



# MILLENNIALS

## HONDURAS 2020





## ENTENDIENDO A LA GENERACIÓN MILLENNIAL HONDUREÑA

Cada año y desde 1999 delco Marketing a través de decenas de estudios cualitativos y cuantitativos estudia las percepciones, opiniones, creencias y actitudes del público en el país y la región. Banca, seguros, desarrollos inmobiliarios. Retail. Transporte. Salud y estudios sociales. Se analizan mercados meta y segmentos de la sociedad, demografía y tendencias sociales sobre temas clave.

Millennial, son las personas nacidas entre 1980 y 1996\*; quienes a pesar de no ser nativos digitales, se caracterizan por su familiaridad con internet y las nuevas tecnologías. Individualistas, poco religiosos, con conciencia global y medioambiental. Generalmente apáticos a los temas políticos y enfrentan crisis política, económica y la pandemia.

*\*Pew Research Center*



## ENTENDIENDO A LA GENERACIÓN MILLENNIAL HONDUREÑA

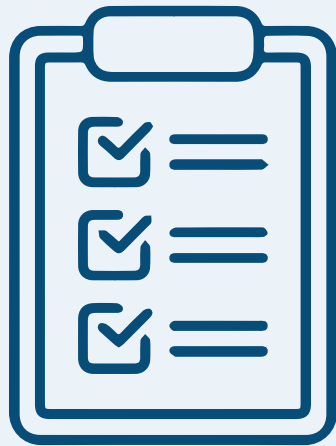
Con el liderazgo del COHEP, en 2019 se llevo a cabo el estudio del Millennial Honduras. Los hallazgos proporcionan el perfil de segmento muy peculiar de la población ya que es la generación llamada a liderar el país y que probablemente defina las decisiones políticas y sociales de nación en los próximos 15 a 20 años. Nuevamente, en 2020 con el apoyo de empresas líderes la encuesta de Millennials se aplica para actualizar los hallazgos y marcar tendencias.

Millennials representan la esperanza de un futuro mejor. En su contexto representan más del 31% de la población y ya muchos de ellos llegan a sus 40 años de edad (seguidos por la Generación Z). Es un segmento más educado, muy conectado y con acceso a información. Un segmento beligerante y exigente. Cuestionador. El contexto del año 2020 es complejo. La cosmovisión del Millennial seguramente ha sido distorsionado por la Pandemia y la crisis económica y social del país. Los hallazgos del presente estudio nos ilustran de esta realidad.





# DISCOVERY: ALCANCES Y ESTRUCTURACIÓN



**ENCUESTA  
N: 1,300**



**ANÁLISIS E  
INTERPRETACIÓN**



**REPORTE  
EJECUTIVO**



# FICHA TÉCNICA

**MUESTRA**  
**PORCENTAJE DE ERROR**  
**CONFIABILIDAD**  
**PRUEBA DE CONCEPTO**  
**NÚMERO DE PREGUNTAS EN**  
**INSTRUMENTO CUESTIONARIO**  
**MÉTODO DE APLICACIÓN**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**  
**FECHAS DE APLICACIÓN**

**N=1,300**

**2.72%**

**95%**

**2%**

**72**

**PERSONA A PERSONA**  
**10 DEPARTAMENTOS / 14 CIUDADES**  
**17 / OCTUBRE – 10 / NOVIEMBRE DE 2020**

# DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

n=1,300



	FRECUENCIA	%
TEGUCIGALPA	300	23
SAN PEDRO SULA	130	10
COMAYAGUA	100	8
DANLÍ	85	7
CHOLUTECA	85	7
LA CEIBA	85	7
CHOLOMA	83	6
PUERTO CORTÉS	82	6
SANTA BÁRBARA	75	6
SANTA ROSA DE COPÁN	70	5
EL PROGRESO	55	4
YORO	50	4
JUTICALPA	50	4
CATACAMAS	50	4



# HALLAZGOS

MILLENNIALS HONDURAS 2020





# DEMOGRÁFICOS



**48%**  
MASCULINO

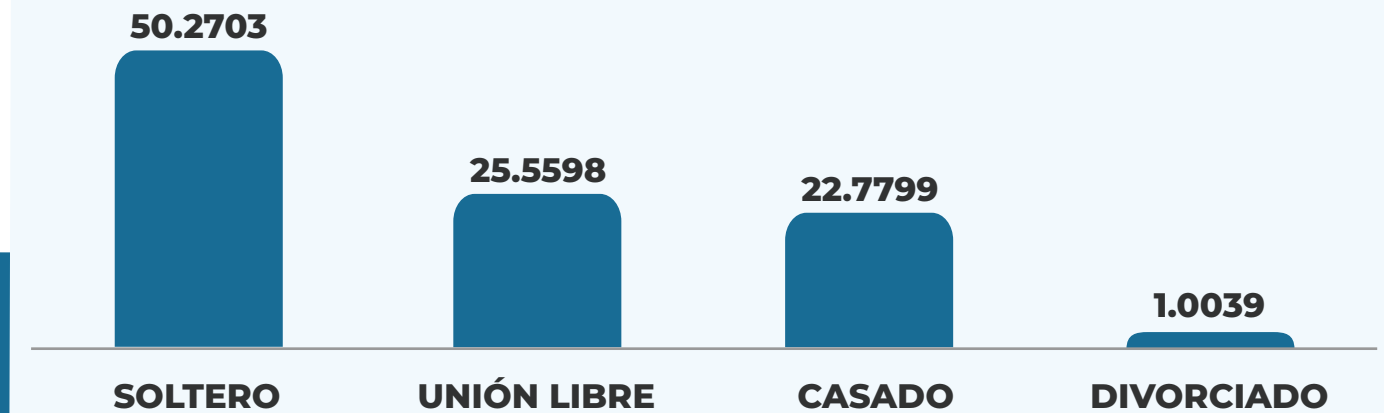
**52%**  
FEMENINO



**26**  
AÑOS  
EDAD PROMEDIO

**54%**  
TIENE HIJOS

## ESTADO CIVIL



# DEMOGRÁFICOS



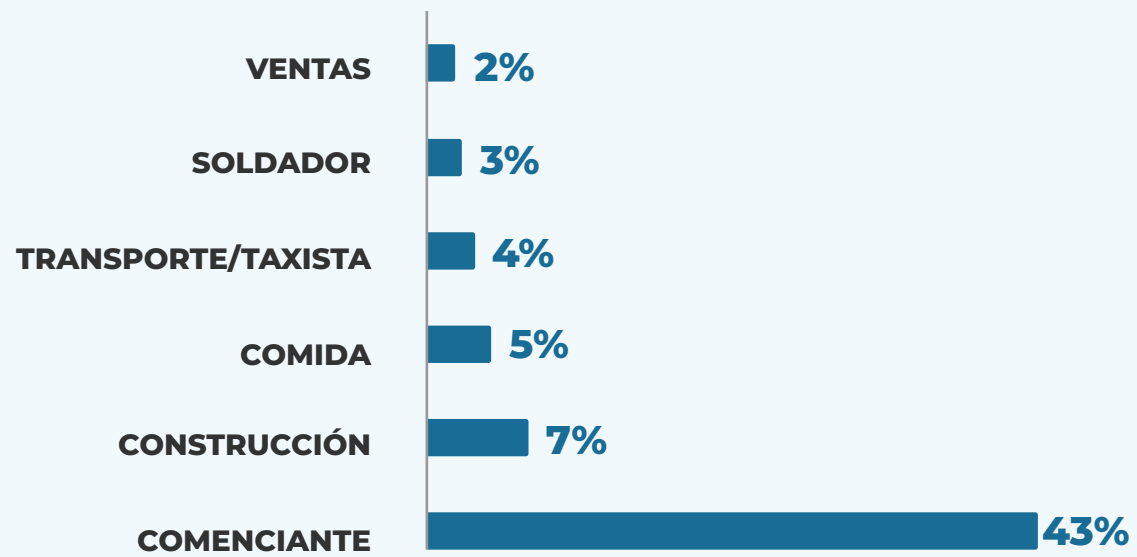
## ¿EN QUE TRABAJA? %



De los desempleados (10%); 54% ha sido despedido a causa de la pandemia.

