

Centennials versus Millennials

# ¿Qué une y qué distingue a las dos generaciones de jóvenes chilenos?

Preparado por GfK Chile

Marzo de 2019

# ¿Cómo lo hicimos?

## Grupo Objetivo

Hombres y mujeres, mayores de 15 años, de los grupos socioeconómicos ABC1,C2,C3 y D, de las principales ciudades del país.

## Técnica

Estudio Cuantitativo con encuestas en hogares realizadas durante el 3 de Enero al 10 de Febrero del 2018.

Estudio trietapico con selección aleatoria de manzanas, selección de hogares y selección de encuestado con el último cumpleaños.

## Tamaño de muestra

4.800 casos totales distribuidos según la siguiente tabla (16% aumento respecto al año anterior).

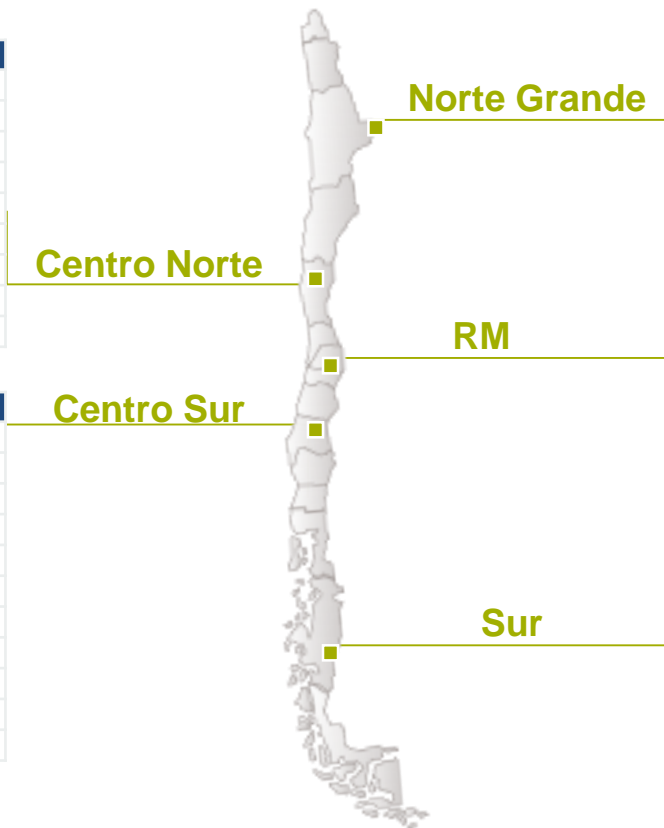
Margen de error del estudio de  $\pm 1,41\%$  al 95% de confianza.

Estudio ponderado por ciudad, GSE, sexo e inmigrante/chileno

# Distribución muestra

CIUDAD	MUESTRA
Coquimbo	150
La Serena	120
Ovalle	80
Viña del Mar	150
Valparaíso	200
Quilpué	100
Villa Alemana	100
Quillota	80
San Antonio	100

CIUDAD	MUESTRA
Rancagua	180
San Fernando	120
Talca	130
Curicó	100
Linares	80
Los Ángeles	120
Chillán	120
Concepción	200
Talcahuano	120
Coronel	50
Hualpén	50



CIUDAD	MUESTRA
Arica	150
Iquique	120
Alto Hospicio	80
Antofagasta	150
Calama	80
Copiapó	100

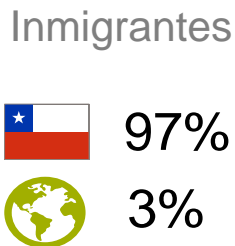
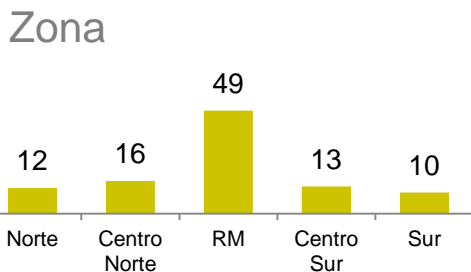
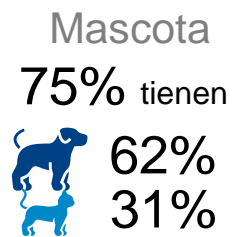
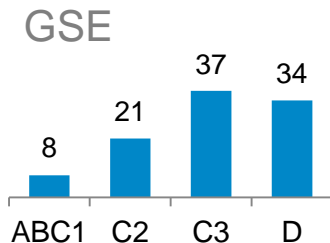
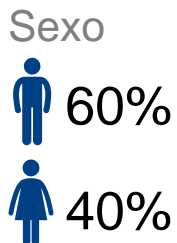
CIUDAD	MUESTRA
Gran Santiago	850
Melipilla	30
Colina	30
Peñaflor	30
Lampa	30
Talagante	30

