Sociología UC.

La inclusión de las redes sociales dentro de la cotidianeidad de los Millennials también es un fenómeno de alta relevancia. Chile es el país con mayor penetración de las redes sociales a nivel mundial²⁹. Algunas cifras de marzo de 2012, indican que por cada mil habitantes se registran:



Según datos de comScore, Chile ocupa el noveno lugar a nivel mundial de horas mensuales consumidas en redes sociales por visitante alcanzando 7,7 promedio.³⁰

Los Millennials incluso han dejado de utilizar las redes exclusivamente para compartir sus experiencias. Desde acceder a las primeras fuentes de información e interactuar directamente con ellas a través de Twitter, hasta buscar empleo manteniendo su red de contactos actualizada vía LinkedIn u organizando grupos de trabajos en páginas cerradas de Facebook. Las opciones son ilimitadas.

²⁹ (Emol.com, 2012)

³⁰ (comScore, 2012)

5.2.2. Estrés y otros trastornos mentales

“Treinta años atrás, en vez de haber ido al psicólogo, habríamos ido a (...) reuniones de centros de alumnos. Pero hoy el diálogo es de uno a uno y tienes que pagar por él, algo que hacemos porque asumimos que estamos solos”.

Yuri Carvajal, académico de la Escuela de Salud Pública de la U. de Chile³¹

Chile ha evolucionado fuertemente su relación con la psicología y el tratamiento de cuadros asociados a esta disciplina.

Inicialmente, existe una mayor apertura a las consultas psicológicas, dejando estigmas y tabú propios del Chile de la dictadura. Se volvió una alternativa para cualquier persona, sin necesariamente ser etiquetada como “desequilibrada” o “indeseable” socialmente. Sin embargo, eso trajo un cambio respecto a cómo los chilenos externalizan sus problemas, considerando a estos profesionales dentro de sus gastos médicos habituales como ir al dentista.

Esto ha llevado a Chile a ser el país con mayores visitas a psicólogos a nivel mundial. El 26% de los chilenos ha concurrido al psicólogo por lo menos una vez en el último año³². Según el Dr. Carvajal, esto es *“resultado del estilo de vida que se lleva en el país, con largas horas de trabajo y una presión extenuante”*.

En la Encuesta Nacional de Salud (ENS), desarrollada por el Ministerio de Salud, se consideran distintos problemas de salud que afectan a la población nacional. Dentro del listado para la versión 2009-2010, se realizó una medición respecto a los síntomas depresivos como se presenta a continuación³³.

³¹ (Pérez, 2012)

³² (Fundación para la Educación Familiar Hacer Familia, 2012)

³³ (Ministerio de Salud de Chile, 2010)

Tabla 4 – Problemas de Salud asociados a Síntomas Depresivos (Chile, 2009-2010).

Problema de Salud	Criterio	Hombres	Mujeres	Total
Síntomas depresivos	Síntomas depresivos en el último año	8,5%	25,7%	17,2%
Autorreporte	Autorreporte de diagnóstico médico de depresión alguna vez en la vida	9,7%	33,1%	21,1%

Fuente: Elaboración Propia según datos de Encuesta Nacional de Salud del Ministerio de Salud (2010).

Respecto a la abismante diferencia entre la realidad entre hombres y mujeres, la naturaleza del estudio no permite realizar un análisis definitivo al respecto. Dado su naturaleza de autoevaluación durante la totalidad de estudio, no se puede indicar si los hombres efectivamente sufren menos complicaciones asociadas a la depresión o las reconocen en menor medida que las mujeres.

Específicamente, para los síntomas depresivos de los Millennials, están muy cercanos a los porcentajes a nivel nacional (Ver Anexo 14). Además, de los grupos etarios formados, presentan la menor diferencia entre hombres y mujeres, principalmente a causa del indicador para las mujeres.

Aunque no puedan realizarse mayores análisis a partir de las cifras mostradas, es importante destacar la alta tasa de síntomas depresivos mostrados por la población.

En el mismo estudio se indica que el 19,8% de la muestra reporta cualquier tipo de tratamiento por depresión durante la vida (no necesariamente activo). Es decir, 1 de cada 5 chilenos ha sido sometido a un tratamiento psicológico sólo por diagnósticos asociados a cuadros depresivos.

Al momento del estudio, además, se estimó en un 22,97% de los encuestados que padecían síntomas depresivos dentro del último año se sometían a tratamiento farmacológico para depresión en las últimas dos semanas (11,96% en el caso de los hombres; 26,56% en las

mujeres). Es decir, los pacientes medicados por trastornos depresivos han dejado de ser una parte ínfima de las muestras.

En el mismo estudio³⁴, se realizó una revisión respecto a los niveles de estrés a nivel nacional. El 7,86% de los jóvenes entre 15 y 29 años aseguran haber estado sometidos a estrés permanente durante el último año (Ver Anexo 15). A nivel nacional, se estiman más de 1,5 millones de personas sometidas a estrés permanente. Adicionalmente, indiferente al tramo etario, son las mujeres quienes presentan mayores niveles de estrés.

Respecto a los Millennials, nuevamente los indicadores son muy cercanos a los índices obtenidos para el total nacional. Cerca de 300.000 jóvenes de la generación Y son afectados por este trastorno afectando su propia calidad de vida, sus relaciones y vínculos, y su desempeño académico y/o laboral.

A nivel nacional, existe un consenso respecto a que muchas veces las exigencias de la vida llevan a los jóvenes a estos estados de estrés: equilibrio estudio/vida social o trabajo/vida social, las expectativas propias y del entorno, etc. Sin embargo, existen otras teorías complementarias respecto a cómo los jóvenes están administrando su tiempo³⁵.

La conectividad y la dinámica instaurada ha hecho que los Millennials crezcan en ambientes donde el “ahora”, el concepto de lo instantáneo sea vital. Desde niños, los Millennials han tenido acceso a todo tipo de productos y servicios tanto por el desarrollo de las tecnologías como el aumento del consumo per cápita del país. Tener el juguete de moda o las zapatillas sensación del verano estaban a la mano de la mayoría de ellos. Del mismo modo, en la actualidad, esperar por el estreno de una película en un cine local o hacer filas para realizar compras parecieran quedar atrás gracias al acceso y las alternativas que están entregando aplicaciones móviles, nubes de información y otras herramientas.

Esto, evidentemente, ha influenciado la autoadministración de esta generación. Bajo el comentario de varios profesionales, los Millennials privilegian tareas con alto beneficio a corto plazo, dificultándoles el desarrollo de tareas de manera segregadas. En palabras

³⁴ (Ministerio de Salud de Chile, 2010)

³⁵ (Reiser, 2010)

simples, a una semana de un examen prefieren tener días de ocio y estudiar en jornadas más intensas en vez de dividir su estudio en 7 días disminuyendo el agotamiento.

Acerca de esta tendencia, resulta compleja la inclusión de fuentes secundarias cuantitativas que midan este fenómeno. Por lo que esta investigación ha tenido especial consideración en el desarrollo de información de carácter primario.

5.2.3. Padres Helicópteros

Este concepto de los “*Helicopter Parents*” o padres helicópteros en un término acuñado en Estados Unidos hace una década atrás. Hace referencia a los papás que “sobrevuelan” las vidas de sus hijos velando por su bienestar, pero alcanzando niveles que sobrepasan cualquier cuidado o sobreprotección.

Se encargan de cada paso de la vida de sus hijos, sin tener problemas con intervenir su ambiente escolar, social o incluso laboral.

“Los padres helicópteros son aquellos que mantienen una actitud intromisiva en la vida de los hijos, que deciden por ellos en todo”

Marco Antonio Campos, psicólogo clínico.³⁶

A medida que los hijos de estos padres helicópteros comienzan a crecer para convertirse en adultos, desarrollan poca tolerancia a la frustración y baja autonomía. Sus padres se desviven por ayudarlos a superar cualquier obstáculo, por lo que no desarrollan habilidades asociadas con la solución de problemas o resolución de conflictos. Definitivamente, son personas que se sienten mucho más apoyadas por su círculo cercano, principalmente, su familia, pero también son más dependientes y ansiosos.

“No sólo intentan resolver todos los conflictos de sus hijos, sino que hacen cosas por ellos, siendo ya adultos, que uno normalmente esperaríamos que hagan por sí mismos: desde lavar su ropa hasta llenar formularios de admisión”

Neil Montgomery, Profesor de la Escuela de Psicología de Universidad Keene State³⁷

³⁶ (Elgueda, 2012)

Según el Estudio Juventudes Sudamericanas, realizado por el Instituto de Estudios, Formación y Asesoría en Políticas Sociales, de Brasil durante 2009, Chile es el país en el que los jóvenes más demoran en sentirse adultos. Entre los 25 y los 29 años, sólo el 30,6% de los chilenos se considera como tal.

Se produce un alargamiento de la infancia y dependencia de los hijos de padres helicópteros sostenido por un círculo vicioso: los padres no quieren que sus hijos se afreten a la decepciones y dolores propios de la vida, y los hijos no saben cómo enfrentarlos encontrando una zona de confort en la sombra de sus progenitores.

“No (se debe) tomar el rol de un hijo, porque en la medida que lo hacemos por él, éste se pregunta ¿no soy capaz? y la autoestima comienza a decaer. La mejor pregunta es qué hago este mes por mi hijo que él podría estar haciendo por sí solo. Se trata de estar presente, pero dejarlos a ellos asumir sus tareas, responsabilidades”.

Mónica Bulnes, Psicóloga, Master en Ciencias de la Familia³⁸

Esto incluso se arrastra al mundo laboral, donde los padres se convierten en un factor clave de las decisiones de sus hijos incidiendo en sus horas de trabajo, aspiraciones de remuneración y otros aspectos.

De modo similar, se ha afectado la importancia de sus propias necesidades. Las complicaciones de los hijos se han convertido en prioridad dentro de las familias, y los padres han ido empoderándolos para que exijan lo que parezca justo y sus problemas sean atendidos. Esto puede ser un verdadero problema de convivencia con otras generaciones cuando los Millennials comienzan a frustrarse debido a la falta de soluciones.