# DEMOGRÁFICOS

## ¿QUÉ RUBRO ES SU NEGOCIO?

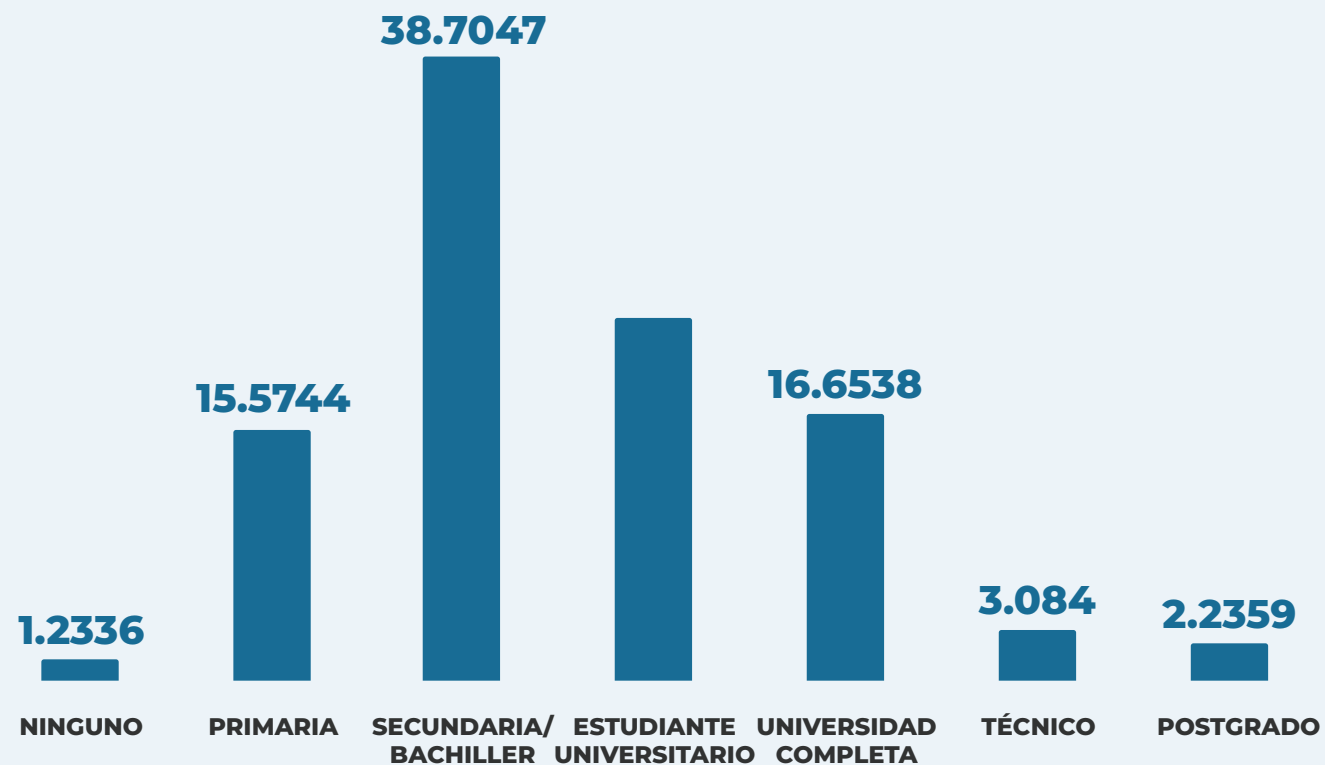


## ¿QUÉ PROFESIÓN U OFICIO?



# DEMOGRÁFICOS

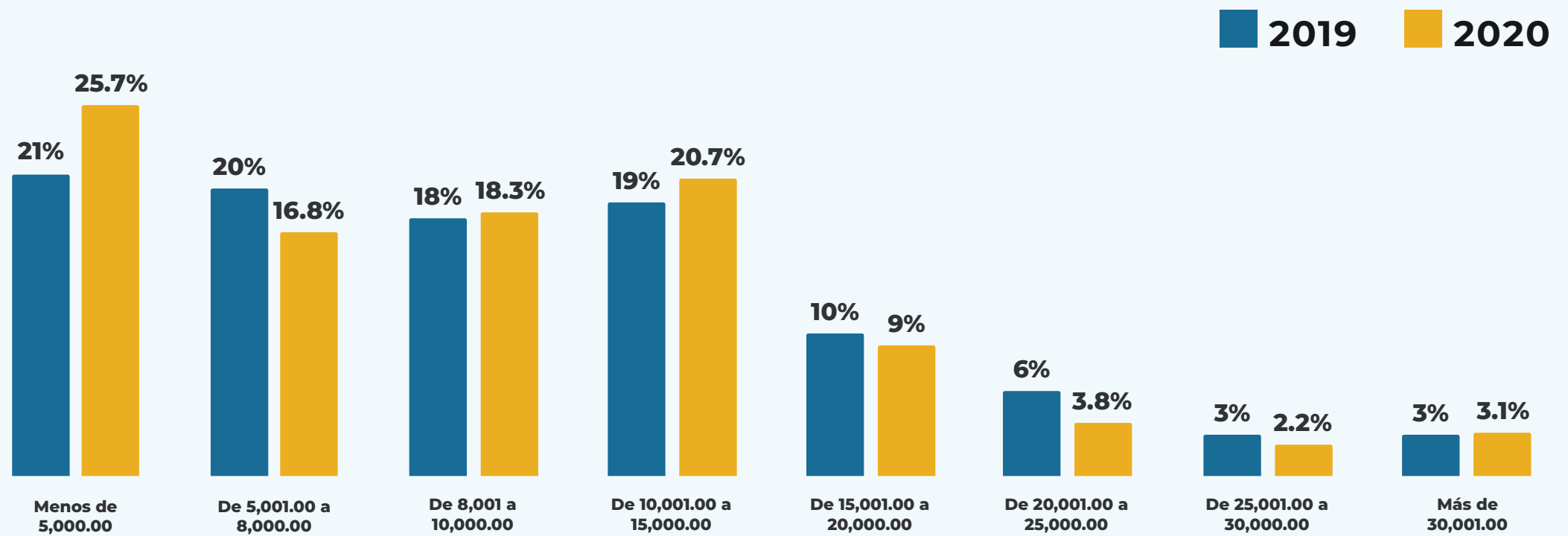
## ¿CUÁL ES SU ÚLTIMO GRADO APROBADO?



## ¿POR QUÉ RAZÓN NO ESTUDIÓ EN LA UNIVERSIDAD?

ECONÓMICO	49%
FAMILIAR	13%
LABORAL	11%
OTRO	6%

# INGRESO



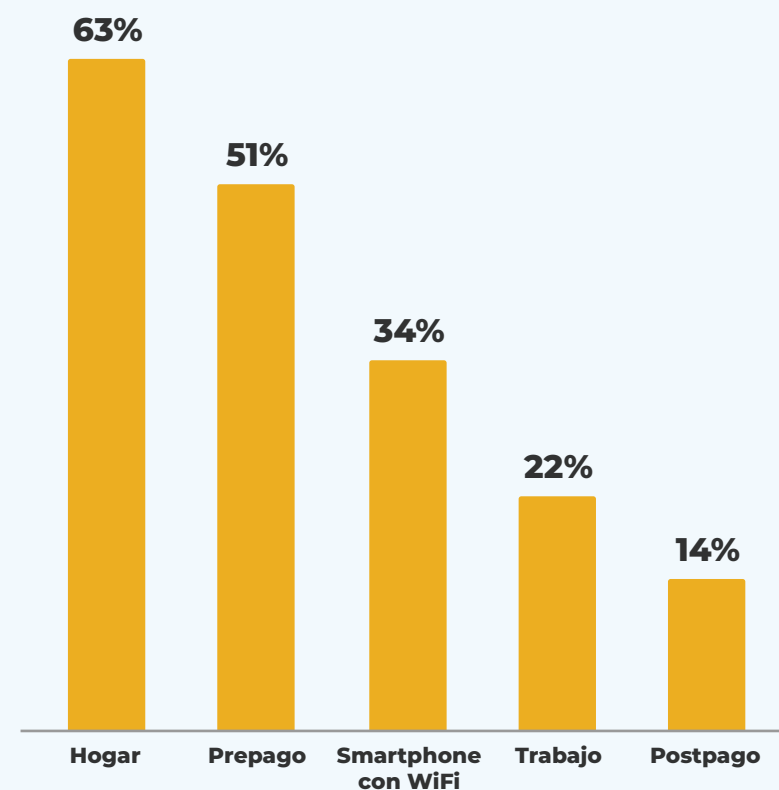
2019 59.4% ingresos menores a L 10,000.00  
 2020 61.0% ingresos menores a L 10,000.00  
 US\$409

# CONECTIVIDAD

	<b>tigo</b>	<b>Claro</b>	<b>AMBOS</b>
<b>2019</b>	<b>58%</b>	<b>34%</b>	<b>8%</b>
<b>2020</b>	<b>56%</b>	<b>31%</b>	<b>13%</b>

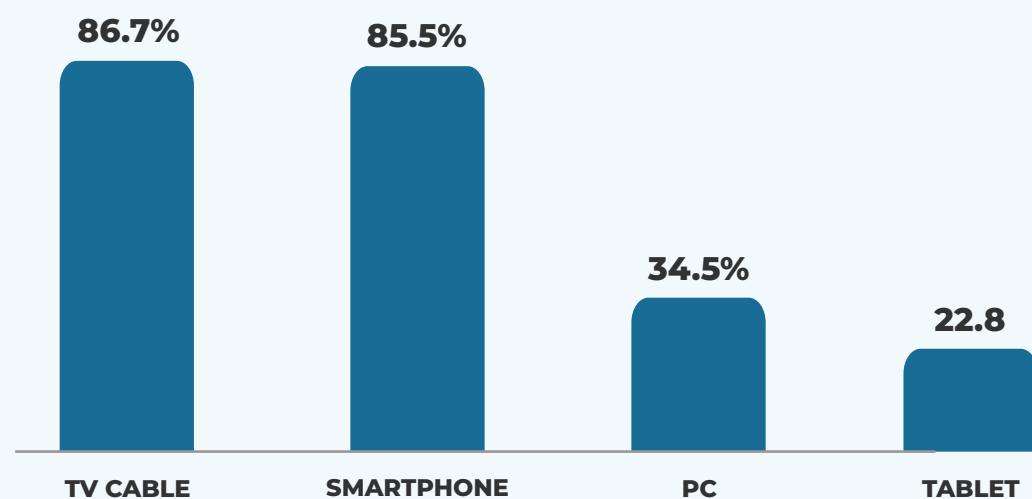
**96% TIENE ACCESO A INTERNET**

## ¿DÓNDE TIENE ACCESO A INTERNET?



# CONECTIVIDAD

## EN SU HOGAR, USTED CUENTA CON



## EN SU OPINIÓN, LA TECNOLOGÍA DIGITAL EN HONDURAS ESTÁ

**15%**  
Al alcance de todos

**85%**  
Al alcance de pocos

# DEMOGRÁFICOS



**35%**

HA VIAJADO AL  
EXTERIOR DEL PAÍS.



**29%**

RECIBE APOYO  
ECONÓMICO DE SUS  
PADRES.



**32%**

HA COMPRADO  
POR INTERNET



**14%**

HA PROBADO DROGAS.  
DE ESTOS, 85% HA SIDO  
LA MARIHUANA.



**46%**

AHORRA.  
PROMEDIO: 15 % DE  
SUS INGRESOS.

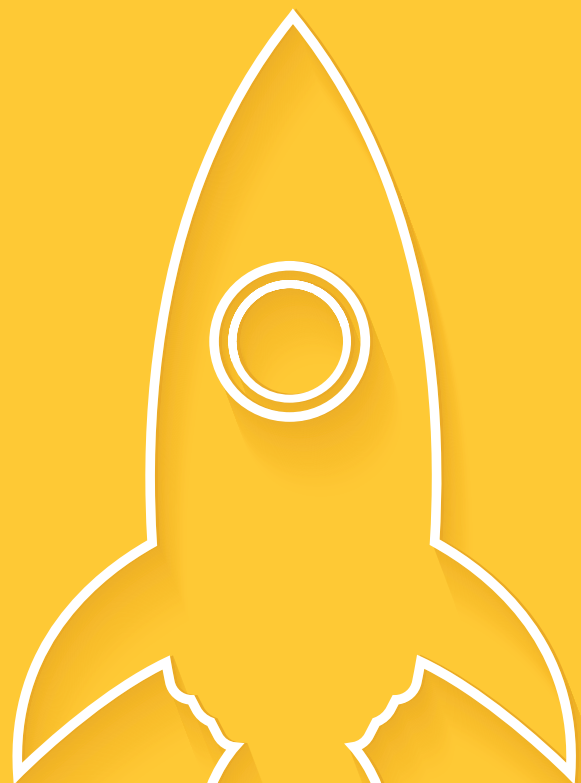


**50%**

HA SIDO POR  
AMAZON.



