



*Roy Campos*  
**RESEARCH**

**TRACKING  POLL**  
*Roy Campos*

**LA GENERACIÓN MILENIO**  
CUANDO EL DESTINO NOS ALCANCE

**ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS**

*Agosto de 2007*

**ADVERTENCIA:** Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

San Salvador, El Salvador  
Distrito Federal, México Calle Georgia #38 Colonia Nápoles Tel. +52 (55) 55.43.59.69  
Aguascalientes, México Monte Coronado #232-4 Villas Montenegro Tel. +52 (449) 912.76.11

# LA GENERACIÓN MILENIO

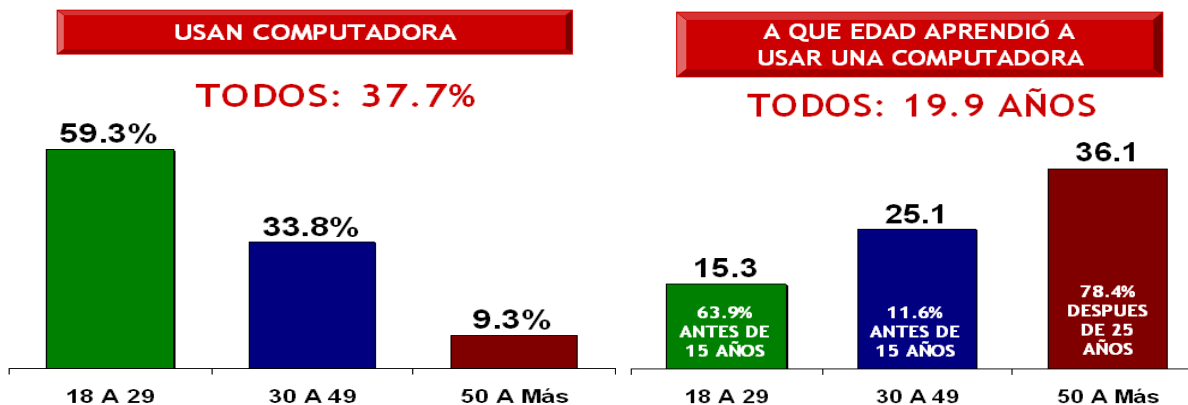
## CUANDO EL DESTINO NOS ALCANCE

Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

Si de algo puede presumir la generación que actualmente dirige al mundo es de haber fracasado. Hoy como nunca los índices de pobreza por un lado y de deterioro del medio ambiente por otro, nos llevan a concluir que no supimos, como generación, resolver los problemas que se veían venir y que no quisimos ver o no pudimos enfrentar. Esto hace que sea inevitable voltear a ver a la siguiente generación, que ya está en la puerta y que llega más preparada. En los siguientes cuadros se presentan algunas de las características de la “*generación milenio*” y su diferencia, a veces escandalosa, con las nuestras. Hoy en México uno de cada cinco habitantes del país tienen entre 18 y 29 años; esta cohorte cumplió su mayoría de edad entre 1996 y 2007, justo alrededor del cambio de milenio. Estos mexicanos, en ya pocos años, manejarán la economía, el gobierno, la sociedad y el país entero. ¿Cómo son?

