





1981-1995

Millennials: Más X que Z Perú 2018

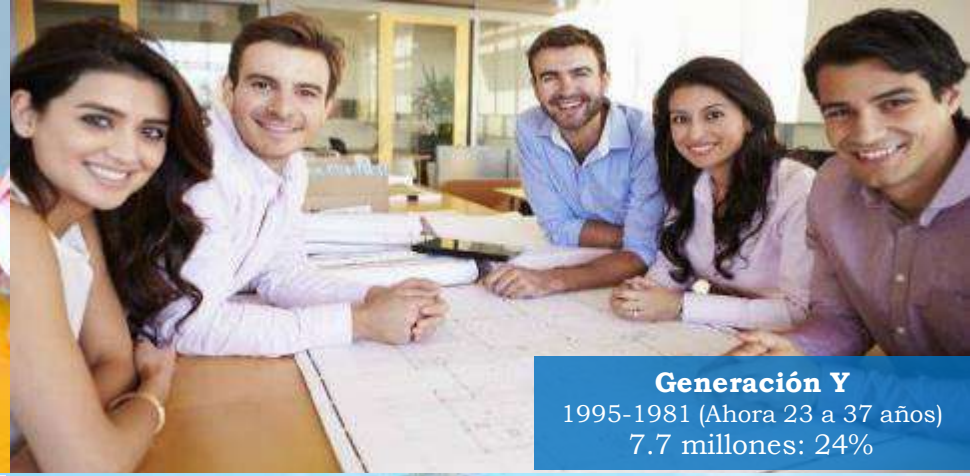
 Javier-Álvarez-Pecol
 @AlvarezPecol
Trends Senior Director





