



Ipsos

# UNA VISIÓN INTERGENERACIONAL DEL PERÚ

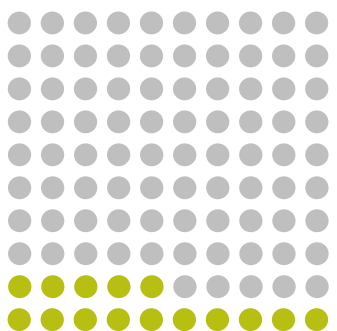
20 Simposio Internacional  
Empresa y Gestión  
Sostenible

# PERFIL DE LAS GENERACIONES

PERFIL DE LAS GENERACIONES PERUANAS

# Generación Baby boomers

15%



BABY  
BOOMERS

1946-1965

50-69 AÑOS

RANGO DE EDAD

85%



62%



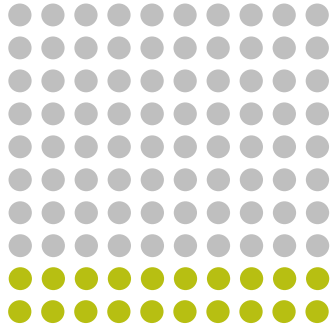
POBLACIÓN  
OCUPADA

Fuente: Estimaciones y proyecciones de población, 1950-2050, Boletín de Análisis Demográfico N°36, ENAHO 2014 -INEI

# PERFIL DE LAS GENERACIONES PERUANAS

## Generación X

20%



Generación X

1966-1980

35-49 AÑOS

RANGO DE EDAD

95%



74%



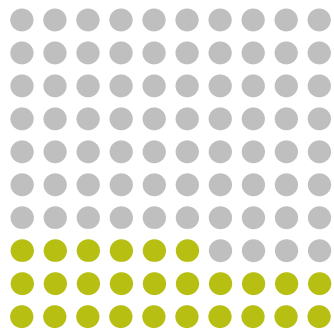
POBLACIÓN  
OCUPADA

Fuente: Estimaciones y proyecciones de población, 1950-2050, Boletín de Análisis Demográfico N°36, Fuente: ENAHO 2014 -INEI

PERFIL DE LAS GENERACIONES PERUANAS

# Generación Y

26%



Generación Y

1981-1995

20-34 AÑOS

RANGO DE EDAD

88%



69%



POBLACIÓN  
OCUPADA\*\*

Fuente: Estimaciones y proyecciones de población, 1950-2050, Boletín de Análisis Demográfico N°36, Fuente: ENAHO 2014 -INEI

