



1981-1995



# Millennials: Más X que Z Perú 2018

 Javier-Álvarez-Pecol  
 @AlvarezPecol  
Trends Senior Director





### Generación Z

2010-1996 (Ahora 8 a 22 años)  
8.7 millones: 27%



### Generación Y

1995-1981 (Ahora 23 a 37 años)  
7.7 millones: 24%



### Generación X

1980-1960 (Ahora 38 a 58 años)  
5.7 millones: 18%



### Baby Boomers

1959-1945 (Ahora 59 a 73 años)  
4.1 millones: 13%

### Generación T (Touch)

2018-2011 (Ahora 0 a 7 años)  
4.5 millones: 14%

Edad calculada al 2018

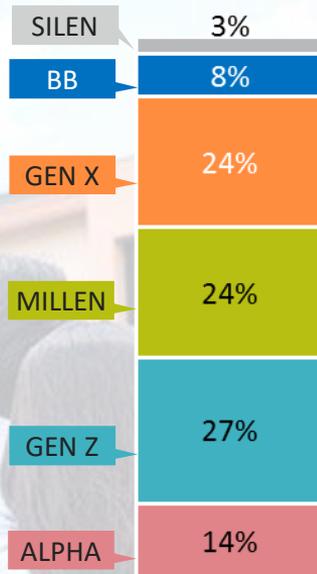
### Generación Silencio

Antes de 1945 (Ahora + de 73)  
952 mil: 3%

# Generaciones adultas

## Quién para la olla

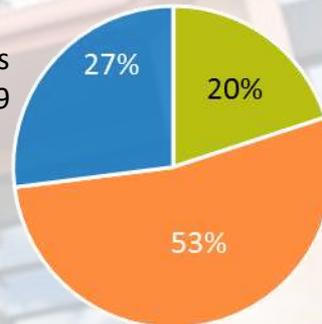
### DISTRIBUCIÓN DE HABITANTES



### JEFES DE HOGAR



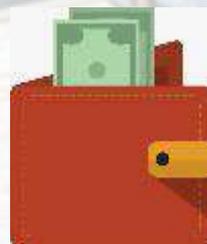
Baby Boomers  
1945-1959



Millennials  
1981 - 1995

Generación X  
1960-1980

### % INGRESO DEL HOGAR



GEN X: 56%

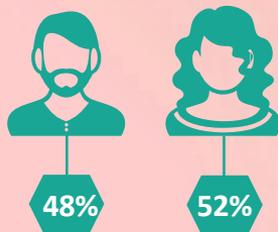
MILLEN: 17%

BB + SIL: 28%

# Millennials

## Perfil

### GÉNERO



### RANGO DE EDAD

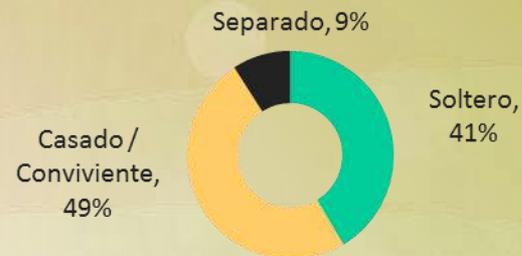
23 a 29 30. a 37

50%

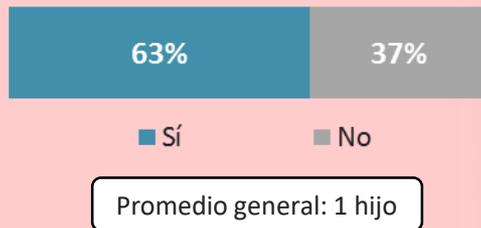
50%

Promedio: 28 años

### SITUACIÓN SENTIMENTAL



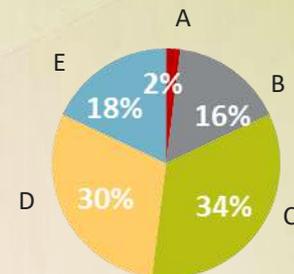
### TENENCIA DE HIJOS



### GRADO DE INSTRUCCIÓN



### NIVEL SOCIOECONÓMICO



# Millennials

## Sin hijos

SIN HIJOS: 37%  
2.8 MILLONES



### PERFIL



- Hombres 59%
- 28 años
- Solteros 92%
- No independizados 79%
- Trabajan actualmente 88%
- Trabajador dependiente 63%
- 5% tiene auto