Generación Z

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



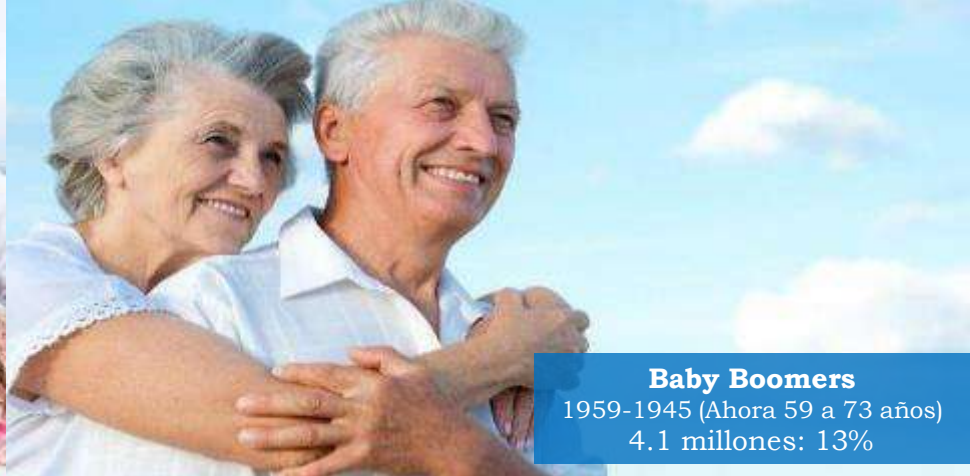
Generación Y

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

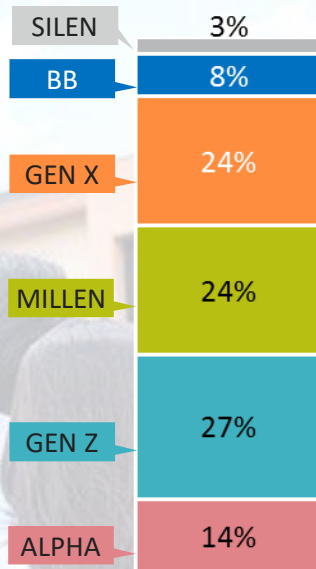
Generación Silencio

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

Generaciones adultas

Quién para la olla

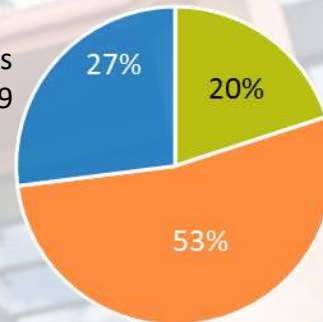
DISTRIBUCIÓN DE HABITANTES



JEFES DE HOGAR



Baby Boomers
1945-1959



Millennials
1981 - 1995

Generación X
1960-1980

% INGRESO DEL HOGAR



GEN X: 56%

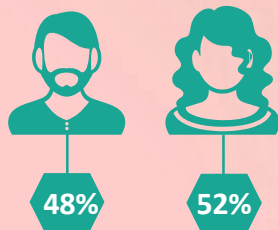
MILLEN: 17%

BB + SIL: 28%

Millennials

Perfil

GÉNERO



RANGO DE EDAD

23 a 29

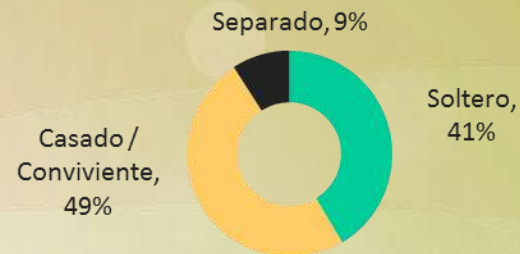
30. a 37

50%

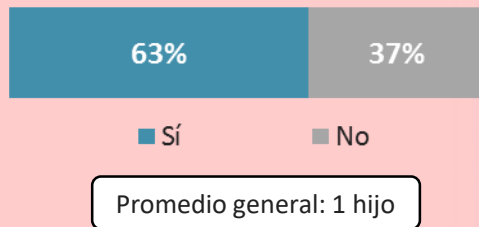
50%

Promedio: 28 años

SITUACIÓN SENTIMENTAL



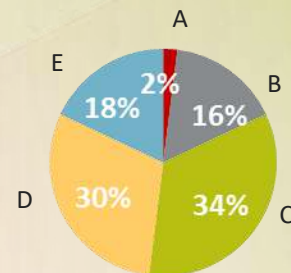
TENENCIA DE HIJOS



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



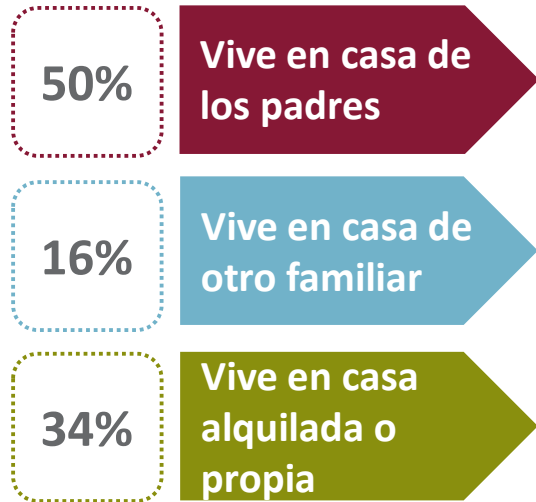
DIGITAL

- 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

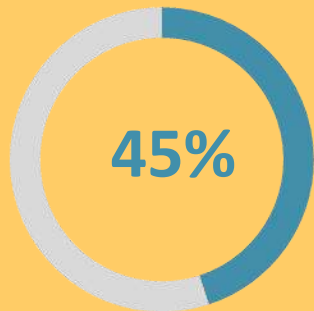
- 58% internautas diarios
- 68% tiene RR.SS.
- 7% compra online
- 58% smartphone