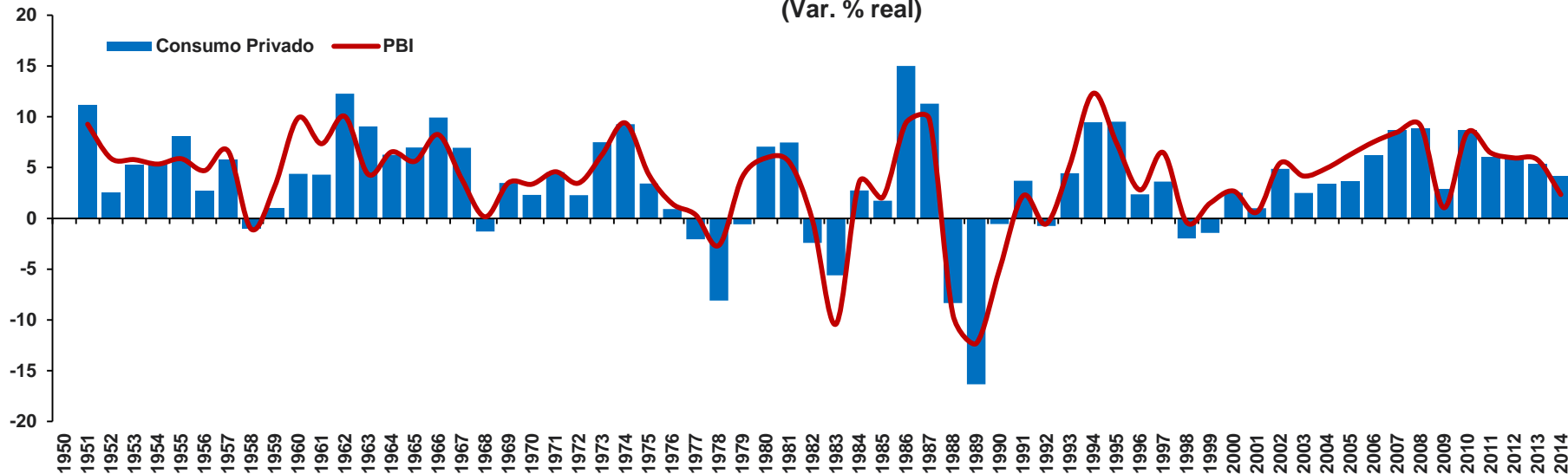
**\*\*Solo rango de 25-34 años**

# EL CONTEXTO DE LAS GENERACIONES

CONTEXTO ECÓNOMICO, POLÍTICO Y SOCIAL

# El contexto en que crecieron

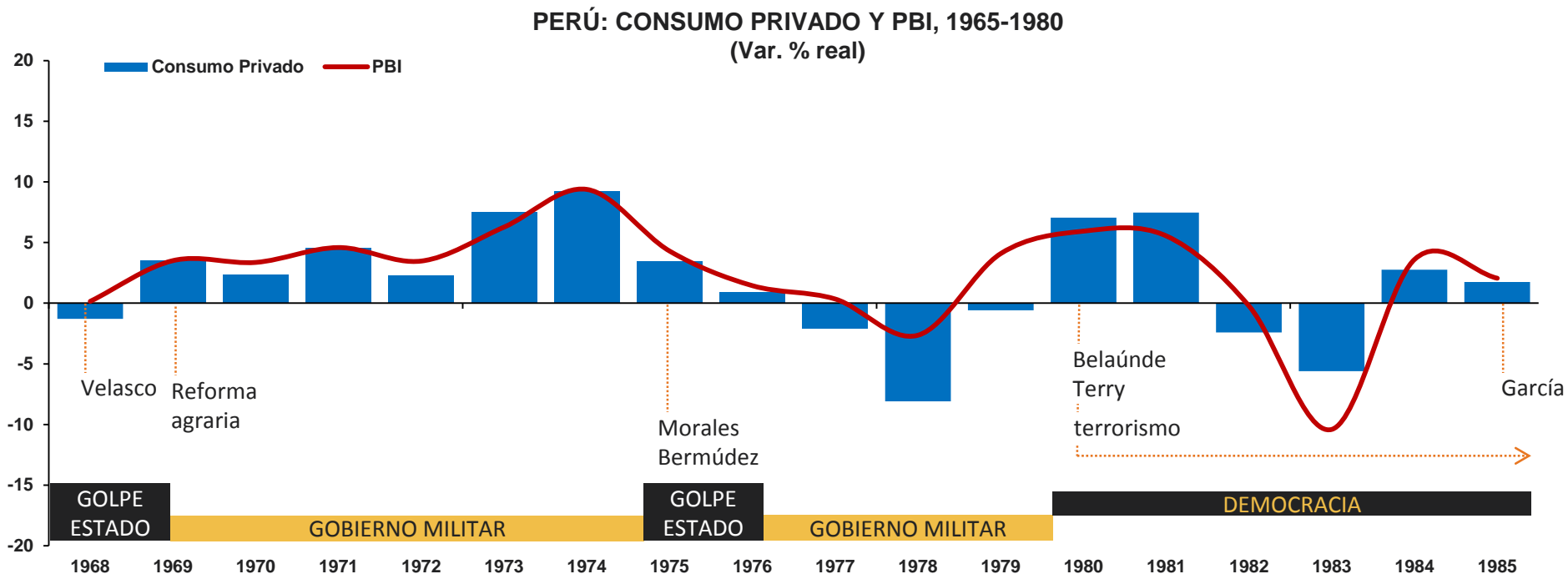
PERÚ: CONSUMO PRIVADO Y PBI, 1960-2010  
(Var. % real)