Es posible que en Chile, dada la reducción del número de hijos, se esté ejerciendo una paternidad más personalizada e involucrada. Según los especialistas, los padres helicópteros son pocos, sin embargo, es posible identificar algunos de los rasgos descritos en el actual modelo de crianza chileno.

³⁷ (Zalaquett, 2010)

³⁸ (Errázuriz M. J., 2010)

Según una encuesta realizada por LaTercera.com, entre jóvenes de 17 y 25 años, 11% de los jóvenes encuestados dijo que sus padres han acudido a la universidad para ayudarlos a resolver algún problema. El 46,1% dice que sus padres han cuestionado la calidad de sus profesores.³⁹

Durante la recopilación de datos primarios, en contacto directo con Millennials, se puede ahondar en este tema, indagar en más señales que permitan identificar si cómo sociedad se enfrenta masivamente el fenómeno de padres helicópteros o, simplemente, corresponde a un estilo de paternidad más partícipe, pero no inmovilizador.

5.2.4. Orientación al trabajo en equipo

Uno de los principales cambios evidenciados en el sistema educacional chileno está relacionado con el enfoque de la interacción entre los alumnos, de manera que compartan y enriquezcan su aprendizaje en conjunto a sus compañeros de aula.

Los Millennials han sido educados en un ambiente donde la colaboración y los esfuerzos grupales se fomentan desde edades formativas, pero siempre bajo la supervisión de un adulto quién estructura las actividades, entrega objetivos y evalúa el desempeño del grupo.

“No hay dudas acerca de la existencia de un tipo diferente de actividad de los alumnos, más grupal que sólo de escucha de clases lectivas. El trabajo de grupo ha pasado a ser un rasgo típico de las aulas de Chile, aunque al parecer en forma desproporcionada y en desmedro preocupante del trabajo individual de los alumnos”

“La Educación Chilena en el Cambio de Siglo”, Ministerio de Educación⁴⁰

Tal como menciona este informe, existe una fuerte orientación al trabajo grupal por sobre el trabajo individual. Hacia el año 2000, donde los Millennials tenían entre 6 y 20 años (la mayoría en etapa escolar), se realizó una medición revelando que un 34,6% de las clases se

³⁹ (Zalaquett, 2010)

⁴⁰ (Ministerio de Educación, 2004)

empleaban en trabajo grupal y sólo un 6,5% en trabajo individual, distribuyendo el tiempo restante en transición/interrupción, recitación y el profesor frente a toda la clase.⁴¹

Esto, no sólo ha provocado que esta generación se caracterice por su orientación a la formación de equipos, sino también a permitido que se estructuren perfiles basados en roles dentro de los grupos.

A vista de varios profesionales, la falta de autonomía (los grupos son supervisados constantemente) y la “especialización” en algún rol dentro del grupos, ha coartando el desarrollo de habilidades como la creatividad y el liderazgo en parte importante de la generación.

“No es fácil que aquellos que han vivido una época en que lo digital era ciencia ficción se puedan adaptar a enseñarle a toda una generación de nativos digitales. (Pero) Necesitamos encontrar nuevas formas de educar que permitan que en los niños florezca la creatividad. Que la infancia vuelva a ser infancia. Que todo el potencial que tienen dentro pueda desarrollarse.”

Andy Stalman, Experto en Identidad y Branding

Los Millennials esperan involucrarse constantemente en grupos. Esto les ha generado las expectativas de desenvolverse en trabajo colaborativos donde se comprometen con las actividades que más les acomodan o las que se sienten más capaces, desligándose de aquellas que no prefieren. Se genera un doble efecto: existe mayor eficiencia dada por la buena distribución de tareas dentro de los grupos, pero también, se genera un dependencia donde la *sobre especialización* limita el desarrollo de nuevas habilidades.

5.2.5. Reconocimiento

“Hace varios años atrás, cuando mi hija terminó de leerse la saga completa de Harry Potter, hicimos una celebración los tres (mi marido, ella y yo) en casa, nada exagerado. Conversamos del tema, le dijimos una y otra vez lo orgullosos que estábamos, compartimos experiencias de cuando nosotros nos leímos el primer libro, y escuchamos música y

⁴¹ (Carnoy, Gove, & Marshall, 2003)

bailamos. Ella espera que le digamos lo que está haciendo bien, y a nosotros como papás nos encanta decírselo”

Judith Monsalve, mamá de Catalina (17 años)

Este tipo de situaciones no son nada nuevas en la vida de los Millennials, sobre todo en sus años formativos. Esta generación demanda constante reconocimiento y comentarios que reafirmen sus conductas. En su primer entorno, han vivido en constante apoyo de sus figuras paternas, quienes se encargan de reconocer constantemente sus logros y los hacen sentir muy especiales y capaces. Evidentemente, esto afecta su relación con las demás figuras de autoridad que le son asignadas como profesores, docentes e, incluso, futuros jefes.

“Como alumnos, queremos saber porqué nos ponen la nota que nos ponen. Si me evalúan mal en una presentación, quiero saber qué hice mal, qué puedo mejorar. Creo que antes, nuestros papás, nuestros abuelos, aceptaban todo... nosotros somos capaces de reclamar una nota y exigir feedback para hacer las cosas mejor.

Fernando Tapia (16), Estudiante de Cuatro Medio

Esta generación ha sido celebrada en todos sus pequeños logros. Durante los noventa en Chile se comenzaron a desarrollar varios cambios en esta línea, pues se asumía sus derrotas podrían afectar su autoestima y confianza (muy ligado al rol de los papás helicópteros ya descrita). Una de las evidencias se encuentra en las actividades competitivas entre niños y jóvenes. Por ejemplo: se comenzó a premiar por participación en torneos, incluso a dar reconocimientos hasta décimos lugares.

En esta misma línea, la televisión comenzó a utilizar programación que interactuaba con ellos, les planteaban “desafíos” y felicitaba a los niños por cumplir objetivos. Muchos de los Millennials se criaron viendo estos programas acompañando las aventuras del personaje principal de turno que les enseñaba hábitos y valores, siempre destacando la importancia de su rol dentro de esa aventura (“Pin Pon” de TVN, “Encontrémonos en Mundo Mágico” de la señal UCVTV) o haciéndolos competir premiando a todos los niños involucrados (“Cachureos” de TVN y Canal 13, “Hugo” de TVN).

“Teníamos un tema con decirle a los hijos “No eres bueno para todo”. La tele que veían de chicos les decía que eran especiales y que podían conseguir lo que quisieran. Nunca a los niveles de “Dora, la exploradora” y estar diciéndoles siempre “bien hecho”, pero ningún papá quería hacer sentir a su hijo perdedor. Yo no hubiese sido capaz”.

Ricardo Flores, papá de Javier (22) y Antonia (15)

Las redes sociales son una buena respuesta a esta necesidad por retroalimentación de los jóvenes Millennials. Constantemente comparten sus ideas, pensamientos y opiniones, pero siempre buscando la reacción, la opinión del que está en el otro computador leyendo su publicación. Tal como es comentado en “Millennials on board”⁴², esta constante exposición de sus pensamientos y actividades a un grupo (amigos, familiares, incluso desconocidos) es internalizada haciéndolos creer que todo lo que realizan es de primera importancia para cualquier persona en su entorno.

Este reconocimiento constante parece ser la contra respuesta a la inutilidad que podrían sentir hijos de papás helicópteros que toman constantemente sus decisiones. Sin embargo, ambas tendencias desembocan en el mal manejo de la frustración y la decepción, con énfasis en aquellas situaciones que sus necesidades no son resultas.

5.2.6. Optimismo y Cambios

En una última grana arista, se encuentra el activo compromiso de esta generación con su entorno. Los Millennials quieren cambiar el mundo, hacerlo un lugar mejor, y se responsabilizan de esos anhelos buscando ser el motor de ese cambio que quieren. Ellos han sido los principales actores de manifestaciones sociales como la “Revolución Pingüina” (2006), “Patagonia sin represas” (2011) y la “Marcha por la Igualdad” (2012).

Es una generación sumamente decepcionada del sistema político tradicional, pero eso no los desmotiva, sino que se convierte en un verdadero incentivo para intervenir en el sistema. Exigen, demandan, proponen, quieren ser escuchados, quieren ser parte de la solución, pero, principalmente, quieren ver modificaciones en aquellos temas que ponen en la palestra.

⁴² (Reiser, 2010)

“Pues sin tocar el binominal; sin siquiera rozar verdaderas reformas a la educación; sin meterse en la fiscalización de las universidades; sin darle importancia a las leyes que tomen en cuenta la diversidad sexual; sin proponer nuevas caras en la política, sin, sin, sin... Créanme que los jóvenes chilenos tenemos suficientes razones para seguir repudiando a la “clase” política del Chile 2012”

Angello Giorgio, Presidente de la Federación de Estudiantes de la Universidad Adolfo Ibáñez, Santiago⁴³

Durante los últimos comicios en Chile, las elecciones municipales de 2012, se implementó el voto voluntario de manera de incentivar la participación de jóvenes en estas instancias. Sin embargo, el porcentaje de abstención fue cercano al 60% convirtiéndose en un llamado de atención a la clase política.

“El propósito de intentar que los jóvenes fueran a votar tuvo un efecto negativo en la totalidad del electorado (...) Los legisladores se equivocaron, al no entender lo que pasaría cuando le dieran la libertad de hacer lo que quisieran”

Marta Lagos, Directora de la Consultora MORI Chile⁴⁴

De acuerdo a las cifras arrojadas por el sondeo de opinión pública juvenil desarrollado por la INJUV durante Agosto de 2012⁴⁵, 49% de los jóvenes no cree que es posible influir en la política y sólo un 32% se siente identificado con alguna posición política. Esto sigue reafirmando el distanciamiento de los Millennials con el sistema político actual.

Acompañado a esta tendencia, aparece la búsqueda de una vida sana basada en una conciencia medioambiental y ecológica. Los Millennials se han caracterizado por impulsar cambios dentro de los estilos de vida que incluyen:

- Práctica de Actividad Física periódicamente: Chile es un país sedentario. Sin embargo, el aumento de centros deportivos, gimnasios, ligas deportivas, maratones y corridas, etc.