Millennials

Rol en el hogar



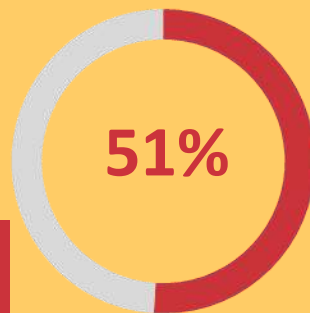
Jefe de hogar



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



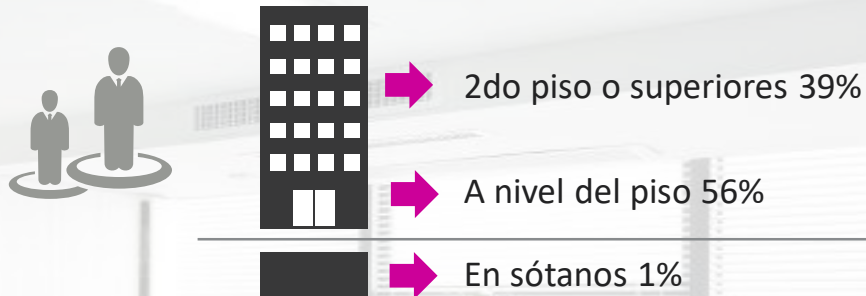
MODALIDAD DE TRABAJO

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

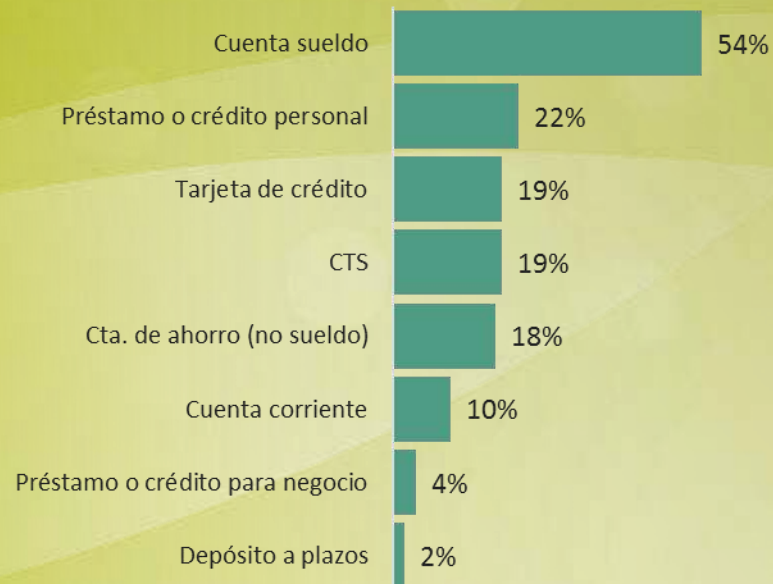
41%

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



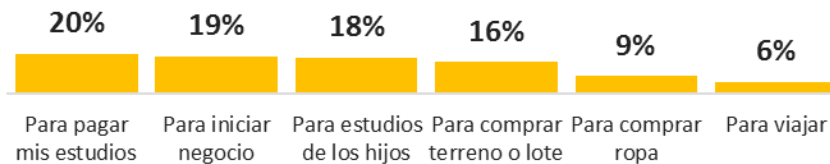
AHORRO EN GENERACIONES

GEN Z: 86%

GEN X: 56%



MOTIVOS DE AHORRO



Base: Millennials (1,030)

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

Millennials

Entretenimiento 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%

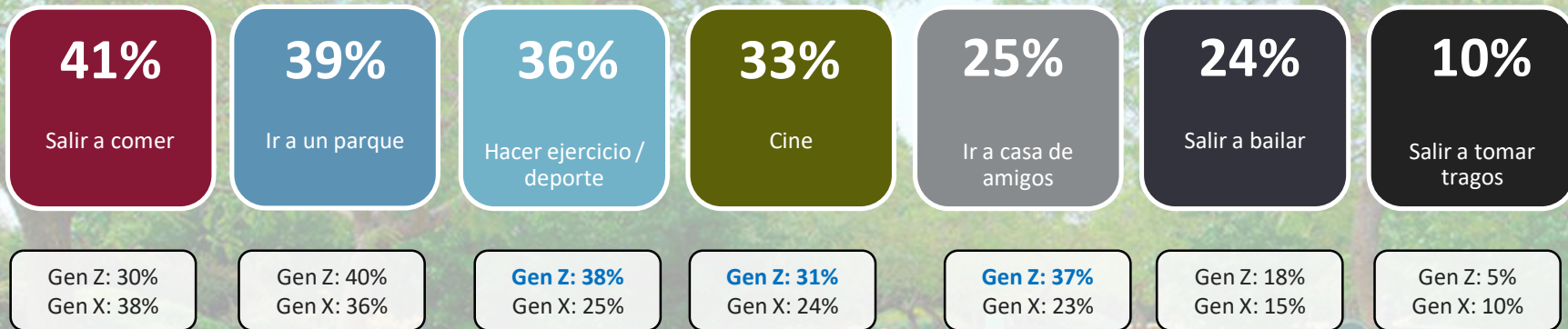
Leer libros,
revistas,
periódicos

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

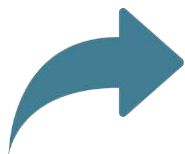
24%



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
19%	Estar en forma y saludable
22%	Llevar un postgrado
11%	Carro propio

GEN Y

46%	
32%	
29%	
25%	
24%	
21%	
19%	
17%	
14%	

GEN X

43%	
29%	
36%	
13%	
22%	
22%	
26%	
8%	
15%	

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%

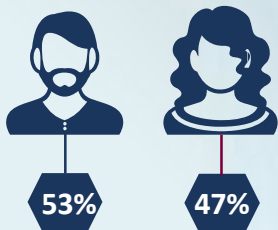
1%

60% de los asegurados son también bancarizados

Millennials

Perfil del asegurado

GÉNERO



EDAD

23 a 29

30 a 37

55%

45%

Promedio: 28 años



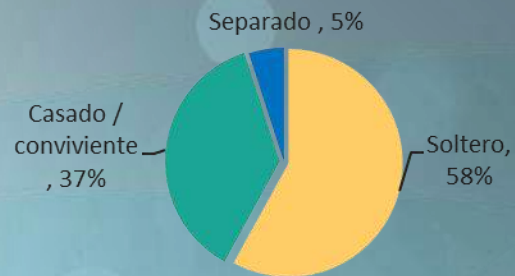
TENENCIA DE HIJOS



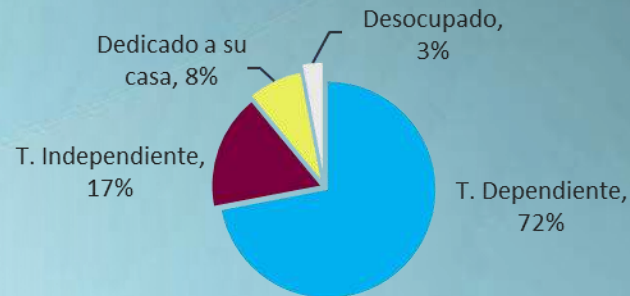
■ Sí ■ No

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!