

GENERACIONES EN EL PERÚ

GENERACIÓN Z (1996 - 2010)

24%
del Perú
urbano son Z



2 de cada 5
son bancarizados



9 de cada 10
tienen redes sociales, y son
quienes más usan TikTok



51%
ahorró en el
último año



9 de cada 10
afirman estar interesados en
probar nuevos productos



GENERACIÓN Y (1980 - 1995)

25%
del Perú
urbano son Y



6 de cada 10
son bancarizados



Lo que más hacen en internet
es usar redes sociales, buscar
información y chatear



3 de cada 5
compran por internet y lo
hacen para evitar colas y
porque es más rápido



Para el 2021 tienen pensado
viajar al exterior, y comprar
electrodomésticos para el hogar



GENERACIÓN X (1966 - 1979)

17%
del Perú
urbano son X



5 de cada 10
son bancarizados



Han ahorrado menos
este año de lo que
tenían pensado



2 de cada 5
dejarían los productos
que compran por
otros en promoción



Es la generación
con mayor tasa de
empleo (84%)



GENERACIÓN BABY BOOMERS (1945 - 1965)

14%
del Perú
urbano son
Baby Boomers



2 de cada 5
son bancarizados y los
canales que más usan son
ventanillas y cajeros



Consumen medios
tradicionales como TV
nacional, Radio y Periódicos

Al comprar:

76% Hace sus compras en
varios lugares buscando
el mejor precio

68% Le gusta probar
nuevos productos

68% Valora la marca al
momento de comprar



Fuente: Ipsos Perú

Metodología: Para la elaboración del informe se usaron 8 estudios multiclientes del 2020 y 2019 que fueron realizados a nivel Perú Urbano. Estos fueron reprocesados a fin de que respondan a los segmentos de interés. **Ámbito:** Perú urbano