# EMPRENDIMIENTO



**29%**

**DESEA INICIAR UN  
EMPRENDIMIENTO A  
CORTO PLAZO**

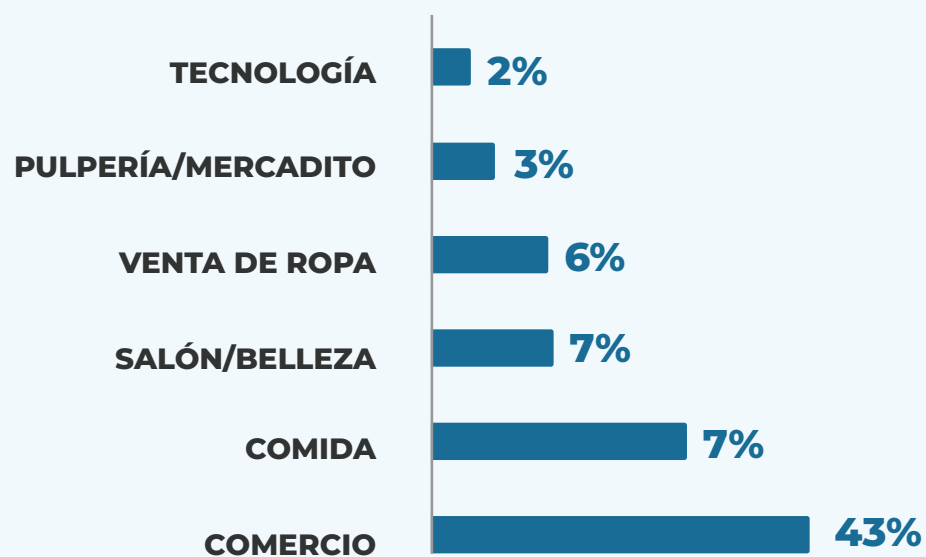
**14%**

**CONOCE DEL  
PROGRAMA**

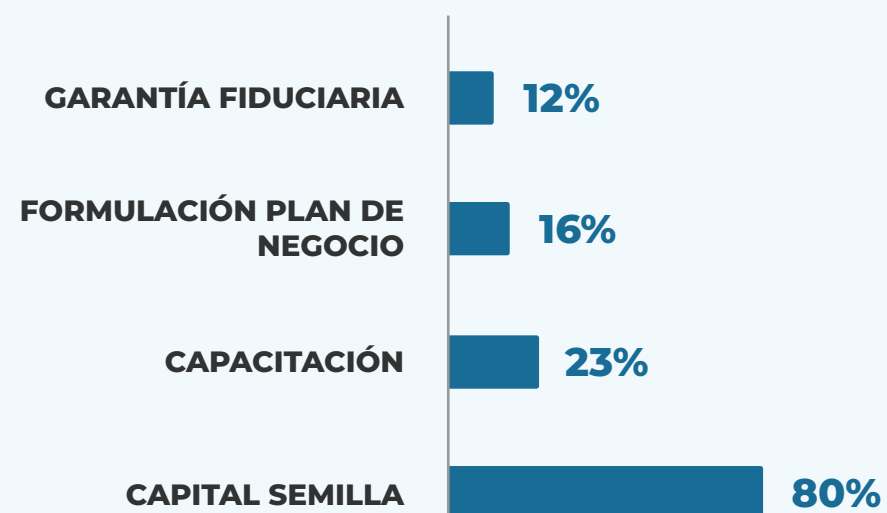
**Terra te Impulsa**

# EMPRENDIMIENTO

## SI DESEA EMPRENDER, ¿EN QUÉ RUBRO?



## PARA SU EMPRENDIMIENTO, NECESITA APOYO CON



# VEHÍCULO

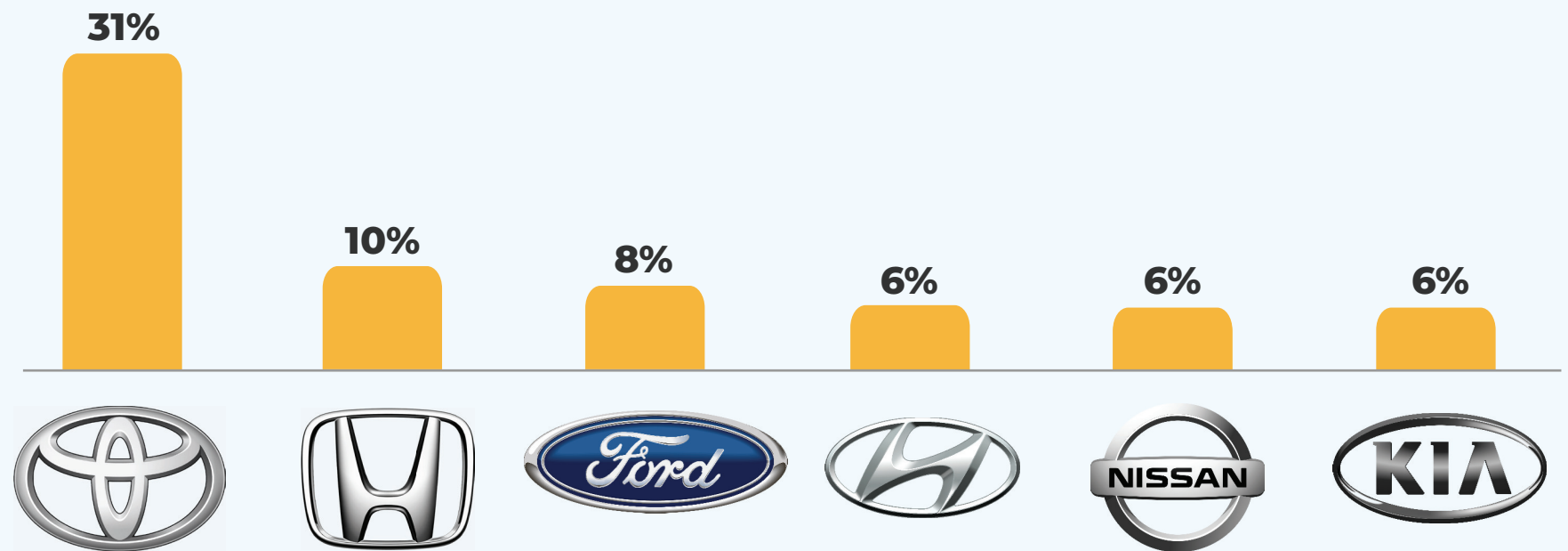


**29%**  
TIENE  
VEHÍCULO



**10%**  
TIENE  
MOTOCICLETA

## ¿QUÉ MARCA ES SU VEHÍCULO? %



28% aspira a la compra de vehículo en los próximos 5 años.