⁴³ (El Mostrador, 2012)

⁴⁴ (El Clarin, 2012)

⁴⁵ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2012)

dan muestra de nuevos hábitos, sobre todo en los jóvenes⁴⁶. Esto se complementa con el uso de bicicleta como principal medio de transporte para parte importante de los Millennials⁴⁷.

- Apertura a las minorías sexuales: Existe un fuerte apoyo a las minorías sexuales y sus derechos. El 76% de los chilenos entre 18 y 39 años cree que la sociedad debería aceptar la homosexualidad⁴⁸, hecho que han demostrado públicamente en casos como el juicio por la tuición de los hijos de la jueza Karen Atala, el asesinato de Daniel Zamudio y la legislación de la Ley Antidiscriminación.
- Tolerancia a nuevos cultos y creencias: La irrupción de nuevas corrientes de pensamiento, apoyadas con el acceso a la información a derivado en la práctica de nuevos cultos y actividades aceptadas por gran parte de la generación. El vegetarianismo y veganismo, la práctica de yoga, el uso de medicinas alternativas como reiki, flores de bach, biomagnetismo, etc.
- Cuidado del entorno: Movimientos como el animalismo y otros involucrados con la protección del medio ambiente han proliferado entre los jóvenes de la generación Y. Existe una verdadera preocupación por fenómenos como el calentamiento global y la extinción de especies. “Yo reciclo”⁴⁹, “La Revolución de la Cuchara”⁵⁰, “Circo sin animales”⁵¹, “Día de los Animales”⁵² son algunos de las grandes hitos de estos movimientos.

Cada unas de estas tendencias está íntimamente ligada bajo la consigna de mejorar la sociedad en que viven. No son actores pasivos y buscan a través de movilizaciones e creativas intervenciones llamar la atención y crear conciencia de sus preocupaciones.

5.2.7. Conducta del Millennial Chileno

Uno de los principales cambios que ha vivido esta generación ha sido el acceso a la tecnología, tendencia que se evidencia en la alta penetración de aparatos como smartphones

⁴⁶ (Lazcano & Krebs, 2011)

⁴⁷ (Sallaberry, 2011)

⁴⁸ (The Pew Global Project Attitudes, 2007)

⁴⁹ Más información en <http://yoreciclo.cl/>

⁵⁰ Más información en <http://www.larevoluciondelacuchara.org>

⁵¹ Más información en <http://www.animanaturalis.org>

⁵² Más información en <http://www.estamoscreandoconciencia.org>

y computadores en la juventud chilena. Se ha desarrollado una dependencia respecto a su uso, que ha afectado cómo se relacionan y cómo realizan sus actividades cotidianas.

Adicionalmente, desde muy niños se han familiarizado con las visitas al psicólogo y el cuidado de su salud mental. Trastornos como el estrés y la depresión son característicos de parte importante de los Millennials, siendo una temática relevante para padres, profesores y autoridades.

Los padres de los Millennials están ejerciendo un rol más involucrado, más presente que entrega mayor confianza a sus hijos. Aunque también se caracterizan por la resolución de problemas de sus hijos coartando el desarrollo de su autonomía y la tolerancia a la frustración. Este modelo de padres se denomina “Padres Helicópteros” y es una tendencia propia de los padres de jóvenes de la generación Y.

Los Millennials han crecido en un ambiente que fomenta el trabajo en equipo tanto en espacios académicos formales y en las relaciones sociales en general. Esto provoca una mayor eficiencia en el proceso de trabajos en grupos, pero también una dependencia a esta figura.

Esta generación demanda reconocimiento de sus figuras de autoridad, aspecto que han desarrollado desde temprana edad. Además, necesitan la validación de sus pares, lo que ha potenciado el uso de redes sociales con este fin.

Finalmente, la generación Y comparte el espíritu de mejorar su entorno y la sociedad donde viven. Pese a su decepción del sistema político tradicional, son agentes activos en distintas discusiones que se realizan a nivel país. Esto se ha complementado con la aparición de nuevas tendencias sociales asociadas con la apertura, la tolerancia y la inclusión.

6. INVESTIGACIÓN APLICADA

Una vez finalizada la etapa exploratoria expuesta en el capítulo anterior, se contrastaron las principales ideas obtenidas de fuentes secundarias con la muestra seleccionada.

Para ello, se realizaron dos focus groups con la participación de 12 Millennials del grupo muestral definido previamente (estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile). En conversaciones que bordearon las dos horas de duración, se leyeron distintas frases de modo de que pudieran comentarlas y debatirlas. Por ejemplo: “La tecnología ha cambiado la forma en que nos relacionamos con nuestros amigos y familiares”.

Se complementó con entrevistas en profundidad con algunos de los principales actores involucrados en su formación como docentes y administrativos de la facultad en cuestión, para obtener una visión externa respecto como son vistos los Millennials.

A continuación, se muestran las principales ideas obtenidas en el proceso, respecto a su perfil conductual en la misma estructura desarrollada previamente.

6.1. Perfil Sociodemográfico

6.1.1. Datos Demográficos

Respecto a las edades de los Millennials que participaron de la investigación, se concentraban entre los 18 y 24 años. Esto tiene relación directa con el hecho de que la mayoría de los alumnos de primer año ingresan a la universidad con 17 y 18 años, y la duración de la carrera (5 o 6 años, de acuerdo al avance curricular de cada alumno).

Su composición por género es bastante equitativa contando con 5 mujeres y 7 hombres, correspondientes al 41,6% y 58,4% respectivamente. Aunque la diferencia por género para los Millennials chilenos sea menor al punto porcentual, las diferencias proporcionales de la muestra, en esta variable, es insignificante sobre los resultados obtenidos.

Debido a que la facultad donde estudian los jóvenes consultados se encuentra en Santiago, el 100% se concentra en la Región Metropolitana en zonas urbanas. Cabe destacar que se constató en un par de casos, que el ingreso a la universidad marcó la salida desde la casa de sus padres (en región) hacia residencias en la capital.

6.1.2. Educación

Dado que se consideraron para esta etapa de la investigación, sólo estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile, todos los entrevistados cursan estudios superiores.

10 de 12 de los estudiantes incluidos en los focus groups (83,33%) posee algún tipo de crédito o beca para el financiamiento del arancel de la carrera que cursan. De estos, cinco estudiantes (equivalentes al 41,67%) reciben algún tipo de ayuda económica para el financiamiento de algunos gastos como alimentación, materiales, etc.

Estas cifras reafirman el aumento de becas y créditos para educación superior para esta generación que permiten el ingreso de más estudiantes al sistema.

6.1.3. Regímenes Familiares

La composición según regímenes familiares del grupo considerado para este estudio es variado, aunque aún con gran participación de matrimonios y hogares biparentales.

Tabla 5 – Hogares de la muestra según Tipos y Estado Civil del Jefe de Hogar

Tipo de Hogar	Estado Civil del Jefe de Hogar	n	%
Monoparental	Divorciado	2	16,67%
	Soltero	1	8,33%
Biparental	Casado	7	58,33%
	Conviviente	2	16,67%
		12	100%

Fuente: Elaboración Propia de acuerdo a datos de la muestra.

6.1.4. Fecundidad y Tamaño de Hogares

De acuerdo a los datos muestrales, el promedio de hijos es de 1,92. Este valor es coincidente con las cifras a nivel nacional en 2010: 1,94 hijos por mujer promedio.

Respecto al tamaño de los hogares de los Millennials que participaron en el estudio, el promedio es de 3,67 personas por hogar en contraste con el 2,6 estimado para el total nacional en 2012. Esto se explica, pues el total nacional considera a todos los tipos de hogares, en cambio, los hogares de la muestra deben, al menos, tener un hijo que curse cursos universitarios.

6.1.5. Demografía de la muestra

La muestra es altamente representativa, capturando las principales características de los Millennials chilenos y sus familias.

Conserva la paridad de su conformación por género, la concentración en la región metropolitana y zonas urbanas. Respecto a los regímenes familiares, 3 de cada 4 hogares son biparentales (casados o convivientes), incluyendo también familias lideradas por madres solteras y divorciadas. La tasa de fecundidad y el tamaño de los hogares también es representativo al comparar con las cifras a nivel nacional.

6.2. Perfil Conductual de la Muestra

6.2.1. Tecnología

Sin duda que la penetración de la tecnología a las actividades cotidianas de los alumnos ha sido un desafío para todos los agentes involucrados en la facultad: estudiantes, académicos y funcionarios.

Los estudiantes se reconocen como dependientes a la tecnología, pero la definen principalmente como una dependencia social. Destacan la importancia que tiene esta herramienta para “mantenerse conectado” con sus amistades y círculos de convivencia.

“Yo no puedo vivir sin celular. Es una cosa súper cuática. Estuve dos días sin celular y fracasé. Tuve que compararme uno y gastar mi dinero. Necesitaba las aplicaciones con

internet como WhatsApp, Facebook, llamar un poco (...) Es una dependencia a la comunicación con las personas, porque si no, no te puedes comunicar y estás como solo”

Cecilia Verdugo (20), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

En el círculo docente, se repiten los comentarios respecto a la comunicación que emplean sus estudiantes actualmente. Aunque se aprecia que los Millennials valoran la comunicación y la practican de manera más fluida que las generaciones predecesoras, la calidad de los mensajes utilizados se ha reducido considerablemente. Además, la comunicación oral ha perdido protagonismo; los Millennials se sienten más seguros utilizando vías escritas como mails o mensajería instantánea.

Los Millennials tienen reparos en cómo la tecnología ha afectado sus relaciones interpersonales, convirtiéndolas en vínculos utilitarios buscando obtener ese beneficio esperado de las amistades y conocidos de manera más expedita.

“Los avances de la tecnología hacen que todo sea más fácil, más rápido y eso también ha afectado las relaciones entre nosotros. Como esperamos todo rápido, en nuestras relaciones interpersonales, sea polola, amigos y esas cosas, queremos sacar lo que más nos conviene de ellos lo más rápido posible”

Matías Rodríguez (18), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

En este sentido, las autoridades confirman el efecto que ha tenido en esta generación las facilidades y simplificaciones que ha traído esta evolución tecnológica, principalmente en la impaciencia y la tolerancia de los jóvenes Millennials.