CIUDAD	MUESTRA
Temuco	120
Padre Las Casas	80
Valdivia	100
Osorno	100
Puerto Montt	150
Coyhaique	100
Punta Arenas	120

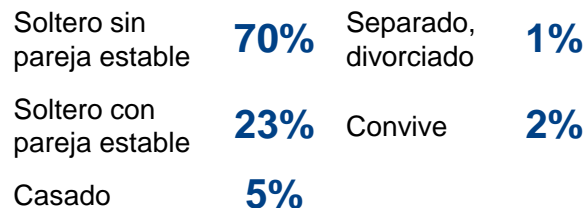
# Perfil sociodemográfico de cada generación

# Centennials: Hoy tienen entre 15 y 24 años

Representan al  
**13%** de la  
población  
chilena



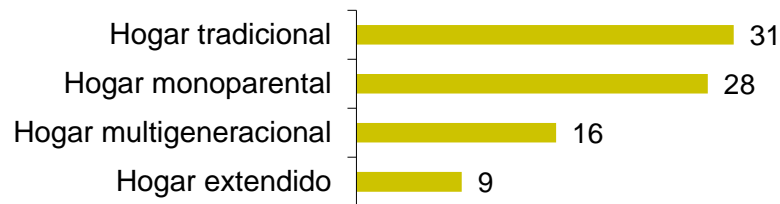
## Estado civil



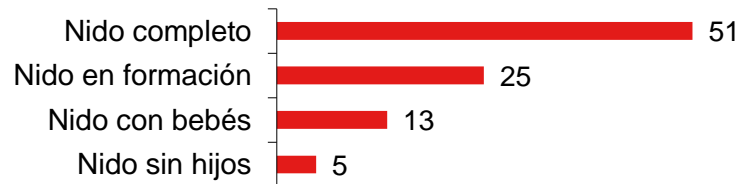
## Ocupación



## ¿Cuál opción representa mejor su hogar? (principales)



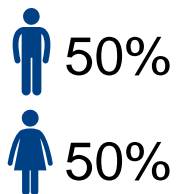
## Ciclo de vida (principales)



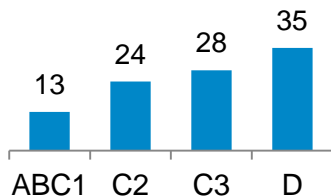
# Millennials: Hoy tienen entre 25 y 34 años

