



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

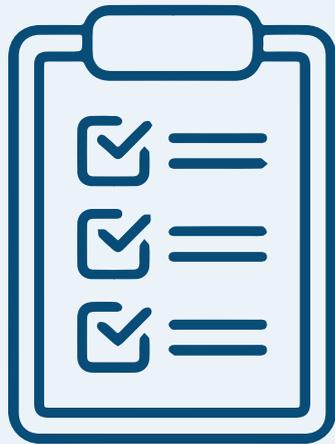
Con el liderazgo del COHEP, en 2019 se llevo a cabo el estudio del Millennial Honduras. Los hallazgos proporcionan el perfil de segmento muy peculiar de la población ya que es la generación llamada a liderar el país y que probablemente defina las decisiones políticas y sociales de nación en los próximos 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?

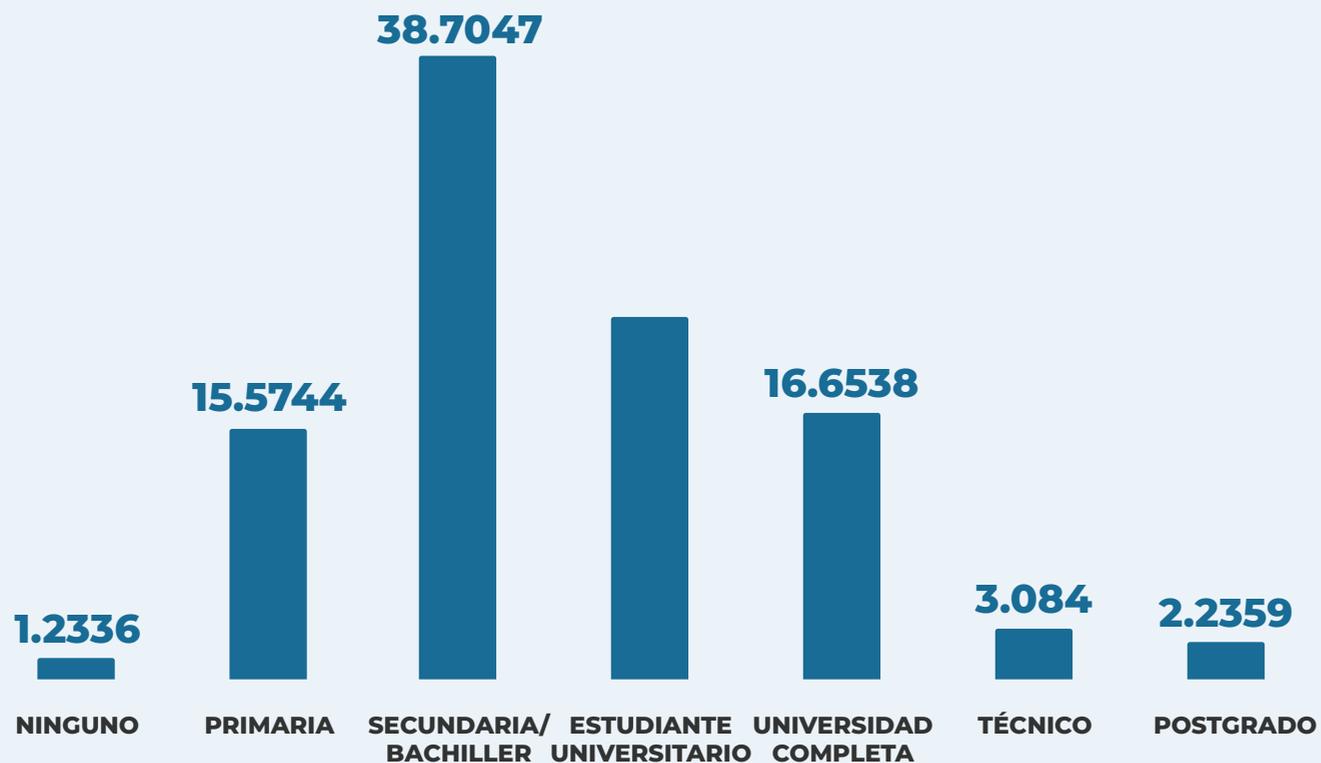


¿QUÉ PROFESIÓN U OFICIO?



DEMOGRÁFICOS

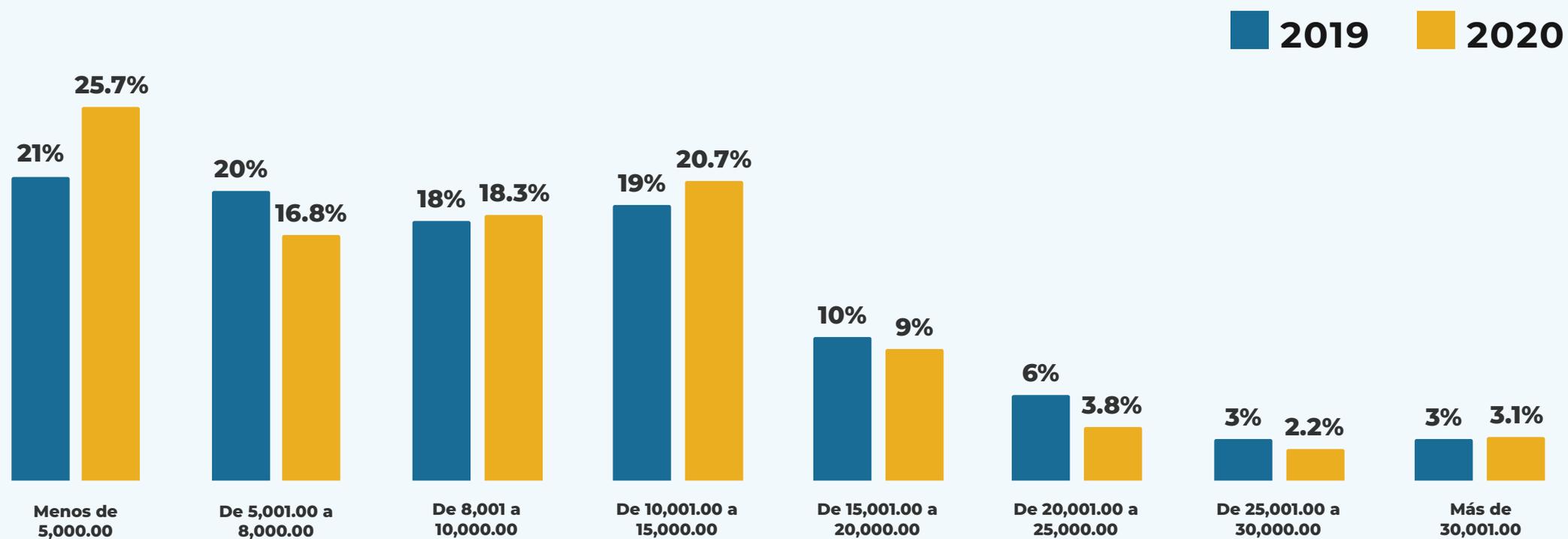
¿CUÁL ES SU ÚLTIMO GRADO APROBADO?



¿POR QUÉ RAZÓN NO ESTUDIÓ EN LA UNIVERSIDAD?

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

INGRESO



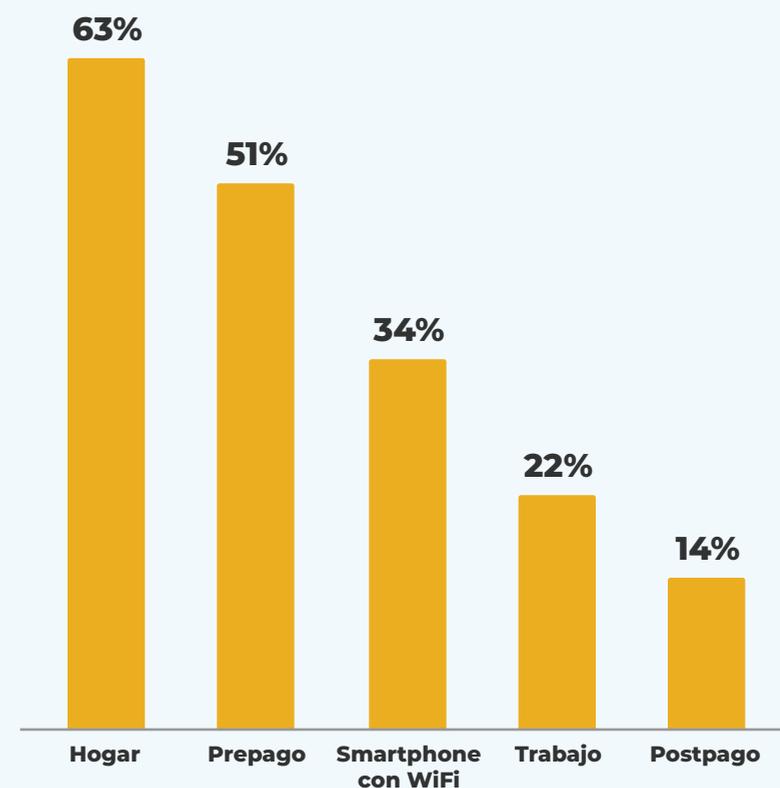
2019 59.4% ingresos menores a L 10,000.00
 2020 61.0% ingresos menores a L 10,000.00
 US\$409