“Necesitan todo “ya”, la inmediatez es parte de la vida e incluso nosotros los hemos acostumbrado a tener ese acceso inmediato a documentaciones y trámites (...) Eso también los ha afectado en el día a día, donde esperan que todas las cosas sean en el minuto exacto. Creo que eso también los hace ser menos tolerantes, a veces no entienden que hay otros que reaccionan a un tiempo más lento”

Andrea Ortiz, Académico Departamento de Administración y Funcionaria en Secretaría de Estudios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

Respecto al espíritu multitarea que destaca “Millennials on Board”⁵³ en su publicación sobre los Millennials estadounidenses, parece haber consenso al identificarlo como una cualidad propia de esta generación. Aunque no deja de ser un muy buen atributo, puede traer consigo efectos negativos como la ineficiencia.

“Se requiere un justo equilibrio entre el poder realizar diversas tareas que no necesariamente tienen una interconexión tan evidente y la eficiencia en cada una de ellas. Sin embargo, la ineficiencia no viene al ser multitask per sé, sino que depende de un mix de atributos como la capacidad de jerarquizar las tareas, la administración del tiempo, los conocimientos y habilidades para cada tarea, etc.”

Aníbal Toro (22), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

Esto también ha influenciado las salas de clases, desafiando su inclusión en el aprendizaje. Un grupo de docentes simplemente han querido dejar fuera de clases cualquier distracción de este tipo, buscando evitar desconcentraciones. Aunque también hay docentes que han comprendido que este carácter multitarea empodera a los alumnos a mejorar su aprendizaje y enriquecer el debate propio de una buena cátedra, incentivando el uso de herramientas complementarias.

6.2.2. Estrés y otros trastornos mentales

En 2010 se inicia el Programa de Apoyo Psicológico⁵⁴ en la Facultad de Economía y Negocios como respuesta al alza en la tasa de deserciones y problemas a nivel psicológico que afectaban a la comunidad estudiantil.⁵⁵

“Los últimos años los alumnos que presentan más enfermedades psicológicas. Cada año crece un poco la tasa de deserción y de interrupción de estudios. Algunos que no se la pueden se frustran mucho si les dices que busquen opciones cuando su situación es crítica

⁵³ (Reiser, 2010)

⁵⁴ Más información en <http://pregrado.fen.uchile.cl/sico/>

⁵⁵ (Nexocolegios FEN, 2010)

(...) Los alumnos de ahora tienen un mal manejo de la frustración, son menos tolerantes a sus derrotas, se frustran de más”

Virginia Céspedes, Encargada de Resoluciones de Secretaría de Estudios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

La mayoría de los alumnos contactados durante la investigación (10 estudiantes equivalente al 83,33% de la muestra) afirmó haber visitado un psicólogo los últimos 5 años, el porcentaje restante aseguró tener o haber tenido intenciones de hacerlo.

“Yo estuve yendo todo el año a la psicóloga acá (en la facultad). No por estar loco, sino porque necesitas una persona con la que conversar. Es que a mí me pasa algo raro: no mido. Paso todo el año reventándome y no encuentro ese equilibrio como para descansar. Como que paso estresado y con ansiedad (...) Ahora ir al psicólogo es algo normal. Si hasta tus papás te dicen: “Hijo, deberías ir al psicólogo””

Mauricio Ortiz (20), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

Los Millennials consultados identifican una preocupación de sus papás y otras autoridades respecto a su salud mental que manifiestan al sugerir e incentivar la consulta a estos profesionales. Se comparte que han vivido un proceso de humanización en su rol como hijos, alumnos, etc. donde pueden estar tristes, estar angustiados o, simplemente, no saber cómo lidiar con sus sentimientos. Aunque, esto se acompaña con la autocrítica -en algunos casos- de que los ha convertido en personas más frágiles, más débiles emocionalmente.

Los Millennials comparten la percepción que en las generaciones anteriores, se generaban los mismos problemas sólo que no eran tomados en cuenta o no se daban las libertades para expresarlos.

6.2.3. Padres Helicópteros

El rol de los papás también ha sufrido cambios notados desde la facultad. No sólo identifican a papás más involucrados, sino que acusan una sobreprotección evidente.

“Nos tocó ver a muchos papás matriculando a sus hijos, porque el hijo está de vacaciones. ¡Los papás solucionándoles todos los problemas a los hijos! Eso es algo que nosotros no vivimos (...) Se genera una dependencia desde la casa, los acostumbran a que los papás son los que abogan por las cosas que no resultan como esperan”

Andrea Ortiz, Académico Departamento de Administración y Funcionaria en Secretaría de Estudios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

Del mismo modo, desde la facultad hay una visión compartida respecto a que, debido a ese afán de reducir sus complicaciones, los papás han acostumbrado a los Millennials a darle la mayor prioridad a sus necesidades. Demandan que sean cubiertas, llegando a actuar de manera prepotente.

Los Millennials comparten esta visión de papás presentes, pero con un rol marcado con la resolución de problemas. Les gusta comenzar a participar en la sociedad como adultos responsables, pero bajo la protección sus figuras paternas. Admiten que muchas veces se ven superados y acuden a sus papás en busca de contención.

“Son papás que están presentes, que te ayudan. Te sientes libre, independiente; pero cuando te mandas un condoro ellos están ahí.”

Cecilia Verdugo (20), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

Anhelan su independencia e inicio de su vida adulta marcada, principalmente, por la salida de la casa familiar. Sin embargo, no tienen problemas en asumir que están dispuestos a depender de sus familias en temas domésticos (como el lavado de su ropa o la preparación de platos más elaborados) aunque ya no convivan con ellos.

Notan, además, el retraso de las etapas propias de este periodo. Los funcionarios de la facultad comparten esta idea. Al realizar la comparación respecto a las generaciones anteriores, concuerdan con que los estudiantes de la generación Y son mucho más dependientes de sus padres y, alguna veces, tomar sus decisiones independientemente no es simple.

“Los alumnos que ingresan ahora son más niños, más inmaduros. Antiguamente, tu hablabas de con ellos de igual a igual; ahora sientes que tienes que cuidarlos. Tengo la impresión de que no se preocupan mucho, los papás no los dejan tomar la responsabilidad. Muchas veces tenemos que hacerlos entender que el vínculo es con el hijo y no con ellos. Es un proceso para ambos”

María Waleska Santos, Ejecutiva de Atención de Alumnos, Secretaría de Estudios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

Prefieren esperar egresar y tener un trabajo seguro y bien remunerado antes de aventurarse a vivir en solitario. Además, admiran la valentía de las generaciones anteriores por comenzar a vivir esa vida emancipada a temprana edad, compatibilizándola con sus estudios y trabajos.

6.2.4. Orientación al trabajo en equipo

La orientación al trabajo en grupo es un proceso que continúa en los años universitarios. En ese sentido, dentro de la facultad siempre se ha buscado la formación de equipos de trabajo para el desarrollo de habilidades como el liderazgo, la colaboración y la motivación, aún con mayor relevancia desde las últimas modificaciones a la malla curricular ofrecida.

Los docentes han evidenciado el cambio de la interacción de estos grupos que han cedido profundidad para obtener mayor eficiencia. Apoyados en herramientas como Facebook, Google Drive y Skype, los Millennials han desarrollado un sistema de trabajos en grupo sumamente eficiente en que existe una repartición de roles y tareas de acuerdo al compromiso que quieran asumir sus miembros. El trabajo se vuelve rápidamente individual y se espera por la aprobación del resto del grupo.

“Es casi como armar una figura con Legos. Cada uno se preocupa de que su bloque encaje y nos metemos muy poco en el trabajo del otro. Al final, si es que queda tiempo, revisamos el trabajo del compañero. Incluso si hay free riders nos repartimos su parte y listo; lo asumimos como uno de los costos de los trabajos en grupo”

Francisca Sepúlveda (21), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

Estos cambios han provocado algunos efectos negativos. Por una parte, la dependencia al grupo y la especialización de roles, que incluso da espacio al poco compromiso y desinterés de ciertos alumnos catalogados como *free riders*⁵⁶. Adicionalmente, la débil discusión que se da en torno al desarrollo de los proyectos, ha restado parte del aprendizaje esperado de estos procesos.

Independiente de esto, los Millennials se sienten a gusto trabajando en grupo, han sido educados en un sistema que les ha inculcado desde niños la orientación al grupo. Y son ellos los primeros en notar sus beneficios. Utilizan términos como “trabajo colaborativo”, “complementación” y “sinergia” para explicar que los resultados que pueden obtener de este tipo de experiencias son las mejores.

Del mismo modo, asumen que otro beneficio, sumamente valorado, es no asumir la responsabilidad por sí mismos. El temor al fracaso, elemento que puede estar muy relacionado con la sobreprotección de los papás helicópteros, hace que los jóvenes de la generación Y prefieran compartir sus aciertos y errores con otros de modo de minimizar los daños que pudiesen generales estos últimos.

6.2.5. Reconocimiento

El total de los Millennials entrevistados comentó que busca constantemente la aprobación de sus superiores. Y no sólo eso, sino que necesita muestras de ello. Han crecido en un entorno donde se les estimula mediante las recompensas, especialmente verbales.

“(Buscar reconocimiento) es algo natural de las personas, algo intrínseco al ser humano.

No creo que sea propio de esta generación. Probablemente, nosotros lo demandamos más que el resto, pero hemos encontrado las formas para hacerlo. El uso de las redes sociales, mostrándose al mundo, ha sido una buena alternativa.

Hay gente que postea todo.”

Fernando Palomera (22), Estudiante de Ingeniería Comercial, Universidad de Chile.

⁵⁶ Término usado coloquialmente que hace referencia al Problema del Polizón (del inglés *free rider problem*). Se utiliza en psicología, economía y otras disciplinas para señalar a agentes que consumen más que una parte equitativa de un recurso, o no afrontan una parte justa del costo de su producción. En el ambiente universitario y laboral, suele utilizarse para indicar a compañeros que no realizan una parte o una totalidad del trabajo asignado por el grupo y dependen del desempeño de otros que sí asumen sus costos.