Representan al  
**24%** de la  
población  
chilena

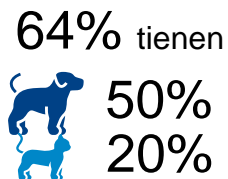
## Sexo



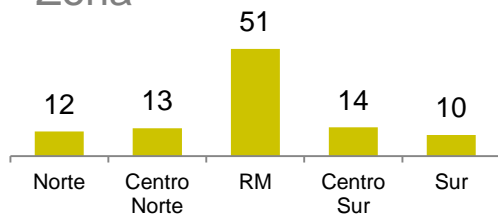
## GSE



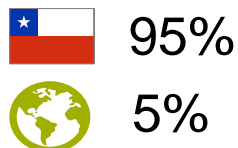
## Mascota



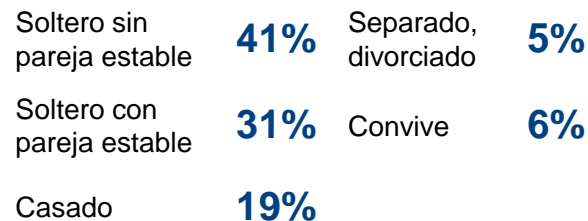
## Zona



## Inmigrantes



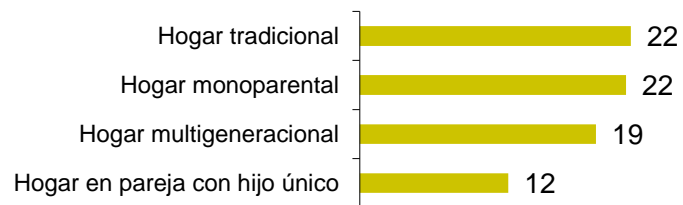
## Estado civil



## Ocupación



## ¿Cuál opción representa mejor su hogar? (principales)



## Ciclo de vida (principales)



# Intereses

# En general, los centennials muestran un mayor interés en la música, el cine y los viajes que los millennials

Porcentaje que declara tener interés en los siguientes temas

## Centennials



Música



Películas, cine



Viajar o conocer nuevos lugares



Protección de los animales

## Millennials



Música



Películas, cine



Protección de los animales



Cocina, comida

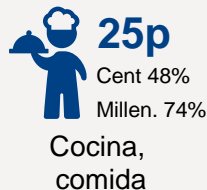
## Gustos musicales

Diferencias significativas

**Millennials:** Mayor gusto por **rock latino**, **música tropical**, **pop latino** y **salsa**.

**Centennials:** Mayor gusto por **electrónica**, **hip hop**, **rap**, **trap** y **funk**.

## Mayores diferencias





# Personalidad, valores y motivaciones

# Los centennials se definen más como cariñosos, mientras que los millennials tienden a ser más optimistas

¿Cuál es su grado de cercanía con cada una de estas características de personalidad?

## Top Centennials

## Millennials



## Mayores diferencias

Esforzado	Cent. 52%	Millen. 63%	11p
Confiado	Cent. 39%	Millen. 28%	11p
Emocional	Cent. 44%	Millen. 33%	11p
Desconfiado	Cent. 31%	Millen. 40%	10p

### Centennials

Mucho más entregados: se definen más como confiados, emocionales, gastadores y cariñosos.

### Millennials

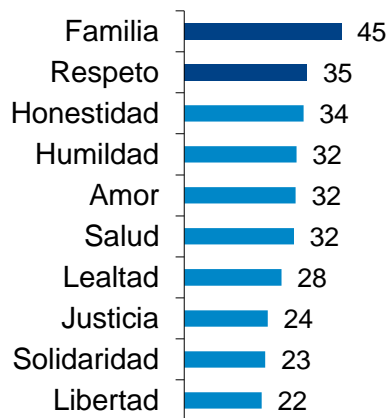
Más estructurados: se definen más como esforzados, desconfiados, racionales y precavidos.

# La familia, el respeto y la honestidad son valores transversales para ambas generaciones

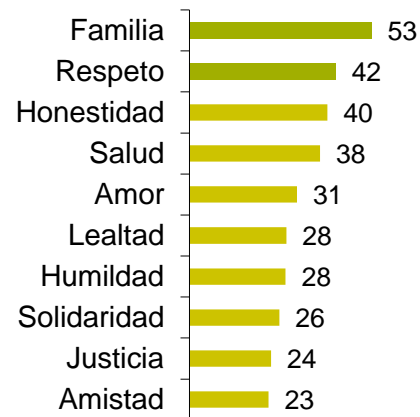
¿Cuáles valores/ principios morales considera como más importantes?

Porcentaje de encuestados que señalan cada valor o principio entre los 5 más importantes

## Top Centennials



## Top Millennials



### En términos de diferencias significativas:

Los Centennials valoran más el logro de objetivos y el poder mientras que los Millennials valoran en mayor medida la familia, el respeto y la salud.

# En términos de motivaciones, los Centennials aparecen más individualistas que los Millennials



¿Cuáles motivaciones considera como más importantes?