# GASOLINERAS

## TOP OF MIND



45%

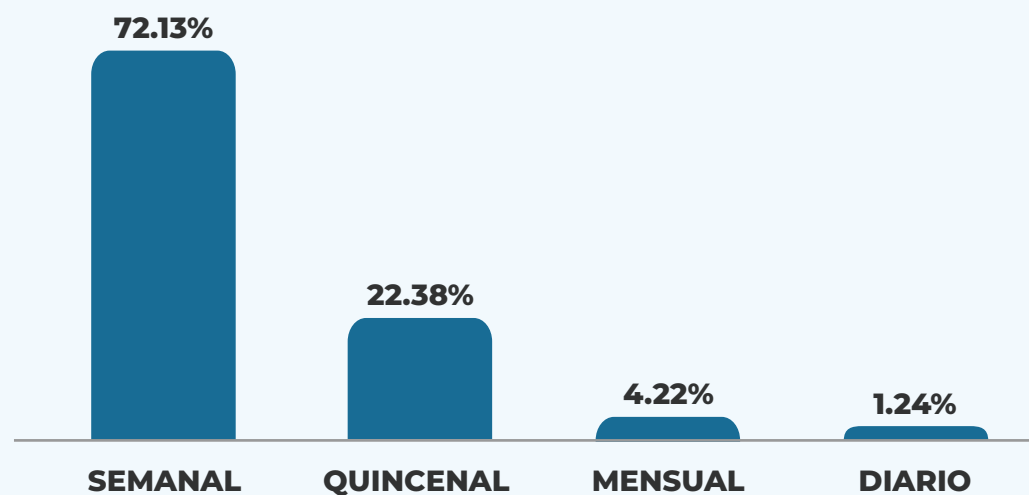


28%



26%

## ¿CADA CUANTO CARGA CONBUSTIBLE?



## TIENDA FAVORITA CONVENIENCIA

36%

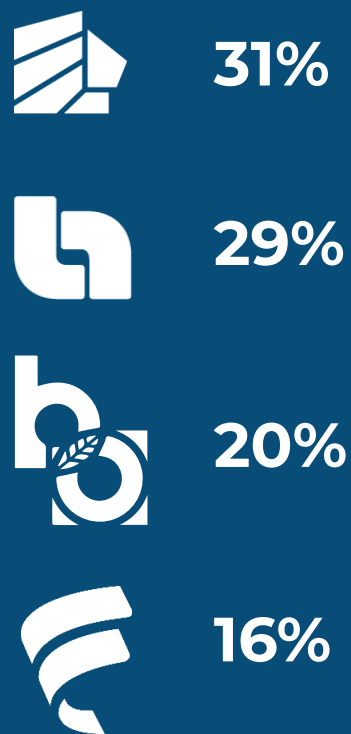
*Pronto*

34%

CIRCLE K

# PERFIL FINANCIERO

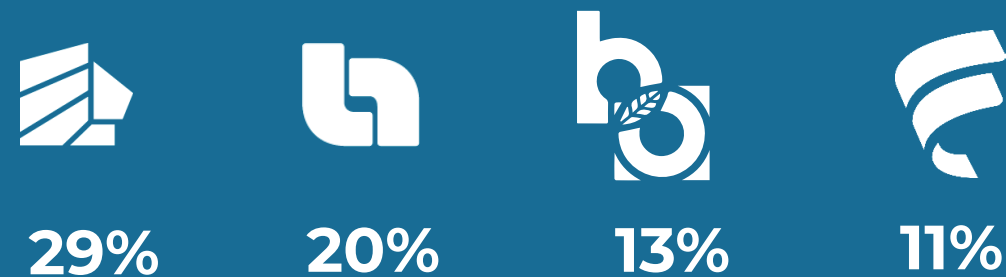
**67%**  
BANCARIZADO



**19%**  
TARJETA DE CRÉDITO

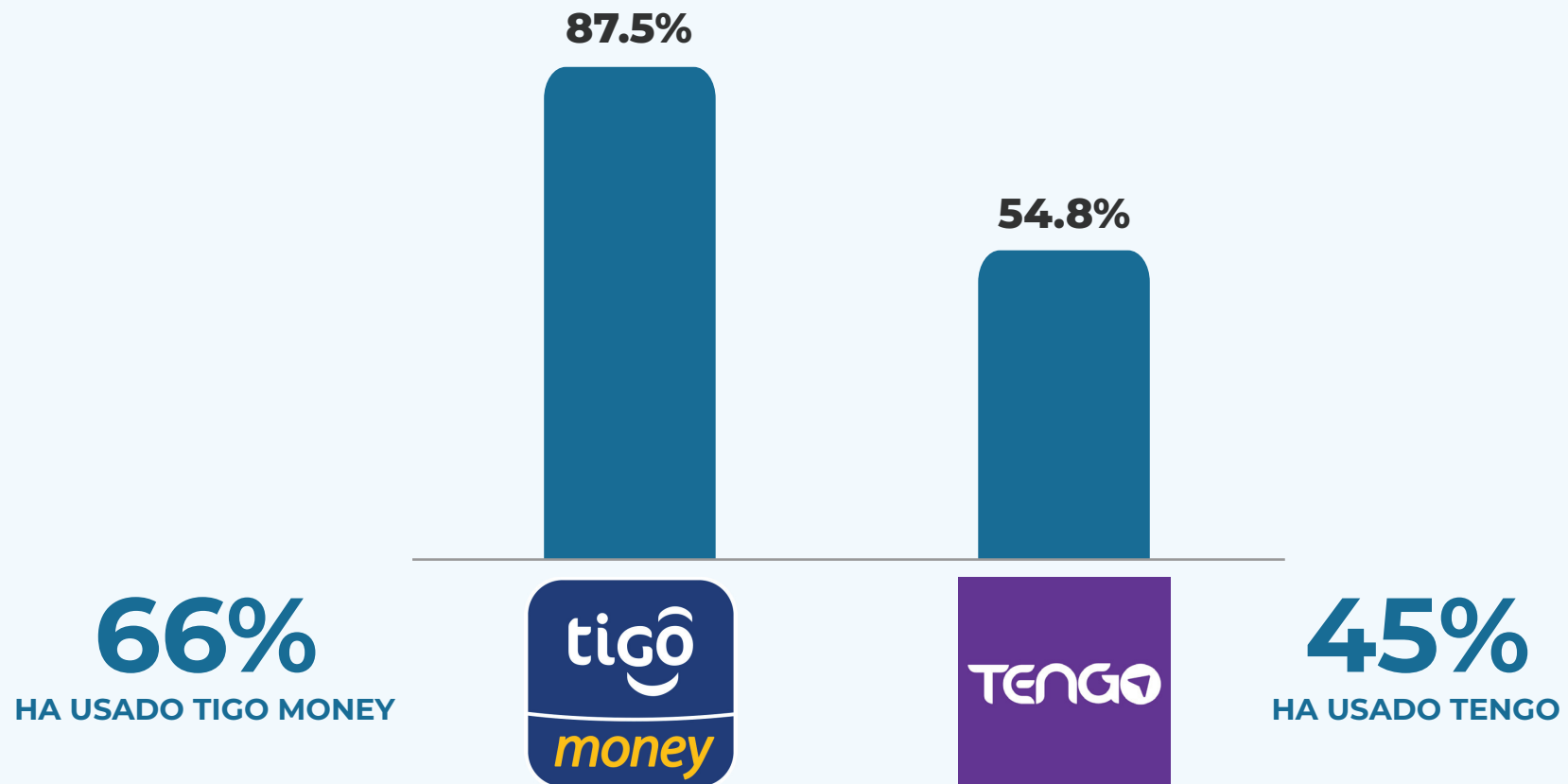


**57%**  
TARJETA DE DÉBITO





# BILLETAS ELECTRÓNICAS

## CONOCE



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	2019	2020
	75%	79%
	78%	58%

**LAS REDES SOCIALES SOBREPASADO EN AUDIENCIA A MEDIOS TRADICIONALES.**

**N**

2019	2020
41%	31%

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

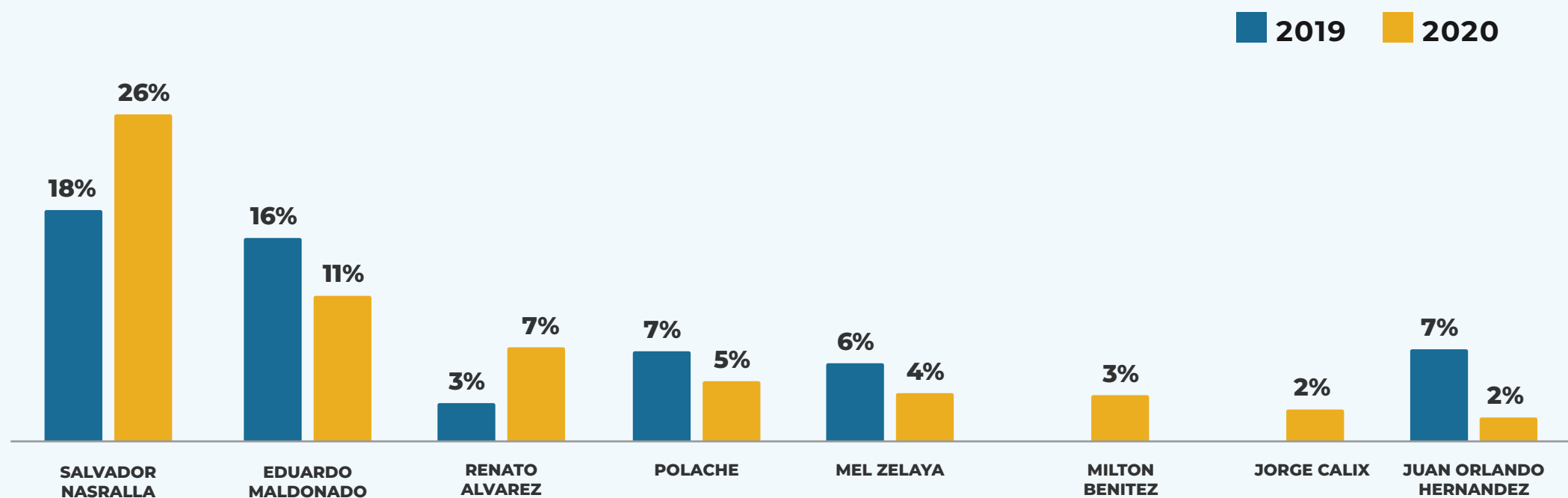


MEDIO	% CONSUMEN	
FACEBOOK	79%	56%
TV (HCH)	58%	46%
WHATSAPP	52%	33%
INSTAGRAM	35%	11%
PERIÓDICO (LA PRENSA)	16%	3.4%
YOU TUBE	15%	7.5%
RADIO (AMÉRICA)	13%	2%
TWITTER	13%	3.7%
SPOTIFY	9	2.5%



# INFLUENCIADORES

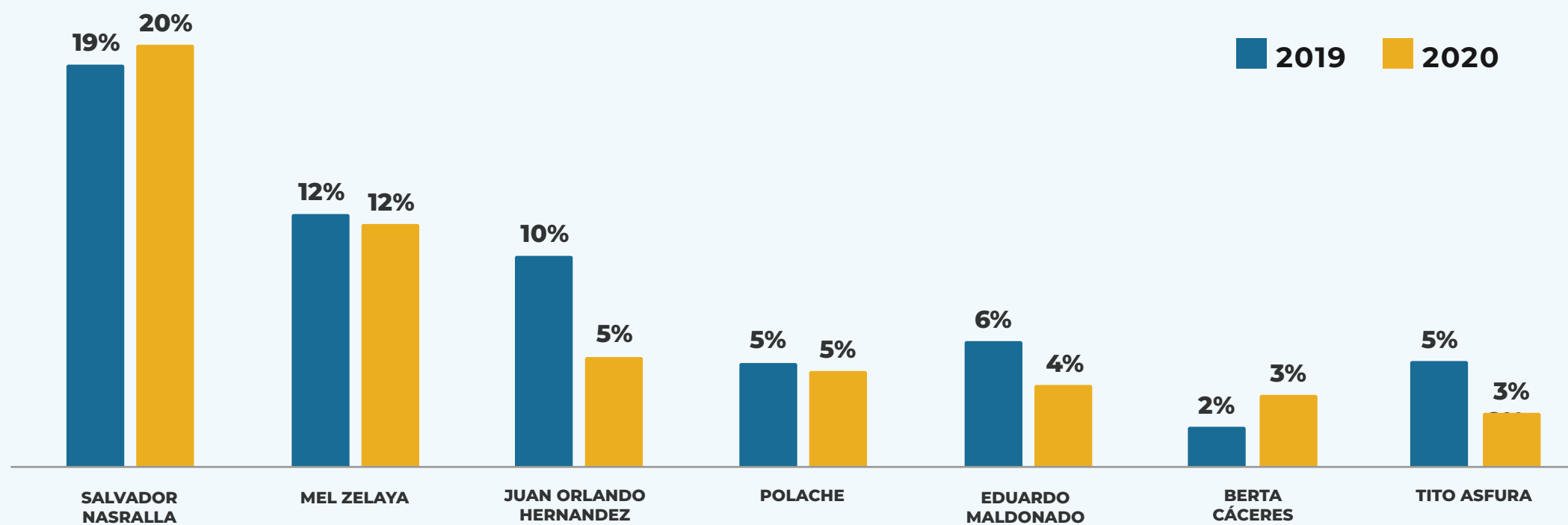
PIENSE EN PERSONAJE PÚBLICO HONDUREÑO DE MEDIOS, EMPRESA PRIVADA O ARTISTA QUE INFLUENCIA O PODRÍA INFLUENCIAR SU OPINIÓN ACERCA DE TEMAS DE INTERÉS NACIONAL