Fuente y elaboración: APOYO Consultoría

Fuente: BCR, empresas

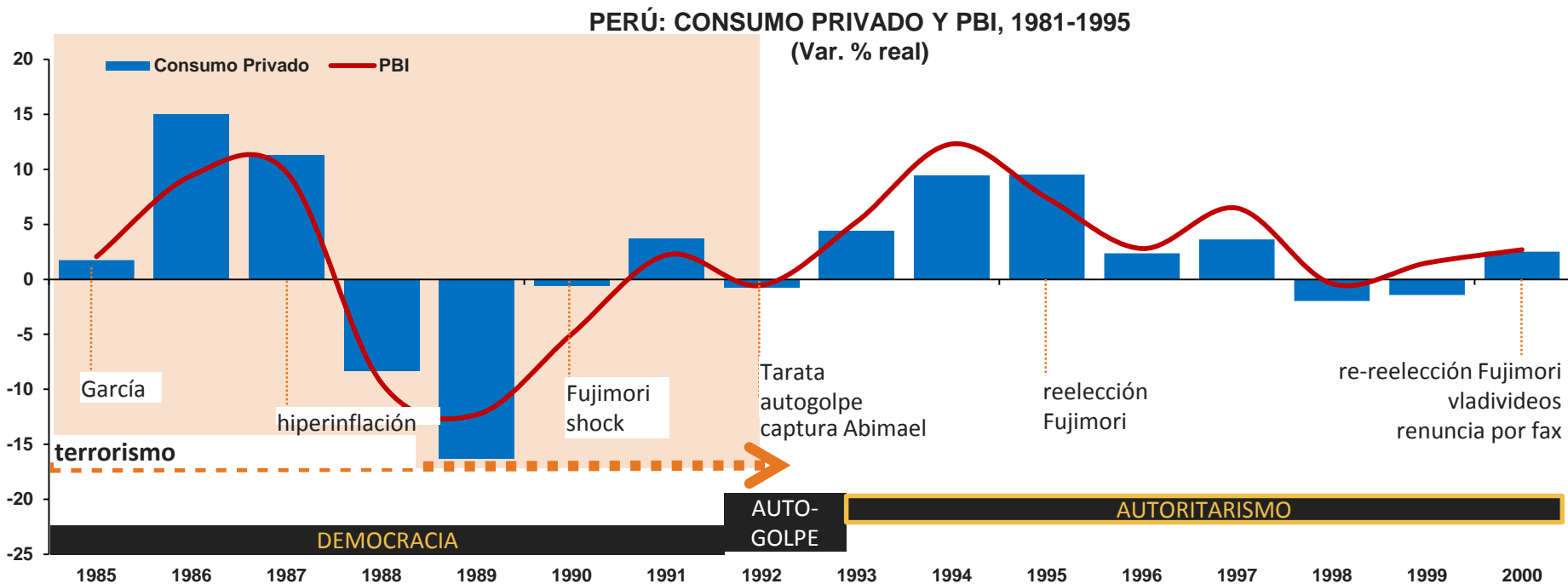
# EL CONTEXTO EN QUE CRECIERON Baby boomers