Porcentaje de encuestados que señalan cada motivación entre las 5 más importantes

## Top Centennials

Tener buena salud	61%
Tener una familia unida	60%
Tener un trabajo estable	45%
Alcanzar el éxito profesional	42%
Tener buenos amigos	40%
Ser respetado por lo que soy	32%

## Top Millennials

Tener una familia unida	62%
Tener buena salud	61%
Tener un trabajo estable	50%
Lograr que sus hijos completen su educación	36%
Vivir en un lugar seguro lejos de la delincuencia	34%
Tener una buena relación de pareja	34%

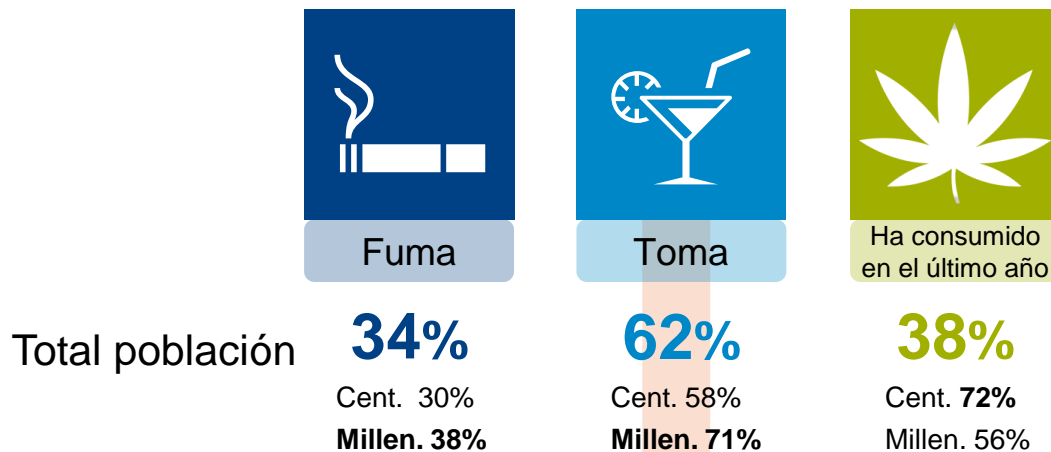
### En términos de diferencias significativas:

Las diferencias se explican más bien por el ciclo de vida que por aspectos generacionales. Así vemos que a los Millennials los motivan más temas familiares y a los de la Centennials temas más personales /individuales.

# Consumo de alcohol, cigarro y marihuana

# Los Centennnials fuman y toman menos que los Millennials pero consumen más marihuana

*Porcentaje de encuestados que fuman, consumen bebidas alcohólicas en alguna ocasión y han consumido marihuana alguna vez en la vida*



## Diferencias significativas

Millennials consumen más Champagne (6% vs 3%) y los Centennials consumen significativamente más Pisco, Ron, Whisky y Tequila. La bebida alcohólica preferida por ambos es lejos la Cerveza (87% para las dos generaciones).

# Redes sociales

# Los Centennials son mucho más cercanos a las redes nuevas, como YouTube, Instagram y Snapchat que los Millennials

¿En qué red social participa usted?

Porcentaje de encuestados que participa de las siguientes redes sociales



Whatsapp

Total población **88%**

Cent. 93%  
Millen. 93%



Facebook

**82%**

Cent. 89%  
Millen. 92%



Youtube

**52%**

Cent. 67%  
Millen. 62%

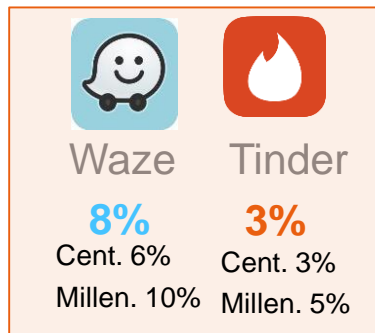
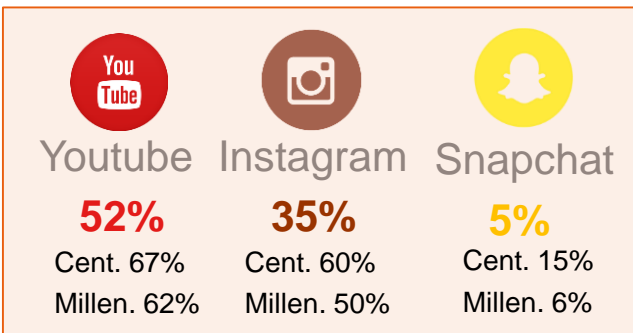


Instagram

**35%**

Cent. 60%  
Millen. 50%

## Diferencias significativas



¿Para qué las usan?