Además, aseguran que ellos exigen ese estímulo, incluso de sus pares siendo parte clave de sus relaciones de amistad. No sólo buscan la validación de sus grupos de pertenencia, sino también reconocimiento por aquellas actividades que creen hacer bien. Asimismo, son consientes de que esta necesidad de estímulo es conocida por sus figuras de autoridad lo que les entrega un instrumento de motivación poderoso.

Dada la relevancia que tiene esto para la generación, tienen una mayor sensibilidad respecto a las críticas negativas, aunque posean un carácter constructivo. Los Millennials son percibidos como personas con dificultades para manejar la frustración y, a menudo, la posibilidad de fallar en alguno de sus proyectos es amenazadora.

“Ellos necesitan que les digamos: “Eres el mejor”, “Eres seco”. Y ellos lo sienten así, parten de la base de que creen que son muy buenos. Por eso mismo, sienten frustración cuando les dices que no está haciendo algo bien o que en algo falló. Están acostumbrados a sentirse geniales, a sentir que pueden manejar todo y les cuesta mucho manejar esa frustración al equivocarse o caerse”

Andrea Ortiz, Académico Departamento de Administración y Funcionaria en Secretaría de Estudios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

6.2.6. Optimismo y Cambios

Para gran parte de la comunidad que convive con estos estudiantes, la intención de mejorar la sociedad por parte de la generación Y es evidente. Algunos lo atribuyen al espíritu propio de la Universidad, sin embargo, son capaces de reconocer que este atributo se ha acentuado en los últimos años.

Se valora que los Millennials son proactivos, capaces de generar impacto a través de la colaboración. Pero, sin dudas, lo más llamativo es el espíritu colectivo que se infunde tras sus acciones. Buscan mejoras, pero para toda la sociedad, quebrando el individualismo típico del siglo pasado.

Respecto a su vínculo con la política, las conclusiones extraídas desde las fuentes secundarias fueron reafirmadas. Los Millennials sienten una lejanía respecto a la política tradicional partidista, creen que lo gubernamental es ineficiente, pero tienen la convicción de que pueden renovar el sistema. Desde una mirada muy positiva, confían en que la intervención no debe realizarse exclusivamente desde las aristas más altas, sino que pueden influenciar desde dónde se encuentran.

“Cada vez nos encontramos con más alumnos que quieren hacer cosas, que quieren invertir su tiempo para lograr algo y van sumando más personas súper rápido (...) Uno ve que los movimientos van creciendo, pero no hay que verlos como colectivos locales. Interactúan mucho con experiencias de otros países, viajan ellos o son otros los que vienen a Chile a compartir su experiencia. Entonces, los problemas que buscan solucionar no solo dentro de Chile, sino que son problemáticas mundiales”

Gabriela Valenzuela, Directora NexoRSU (Responsabilidad Social Universitaria), Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.

La globalización y el avance tecnológico ha permitido esta conexión con otras partes del mundo generando un compromiso con temáticas de orden mundial. Chile, especialmente los Millennials, han sido parte de hitos de las movilizaciones como “La Marcha de los Indignados” acontecida el 15 de Octubre de 2011⁵⁷.

6.2.7. Conducta de la muestra

La información recopilada evidencia la representatividad de la muestra respecto a los Millennials chilenos.

Se identificaron las mismas tendencias conductuales reveladas por las fuentes secundarias en la etapa anterior de la investigación: Acceso y dependencia de la tecnología, aumento de trastornos mentales como el estrés, la relevancia del rol de padre helicóptero en la formación de los Millennials, la orientación al trabajo en equipo y el optimismo asociado a mejorar la sociedad que integran.

⁵⁷ (Guzmán, 2011)

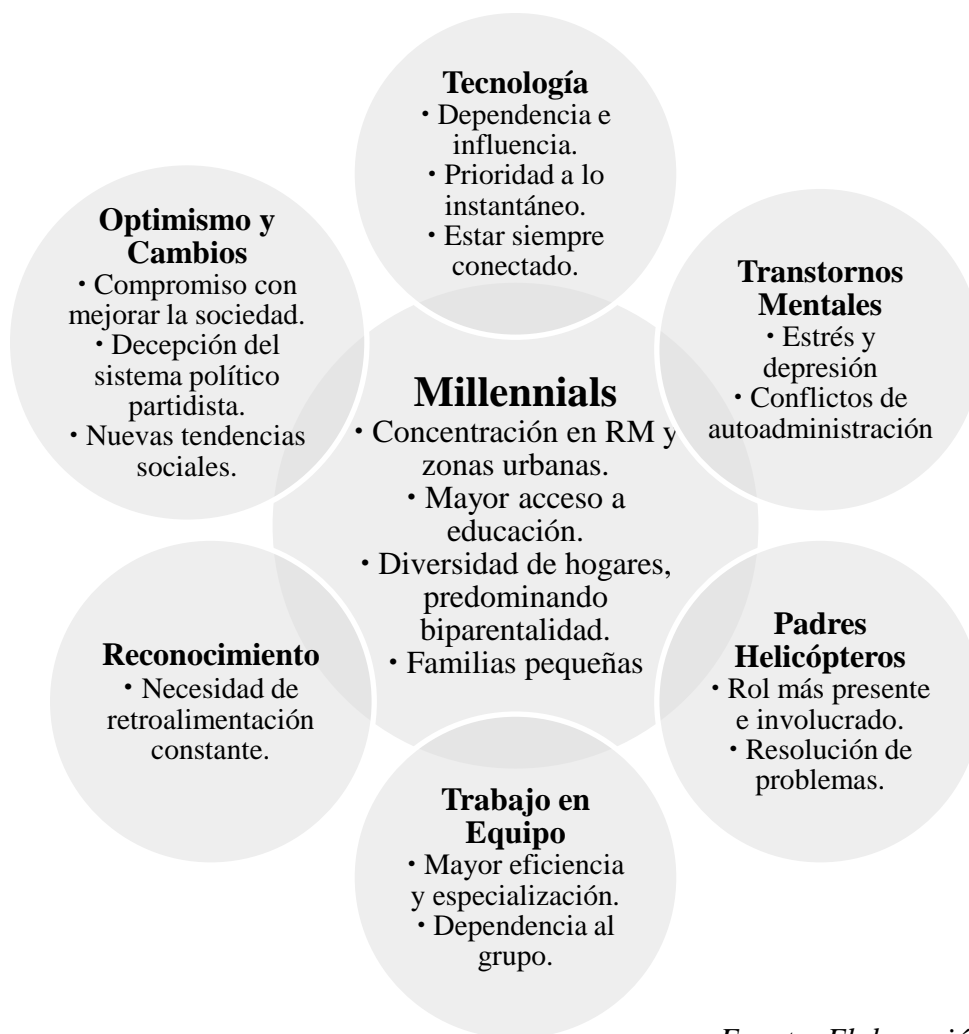
6.3. Evaluación de Hipótesis

Al comienzo de la investigación presentada en este informe, se plantearon dos hipótesis a evaluar una vez concluida la etapa de análisis.

Hipótesis A: Existen atributos comunes que permiten diseñar un perfil asociado a la generación Y chilena.

Esta hipótesis fue confirmada. A través de la búsqueda de información y análisis respecto a los seis ejes definidos, se evidenciaron suficientes características comunes a la mayor parte de los Millennials para el desarrollo de un perfil sociodemográfico y psicoconductual de la generación.

Ilustración 6 – Principales Características del Millennial Chileno



Fuente: Elaboración Propia

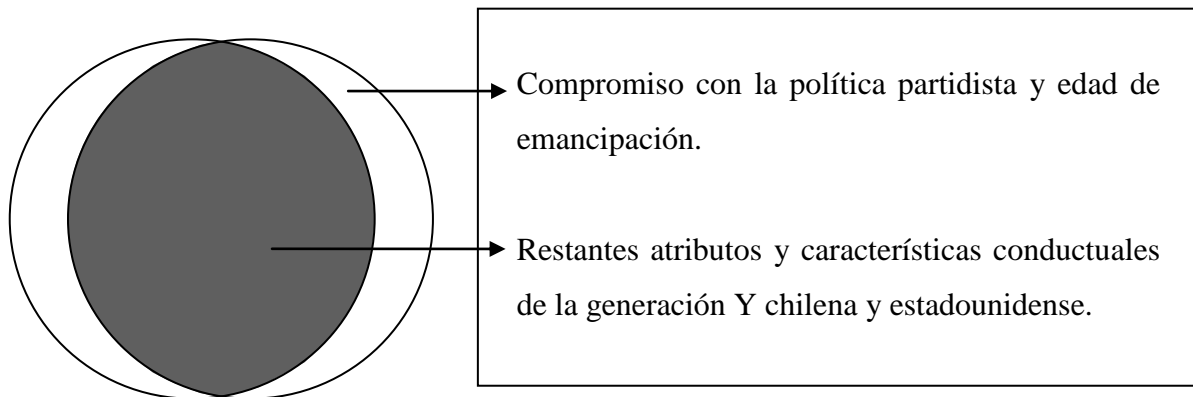
Hipótesis B: El perfil conductual asociado a los Millennials chilenos es similar al descrito para los estadounidenses.

Esta hipótesis fue aceptada. Al comparar las principales conclusiones extraídas respecto a los Millennials chilenos con las obtenidas para los Millennials estadounidenses (presentadas en las referencias consideradas para la investigación), se puede evidenciar un patrón bastante similar.

Pese a que existen diferencias respecto a temas estructurales como la edad es que salen de la casa familiar (en el caso norteamericano cambian a residencias universitarias, en cambio en Chile la mayoría de los alumnos estudian sin necesidad de trasladarse a otras zonas), la mayor parte de los atributos asignados a los Millennials pueden considerarse en ambos casos.

La única gran diferencia que pudo evidenciarse a través de esta investigación es la percepción de la generación respecto a la política tradicional o partidista. En el caso estadounidense, los millennials están sumamente comprometidos y confían que este medio constituye la principal herramienta para la resolución de problemáticas de carácter nacional. En el caso chileno, hay una parte importante de jóvenes que quiere desligarse de su rol en las instancias participativas, como las elecciones municipales con voto voluntario en 2012, pues desconfían del sistema para encarar los desafíos de la sociedad.