### FINANZAS

- Ingreso mensual S/ 1,300 85% ahorra
- 48% son bancarizados



### SEGUROS



- Tenencia 40%
- Salud, accidentes, SOAT, Vida



### ENTRETENIMIENTO

- En casa: Mira TV 48%, Chatea en RR.SS. / usa WhatsApp 38%
- Fuera de casa: Cine 45%, salir a comer 43%, hacer ejercicio 39%



### CONSUMO DIARIO DE MEDIOS

- 55% TV
- 44% Radio
- 30% Periódicos



### DIGITAL



- 80% internautas diarios
- 88% tiene RR.SS.
- 25% compra online
- 77% smartphone





# Millennials

## Con hijos

CON HIJOS: 63%  
4.9 MILLONES



### PERFIL

- Mujeres 58%
- 31 años
- Casado / Conviviente 64%, 1 hijo
- Vive con padres 58%
- Trabajan actualmente 79%
- T. dependiente 52%, ama de casa 19%
- 5% tienen auto



### ENTRETENIMIENTO

- En casa: Mira TV 57%, juega con hijos 54% escucha radio 33%
- Fuera de casa: a parques 50%, salir a comer 40%, ejercicio 34%



### FINANZAS

- Ingreso mensual S/ 1,200
- 71% ahorra
- 36% son bancarizados



### CONSUMO DIARIO DE MEDIOS

- 59% TV
- 52% Radio
- 27% Periódicos



### SEGUROS

- Tenencia 28%
- Salud, vida, accidentes, SOAT, sepelio



### DIGITAL

- 52% internautas diarios
- 68% tiene RR.SS.
- 9% compra online
- 49% smartphone

# Millennials

## Vivienda

### SITUACIÓN ACTUAL



### INTENCIÓN DE MUDARSE EN LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS

50%



# Millennials

## No independizados (viven con padres u otros)



### PERFIL

- Hombres 49% / Mujeres 51%
- 27 años
- Solteros 63%
- Tienen hijos 53%
- Trabaja actualmente 82%
- Trabajador dependiente 59%
- 7% tiene auto



### ENTRETENIMIENTO

- En casa: Ver TV 51%, chatear en RR.SS. 33%, WhatsApp 29%
- Fuera de casa: Salir a comer 41%, ejercicio 37%, ir a parque 36%



### FINANZAS

- Ingreso mensual S/ 1,200
- 81% ahorra
- 39% son bancarizados



### CONSUMO DIARIO DE MEDIOS

- 53% TV
- 49% Radio
- 27% Periódicos



### SEGUROS

- Tenencia 33%
- Salud, accidentes, vida, SOAT



### DIGITAL

- 68% internautas diarios
- 82% tiene RR.SS.
- 19% compra online
- 61% smartphone



NO INDEPENDIZADOS: 66%  
5.1 MILLONES





# Millennials

## Independizados (viven solos)

INDEPENDIZADOS: 34%  
2.6 MILLONES



### PERFIL

- Mujeres 54%
- 30 años
- Casado / Conviviente 59%
- Tienen hijos 76%
- Trabaja actualmente 82%
- Trabajador dependiente 54%
- 14% tiene auto



### ENTRETENIMIENTO

- En casa: Ver TV 56%, Jugar con hijos 40%, escuchar radio 34%
- Fuera de casa: salir a comer 44%, ir a parque 43%, ir al cine 34%



### FINANZAS

- Ingreso mensual S/ 1,200
- 72% ahorra
- 39% son bancarizados



### CONSUMO DIARIO DE MEDIOS

- 64% TV
- 49% Radio
- 25% Periódicos



### SEGUROS

- Tenencia 31%
- Salud, accidentes, vida, oncológico



### DIGITAL

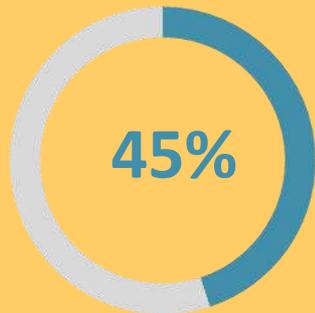
- 58% internautas diarios
- 68% tiene RR.SS.
- 7% compra online
- 58% smartphone