CONECTIVIDAD

	tigo	Claro	AMBOS
2019	58%	34%	8%
2020	56%	31%	13%

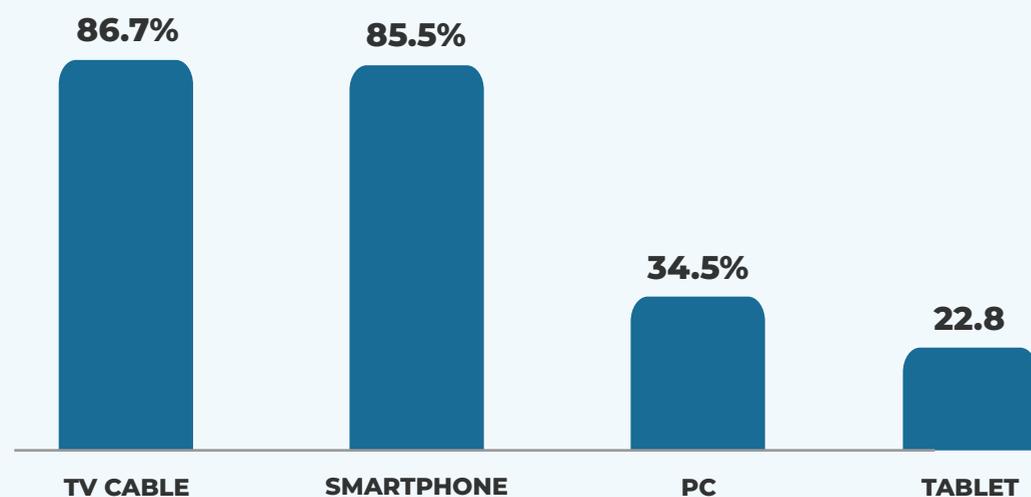
96% TIENE ACCESO A INTERNET

¿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%

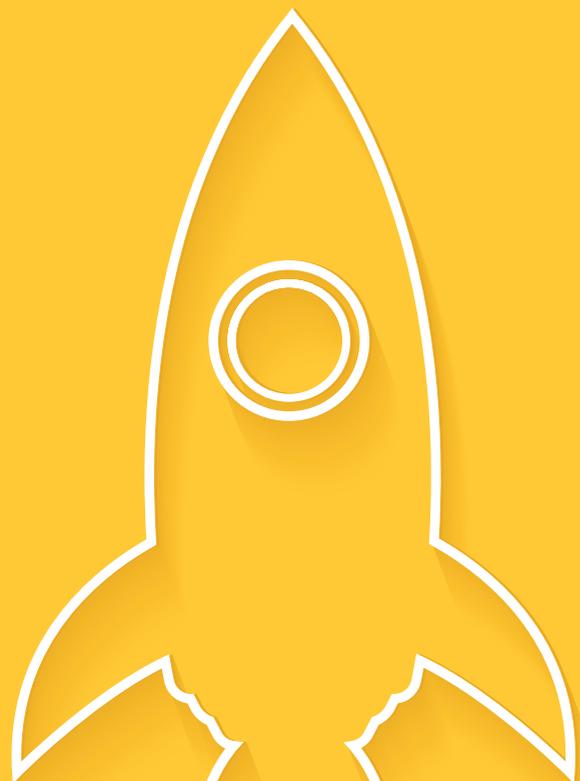
AHORRA.
PROMEDIO: 15 % DE
SUS INGRESOS.



50%

HA SIDO POR
AMAZON.

EMPRENDIMIENTO



29%

DESEA INICIAR UN
EMPRENDIMIENTO A
CORTO PLAZO

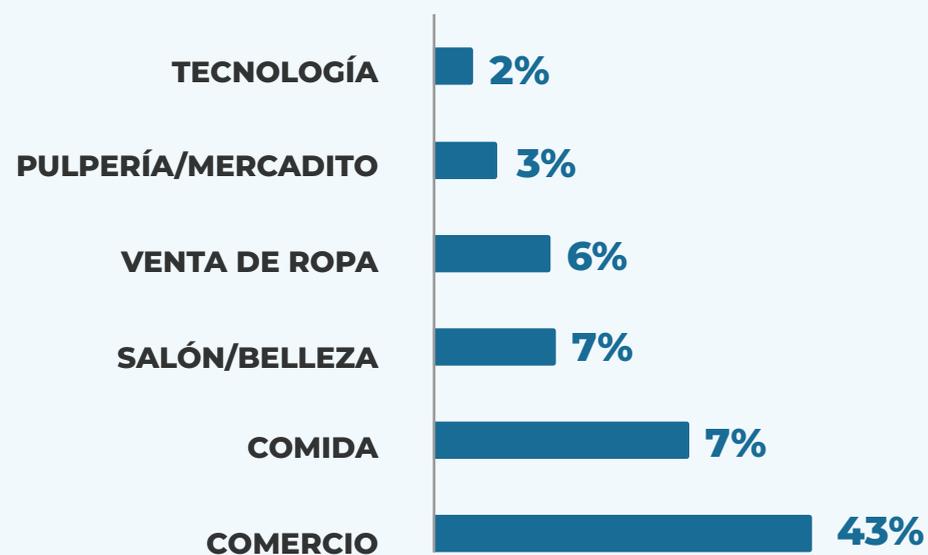
14%

CONOCE DEL
PROGRAMA

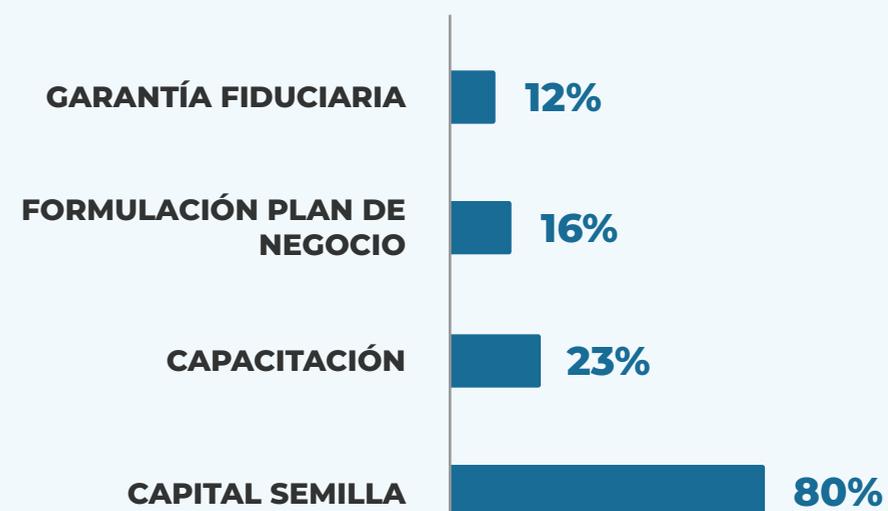
Terra te Impulsa

EMPRENDIMIENTO

SI DESEA EMPRENDER, ¿EN QUÉ RUBRO?