**SALVADOR NASRALLA LOGRA INFLUENCIAR AL MILLENNIAL EN TEMAS DE INTERÉS NACIONAL.**

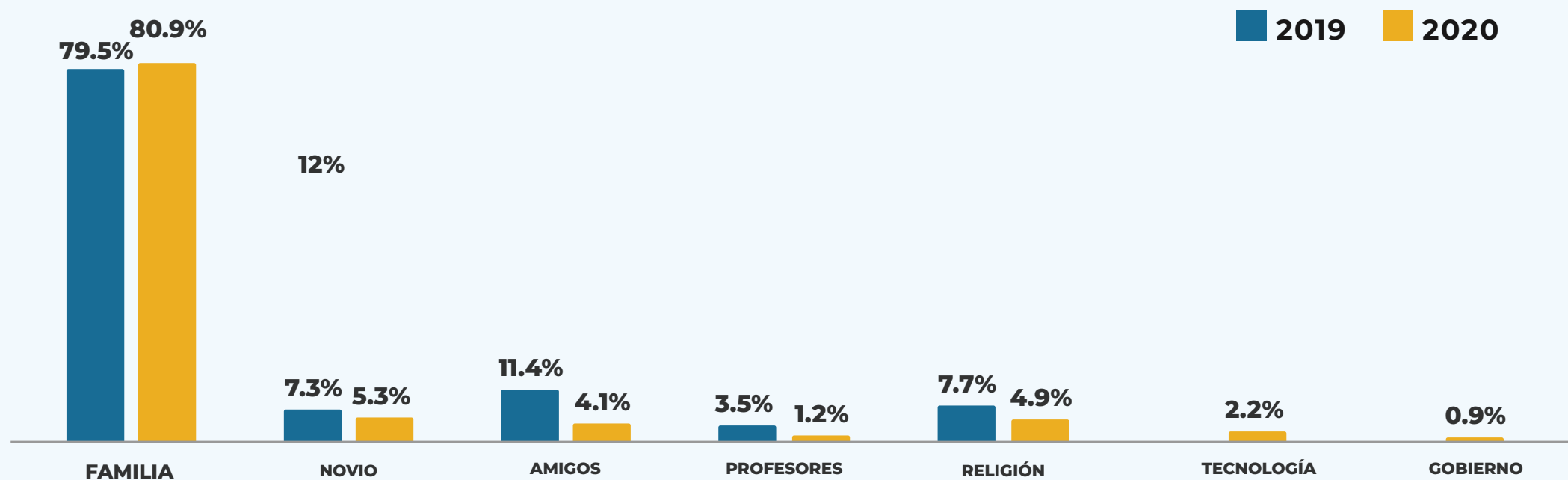
# INFLUENCIADORES

## PERSONAJE O LÍDER HONDUREÑO QUE USTED ADMIRA



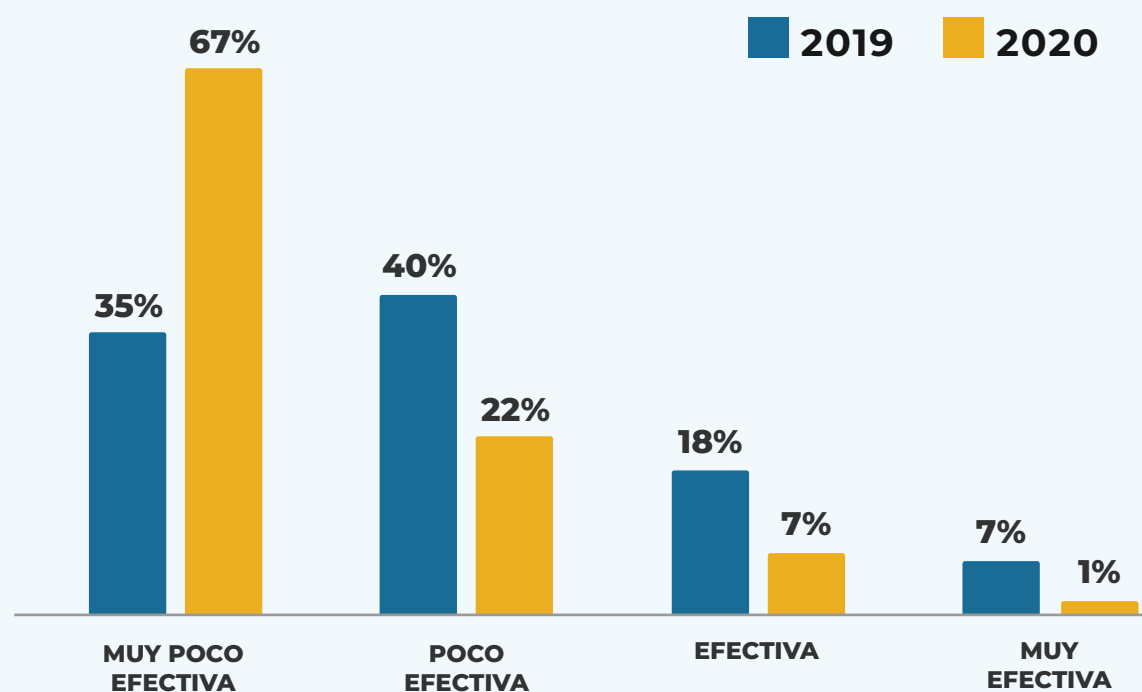
# INFLUENCIA

## ¿QUIÉN INFLUENCIA MÁS EN TU VIDA?



# ENTORNO

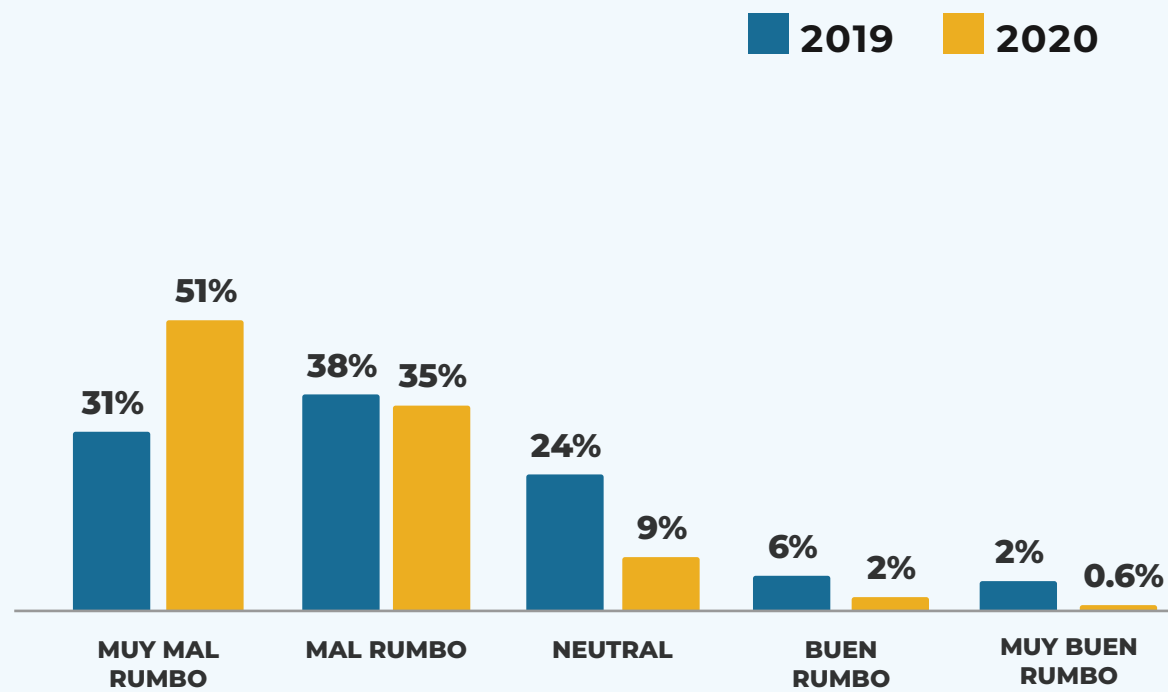
## USTED CALIFICA LA LABOR GENERAL DEL ACTUAL GOBIERNO



La calificación de la labor general del gobierno es de Muy poco y poco efectiva de **90% en 2020.**

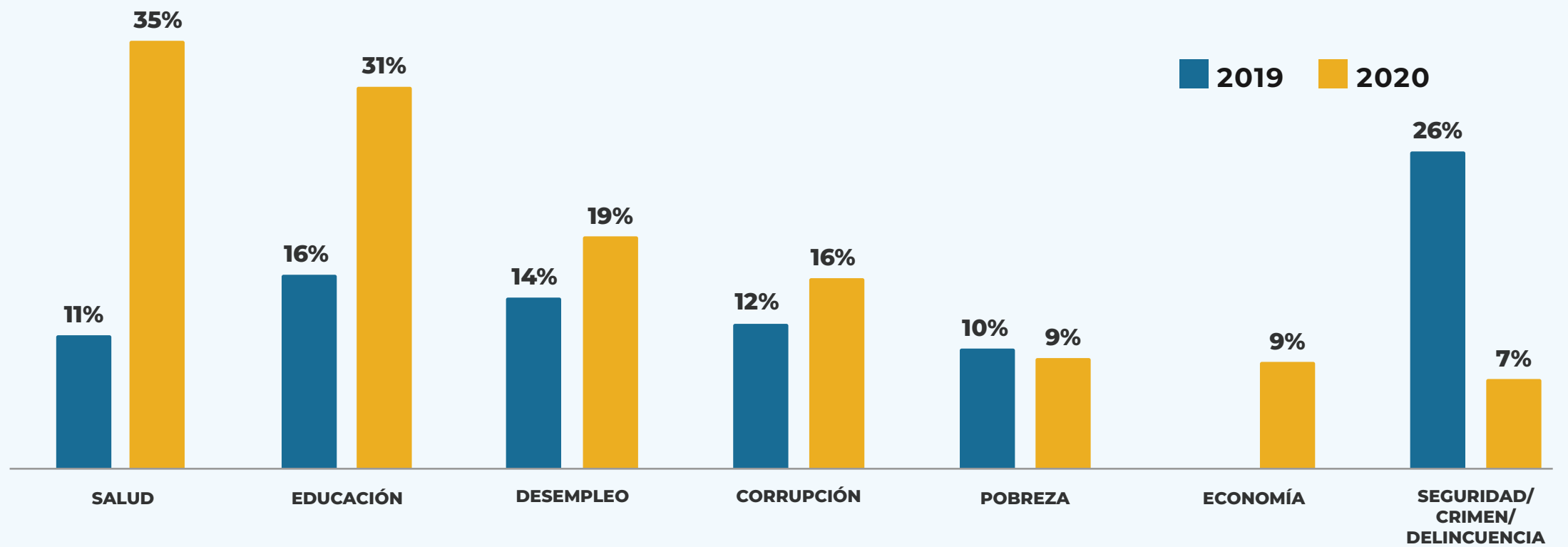
En 2019, 78% no estaban de acuerdo con la reelección presidencial. **91% en 2020.**

## USTED CALIFICA LA LABOR GENERAL DEL ACTUAL GOBIERNO







La percepción del rumbo económico negativa de 69% en 2019 pasa a **87% en 2020.**




## PERSONAJE O LÍDER HONDUREÑO QUE USTED ADMIRA



# FELICIDAD Y OPTIMISMO

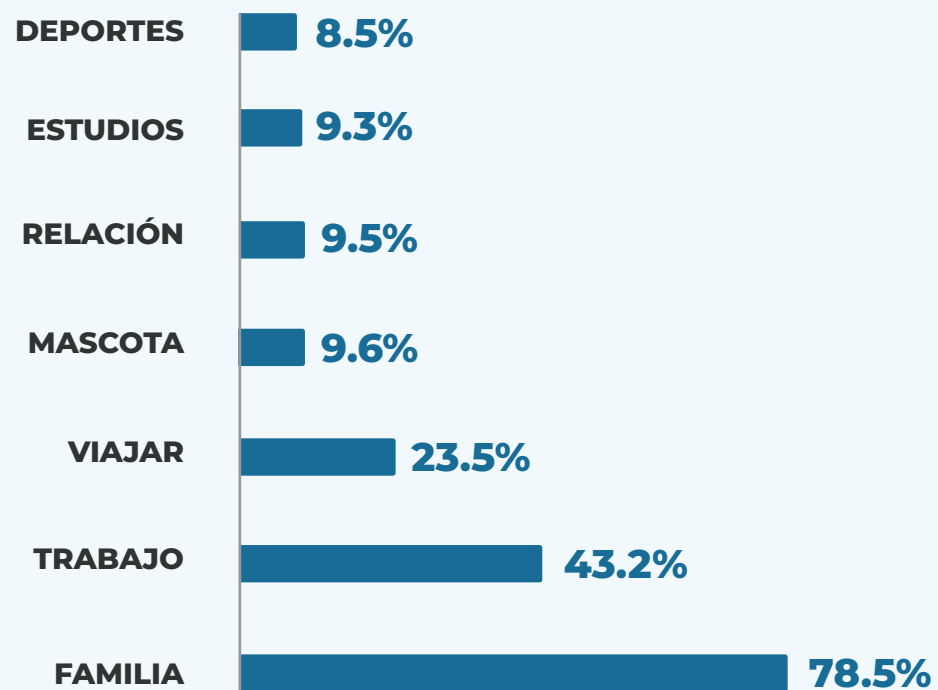
	2019	2020
 MUY FELIZ	32%	30%
 FELIZ	52%	55%
 INFELIZ	5%	6%
 INDIFERENTE	11%	10%