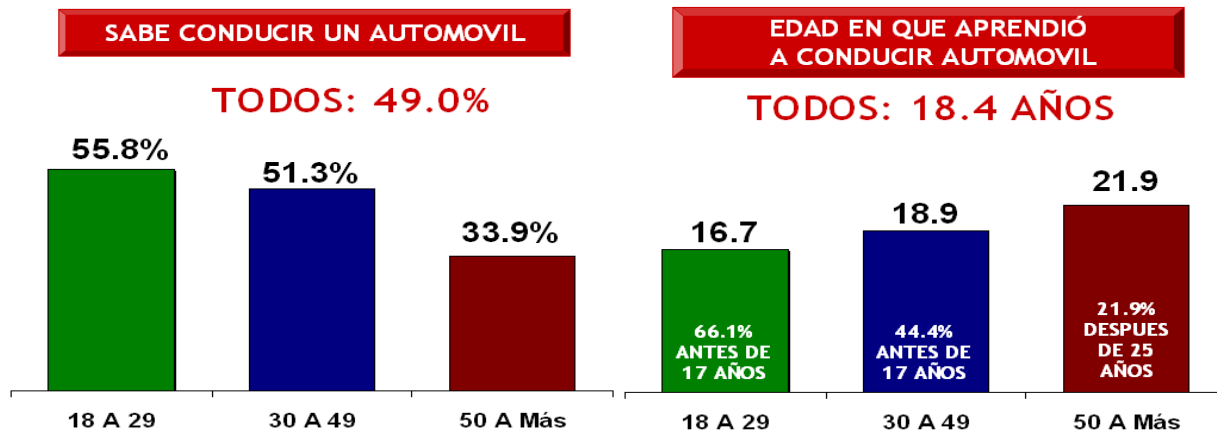
### LA COMPUTADORA

- En la población mayor de 18 años, 38 por ciento maneja una computadora y la aprendió a manejar en promedio a los 20 años; sin embargo, al ver por grupos de edad, vemos que en la Generación Milenio el uso de una computadora llega a 59 por ciento, 25 puntos porcentuales más que la cohorte siguiente, pero no sólo la prevalencia de uso importa, sino la experiencia. Resulta que mientras la generación que hoy tiene de 30 a 49 años aprendió a usar una computadora en promedio a los 25 años, la generación milenio lo hizo a los 15, es decir, nos llevan 10 años de ventaja en experiencia, y más aún, casi dos de cada 3 de ellos la aprendieron a usar antes de los 15 años, la ven como parte de su vida, como nosotros aprendimos a leer el reloj.



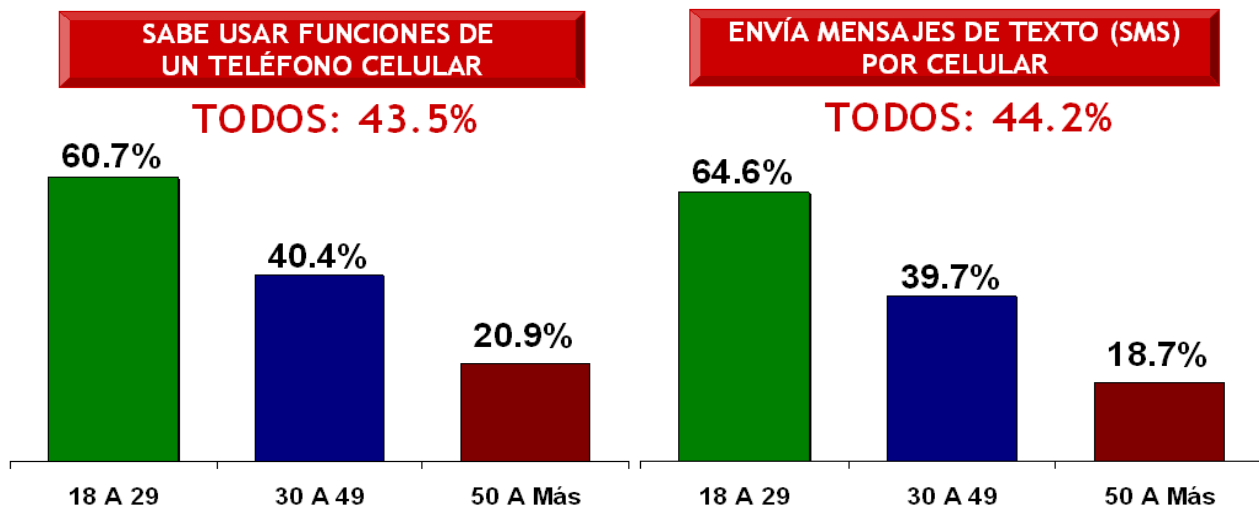
## EL AUTOMÓVIL

- Algo parecido ocurre con el automóvil. 56 por ciento de los miembros de la generación milenio sabe conducirlos, porcentaje significativamente superior al de las generaciones más viejas, y además, en promedio aprendieron a manejar antes de los 17 años, más de dos de ventaja en experiencia de manejo.