Fuente y elaboración: APOYO Consultoría



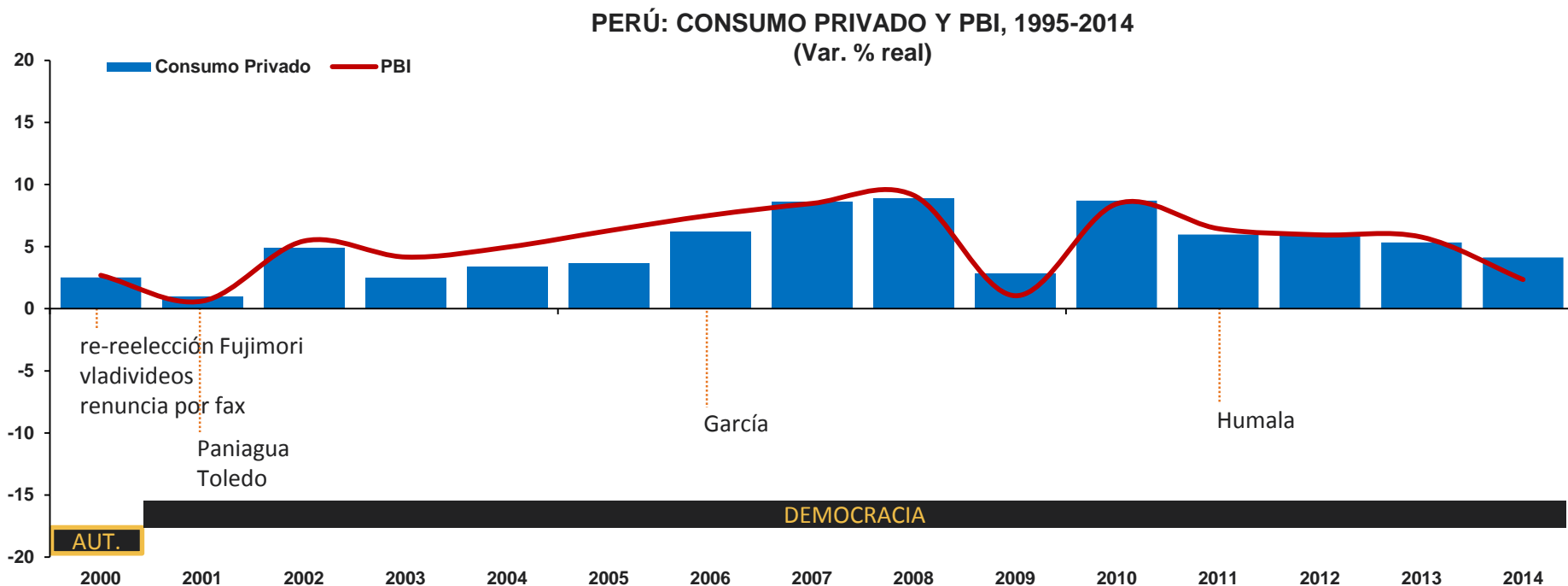
# EL CONTEXTO EN QUE CRECIERON Generación X



Fuente y elaboración: APOYO Consultoría

# EL CONTEXTO EN QUE CRECIERON

## Generación Y



Fuente y elaboración: APOYO Consultoría

10 © 2015 Ipsos.