## EN CUANTO A TU FUTURO, TE SIENTES

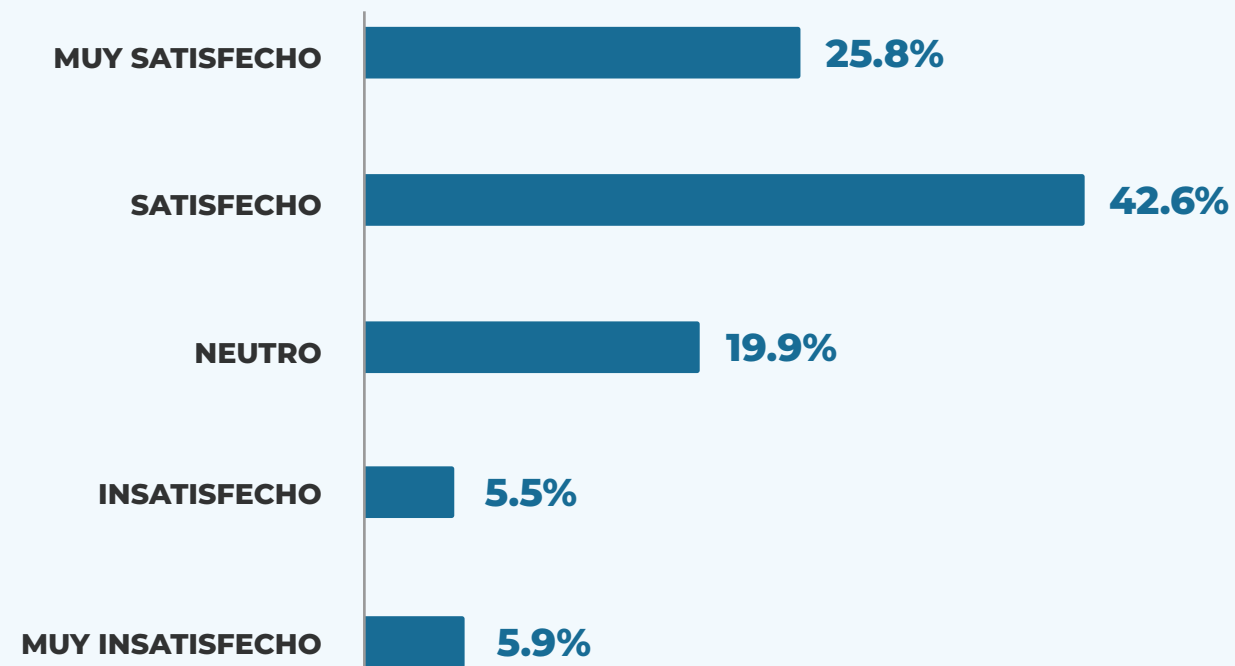
	2019	2020
 MUY OPTIMISTA	39%	38%
 OPTIMISTA	52%	54%
 POCO OPTIMISTA	9%	8%

# FELICIDAD Y OPTIMISMO

## TE HACE FELIZ %



## NIVEL DE SATISFACCIÓN CON SU VIDA %

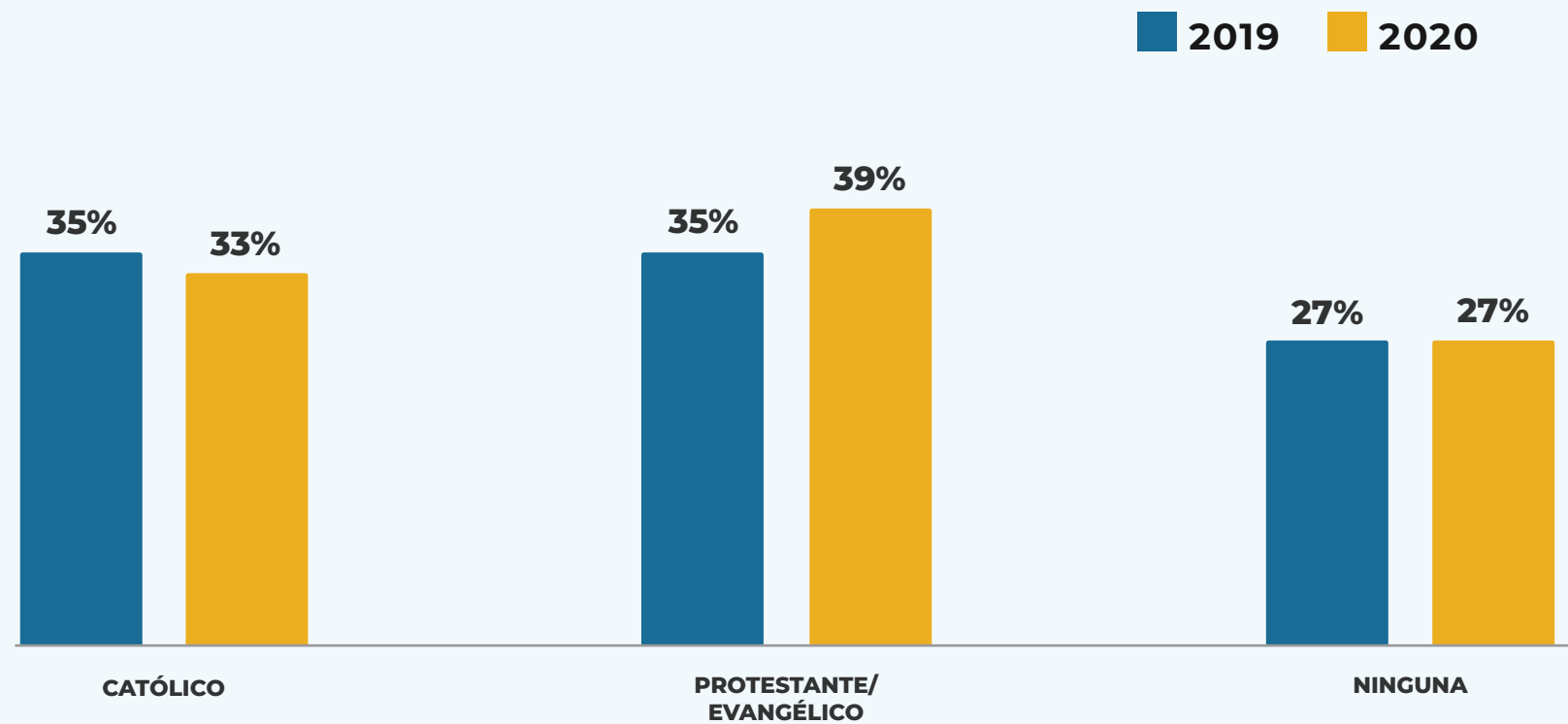




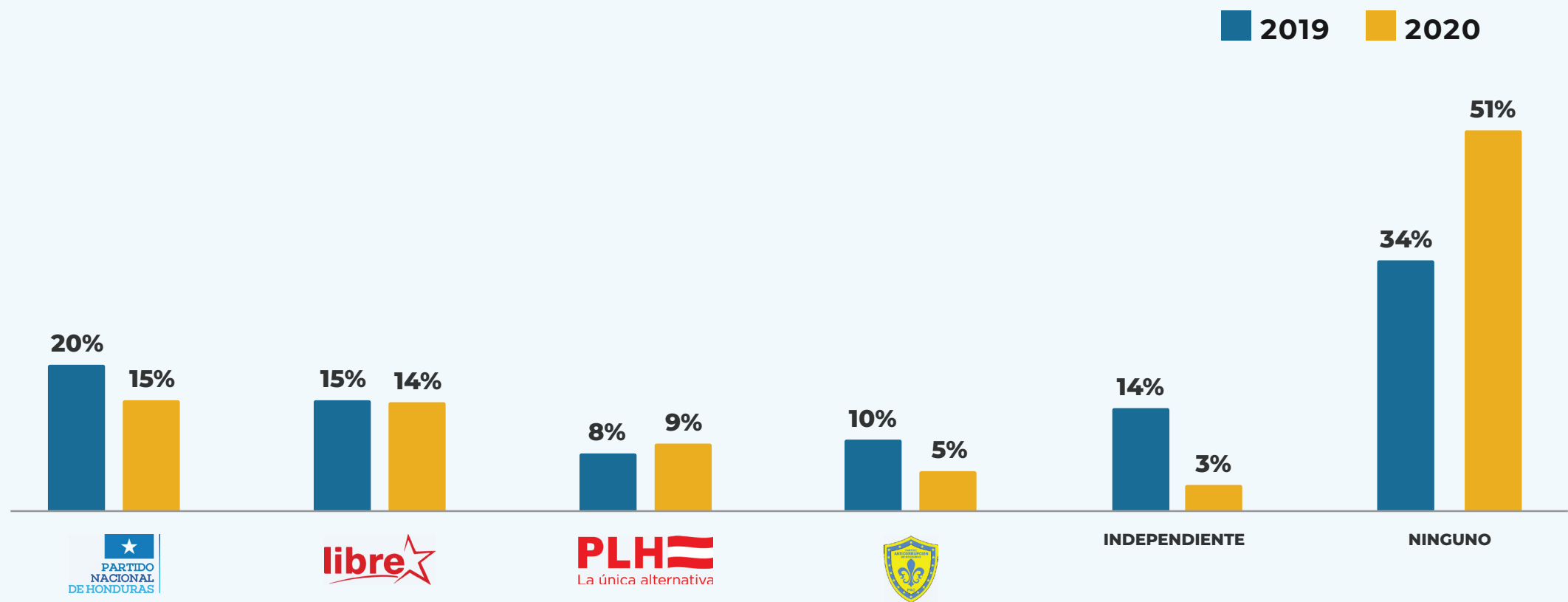
# RELIGIÓN



**LOS JÓVENES IDENTIFICADOS CON LA RELIGIÓN CATÓLICA SE REDUJERON EN 2%, MIENTRAS QUE LOS PROTESTANTES AUMENTARON EN 4% DE 2019 A 2020.**



## PARTIDO POLÍTICO DE PREFERENCIA SEGMENTO MILLENNIALS



# EDUCACIÓN



En 2019 la variable más notable en la deficiencia de la educación en el país fue la calidad del docente, variable que se redujo en 3% para 2020.