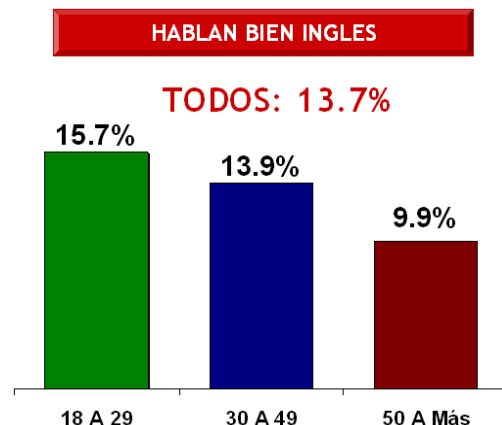
## EL CELULAR

- Como consecuencia tal vez de su acercamiento temprano a una computadora, la generación milenio supera claramente al resto de los ciudadanos en el uso de las funciones de un teléfono celular, 61 por ciento de ellos dice que sabe utilizar todas ellas, porcentaje que nunca pasa del 40 por ciento en el resto de los mexicanos mayores de 18 años. Este resultado nos lleva a otro que ha caracterizado a estos jóvenes, el uso de mensajería instantánea, 2 de cada 3 los utiliza y socialmente ha cambiado el lenguaje escrito donde la ortografía les importa poco y es sustituida por la inmediatez y la accesibilidad, características poco comunes hace años.