# Millennials

## Rol en el hogar



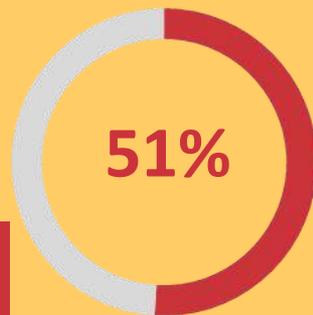
Jefe de hogar



Gen Z: 10%  
Gen X: 71%



Ama de casa



Gen Z: 19%  
Gen X: 66%



# Millennials

## Trabajo, educación y ocupación

82% trabaja actualmente

### SITUACIÓN ACTUAL

65%

Solo trabaja

Gen Z: 19%  
Gen X: 77%

17%

Trabaja y estudia

Gen Z: 21%  
Gen X: 7%

15%

No trabaja ni estudia

3%

Solo estudia

Gen Z: 44%

### OCUPACIÓN PRINCIPAL

56%

Trabajador dependiente

Gen Z: 22%  
Gen X: 53%

24%

Trabajador independiente

Gen Z: 14%  
Gen X: 31%

12%

Dedicado a su casa

Gen Z: 6%  
Gen X: 12%

5%

Desempleado

Gen Z: 10%  
Gen X: 4%

3%

Estudiante

Gen Z: 48%

# Millennials

## Tipo de trabajo

### ESPACIO DE TRABAJO

75% en oficina o espacio cerrado

25% en calle o aire libre



### MODALIDAD DE TRABAJO

55% sentado

40% de pie

No precisa 5%

### TRABAJA LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO



### TRABAJO DE RIESGO

31% SÍ

69% NO



No precisa 4%

# Millennials Bancarización

CLIENTE DE BANCOS, CAJAS O  
FINANCIERAS

41%

Gen Z: 25%  
Gen X: 43%

48% de los bancarizados  
tiene algún seguro

39% de los clientes es  
Generación Y

## PRODUCTOS CONTRATADOS



Base: Millennials (1,030)

Fuente: Ipsos Perú (Perfil del adulto joven peruano 2018)



# Millennials

## Ahorro

76%

Ahorra



AHORRO EN GENERACIONES

GEN Z: 86%

GEN X: 56%



### MOTIVOS DE AHORRO



Base: Millennials (1,030)

Fuente: Ipsos Perú (Perfil del adulto joven peruano 2018)

# Millennials

## Entretimiento en casa

Ver televisión  
(convencional)