PARA SU EMPRENDIMIENTO, NECESITA APOYO CON



VEHÍCULO

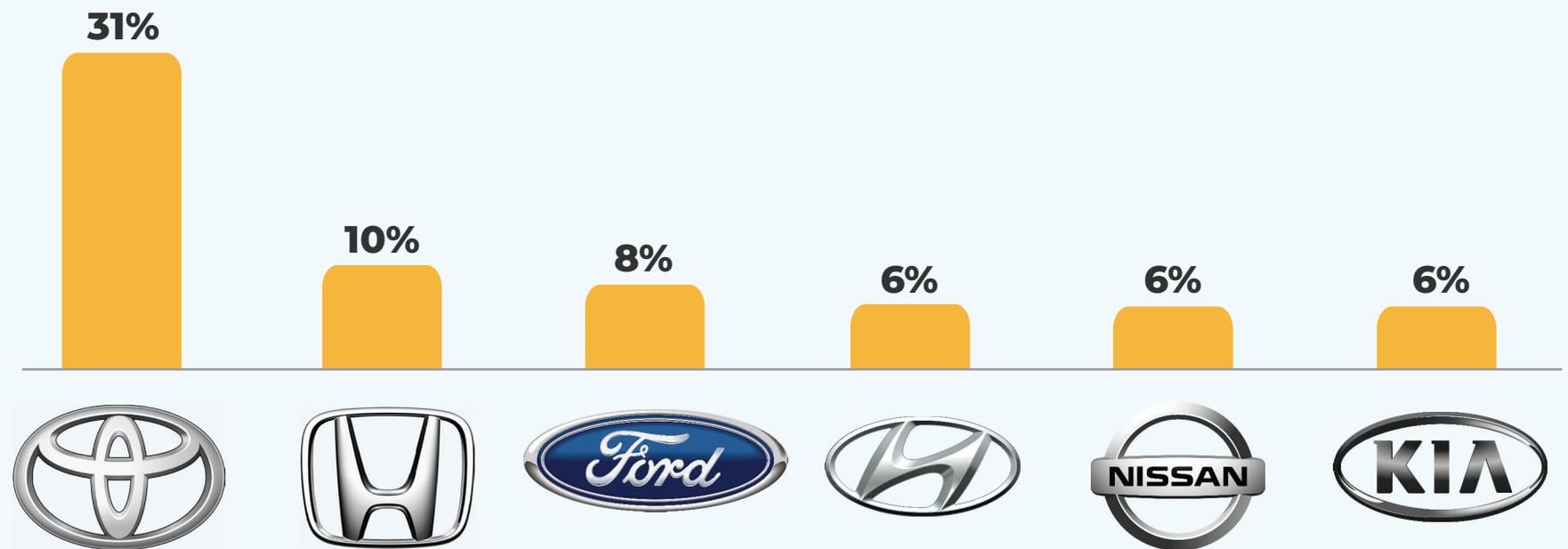


29%
TIENE
VEHÍCULO



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%

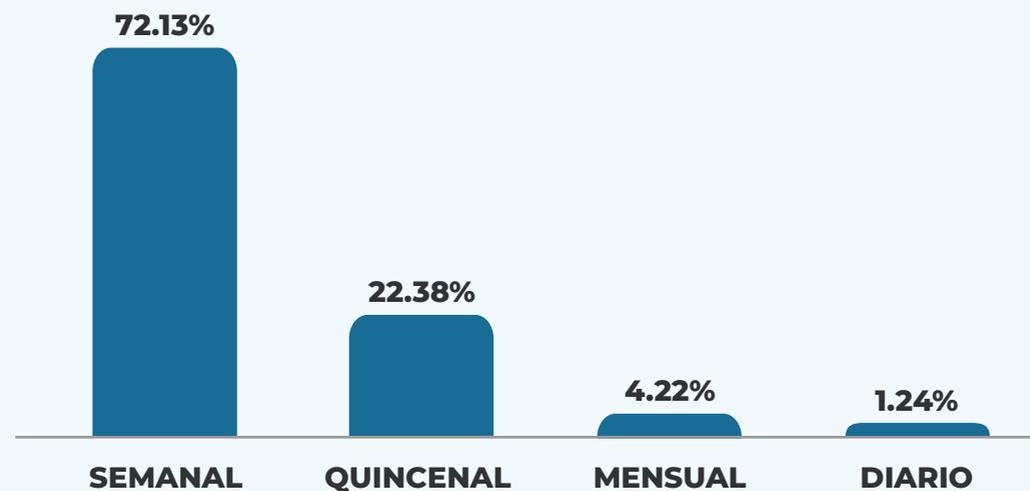


28%



26%

¿CADA CUANTO CARGA CONBUSTIBLE?



TIENDA FAVORITA CONVENIENCIA

36%

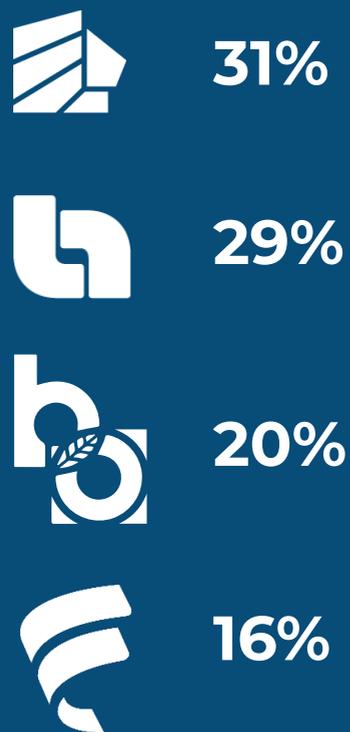


34%



PERFIL FINANCIERO

67%
BANCARIZADO



19%
TARJETA DE CRÉDITO

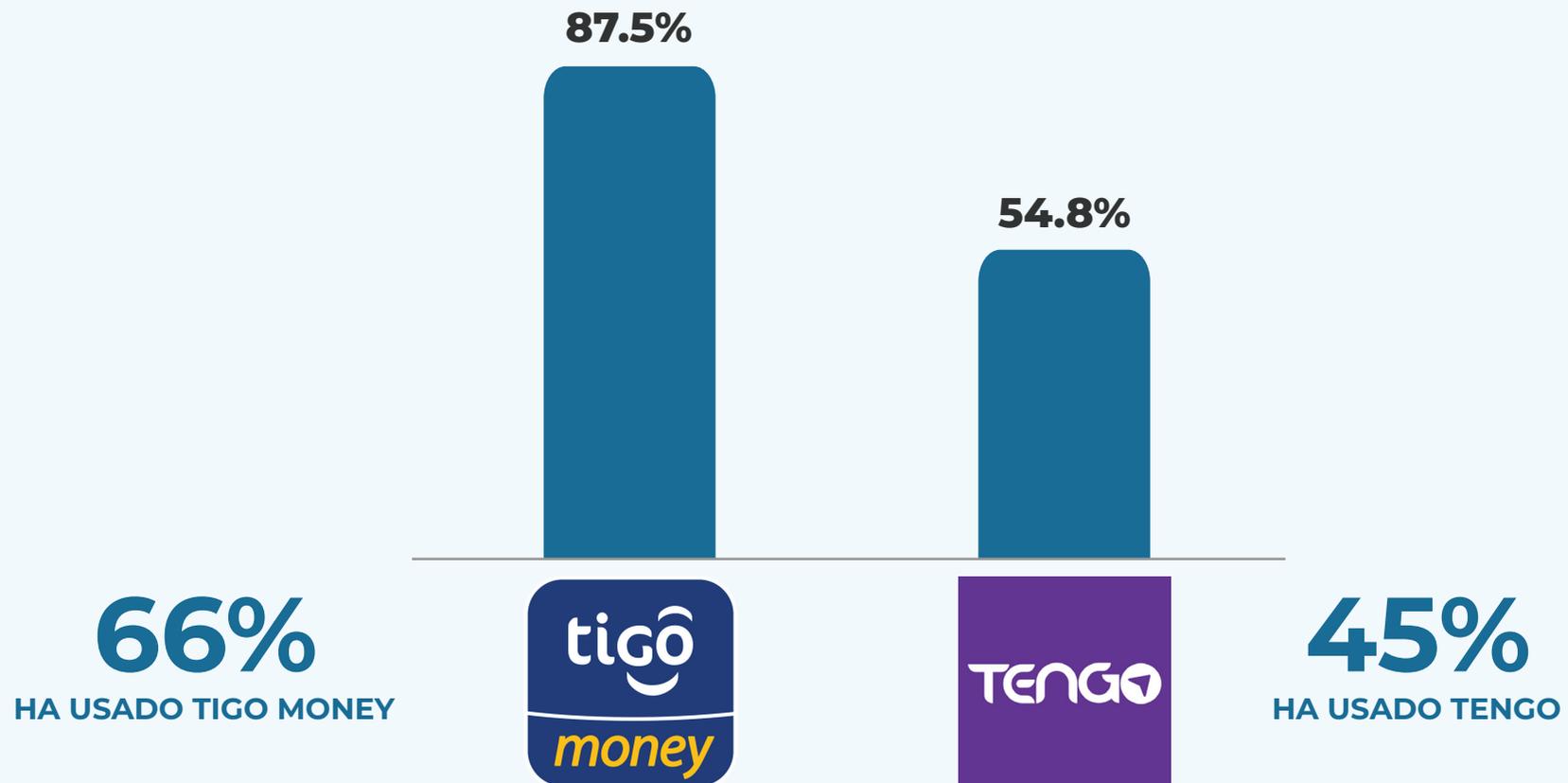


57%
TARJETA DE DÉBITO

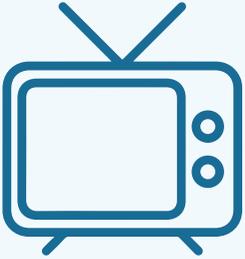


BILLETAS ELECTRÓNICAS

CONOCE



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	2019	2020
	75%	79%
	78%	58%

LAS REDES SOCIALES SOBREPASADO EN AUDIENCIA A MEDIOS TRADICIONALES.