Fuente: BCR, empresas

GAME CHANGERS

# EL CONTEXTO EN QUE CRECIERON

# Evolución de tecnologías

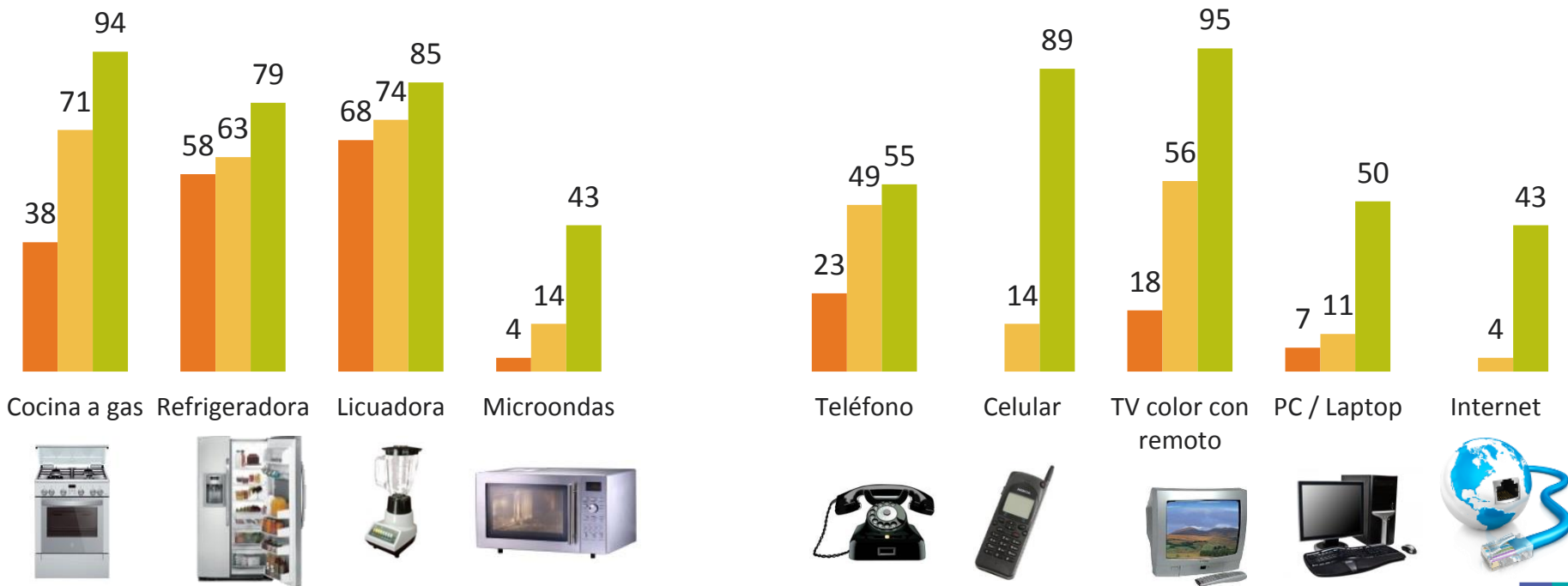


# En \_\_\_\_ un hogar típico de un joven limeño tenía:

■ Baby boomer (1991)

■ Gen X (1999)

■ Gen Y (2013)



# GENERACIÓN Y COMO FUERZA LABORAL

¿QUIÉNES SON?

# Temas relacionados con la Generación Y

**TIME** Subscribe

**NATIONAL Millennials: The**  
You might think they're en  
wrong

By Josh Sanburn @joshsanbu

Here are some broad d  
generation known as  
narcissistic. They're  
even a bit delusio

**The Economist** World pol  
**Generations in the workpl**  
**Winning the**  
Businesses are worrying ab  
expectations  
Sep 28th 2013 | NEW YORK | Fro