Ilustración 7 - Similitudes entre Millennials chilenos y estadounidenses expresado en intersecciones de circunferencias



Fuente: Elaboración Propia

Pese a esta distinción, el resto de los atributos considerados en la temática de “Optimismo y Cambio” son muy similares. Es por ello, que se ha determinado que la similitud de ambos grupos es alta.

Esto manifiesta que, por primera vez, Chile está alineado con las tendencias sociodemográficas a nivel mundial, desarrollando una generación muy similar a la de los países más desarrollados.

7. CONCLUSIÓN

La presente investigación tuvo por objeto de estudio los Millennials chilenos, respecto a quienes se estableció un perfil que permitiera identificarlos y caracterizarlos.

En una primera etapa, se realizó una revisión de los principales atributos demográficos que fueron entregados por fuentes secundarias, principalmente de tipo gubernamental; datos con los cuales se elaboró un perfil preliminar de la generación. De manera similar, se consideraron otros estudios para la creación de un perfil conductual. Esta etapa fue basada en seis temáticas esenciales definidas en una investigación similar para el caso estadounidense (“Millennials On Board” de Rachel I. Reiser).

Del mismo modo, se desarrolló una investigación primaria enfocada en el grupo representativo seleccionado (estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile) para definir los mismos atributos en la muestra.

Al comparar ambos resultados, quedó de manifiesto la congruencia de los perfiles, lo que permitió establecer la representatividad del perfil diseñado.

Consecuencialmente, los resultados obtenidos posibilitaron la validación de las hipótesis planteadas al inicio de la investigación: la existencia de atributos comunes para el diseño del perfil de la generación Y chilena y la similitud de este perfil con el descrito para los millennials estadounidenses.

La finalización de esta etapa de la investigación plantea nuevos desafíos dentro de los que se incluyen la consideración de nuevas fuentes en el marco teórico y la revisión de estudios similares en otros países con un contexto sociocultural similar al chileno.

Finalmente, es imperioso reiterar que este estudio se enmarca dentro de una investigación que incluye otras etapas complementarias que no fueron tratadas y que deben desarrollarse en el futuro.

ANEXOS

Anexo 1- Conformación Poblacional según Generación (Chile, 2015)

	Total	% Total Nacional
Boomers (1946-1964)	3.706.224	20,75%
Generación X (1965-1979)	3.614.558	20,23%
Generación Y (1980-1994)	4.264.072	23,87%
Generación Z (1995-2009)	3.814.130	21,35%

Fuente: Elaboración Propia de acuerdo al informe “CHILE: Proyecciones y Estimaciones de Población. Total País”⁵⁸

Anexo 2 - Población Total y perteneciente a la Generación Y según regiones (Chile, 2010)

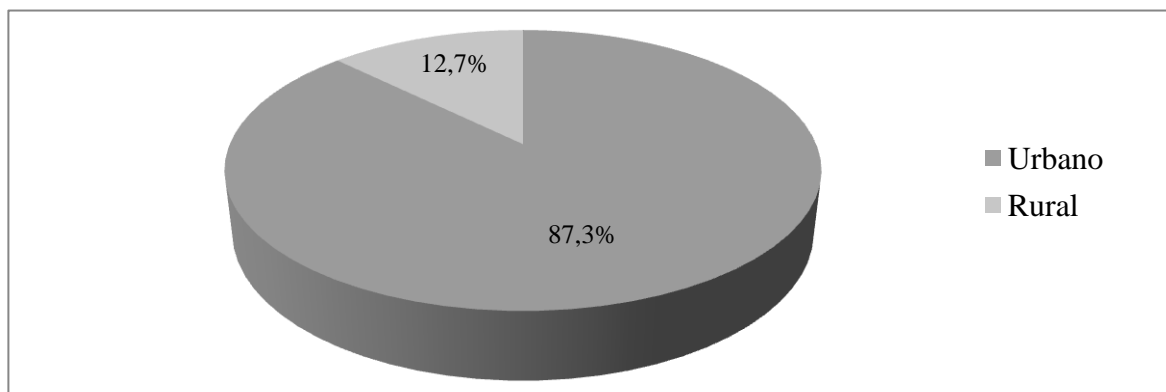
Región	Total País		Región	Total Generación Y	
RM	6.683.852	40,33%	RM	1.707.148	40,76%
VIII	1.965.199	11,86%	VIII	501.600	11,98%
V	1.723.547	10,40%	V	428.304	10,23%
Otra	6.199.877	37,41%	Otra	1.551.500	37,04%
TOTAL	16.572.475	100%	TOTAL	4.188.552	100%

Fuente: Elaboración Propia según datos de la “Sexta Encuesta Nacional de Juventud”⁵⁹

⁵⁸ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2005)

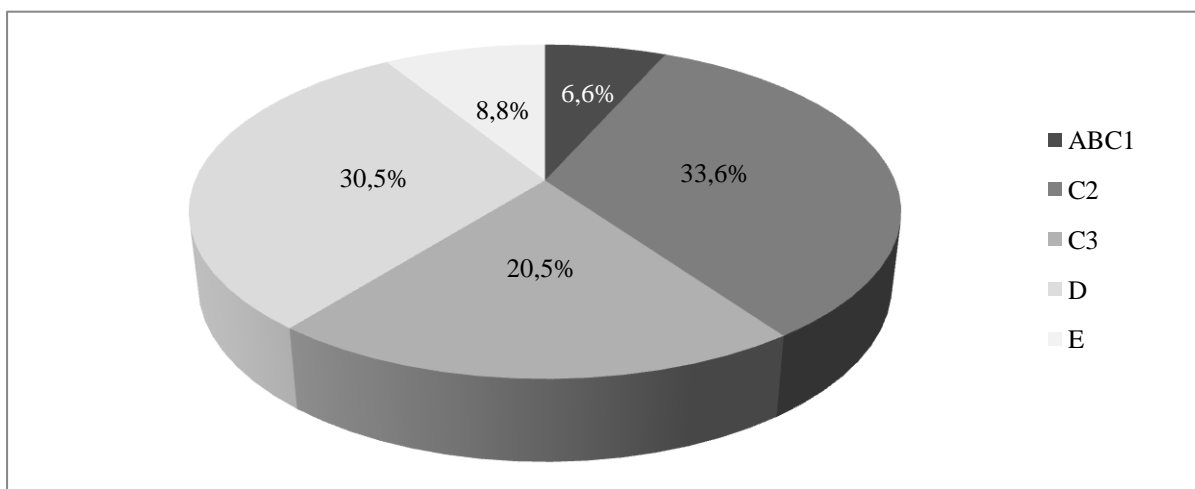
⁵⁹ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

Anexo 3 - Distribución de Población perteneciente a la Generación Y según sector (Chile, 2010)



Fuente: Elaboración Propia según datos de la “Sexta Encuesta Nacional de Juventud”⁶⁰

Anexo 4 - Distribución de la Población perteneciente a la Generación Y según grupo socioeconómico (Chile, 2010)

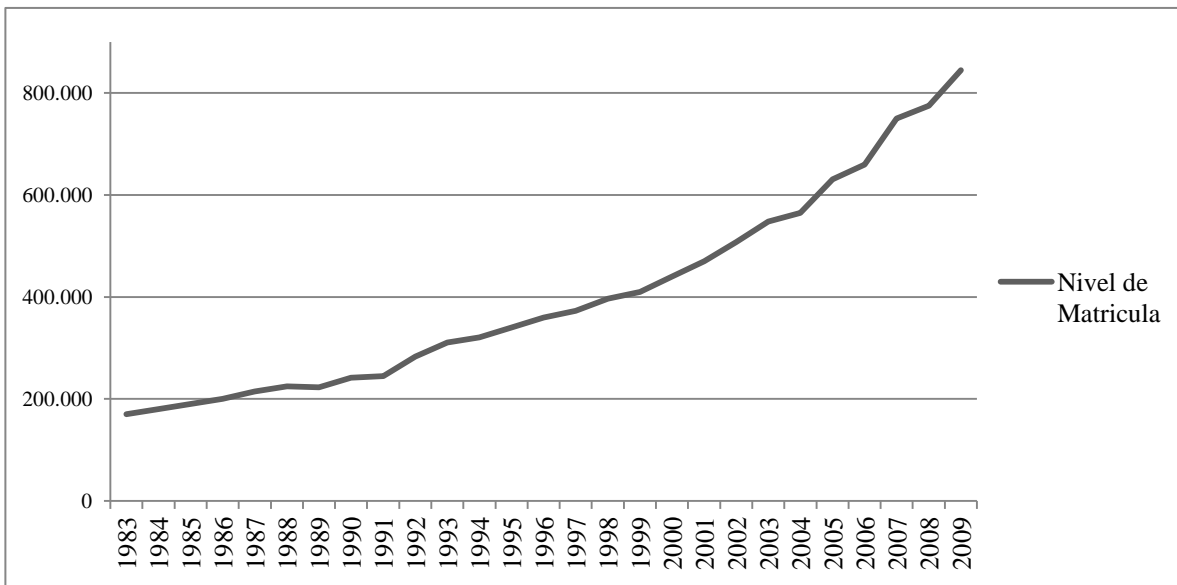


Fuente: Elaboración Propia según datos de la “Sexta Encuesta Nacional de Juventud”⁶¹

