



Encuesta Millennials 2017

Resumen Ejecutivo

Resumen Ejecutivo

Un turbulento año 2016 –marcado por hechos como el *Brexit*, la elección presidencial en Estados Unidos y atentados terroristas– sacudió la confianza de los *millennials* alrededor del mundo.

La edición 2017 de la Encuesta Millennials realizada por Deloitte muestra que los integrantes de esta generación, principalmente

en las economías desarrolladas, están preocupados por su futuro y por un mundo que presenta numerosas amenazas.

Basada en seis puntos principales, la Encuesta Millennials 2017 examina las aspiraciones, motivaciones y la visión general del mundo que tiene este sector poblacional.



Punto 1

Sentimientos económicos, sociales y políticos: un abismo entre el mundo desarrollado y el mundo en vías de desarrollo

De manera general, solo 36 por ciento de los *millennials* espera que las situaciones sociales y políticas en sus países mejoren durante los próximos 12 meses. En los mercados emergentes, 48 por ciento espera mejorías, mientras que en los mercados maduros (países desarrollados) solo el 25 por ciento.

Los *millennials* en mercados emergentes esperan ser mejores que sus padres tanto económicamente como "emocionalmente", mientras que en los mercados desarrollados la mayoría tiene un sentimiento de que en su generación las cosas dejaron de ser mejores.

Punto 2

Los negocios como una fuerza de cambio positivo

La mayoría de los *millennials* considera que las empresas alrededor del mundo están teniendo un impacto positivo y responsable en la sociedad en la que operan. Sin embargo, no creen que las grandes compañías estén utilizando todo su potencial para aliviar los principales desafíos de la sociedad.

Sobre la colaboración empresarial-gubernamental para enfrentar estos retos, los *millennials* están separados de forma equitativa entre aquellos que creen que las empresas y gobiernos trabajan bien en colaboración (49 por ciento) y aquellos que no (48 por ciento).

Punto 3

Un sentido de empoderamiento, los *millennials* y el "efecto dominó"

El informe de este año refuerza los resultados de la Encuesta de Millennials 2016, que señaló que los *millennials* que pensaban que su trabajo tenía un significado o que con su labor eran capaces de hacer una diferencia mostraban mayores niveles de lealtad.

De nueva cuenta, estar involucrado en "causas benéficas" y en organizaciones sin fines de lucro –ya sea directamente o a través de oportunidades proporcionadas por las empresas– ayuda a los *millennials* a sentirse empoderados y capaces de influir en el mundo que los rodea.

Las actividades a menor escala realizadas nivel local proporcionan a los *millennials* un mayor sentido de influencia y estas actividades, al hacerlas colectivamente, pueden tener un impacto mucho mayor, el llamado "efecto dominó".



Punto 4

Los *millennials* buscan franqueza y pasión, no radicalismo

De manera general, los *millennials* encuestados no apoyan a los dirigentes que tomen posiciones controvertidas o de división, ni a aquellos que buscan una transformación radical en lugar de un cambio gradual.

Los *millennials* se sienten más cómodos con el lenguaje directo y sin rodeos, por parte de los líderes tanto corporativos como políticos.

Punto 5

Estabilidad, flexibilidad y automatización

En 2016, nuestra Encuesta Millennials reveló que los jóvenes de este sector carecían de lealtad hacia las empresas donde laboraban, ya que planeaban dejarlas después de dos a cinco años. Ese año, la brecha entre quienes se vieron dejando sus empresas en dos años y aquellos que pensaron permanecer por más de cinco años fue de 17 por ciento. Este año, la brecha es solo de 7 por ciento.

Por otro lado, para la mayoría de los *millennials* encuestados, la flexibilidad sigue siendo una característica fundamental para su vida laboral, que aseguran genera un mejor desempeño organizacional, beneficios personales y un mayor grado de lealtad hacia la empresa.

En lo que respecta a la automatización, si bien los *millennials* observan ciertas oportunidades proporcionadas por su llegada, como aprender nuevas habilidades, también ven inconvenientes: al menos 40 por ciento de ellos considera que la automatización representa una amenaza para sus puestos de trabajo.

Punto 6

Mirando hacia el futuro, la Generación Z

Los *millennials* encuestados tienen en su mayoría una opinión positiva acerca de la Generación Z (aquellos con 18 años o menos) y consideran que el grupo posee conocimientos sólidos en tecnología de la información y la capacidad de pensar creativamente.

Seis de cada 10 *millennials* cree que los GenZ tendrán un impacto positivo a medida que se expande su presencia en el lugar de trabajo.



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos y servicios legales, consultoría y asesoría, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de negocios. Los más de 245,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría y otros servicios profesionales en México, bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de pérdidas que pudiera sufrir cualquier persona o entidad que consulte esta publicación.