WHY do you pander to the

**Turbule Generac**

Paula Molin

HOME SEARCH

YOUR MONEY

**Millennials a**

TEMAS

**SEMANA** económica

**El Comercio** POLÍTICA ECONOMÍA OPINIÓN LIMA PERÚ MUNDO TECNO CIENCIA



## EL MONSTRUO INEXISTENTE

¿QUÉ TAN "Y" ES LA GENERACIÓN Y PERUANA?\*

Primer Estudio sobre la Generación Y como fuerza laboral

2014 | 08:21

## e necesitas saber de la n Y en el trabajo

al Branding y PayScale demuestran características  
otras generaciones

elcriada que quiere

SUBSCRIBE NOW LOW

Prop Ahorro Hijos Jóvenes

Faro

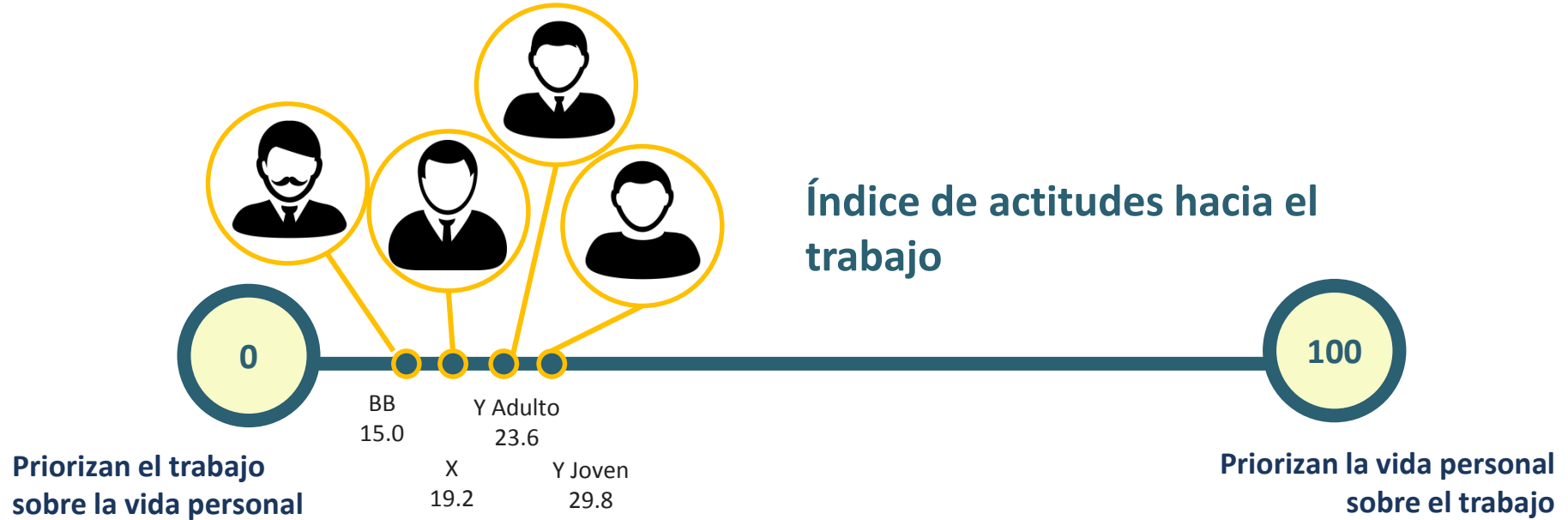
años, egocéntricos, muy listos y  
on bajo el paraguas de la



# ACTITUDES GENERACIONALES

ACTITUDES: VIDA PERSONAL VERSUS TRABAJO

# ÍNDICE DE ACTITUDES HACIA EL TRABAJO



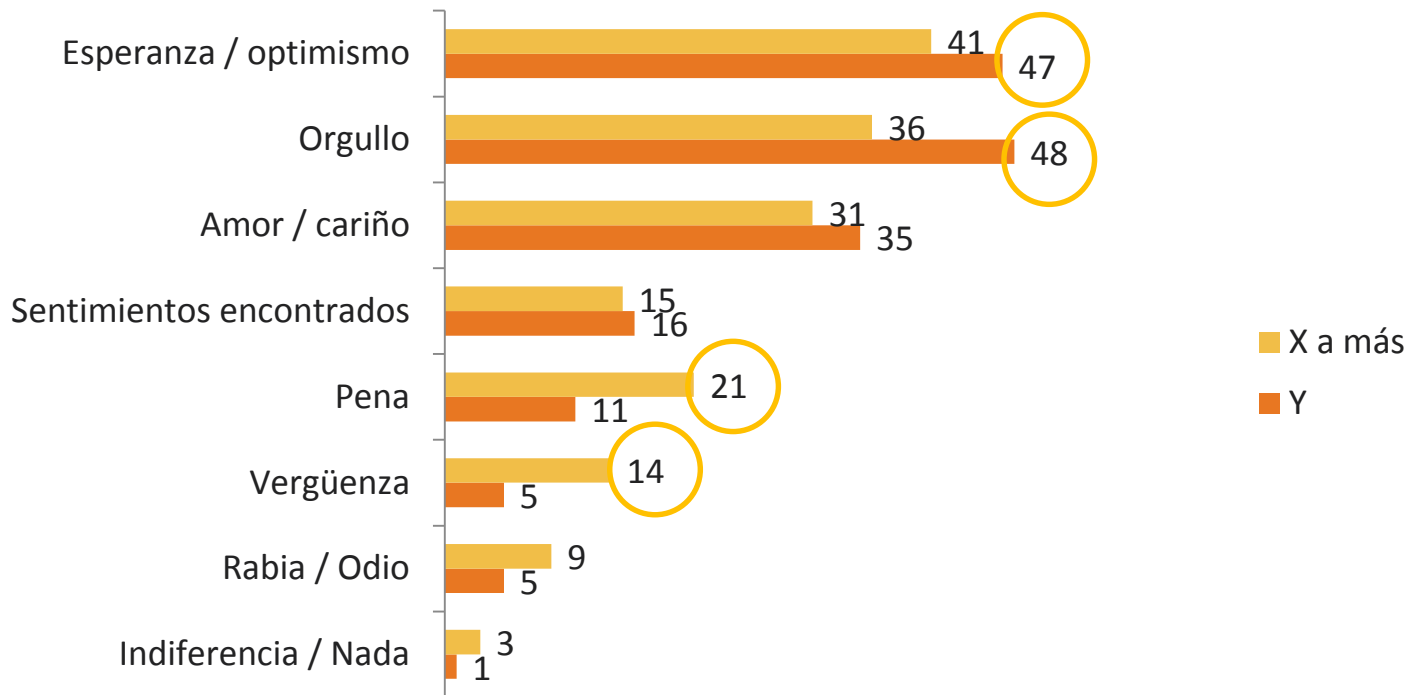
Fuente: Encuesta Nacional elaborada para Semana Económica por Ipsos Perú (NSE A, B y C). Mayo, 2014 / Base: 1,595 encuestas