53%

Gen Z: 47%  
Gen X: 63%

Jugar con la  
familia

35%

Gen Z: 12%  
Gen X: 32%

Escuchar  
música

31%

Gen Z: 29%  
Gen X: 36%

Chatear en  
redes sociales

29%

Gen Z: 44%  
Gen X: 16%

Conversar por  
WhatsApp

27%

Gen Z: 30%  
Gen X: 17%

Quehaceres  
del hogar

21%

Gen Z: 13%  
Gen X: 25%

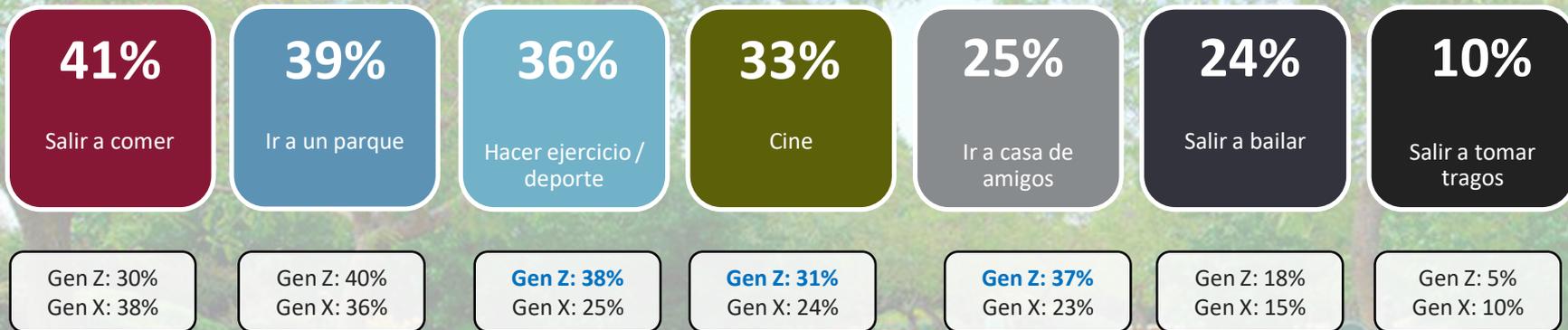
Leer libros,  
revistas,  
periódicos

20%

Gen Z: 20%  
Gen X: 21%

# Millennials

## Entretimiento fuera de casa





# Millennials

## Consumo diario de medios

TV  
58%



Gen Z: 47%  
Gen X: 66%

Radio  
49%



Gen Z: 48%  
Gen X: 58%

Diarios  
28%



Gen Z: 18%  
Gen X: 33%

Internet  
62%



Gen Z: 58%  
Gen X: 43%

# Millennials

## Uso de dispositivos, plataformas y redes sociales

Celular  
93%



Gen Z: 80%  
Gen X: 89%

22%

NETFLIX

Gen Z: 20%  
Gen X: 14%

Compras en línea  
15%

Gen Z: 8%  
Gen X: 9%

RR.SS  
76%

Gen Z: 84%  
Gen X: 48%

Smartphone  
59%



Gen Z: 47%  
Gen X: 42%

17%



Spotify

Gen Z: 23%  
Gen X: 6%

74%



Facebook

49%



WhatsApp

27%



Instagram

14%



Google +

13%



Twitter

4%



LinkedIn

3%



Snapchat

2%



Pinterest

1%



Tumblr

24%



No tiene

# Millennials

## Metas y aspiraciones



### GEN Z

29%	Iniciar negocio propio
27%	Casa propia
19%	Más tiempo familiar
47%	Carrera profesional
24%	Mejor empleo
24%	Viajar por el mundo
<b>19%</b>	Estar en forma y saludable
<b>22%</b>	Llevar un postgrado
11%	Carro propio

### GEN Y

<b>46%</b>	
32%	
<b>29%</b>	
25%	
24%	
21%	
<b>19%</b>	
<b>17%</b>	
<b>14%</b>	

### GEN X

<b>43%</b>	
29%	
<b>36%</b>	
13%	
22%	
22%	
26%	
8%	
<b>15%</b>	

Tendencia a Gen X  
Tendencia a Gen Z





# Millennials

## Miedos y temores

### GEN Z

41%	Muerte de ser querido
38%	Delincuencia / asaltos
40%	Padecer enfermedad grave
21%	Quedar incapacitado / inválido
7%	Perder a mis hijos (desaparición)
26%	Morir
11%	No dar buena educación a hijos
22%	Desastres naturales
19%	Alturas
26%	Temor al fracaso
9%	Perder el empleo
18%	Quedarse solo

### GEN Y

38%	12%
36%	53%
34%	41%
26%	23%
25%	40%
20%	18%
18%	21%
17%	19%
16%	16%
15%	10%
14%	12%
9%	10%

### GEN X

Tendencia a Gen X  
Tendencia a Gen Z



# Millennials

## Tenencia de seguros

**32% tiene algún seguro**

### TENENCIA DE SEGUROS

#### GENERACIÓN

Gen Z: 23%  
Gen X: 33%

#### OCUPACIÓN

T. Depen: 42%  
T. Indep: 23%

#### ESTADO CIVIL

Soltero: 37%  
Casado, conviviente 28%

Salud

Accidentes

Vida

SOAT

Sepelio

Oncológico

Jubilación

Millennials

22%

4%

4%

3%

2%

1%

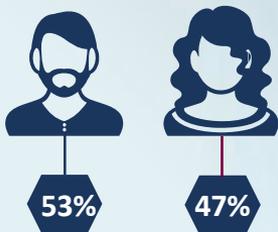
1%

60% de los asegurados son también bancarizados

# Millennials

## Perfil del asegurado

### GÉNERO



### EDAD

23 a 29

30 a 37

55%

45%

Promedio: 28 años



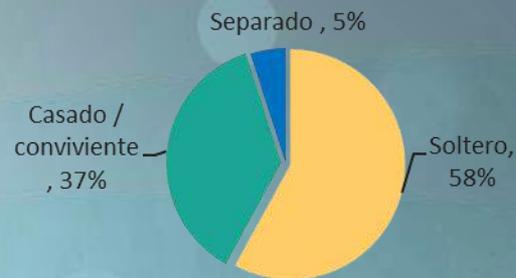
### TENENCIA DE HIJOS



■ Sí ■ No

Promedio general: 1 hijo

### SITUACIÓN SENTIMENTAL



### OCUPACIÓN PRINCIPAL



# Resumen: Millennials, más X que Z

- Responsabilidad de hogar e hijos
- Reactivos: 2/3 de la Gen Y le falta sensibilizarse sobre la prevención
- Aún en el nido: un grupo importante sigue viviendo en casa de los padres
- Ahorro: tienen predisposición por ello y disposición de dinero
- Muerte + enfermedad + delincuencia: sus principales miedos y temores
- Negocio + casa propia + tiempo familiar: sus aspiraciones



*That's all Folks!*