⁶⁰ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

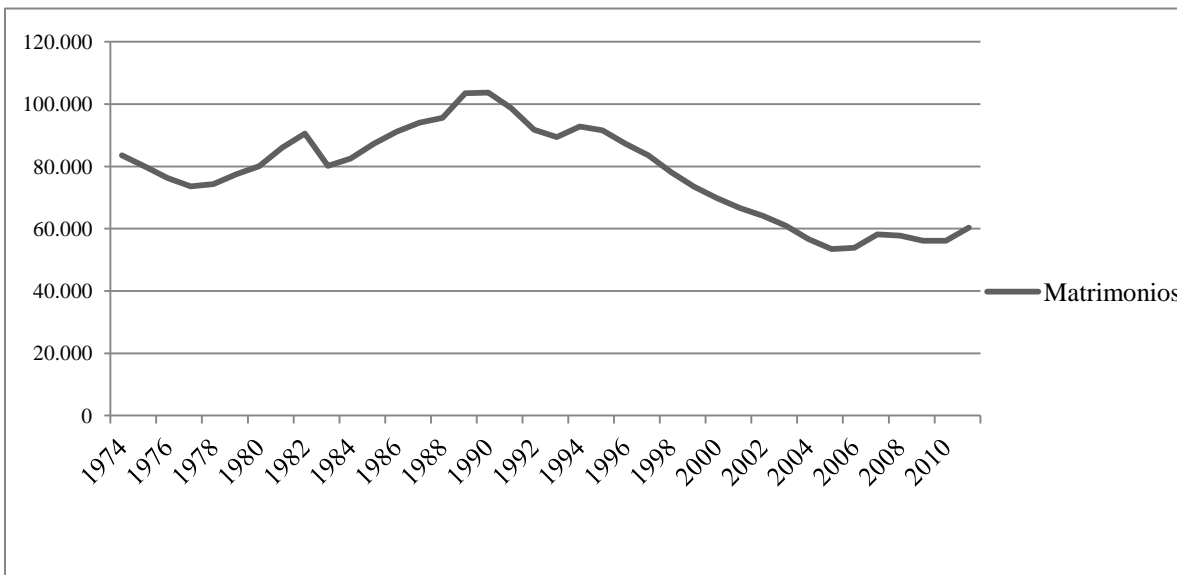
⁶¹ (Instituto Nacional de la Juventud, INJUV, 2010)

Anexo 5 - Evolución de Matrícula de Pregrado (Chile, 1983-2009)



Fuente: Elaboración Propia según datos de “Evolución Matrícula Educación Superior de Chile, Periodo 1990 – 2009” del Ministerio de Educación⁶²

Anexo 6 – Matrimonios según año de ocurrencia (Chile, 1973-2010)



Fuente: Elaboración Propia según cifras de “Estadísticas Vitales, Informa Anual 2010”⁶³

⁶² (Rolando, Salamanca, & Aliaga, 2010)

⁶³ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2012)

Anexo 7 - Hogares según Estado Civil del Jefe de Hogar (Chile, 1990 y 2009)

1990			2009		
Estado Civil	Total Hogares		Estado Civil	Total Hogares	
Casado	2.189.071	68,83%	Casado(a)	2.431.644	51,90%
Conviviente	201.544	6,34%	Conviviente	666.536	14,23%
Anulado	12.933	0,41%	Anulado(a)	13.308	0,28%
Separado	184.820	5,81%	Separado(a)	420.372	8,97%
Viudo	380.429	11,96%	Divorciado(a)	42.145	0,90%
Soltero	211.739	6,66%	Viudo(a)	549.670	11,73%
Total	3.180.536	100%	Soltero(a)	561.815	11,99%
			Total	4.685.490	100,00%

Fuente: Elaboración Propia de acuerdo a cifras de las Encuestas CASEN de 1990 y 2009⁶⁴

Anexo 8 – Tipos de Hogares (Chile, 1992 y 2002).

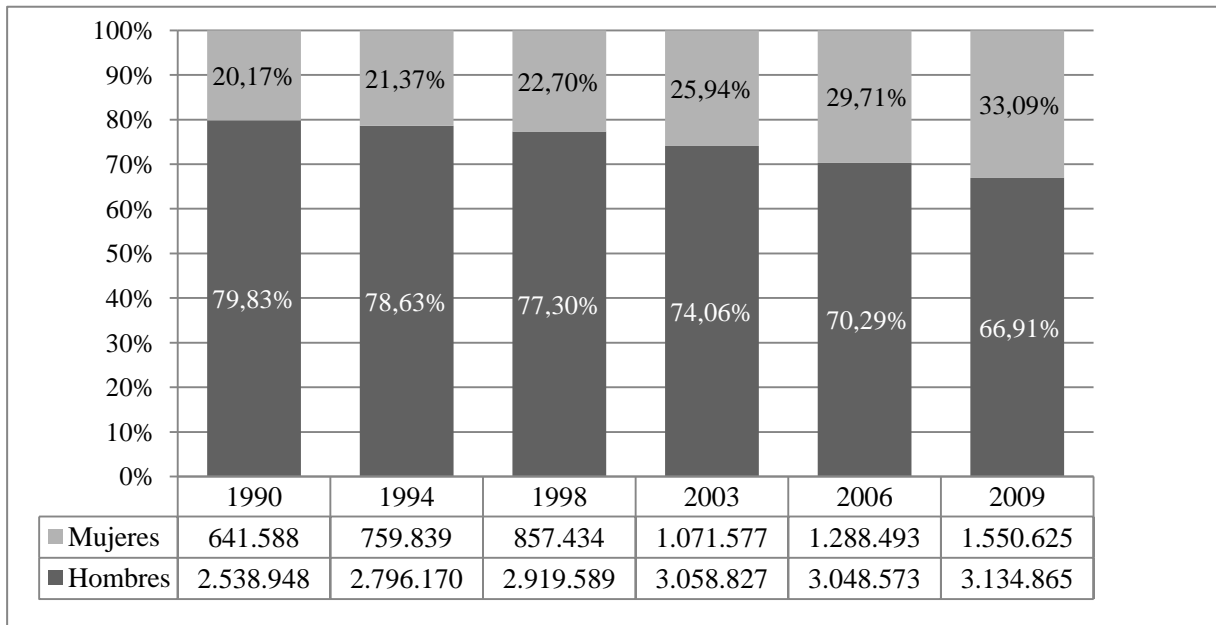
	1992	2002	1992	2002
Nuclear Monoparental sin Hijos	280.260	480.647	8,51%	11,61%
Nuclear Monoparental con Hijos	283.536	400.171	8,61%	9,66%
Nuclear Biparental con Hijos	1.371.330	1.548.383	41,63%	37,39%
Nuclear Biparental sin Hijos	246.174	411.164	7,47%	9,93%
Extensa Biparental	541.934	617.757	16,45%	14,92%
Extensa Monoparental	234.062	290.452	7,11%	7,01%
Compuesta	142.570	132.057	4,33%	3,19%
Sin núcleo familiar	193.913	260.796	5,89%	6,30%
TOTAL	3.293.779	4.141.427	100%	100%

Fuente: Estadísticas del Bicentenario: La Familia Chilena en el Tiempo⁶⁵

⁶⁴ (Ministerio de Desarrollo Social, MIDEPLAN, 2010)

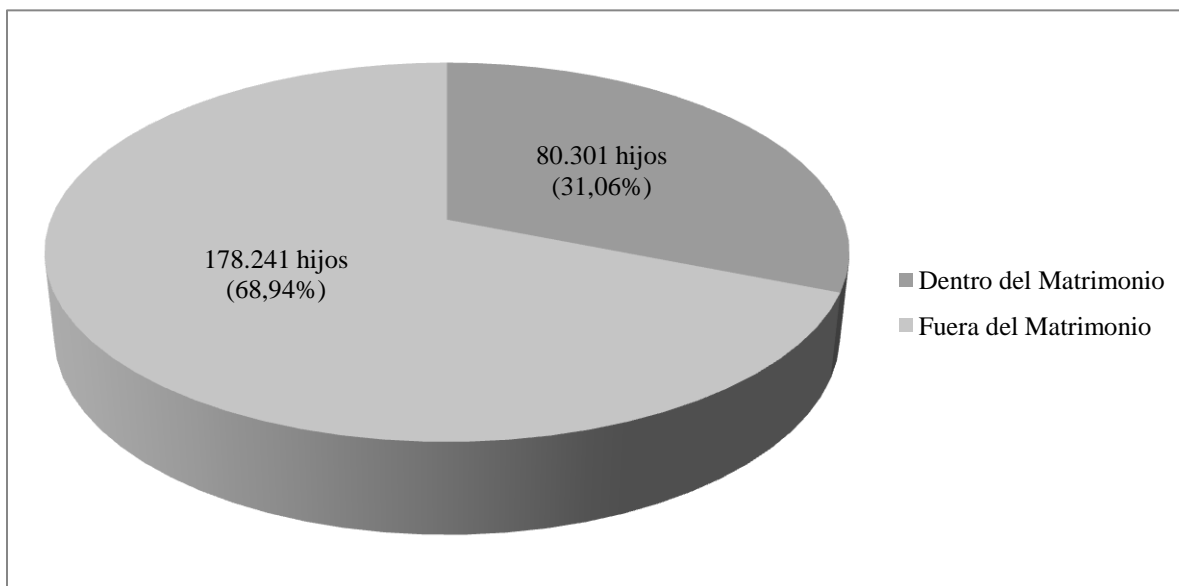
⁶⁵ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2010)

Anexo 9 – Jefes de Hogar por Sexo (Chile, 1990-2009).



Fuente: Elaboración Propia según "Estadísticas del Bicentenario: La Familia Chilena en el Tiempo" ⁶⁶

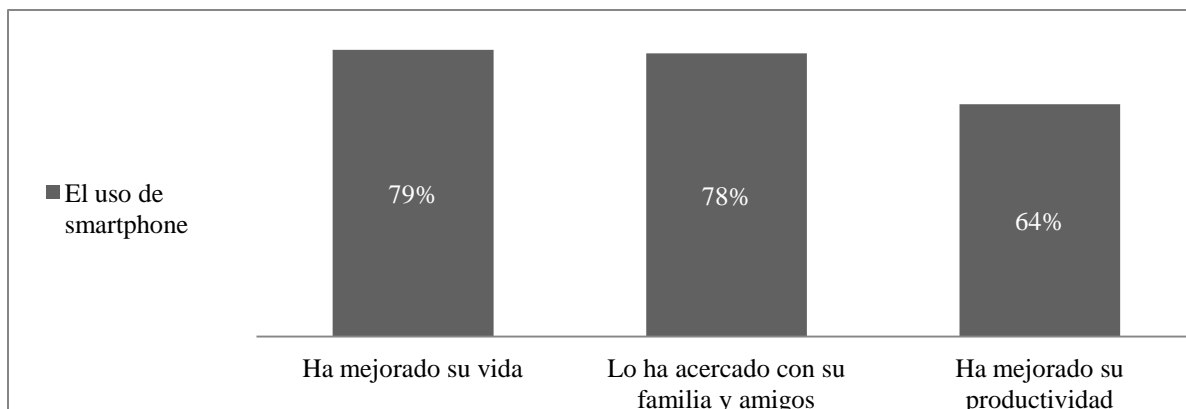
Anexo 10 – Hijos nacidos según régimen parental (Chile, 2011)



