

ESTUDIO DE IPSOS PERÚ

El 85% de millennials son digitales, pero solo el 15% compra por Internet

Desconfianza aún limita al comercio electrónico. Casi todos los millennials tiene celular, pero solo 6 de cada 10 posee un smartphone. El 73% ahorra para una casa o negocio futuro.

JOSIMAR CÓNDOR JIMÉNEZ
josimar.condor@diariogestion.com.pe

Amantes de la tecnología y las tendencias, pero con sus matices. En el Perú, el 85% de millennials (21 a 35 años) se conecta frecuentemente a Internet, pero solo 15% compra en dicha red, según el estudio Perfil del Adulto Joven 2018, de Ipsos Perú.

Su gerente de Cuentas y Estudios Multiclientes, Javier Álvarez, explicó que la principal razón que limita un mayor avance del comercio electrónico en dicho segmento es la desconfianza hacia las transacciones por Internet.

Para quienes sí compran en tiendas virtuales, los productos preferidos son la ropa, el calzado y entradas para el cine (ver gráfico).

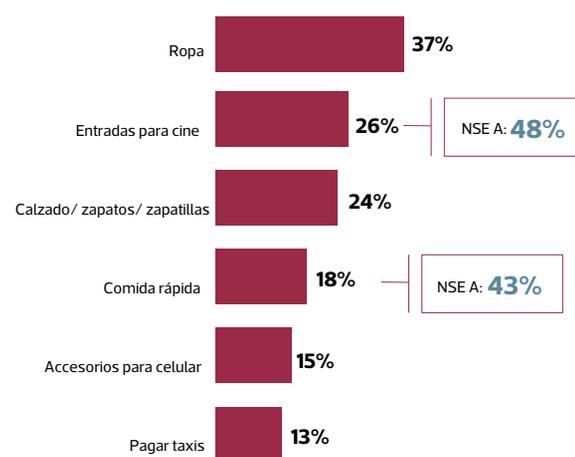
En el ámbito también digital, el estudio de Ipsos Perú indica que el 24% de los millennials internautas es usuario permanente de Netflix. En tanto, el 18% estaría pagando una cuenta en la plataforma de música en streaming Spotify.

“Sorprende la baja suscripción a la app de música, debería ser más”, comentó Álvarez a **Gestión**.

Asimismo, con su natural interés de mantenerse comunicados, casi todos los adultos jóvenes tienen un celular. Sin embargo, solo seis de cada 10 posee un celular inteligente (smartphone).

“Tiene que ver con la capacidad económica de poder

Productos y servicios más solicitados por Internet



FUENTE: Ipsos Perú

Ingreso mensual

(Por nivel socioeconómico, género)



FUENTE: Ipsos Perú

sustentar ciertos gastos o productos que son muy vinculados a esta generación”, señaló Álvarez.

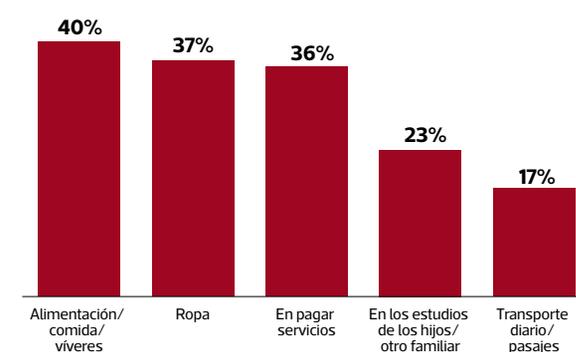
Ahorro y gasto

En el ámbito laboral, Ipsos Perú refiere que el 84% de millennials peruanos traba-

ja, principalmente, como empleado (47%). No obstante, 37% labora en un oficio distinto al de su carrera y 27% no cuenta con estudios superiores.

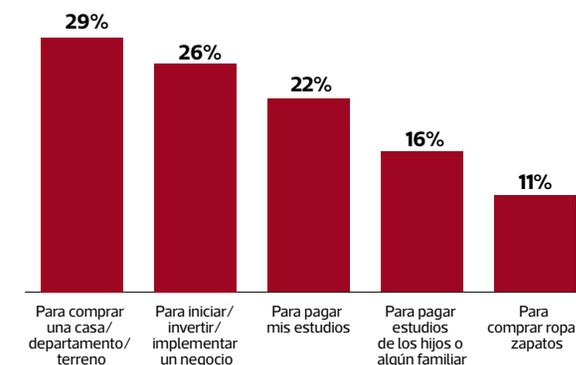
“Hay una oportunidad interesante con la oferta de servicios educativos para es-

Principales rubros de gastos



FUENTE: Ipsos Perú

Motivos de ahorro más importantes



FUENTE: Ipsos Perú

PRECISIONES

■ **Bancarizados.** El 32% tiene productos bancarios.
■ **Entretenimiento.** Fuera del hogar, la mayoría asocia la

diversión con ir a comer.
■ **Estudio.** Basado en encuesta a 1,024 adultos jóvenes de 21 a 35 años, de todos los NSE, en el Perú urbano.

PERSPECTIVA

La mitad planea mudarse en dos años

Para los millennials peruanos, los 30 años son una edad adecuada para salir de la casa de sus padres, y los 50 años un tiempo indicado para dejar de trabajar, según reveló el estudio del Adulto Joven, de Ipsos Perú.

“Es un segmento que tiene tiempos y plazos bien cortos, pero no siempre son expectativas realistas”, comentó el gerente de Cuentas y Estudios Multiclientes de la consultora, Javier Álvarez.

En esa línea, refirió que el 51% afirma tener la intención de mudarse de su casa en los próximos dos años.

Precisamente, la casa propia es una de las principales metas de dicho segmento.

Entre otras aspiraciones, el 70% de los millennials también desea tener un negocio propio.

DIANA CHÁVEZ



te último segmento”, mencionó. Respecto a la satisfacción, el 87% afirma estar conforme con su trabajo y 67% lo está con su actual remuneración. En el país, los millennials ganan S/ 1,200, en promedio, aunque ello se eleva a S/ 2,500 en el NSE A.

A partir de dicho salario, el 21% gasta todo, 73% ahorra una parte y 6% guarda todo (los más jóvenes sin hijos). Para quienes ahorran, las motivaciones apuntan a la compra de una casa a futuro, invertir en un negocio y pagar estudios.