



Os Millennials são otimistas, se importam com a carreira e querem controlar seu futuro

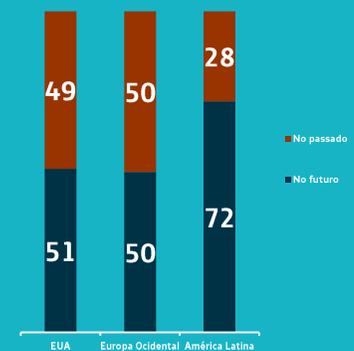
Os Millennials, jovens adultos entre 18 e 30 anos, estão otimistas quanto ao futuro, especialmente na América Latina, se importam com a estabilidade na carreira e pensam estrategicamente sobre identificar as melhores oportunidades, conforme os resultados da Pesquisa Global Millennial, da Telefônica, agora em seu segundo ano. Os resultados demonstram a natureza dominante da tecnologia nas vidas dos Millennials, seu espírito empreendedor e sua preocupação com a pobreza, corrupção, economia e educação.

Especialmente na América Latina, os Millennials são otimistas quanto ao futuro

Em todo o mundo, 89% dos Millennials são otimistas quanto ao futuro, e em nenhum lugar isso é mais verdade do que na América Latina, embora haja variação entre os Millennials latino-americanos e os das duas outras regiões pesquisadas. Eles também se concentram no futuro.

- A estabilidade na carreira é o resultado mais importante (43%) a alcançar nos próximos dez anos
- O casamento é mais importante para os Millennials nos EUA (14%) do que para os da Europa Ocidental (11%) e os da América Latina (5%).
- Três vezes mais Millennials latino-americanos (26%) pensam em abrir seu próprio negócio como prioridade pessoal nos próximos dez anos, em comparação com seus congêneres nos Estados Unidos (8%) e na Europa Ocidental (6%).

Eu acredito que os melhores dias do meu país estão...



Acreditam no poder de transformação da tecnologia

Os Millennials acreditam que a América do Norte (49%) e o Leste da Ásia (39%) liderarão o mundo em tecnologia e inovação nos próximos 10 anos. Porém, os Millennials da América Latina acreditam que seus países também serão líderes globais em tecnologia nos próximos 10 anos (40%).

- Mais de 80% dos Millennials em todo o mundo se consideram na vanguarda da tecnologia.
- Oitenta por cento dos Millennials possuem um smartphone e 45% possuem um tablet, mais do que os participantes

dos mesmos países na pesquisa do ano passado (72% e 28%, respectivamente)

- Os Millennials ainda confiam e sentem que a tecnologia transformou significativamente o entretenimento (59%) e as interações sociais (52%), mas dizem que a tecnologia também transformou significativamente a educação e a pesquisa (49%), a busca por empregos (36%) e a produtividade no trabalho (33%).
- Vinte e um por cento acreditam que o avanço tecnológico tem a capacidade de causar grande impacto e mudanças para deficientes

Procuram oportunidades onde moram ou no exterior

- Mais de 70% dos Millennials em geral consideram oportunidades de emprego no exterior, embora a motivação varie:
 - Cinquenta por cento dos Millennials na América Latina dão mais valor a encontrar um emprego com melhor salário, enquanto os Millennials nos EUA e na Europa Ocidental priorizam obter uma perspectiva sobre o mundo (64% e 53%, respectivamente).
- Sessenta e um por cento dos Millennials se preocupam com a “evasão de cérebros”, ou seja, os melhores e mais brilhantes emigrando em busca de melhores oportunidades

- Setenta por cento dos Millennials não acham que os líderes de seus países estejam concentrados o bastante em desenvolver e reter os talentos jovens de seus países
- Cerca de metade dos Millennials nos Estados Unidos (49%) e na Europa Ocidental (47%) priorizam o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal no ambiente de trabalho, enquanto os Millennials na América Latina priorizam oportunidades de treinamento e desenvolvimento (39%)



Reconhecem preocupações econômicas e educacionais como questões globais e locais_

- Em escala global, os Millennials acreditam que **pobreza (44%), educação (26%) e economia (26%)** são as principais questões sociais que o mundo enfrenta atualmente.
- Setenta e dois por cento acreditam que a lacuna entre os pobres e ricos em seus países está aumentando.

- Os Millennials em todo o mundo dizem que **corrupção (56%), sistemas educacionais (42%) e desigualdade econômica (41%)** são os principais obstáculos para o crescimento em seus países.

Acreditam que a educação precisa ser a prioridade do país_

Três em cinco (60%) dos Millennials acreditam que o sistema educacional deveria ser a principal prioridade de melhora em seu país

- Globalmente, a qualidade dos professores (59%) e a qualidade do currículo (59%) são identificadas como as principais áreas de melhora na educação
- Dois terços dos Millennials nos Estados Unidos (66%) dizem que preço é a questão principal, e quase o mesmo percentual (61%) de latino-americanos dizem que o acesso à tecnologia é a principal questão
- Campos relacionados à área de exatas, ciência da computação e programação (15%) e engenharia (12%), assim como saúde/medicina (12%) e negócios (11%), são vistos como os campos mais importantes de estudo

Mais provável atuar nos seguintes setores...

*Exibindo % selecionada
Respostas selecionadas exibidas*

Tecnologia	24
Abrir meu próprio negócio	24
Engenharia	15
Saúde	14
Setores criativos	11
Finanças	11

A maioria dos Millennials acredita que pode fazer a diferença_

Quase dois terços (65%) dos Millennials em todo o mundo acreditam que podem fazer a diferença localmente, e 40% acreditam que podem fazer a diferença globalmente.

- Eles são mais interessados em fazer algo quanto à educação (18%), pobreza (13%) e meio ambiente (10%).
- Globalmente, os Millennials acreditam que aprender meios de ajudar (44%) é a melhor forma de os jovens fazerem a diferença em suas comunidades, mas há variações por região:

Estados Unidos
Doar tempo (57%)

Europa Ocidental
Participar de eleições (40%) e usar mídias sociais para documentar, denunciar e divulgar (40%)

América Latina
Usar mídias sociais para documentar, denunciar e divulgar (50%)

Metodologia da pesquisa

A Telefônica comissionou 6.702 entrevistas quantitativas entre os Millennials, com idade de 18 a 30 anos, em 18 países em três regiões, incluindo os Estados Unidos, Europa Ocidental e América Latina. A Penn Schoen Berland conduziu a pesquisa de 23 de junho a 4 de agosto de 2014, por meio de um questionário online e recrutamento central para o questionário online. Foram pesquisados os Millennials da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Alemanha, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Peru, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguai e Venezuela. Os tamanhos da amostra do país, representados no número global, são ponderados pelo percentual da população em cada país com acesso à Internet, gênero e idade. As populações hispânicas e não hispânicas dos EUA foram ponderadas no censo. A margem de erro global é de +/-1,2 por cento. A composição exata da amostra não é idêntica ao longo de cada remessa e os dados demográficos podem variar. As tendências podem ser levemente afetadas por essas variações.