Elaboración: Semana Económica



BRECHAS

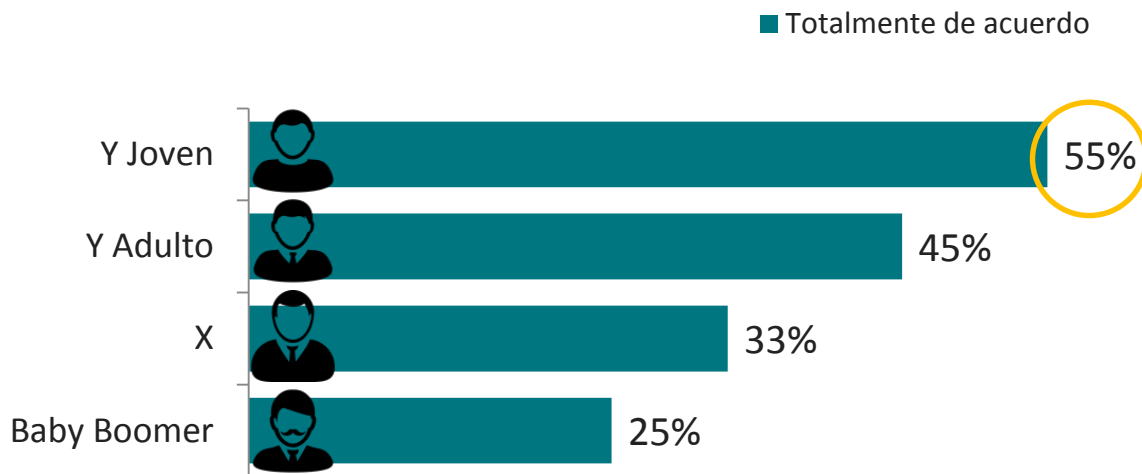
# Identidad nacional: sentimientos que le genera el Perú



## BRECHAS

## Actividades personales: tiempo libre

Para un joven profesional es importante tener tiempo para viajar, hacer deporte, tener hobbies, etc.




EL TIEMPO PARA ACTIVIDADES FUERA DEL ÁMBITO LABORAL ES MÁS VALORADO POR LA GENERACIÓN Y

¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente frase : Para un joven profesional es importante tener tiempo para viajar, hacer deporte, tener hobbies, etc.?  
(Totalmente de acuerdo)

Fuente: Encuesta Nacional elaborada para Semana Económica por Ipsos Perú (NSE A, B y C). Mayo, 2014 / Base: 1,595 encuestas