N

2019	2020
41%	31%

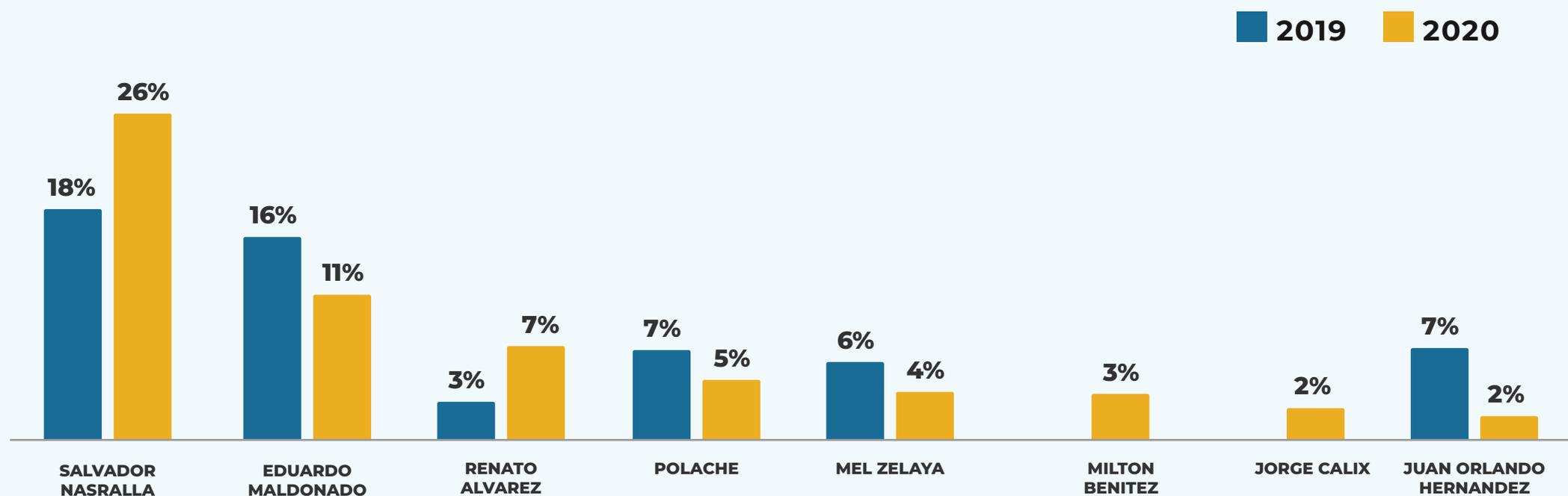
MEDIOS DE COMUNICACIÓN



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

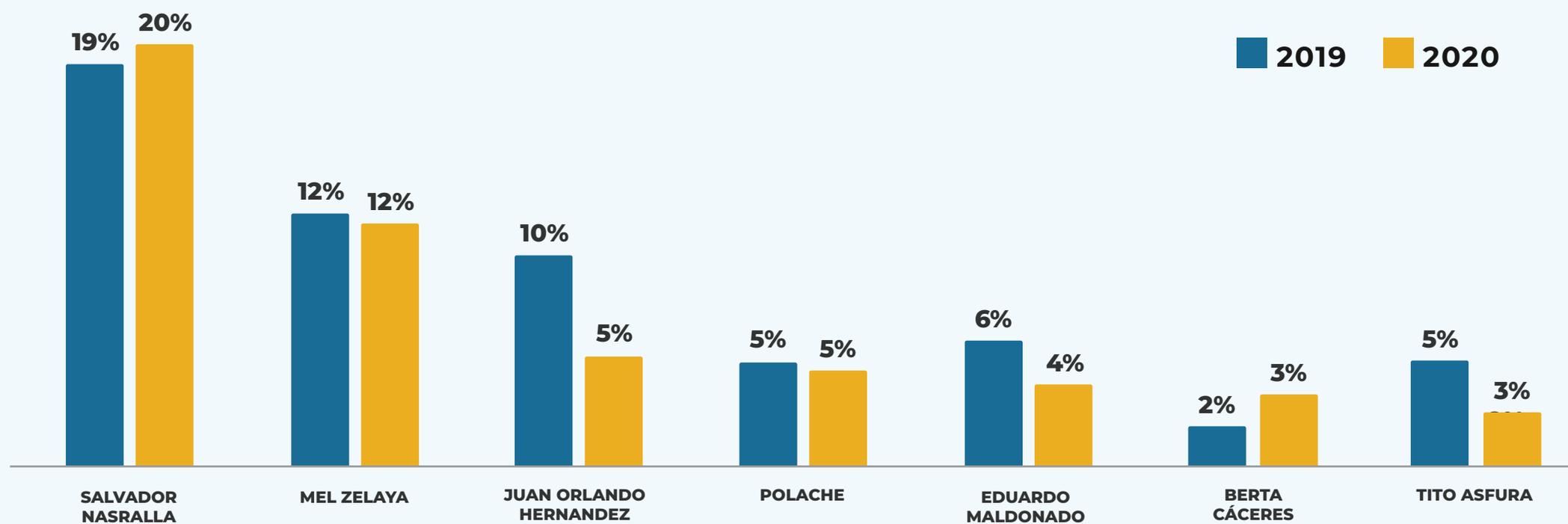
PIENSE EN PERSONAJE PÚBLICO HONDUREÑO DE MEDIOS, EMPRESA PRIVADA O ARTISTA QUE INFLUENCIA O PODRÍA INFLUENCIAR SU OPINIÓN ACERCA DE TEMAS DE INTERÉS NACIONAL



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

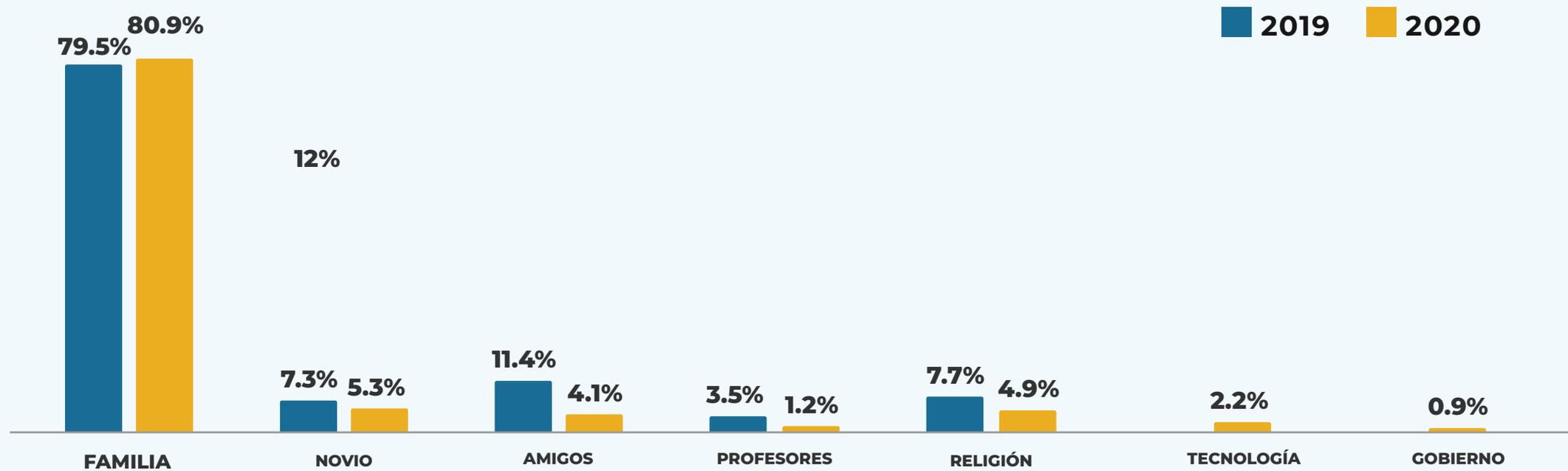
INFLUENCIADORES

PERSONAJE O LÍDER HONDUREÑO QUE USTED ADMIRA



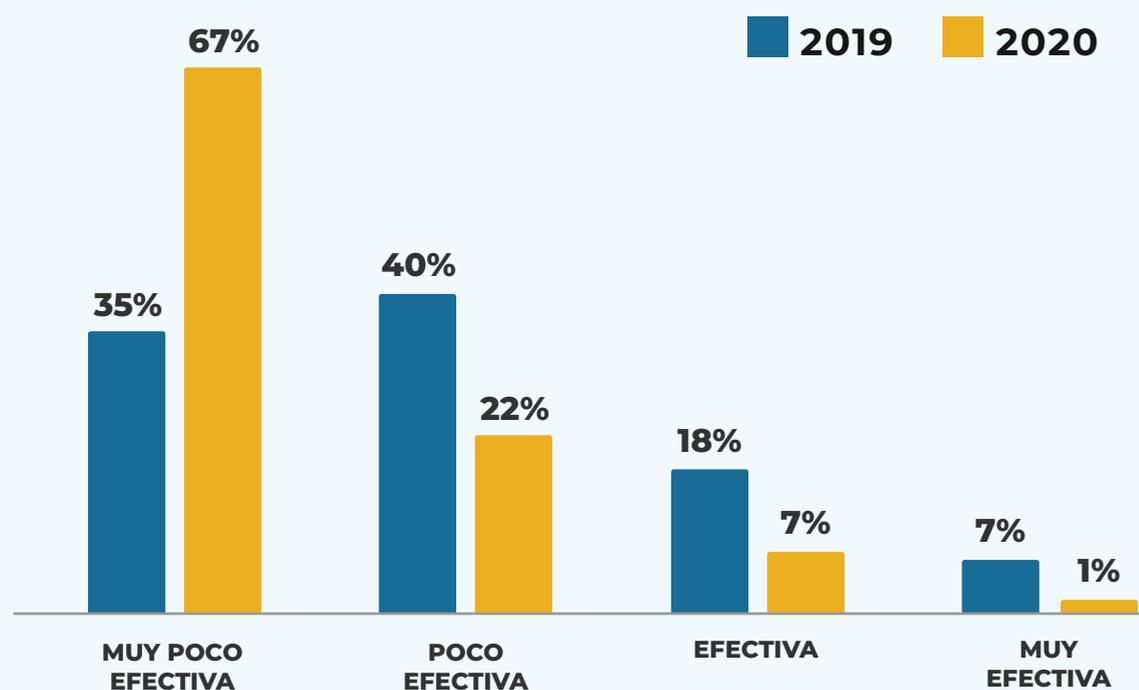
INFLUENCIA

¿QUIÉN INFLUENCIA MÁS EN TU VIDA?