La variable que mejoró en 2020 fue la calidad del plan de estudios, reduciendo de 27% en 2019 a 19% en 2020.

	2019	2020
CALIDAD DEL DOCENTE	29%	26%
ACCESIBILIDAD	26%	26%
CALIDAD DEL PLAN DE ESTUDIOS	27%	19%
TECNOLOGÍA	7%	14%
INFRAESTRUCTURA	11%	14%

## 2019

72% DEL ENCUESTADO CONOCE DEL INFOP

24% HA TOMADO CURSOS EN EL INFOP

69% LOS CONSIDERA ENTRE BUENOS Y MUY BUENOS

## 2020

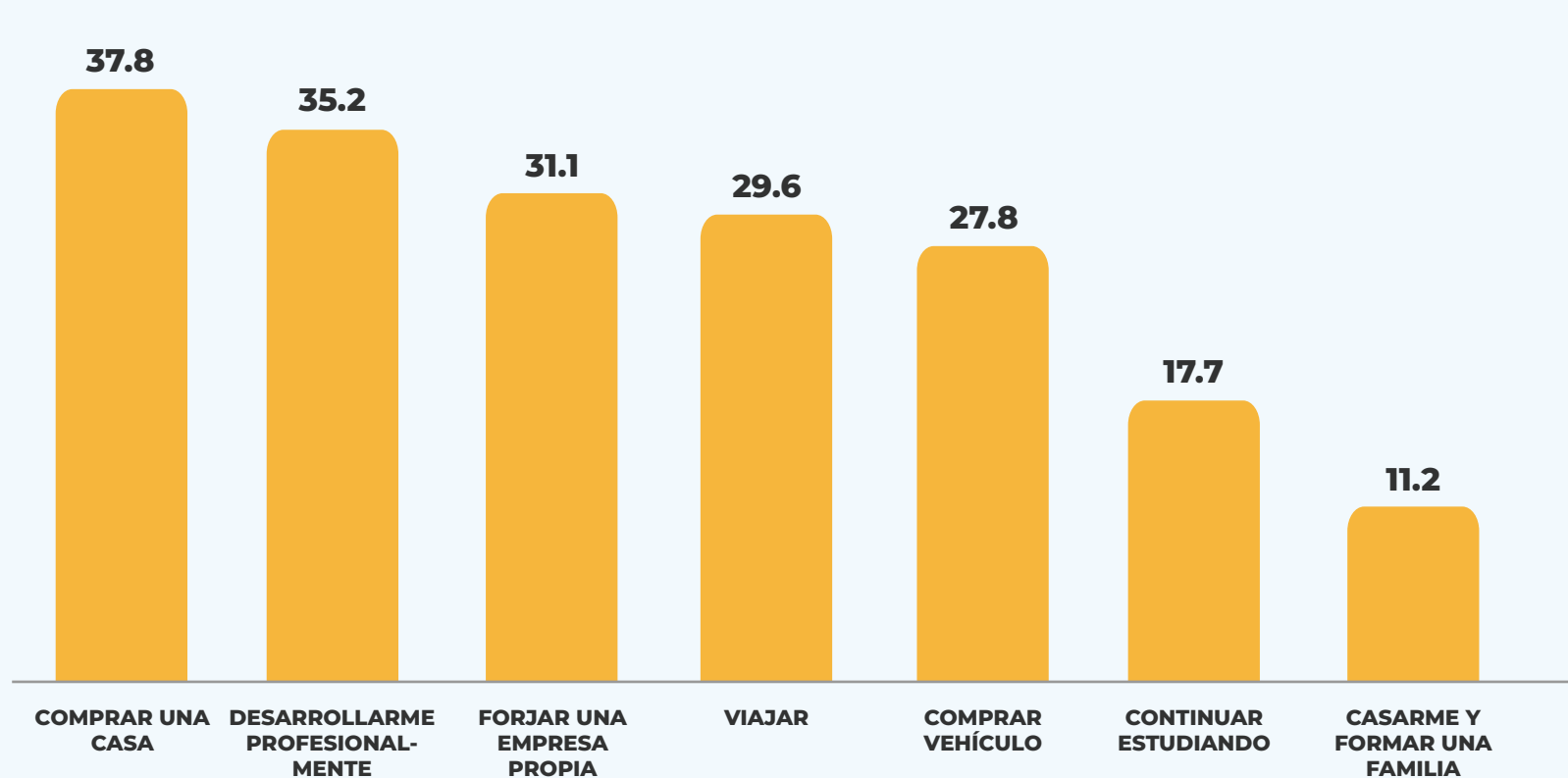
76% DEL ENCUESTADO CONOCE DEL INFOP

37% HA TOMADO CURSOS EN EL INFOP

89% LOS CONSIDERA ENTRE BUENOS Y MUY BUENOS

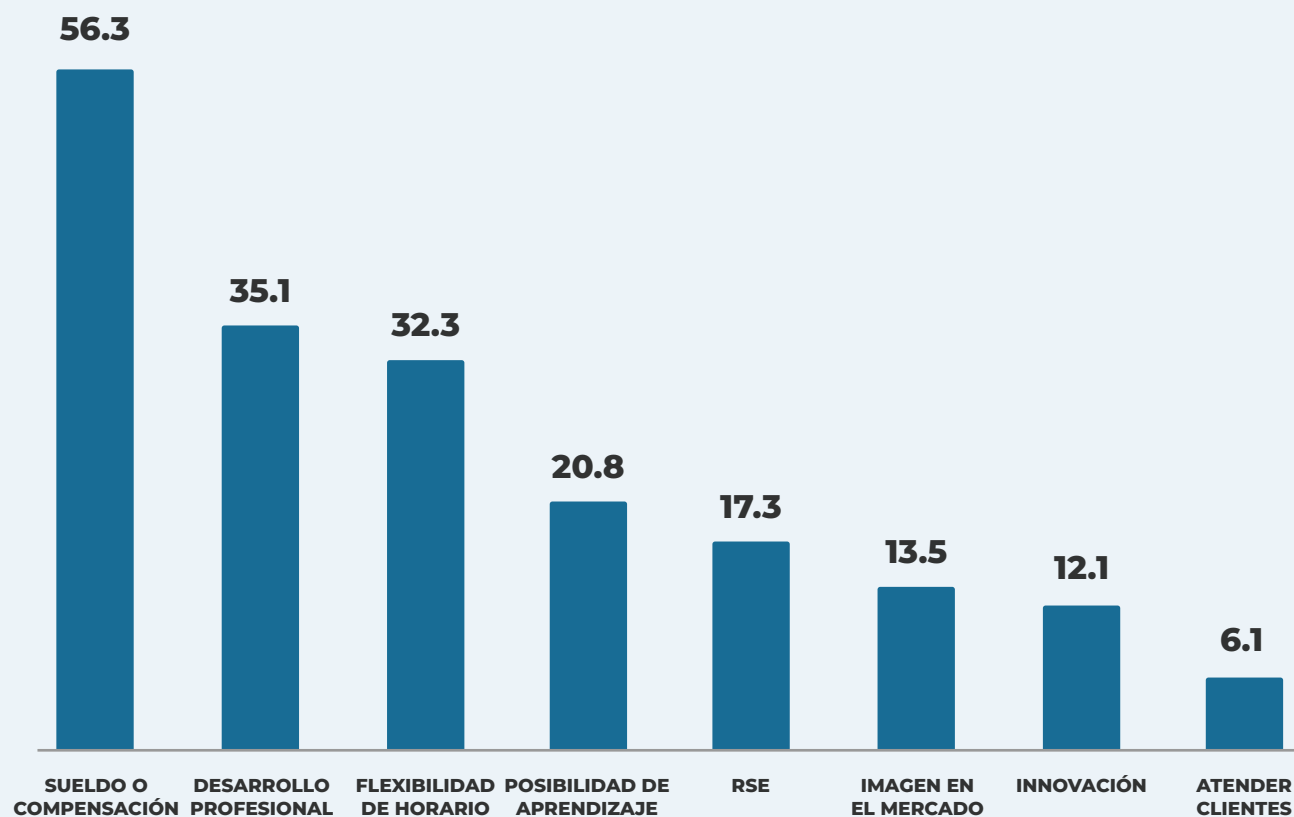
# METAS

**A LARGO PLAZO (5 AÑOS), PODRÍAS IDENTIFICAR TUS OBJETIVOS EN LA SIGUIENTE LISTA?**

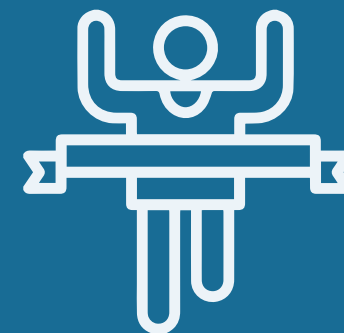


# LABORAL

¿QUÉ DOS ATRIBUTOS DE LOS SIGUIENTES BUSCAS EN UNA EMPRESA PARA TRABAJAR? %



**56%**  
SUELDO



**38%**  
DESARROLLO  
PROFESIONAL

# LABORAL

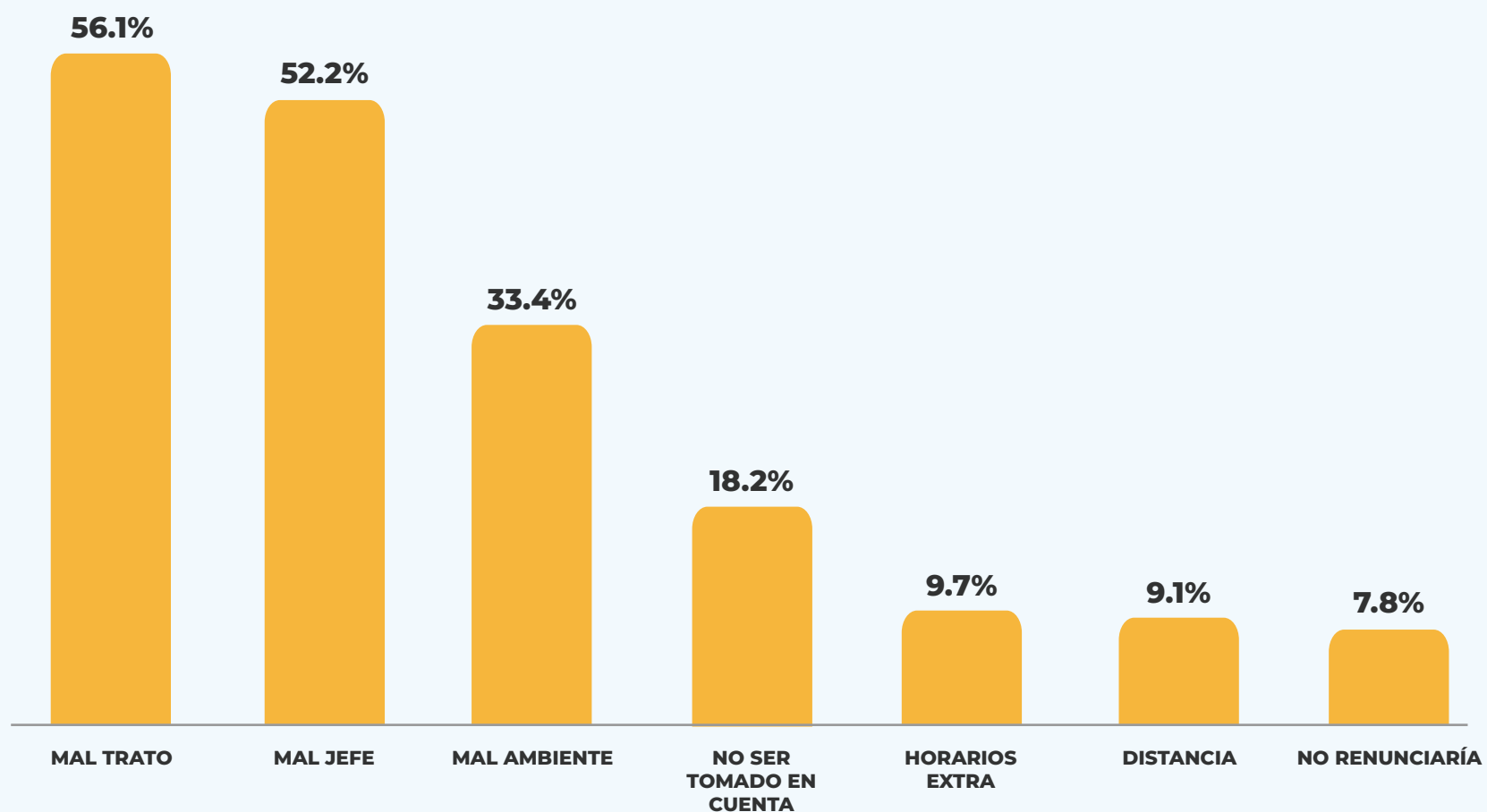


En 2020 la habilidad más importante que el Milénico considera para obtener un trabajo bien remunerado es **43% ser bilingüe**.

	2019	2019
SER BILINGÜE	44%	43%
MANEJO DE MSOFFICE	24%	20%
MANEJO EMOCIONAL	15%	20%
HABILIDADES BLANDAS	17%	17%