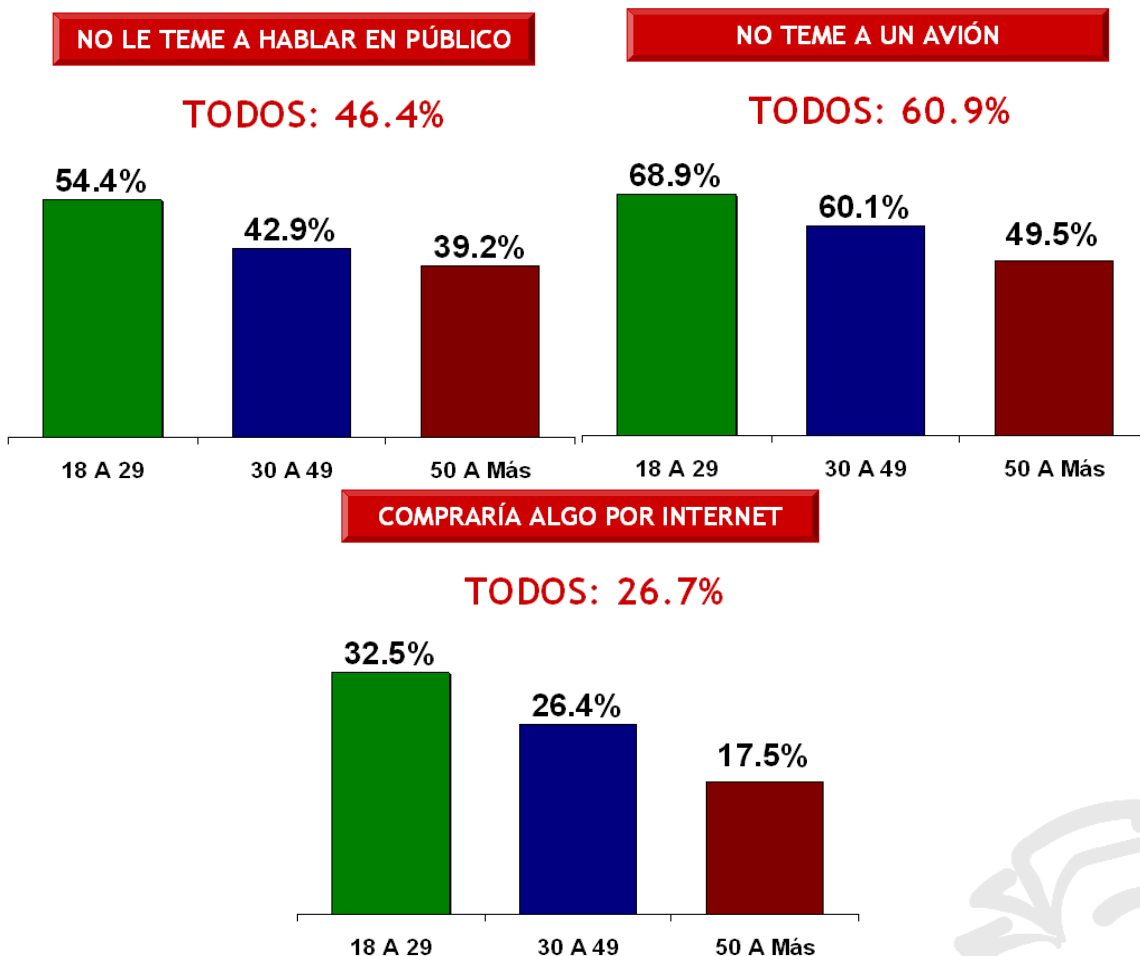
### INGLÉS

- El mundo globalizado al que fueron expuestos los hoy ciudadanos de la generación milenio, los hizo vivir con canciones, computadoras, programas de televisión y muchas otras cosas donde el inglés es el código de entrada, por ellos, y por su inclusión como materia en muchas escuelas, hoy ellos hablan este idioma en mayor proporción que las cohortes superiores.



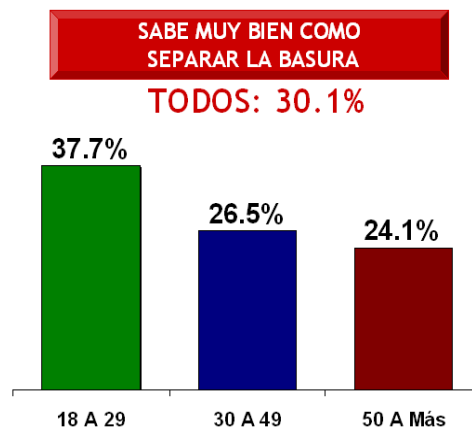
### OSADÍA

- Los futuros dirigentes del mundo, en el grupo que vive en nuestro país, tienen claramente menos temores y complejos, prueba de ello es su menor temor a viajar en avión, a hablar en público y a comprar algún producto por internet; en los tres casos las diferencias son sustantivas y nos muestran a una generación que se enfrentará al mundo en mejores condiciones.



### CUIDADO DEL AMBIENTE

- Todos los ciudadanos a pregunta expresa manifiestan preocupación por la ecología, sin embargo, cuando nos concentramos en la capacidad y conocimiento para cuidarla a través de algo concreto, vemos como la generación milenio muestra mayor preocupación. Así, 38 por ciento de ellos dice saber cómo separar la basura en orgánica-inorgánica, porcentaje muy superior al del resto de los ciudadanos.

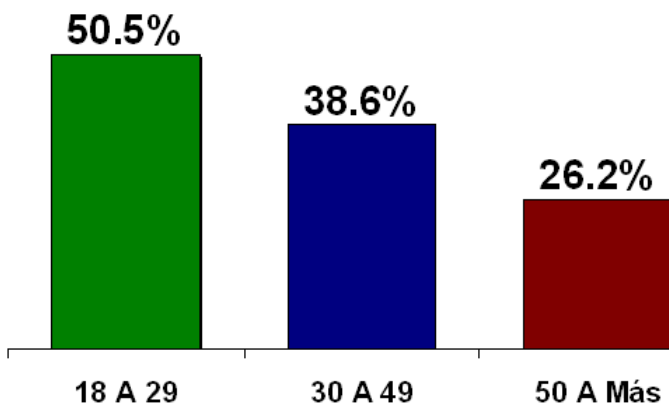


### TOLERANCIA

- Uno de los frenos al desarrollo ha sido la existencia de grupos intolerantes que impiden el surgimiento de nuevas ideas y formas de relación; en este sentido, la generación milenio, tal vez como característica general, es más tolerante y sólo con dos ejemplos se evidencia: 51 por ciento compartiría su casa con un homosexual y 40 por ciento acepta el matrimonio de personas del mismo sexo. En ambos casos, estos porcentajes representan un gran avance respecto a la intolerancia con la que fuimos educados las generaciones anteriores.