ENTORNO

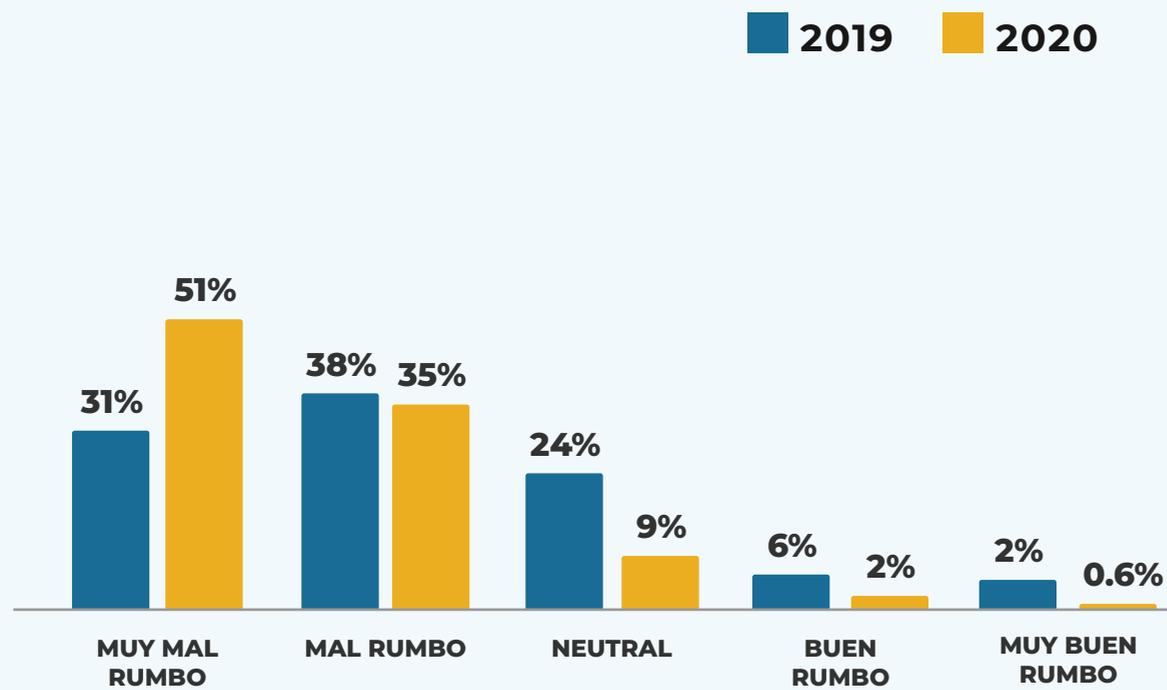
USTED CALIFICA LA LABOR GENERAL DEL ACTUAL GOBIERNO



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

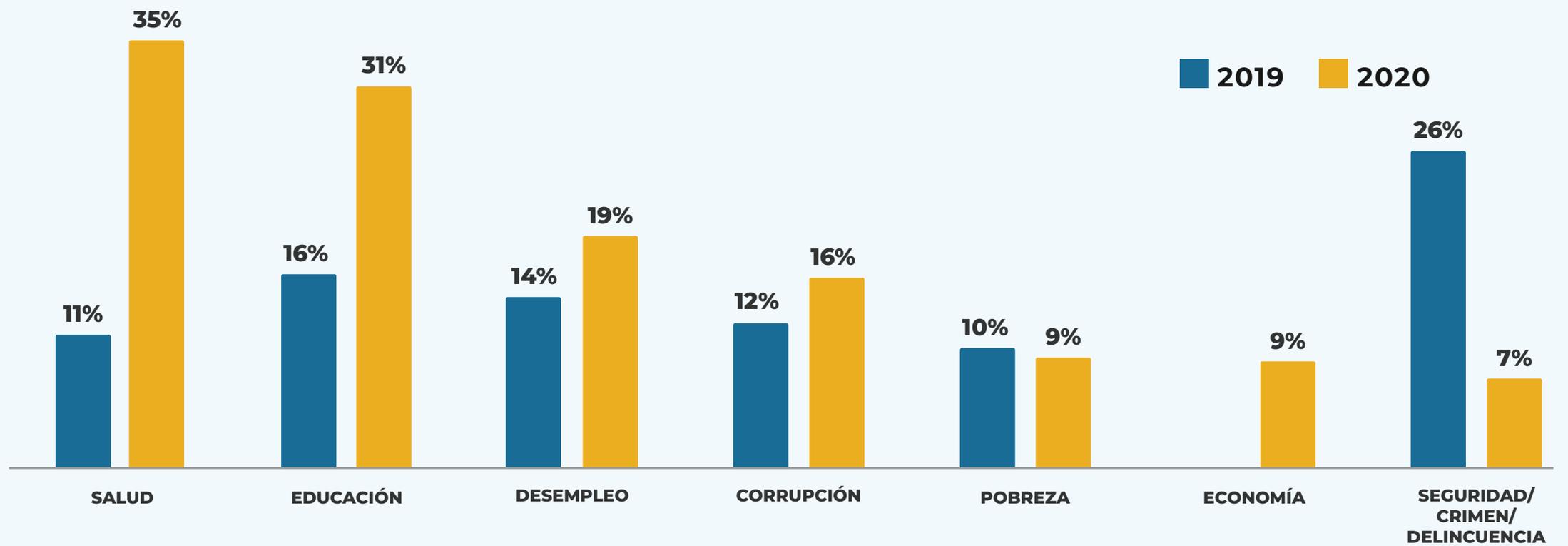
En 2019, 78% no estaban de acuerdo con la reelección presidencial. **91% en 2020.**

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

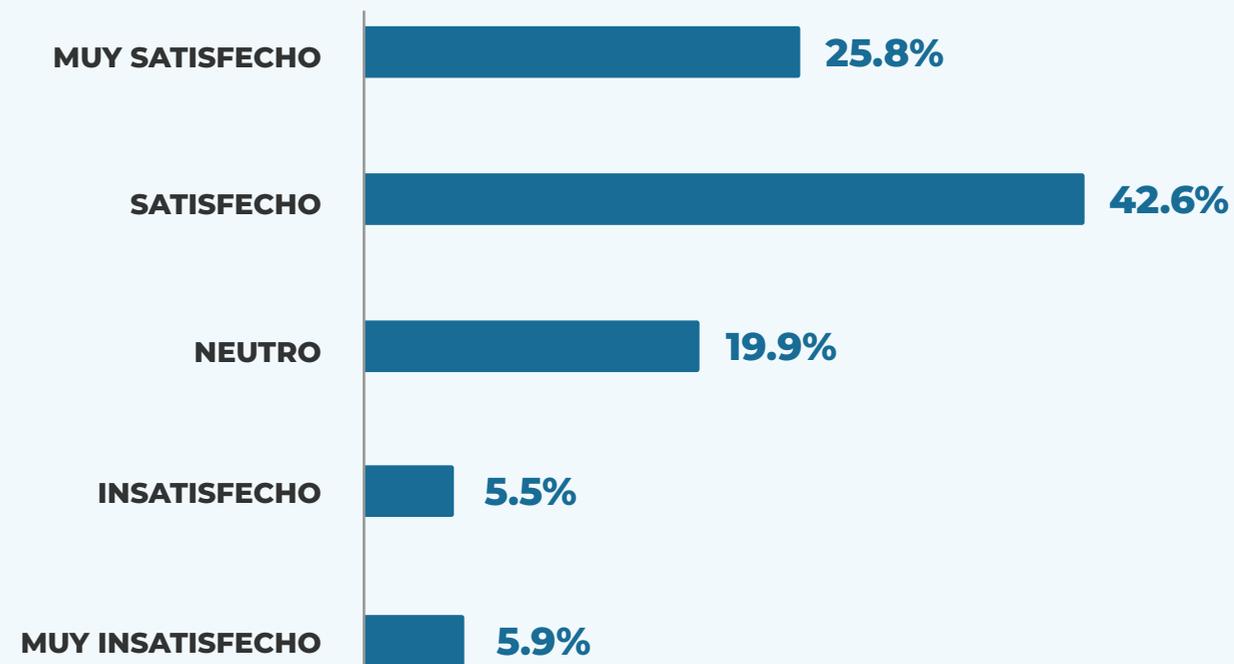
	2019	2020
 MUY OPTIMISTA	39%	38%
 OPTIMISTA	52%	54%
 POCO OPTIMISTA	9%	8%