En términos de usos de las redes sociales, las diferencias que se dan es que los **Millennials** tienden a usarlas más para **conversar e informarse**, mientras que la **Centennials** para **ver cosas graciosas y seguir a famosos**.



¿Qué marcas prefieren?

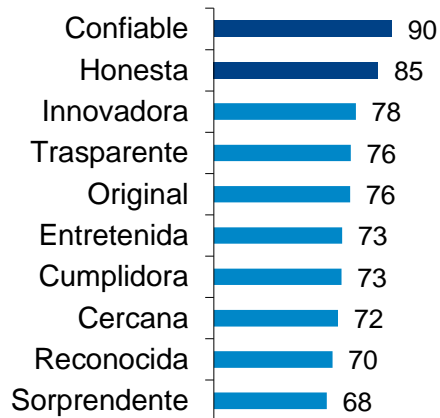
# La confiabilidad y la honestidad son los atributos marcarios que hoy más atraen a las generaciones de jóvenes chilenos



¿Cuáles de las siguientes características debe tener una marca para que sea atractiva para Ud.?

Porcentaje de encuestados que señalan cada atributo

## Top Centennials



## Top Millennials



8 de 10

de las características más atractivas están dentro de las 10 más preferidas entre ambas generaciones.

En términos de diferencias significativas,

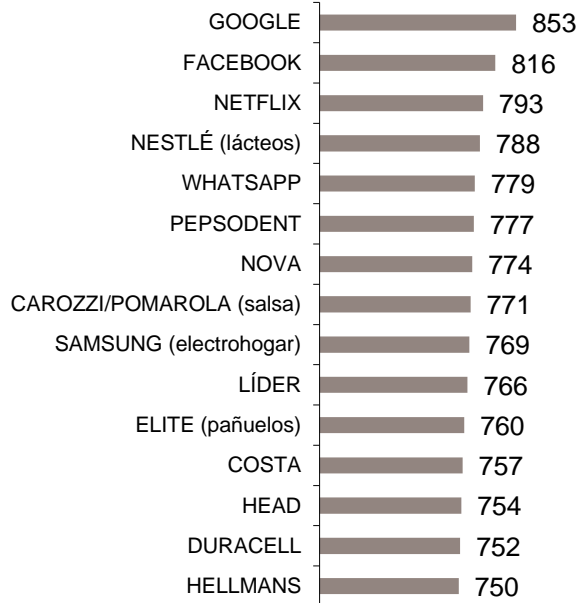
La Centennials prefieren las marcas que sean **líderes, que marquen tendencia, sean distintas y sorprendentes**, mientras que los Millennials valoran más que sea **nacional, cercana y cumplidora**.

Las marcas tecnológicas destacan como las más valoradas por los Centennials.

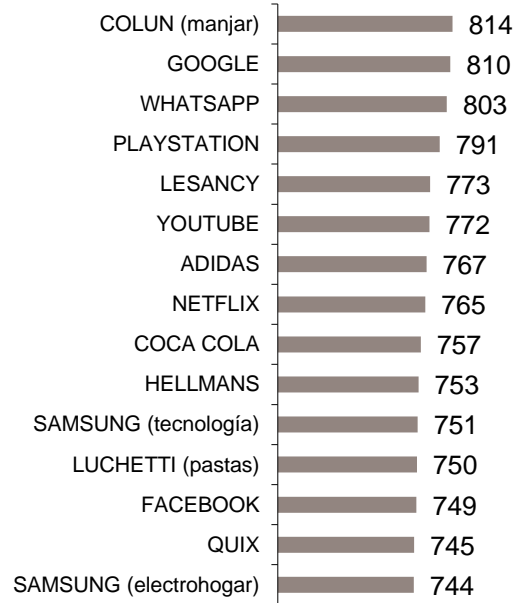


## Índice de Capital de Marca de GfK (Puntaje de 0 a 1.000)

### Ranking – Centennials



### Ranking – Millennials



# Contacto de Prensa

Catalina Correia

Directora de Marketing y Comunicaciones | GfK Adimark

[catalina.correia@gfk.com](mailto:catalina.correia@gfk.com)

T. +56 2 24792022 | C. +56 9 40036218

<https://gfk.com/es-cl/>