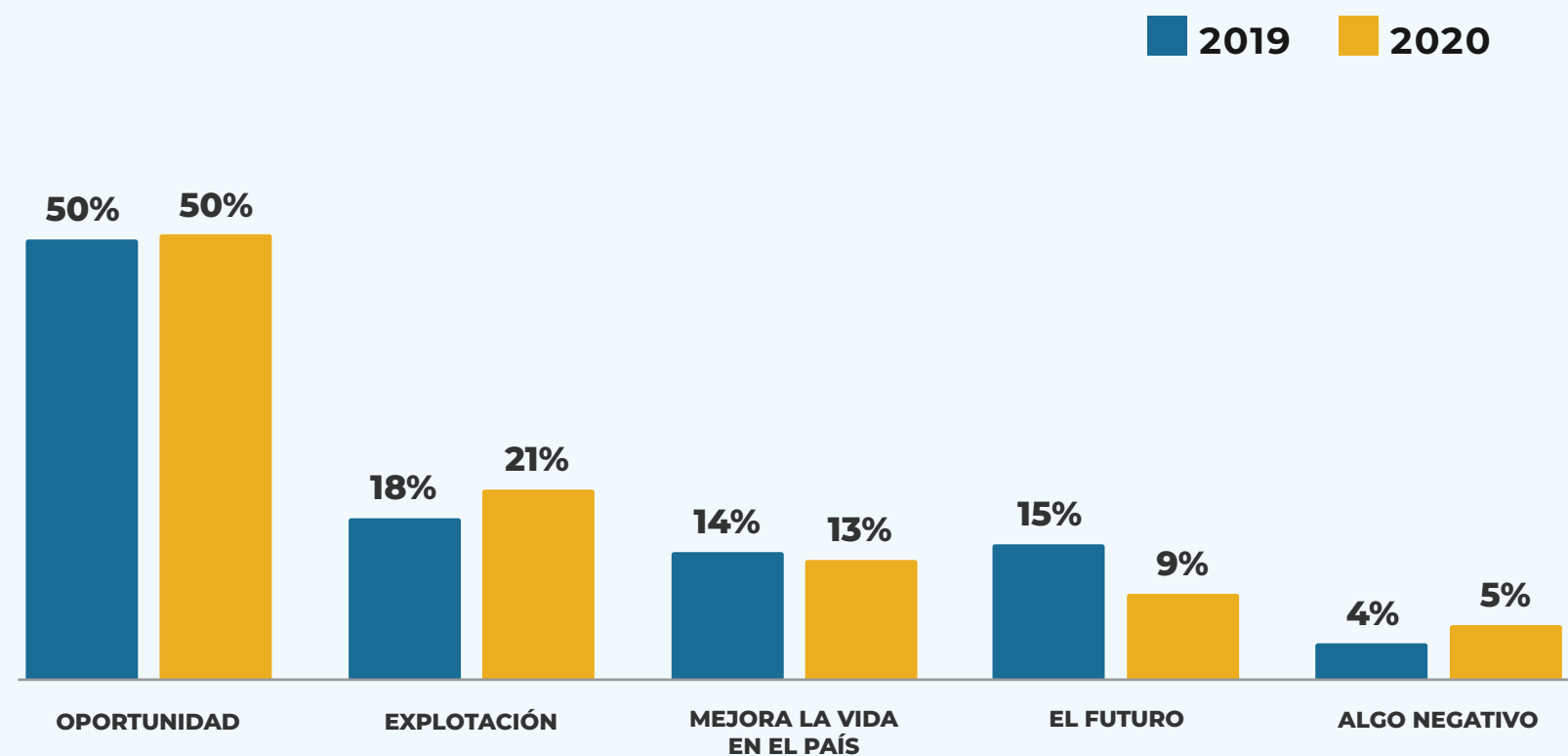
## ¿QUÉ DOS RAZONES DE LAS SIGUIENTES SERÍAN SUFICIENTES PARA TERMINAR TU RELACIÓN LABORAL CON UNA EMPRESA? %





# EMPRESA PRIVADA

## CREES QUE LA EMPRESA PRIVADA ES





### ¿CONOCE LO QUE ES EL COHEP?

2019

38%

2019

41%

### ¿QUISIERA SABER MÁS ACERCA DEL COHEP?

2019

65%

2019

63%



# PERCEPCIÓN NACIONAL

## HONDURAS ME OFRECE OPORTUNIDADES PARA SER EMPRENDEDOR

	DE ACUERDO	DESACUERDO
2019	44%	56%
2020	23%	77%

En 2019 51% de los entrevistados consideraba emigrar de país.  
9% "mojados"

Para 2020 61% de los entrevistados considerarían emigrar del país si tuviesen la oportunidad.  
7% mojados.

# PERCEPCIÓN NACIONAL

EN CUANTO A TU FUTURO, TE SIENTES



MEJOR

2019

2020

21%

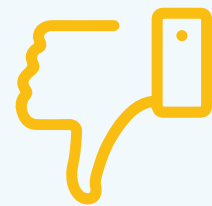
44%



IGUAL

56%

36%



PEOR

23%

20%

# ACCESIBILIDAD DE LA SALUD

**27%** al menos un familiar de COVID.

— — — —

**15%** considera la salud como accesible en el país.

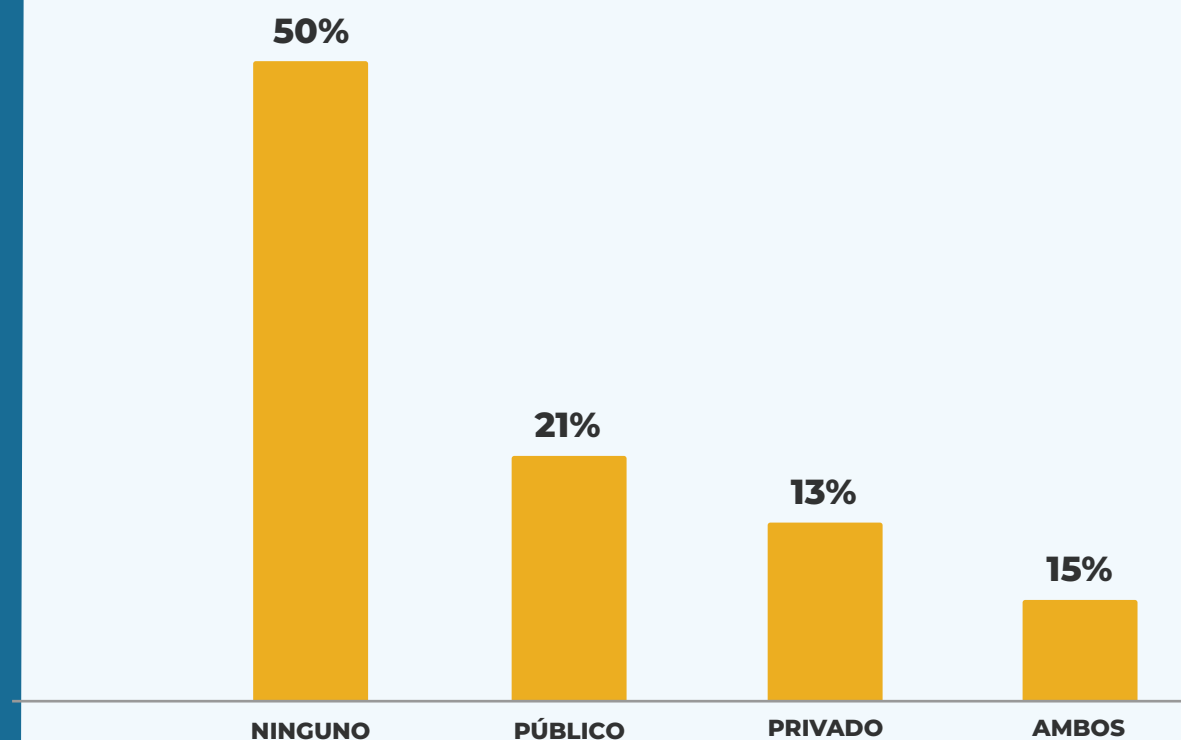
— — — —

**85%** considera que es inaccesible.

— — — —

**4%** dice estar enfermo (no COVID).

¿CUENTA CON SEGURO DE SALUD? %





# CONSIDERACIONES FINALES





# ¡MUCHAS GRACIAS!