FELICIDAD Y OPTIMISMO

TE HACE FELIZ %



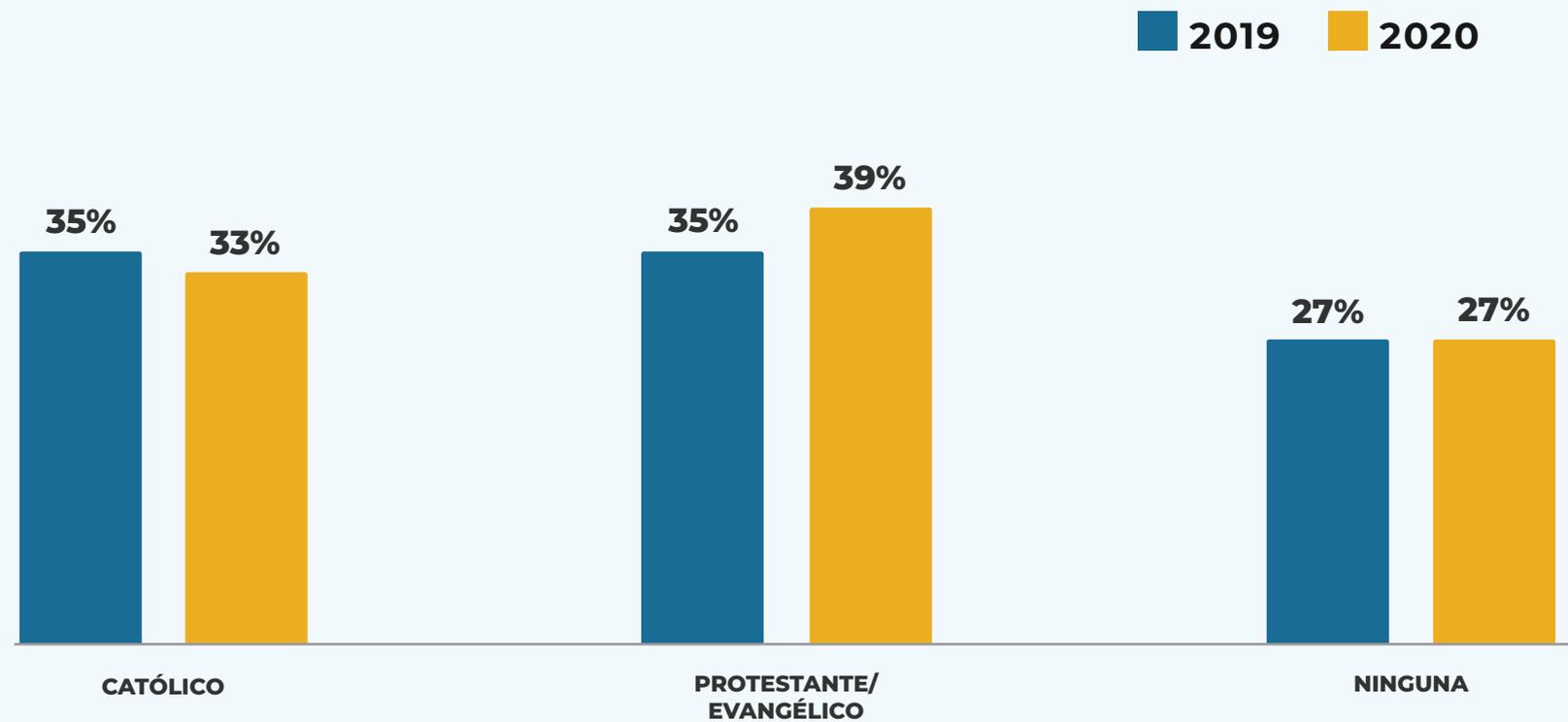
NIVEL DE SATISFACCIÓN CON SU VIDA %



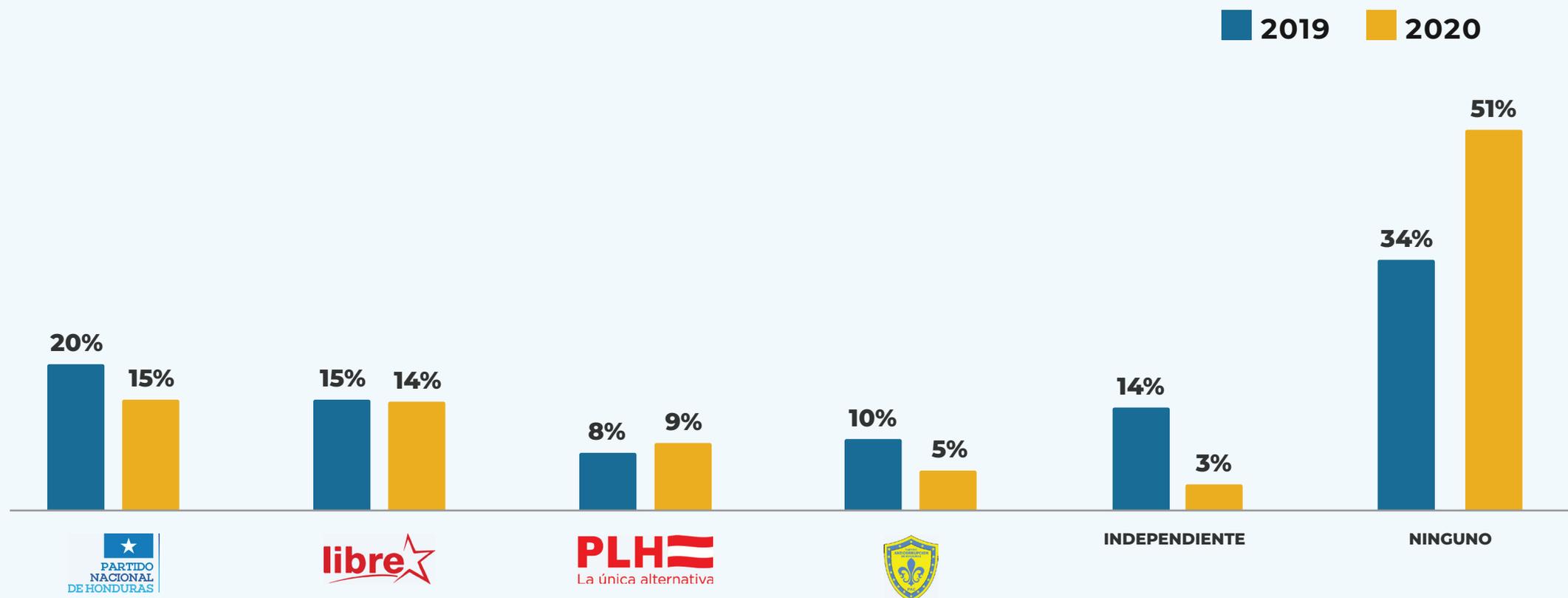
RELIGIÓN



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