Fuente: Elaboración Propia según cifras del Registro Civil de Chile (2011)

⁶⁶ (Instituto Nacional de Estadísticas, 2010)

Anexo 11– Principales Beneficios del uso de smartphones según usuarios chilenos (Chile, 2012)



Fuente: Elaboración Propia según datos de “Radiografía de la Vida Móvil”⁶⁷

Anexo 12 - Promedio de horas diarias destinadas a distintas actividades

Actividad	Jóvenes
Estás conectado al computador	6,23
Pasas en el trabajo y/o estudio	8,03
Duermes en promedio	6,89
Dedicas a recreación/diversión	2,63

Fuente: Elaboración propia según datos de “Radiografía del Chile Digital 2.0 en el Bicentenario”⁶⁸

Anexo 13 - Intensidad de Uso de Internet según grupo etario, Chile 2012

	Promedio de Horas por visitante/Mes	Promedio de minutos por visita	Promedio visitas por día de uso
15-24	28,2	29,9	3,1
25-34	22,2	27,3	2,8
35-44	19,8	25,1	2,7
45-54	20,4	24,3	2,7
TOTAL	23,1	27,1	2,92

Fuente: Elaboración Propia según “Informe Mensual de Uso de Redes Sociales”⁶⁹

⁶⁷ (Instituto de Sociología UC, 2012)

⁶⁸ (Arias, 2011)

⁶⁹ (comScore, 2012)

Anexo 14 – Prevalencia de Síntomas Depresivos según tramo etario y sexo, ENS 2009-2010.

Edad	Hombres		Mujeres		Total	
	n	Prevalencia	n	Prevalencia	n	Prevalencia
15-29	470	8,54%	570	23,78%	1040	15,94%
30-44	488	11,00%	717	27,90%	1205	19,40%
45-59	469	7,70%	649	30,10%	1118	19,20%
+60	527	5,25%	773	20,85%	1300	13,66%

Fuente: Elaboración Propia según datos de Encuesta Nacional de Salud del Ministerio de Salud ⁷⁰.

Anexo 15 – Prevalencia de Estrés Permanente según tramo etario y sexo, ENS 2009-2010.

Edad	Hombres		Mujeres		Total	
	N	Prevalencia	n	Prevalencia	n	Prevalencia
15-29	536	3,64%	701	12,02%	1237	7,86%
30-44	515	8,80%	788	16,40%	1303	12,60%
45-59	536	4,90%	775	11,80%	1311	8,50%
+60	570	2,50%	874	7,43%	1444	5,22%
Total	2157	5,20%	3138	12,10%	5295	8,80%

Fuente: Elaboración Propia según datos de Encuesta Nacional de Salud del Ministerio de Salud (2010) ⁷¹.

⁷⁰ (Ministerio de Salud de Chile, 2010)

⁷¹ (Ministerio de Salud de Chile, 2010)

BIBLIOGRAFÍA

Arias, M. (2011). *Radiografía del Chile Digital 2.0 en el Bicentenario*. Santiago: Editorial Divergente.

Carnoy, M., Gove, A., & Marshall, J. (2003). *Explaining Differences in Academic Achievement in Latin America: qualitative evidence from Brazil, Chile and Cuba*. Stanford University, Stanford: Mimeo.

comScore. (20 de Diciembre de 2012). *Argentina es el País Más Involucrado con las Redes Sociales a Nivel Global Consumiendo Cerca de 10 Horas por Visitante al Mes*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de comScore Latinoamerica: http://www.comscore.com/lat/Insights/Press_Releases/2012/12/Argentina_Ranks_First_in_Worldwide_Desktop_Social_Networking_Engagement

Consejo Nacional de Educación. (18 de Junio de 2012). *Matriculas 2012*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2012, de Sitio web CNED: http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionIndicesEstadisticas/doc/Estadisticas2012/03_Matriculas2012.pdf

El Clarin. (29 de Octubre de 2012). *Elecciones Municipales: Con el 60% triunfa la abstención*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de El Clarin de Chile: http://www.elclarin.cl/web/index.php?option=com_content&view=article&id=6288

El Mostrador. (29 de Julio de 2012). *Por qué los jóvenes no “pescan” la política*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Opinión, Columnas: <http://www.elmostrador.cl/opinion/2012/07/29/por-que-los-jovenes-no-pescan-la-politica/>

Elam, C., Stratton, T., & Gibson, D. D. (2007). Welcoming a New Generation to College: The Millennial Students. *Journal of College Admission Counseling* , 21.

Elgueda, P. (4 de Marzo de 2012). Padres "Helicópteros" amenazan la Autonomía y Seguridad de sus Hijos. *El Mercurio* .

Emol.com. (30 de Marzo de 2012). *Chile es el país con mayor penetración de redes sociales en el mundo*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Emol: <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2012/03/30/533536/chile-es-el-pais-con-mayor-penetracion-de-redes-sociales-en-el-mundo.html>

- Errázuriz, A. M. (1998). *Manual de Geografía de Chile*. Santiago: Andrés Bello.
- Errázuriz, M. J. (22 de Julio de 2010). *Mónica Bulnes: "Los padres deben retomar el papel de líderes de autoridad"*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Emol.com: <http://www.emol.com/tendenciasymujer/Noticias/2010/07/22/3850/los-padres-deben-retomar-el-papel-de-lideres-de-autoridad.aspx>
- Fundación para la Educación Familiar Hacer Familia. (03 de Abril de 2012). *Chile: país que más visita al psicólogo y nutricionista*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de HacerFamilia: <http://hacerfamilia.cl/2012/04/chile-pais-que-mas-visita-al-psicologo-y-nutricionista/>
- Guzmán, H. (12 de Octubre de 2011). *Chile se suma a jornada mundial de movilización de los indignados*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Radio Universidad de Chile (Diario Electrónico): <http://radio.uchile.cl/noticias/126307/>
- Instituto de Sociología UC. (2012). *Radiografía de la Vida Móvil*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2005). *CHILE: Proyecciones y Estimaciones de Población. Total País*. Santiago: CELADE.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2010). *Estadísticas del Bicentenario: La Familia Chilena en el Tiempo*. Santiago: Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadísticas.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2012). *Estadísticas Vitales, Informa Anual 2010*. Santiago.
- Instituto Nacional de la Juventud, INJUV. (2012). *Disposición y Actitudes hacia el Sistema de Representación Política*. Santiago.
- Instituto Nacional de la Juventud, INJUV. (2010). *Sexta Encuesta Nacional de Juventud*. Santiago.
- Lagos, A. (29 de Agosto de 2003). La generación milenio. *Revista Sábado, El Mercurio* .
- Lazcano, P., & Krebs, A. (18 de Noviembre de 2011). Andar en bicicleta y correr desplazan al fútbol como la actividad deportiva más practicada. *La Tercera* , pág. 64.
- McCrinkle, M., & Wolfinger, E. (2010). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Kensington: University of New South Wales Press.
- Medina, C. (2009). La Generación Y y el Surgimiento del Trabajador 2.0. *Gestión y Estrategia* (36), 81-90.

Meller, P., Lara, B., & Valdés, G. (2009). *Comparación Intertemporal de Ingresos y Probabilidad de Empleo por Carrera al Primer Año de Titulación*. Santiago: Ministerio de Educación, División de Educación Superior.

Ministerio de Desarrollo Social, MIDEPLAN. (2010). <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl>. Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, de Observatorio Social - Ministerio de Desarrollo Social: http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen_est_demografia.php

Ministerio de Educación. (2004). *La Educación Chilena en el Cambio de Siglo: Políticas, Resultados y Desafíos*. Santiago: Oficina Internacional de Educación, UNESCO.

Ministerio de Planificación y Cooperación. (2000). *Los Jóvenes Chilenos: Cambios Culturales; Perspectivas para el Siglo XXI*. Santiago.

Ministerio de Salud de Chile. (2010). *Encuesta Nacional de Salud*. Santiago.

Nexocolegios FEN. (09 de Mayo de 2010). *Newsletter Alumnos FEN*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile: http://newsletter.fen.uchile.cl/newsalumno_0510/contenido/06.html

Paulus, N., Geoffroy, E., & Olea, G. (2011). *Evolución de la matrícula de Educación Superior 1994-2011*. Santiago: Consejo Nacional de Educación.

Pérez, C. (26 de Marzo de 2012). Estudio sitúa a Chile como el país en que más se visita al sicólogo y al nutricionista. *La Tercera*, pág. 44.

Reiser, R. I. (2010). *Millennials On Board: The Impact Of The Rising Generation On The Workplace*. Acton, MA: Intern Bridge, Inc.

Rolando, R., Salamanca, J., & Aliaga, M. (2010). *Evolución Matrícula Educación Superior de Chile, Periodo 1990 – 2009*. Santiago: Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SIES).

Sallaberry, J. P. (28 de Abril de 2011). *El Triunfo de las Bicicletas*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Qué Pasa: <http://www.quepasa.cl/articulo/actualidad/2011/04/1-5629-9-el-triunfo-de-las-bicicletas.shtml>

Subsecretaría de Educación, Ministerio de Educación. (30 de Noviembre de 2011). *Establecimiento Matrícula: 2006 al 2010*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2012, de Portal de Datos Públicos: <http://datos.gob.cl/datasets/ver/616>

The Pew Global Project Attitudes. (2007). *World Publics Welcome Global Trade*. Washington DC: Pew Research Center.

Trabajando.com. (2011). *Estudio Mercado Laboral 2011*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2012, de Sitio Web Trabajando.com (Chile): <http://www.trabajando.cl/empresas/noticia.cfm?noticiaid=10853>

Vargas, A. (08 de Diciembre de 2012). *76% de los jóvenes chilenos es dependiente de su smartphone*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de Laboratorio de Medios: <http://www.laboratoriodemedios.cl/2012/12/76-de-los-jovenes-chilenos-es-dependiente-de-su-smartphone/>

Zalaquett, R. (12 de Junio de 2010). *Hijos de "padres helicóptero": sin autonomía de vuelo*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de LaTercera.com: http://www.latercera.com/contenido/741_267455_9.shtml