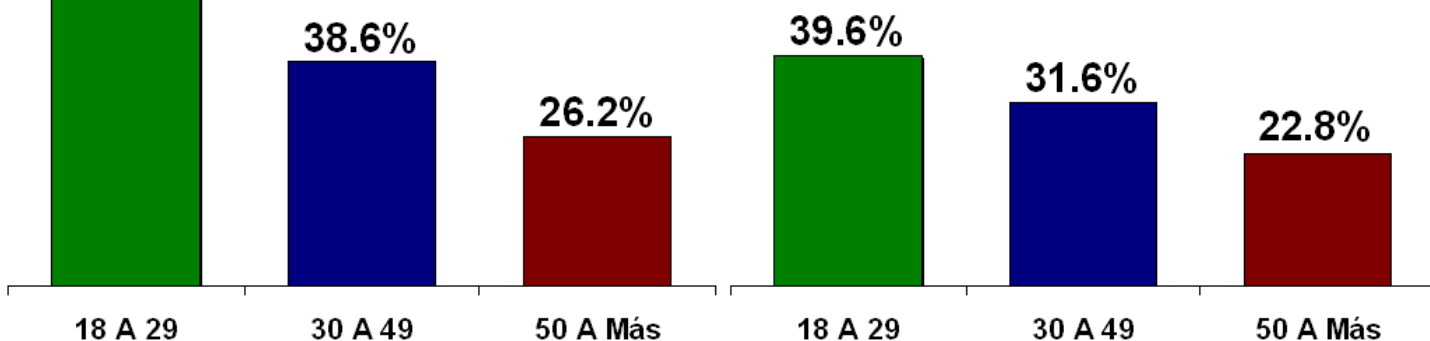
**COMPARTIRÍA SU CASA CON ALGUIEN HOMOSEXUAL**

**TODOS: 40.0%**



**ACUERDO CON MATRIMONIO DEL MISMO SEXO**


**TODOS: 32.5%**



## CONCLUSIÓN

Pocas dudas nos dejan estos datos que en un futuro ya casi presente, las cosas cambiarán, se modificarán los estilos y se obtendrán otros resultados, todo ello debido a que quienes manejarán todos los aspectos de la sociedad son claramente distintos a los actuales. Podemos definirlos, de acuerdo a lo que mostramos, como más globales, más reactivos, más osados, más preparados y más tolerantes. Si eso sirve, nos esperan mejores tiempos.

## METODOLOGÍA DEL TRACKING POLL ROY CAMPOS

<b>POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO</b>	Mexicanos <b>mayores de 18 años</b> con credencial para votar residentes en el <b>territorio nacional</b> en viviendas particulares.
<b>FECHAS DE LEVANTAMIENTO 2007</b>	Del <b>24 al 28</b> de Agosto
<b>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</b>	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>100 secciones electorales</b> en <b>todo el territorio nacional</b> , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>1,000 mexicanos</b> mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	El estudio fue llevado a cabo en <b>viviendas particulares</b> a través de entrevistas " <b>cara a cara</b> " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).
<b>DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS</b>	Departamento de diseño y análisis de Información / <b>CONSULTA MITOFSKY.</b>
<b>MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	Los resultados presentados <b>no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión</b> , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
<b>ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES</b>	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos <b>95</b> de cada <b>100</b> veces, el error no sobrepasa el <b>±3.1 por ciento</b> . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.
<b>CALIDAD ESIMM</b> 	<b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una de las <b>primeras empresas en México</b> en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que <b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una empresa asociada a la <b>AMAI</b> (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los <b>más altos lineamientos</b> técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido <b>ratificada cada año</b> , garantiza no sólo la <b>máxima calidad</b> sino la evolución en los nuevos estándares generados con los <b>adelantos tecnológicos</b> .