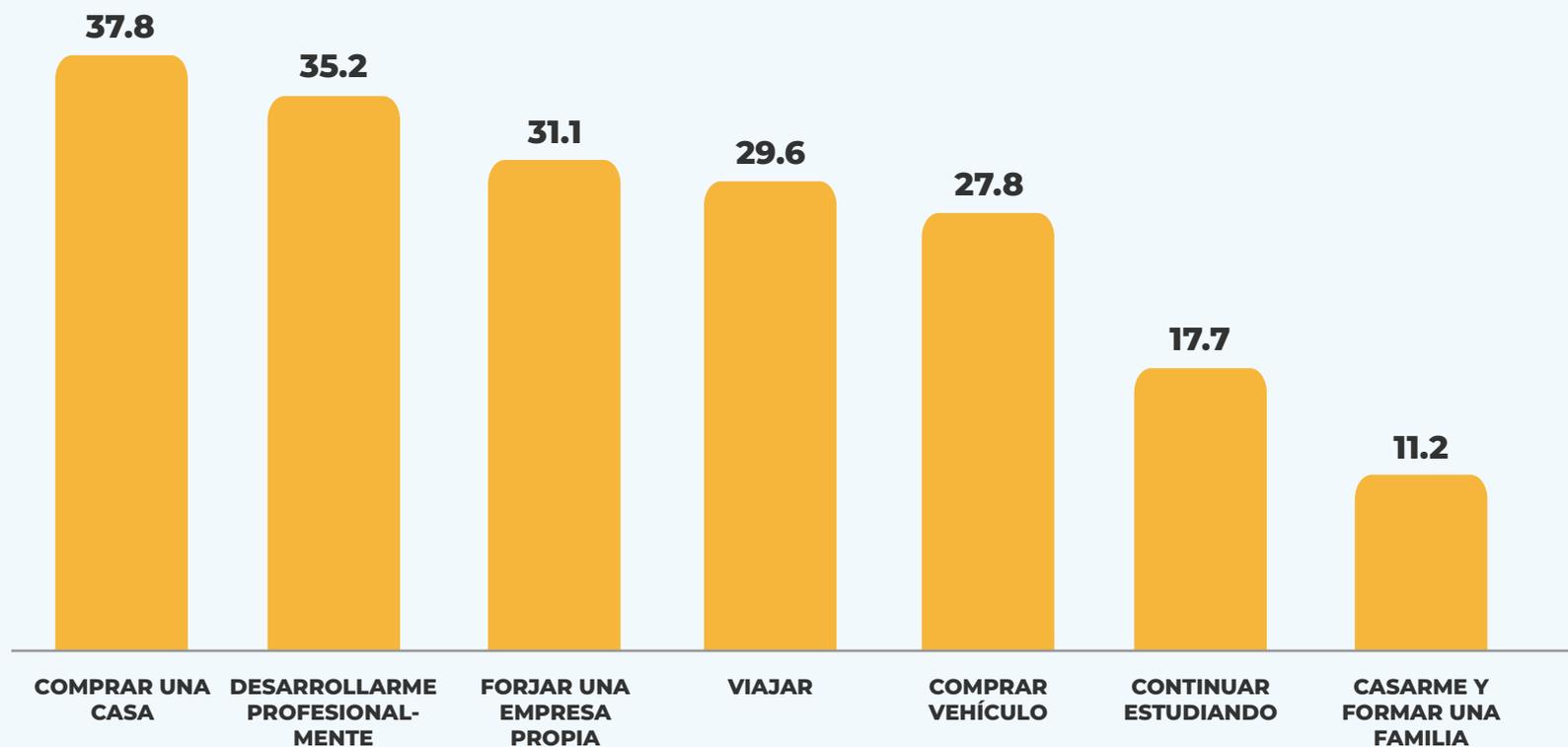
37% HA TOMADO CURSOS EN EL INFOP

89% LOS CONSIDERA ENTRE BUENOS Y MUY BUENOS

METAS

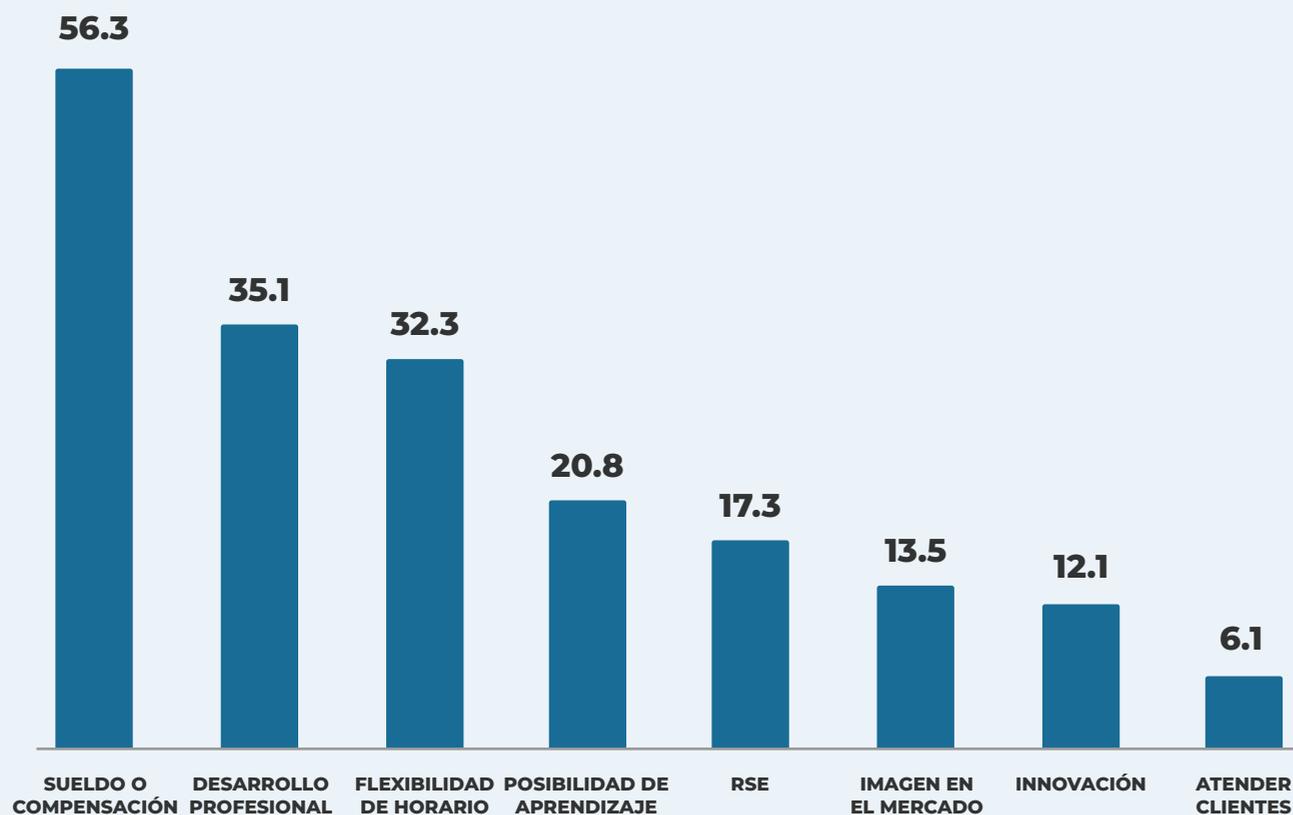


A LARGO PLAZO (5 AÑOS), PODRÍAS IDENTIFICAR TUS OBJETIVOS EN LA SIGUIENTE LISTA?

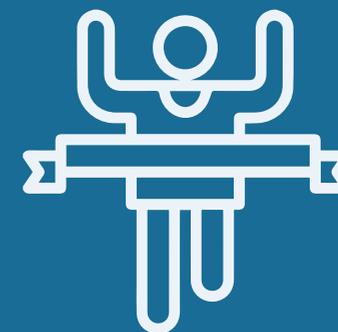


LABORAL

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



56%
SUELDO



38%
DESARROLLO
PROFESIONAL

LABORAL

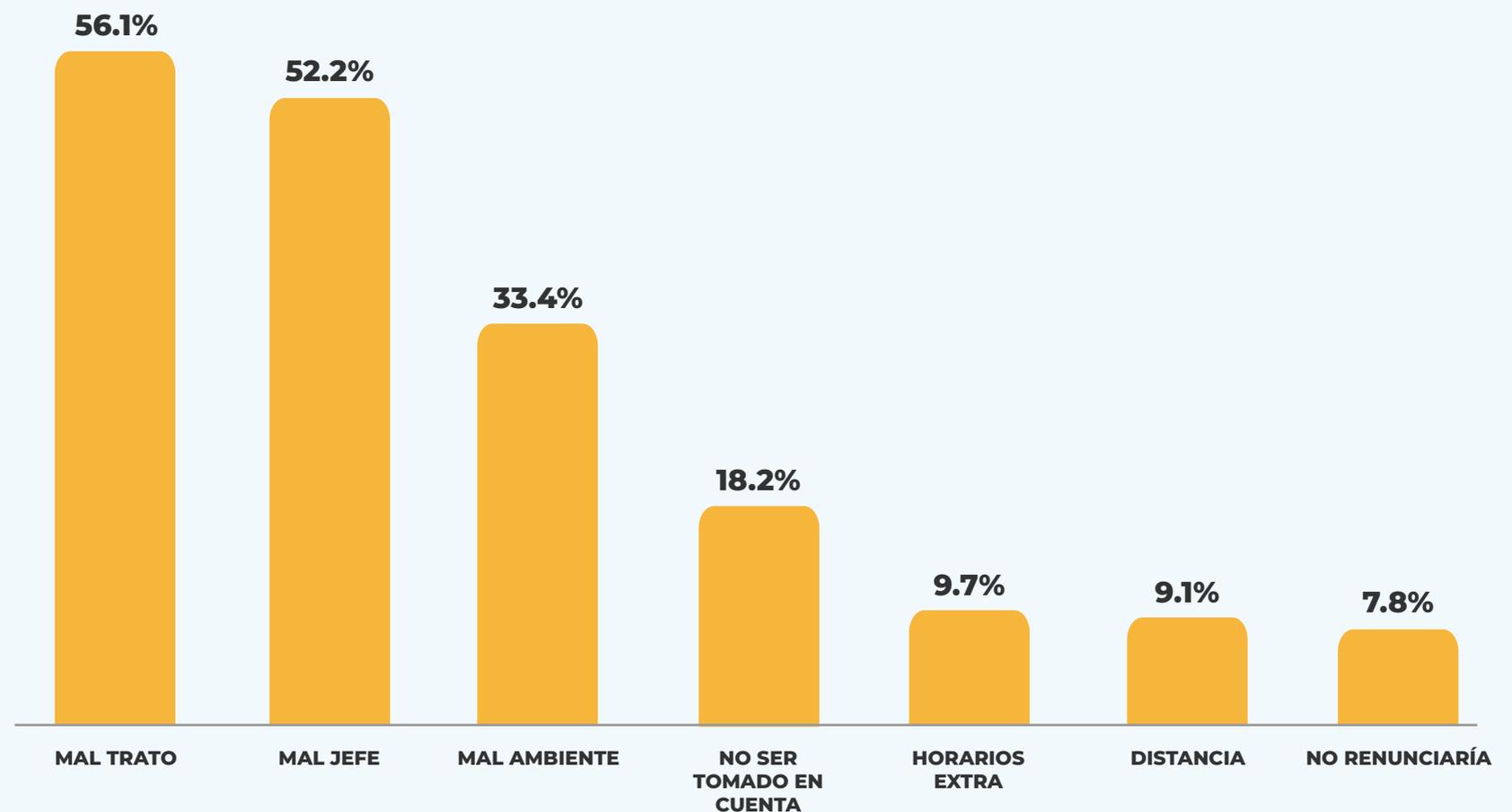


En 2020 la habilidad más importante que el Milénico considera para obtener un trabajo bien remunerado es **43% ser bilingüe**.

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

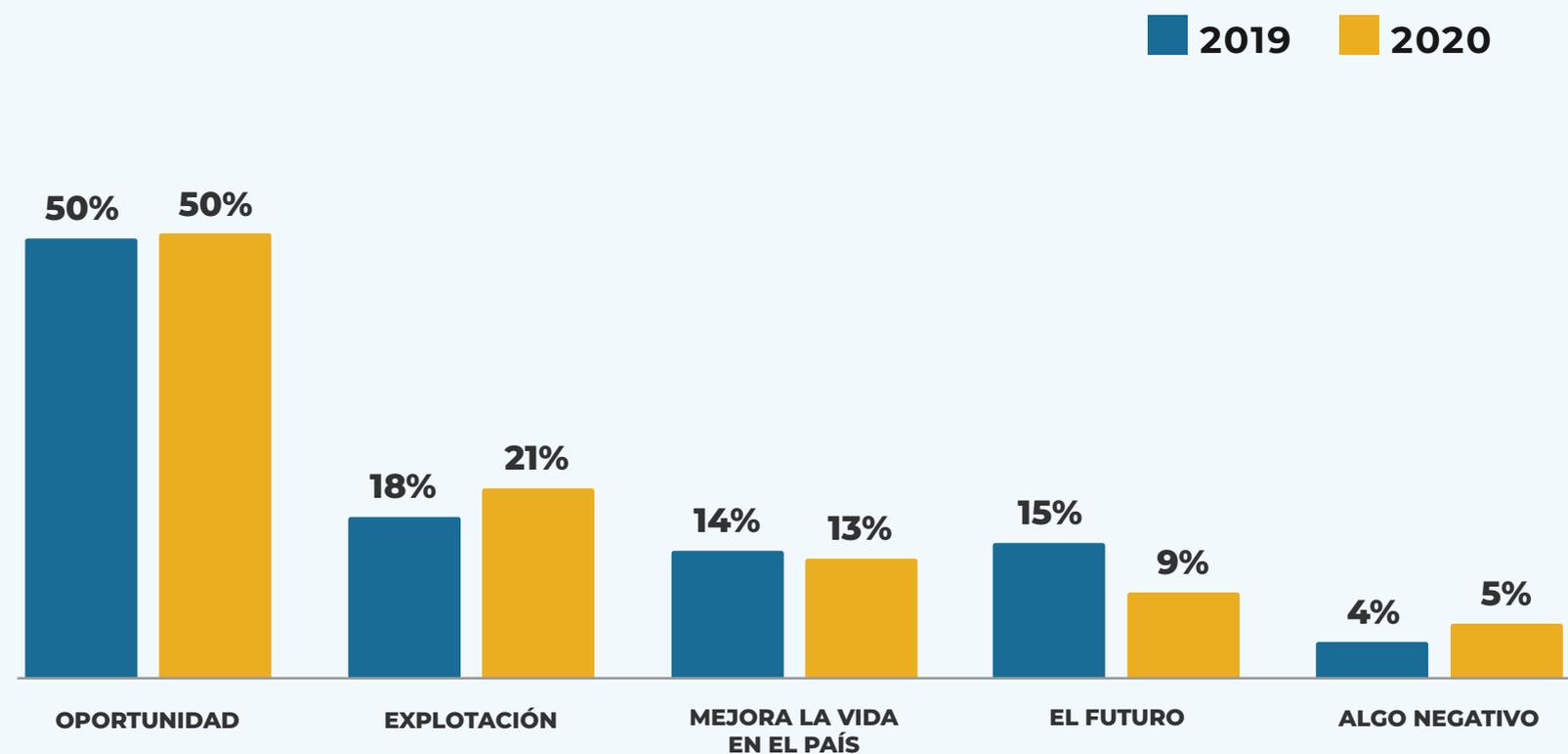


¿QUÉ DOS RAZONES DE LAS SIGUIENTES SERÍAN SUFICIENTES PARA TERMINAR TU RELACIÓN LABORAL CON UNA EMPRESA? %



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.

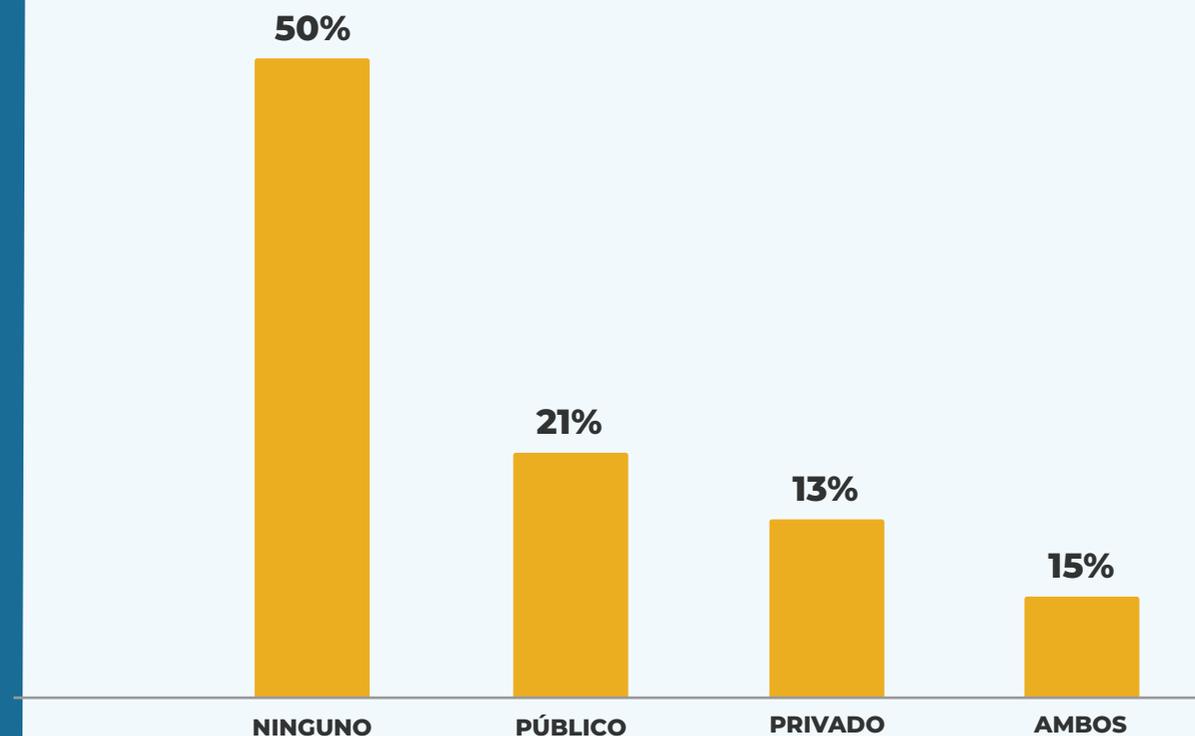
— — — —

85% considera que es inaccesible.

— — — —

4% dice estar enfermo (no COVID).

¿CUENTA CON SEGURO DE SALUD? %





CONSIDERACIONES FINALES





¡MUCHAS GRACIAS!