ACTITUDES SOCIALES

# UNIÓN CIVIL: ¿Aprueba o desaprueba la unión civil no matrimonial entre personas del mismo sexo?



Gen X y  
BB  
**26%**

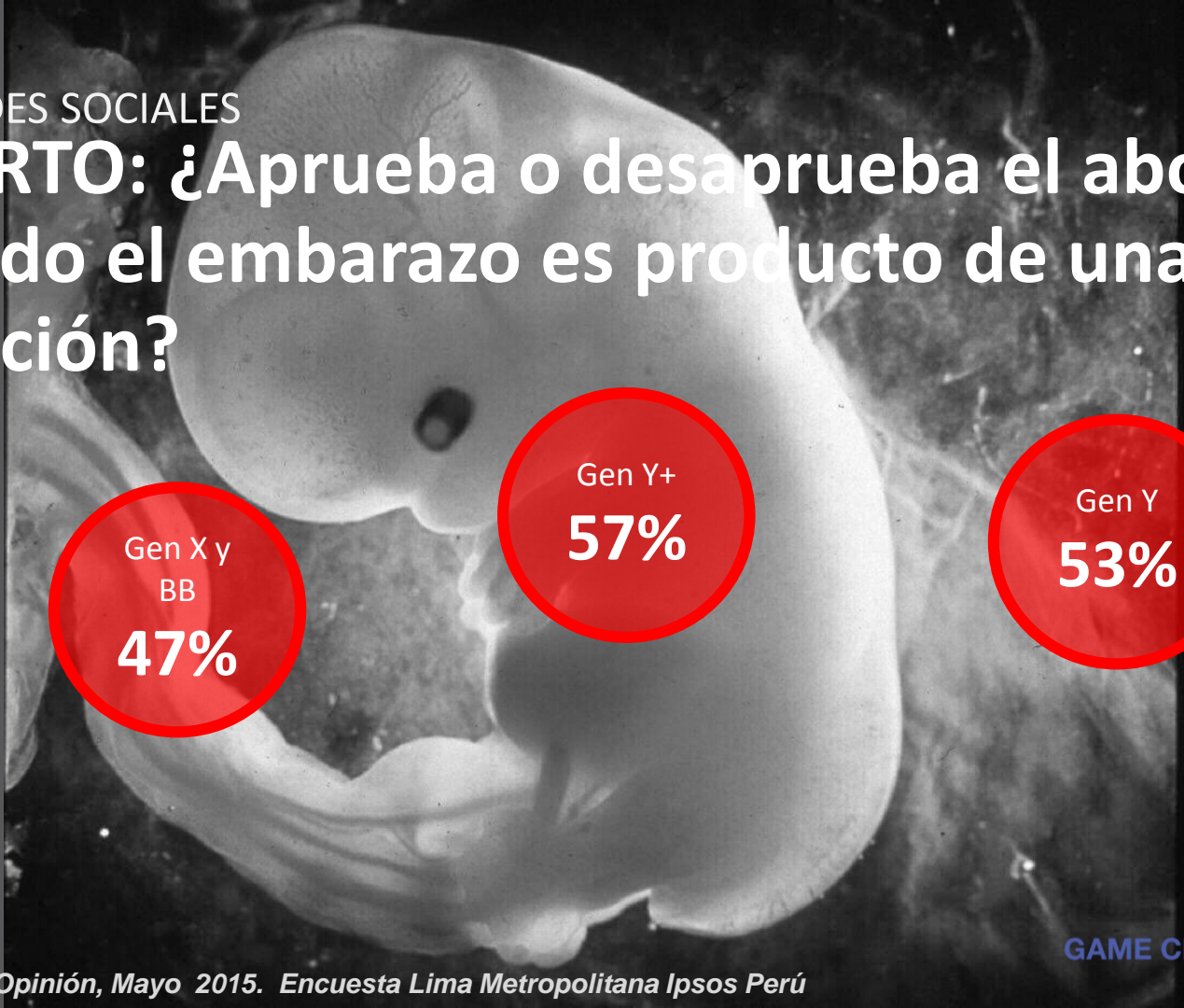
Gen Y  
mayor  
**36%**

Gen Y  
joven  
**50%**

Fuente: Informe de Opinión, Marzo2015. Encuesta Nacional Ipsos Perú

ACTITUDES SOCIALES

# ABORTO: ¿Aprueba o desaprueba el aborto cuando el embarazo es producto de una violación?



Gen X y  
BB  
**47%**

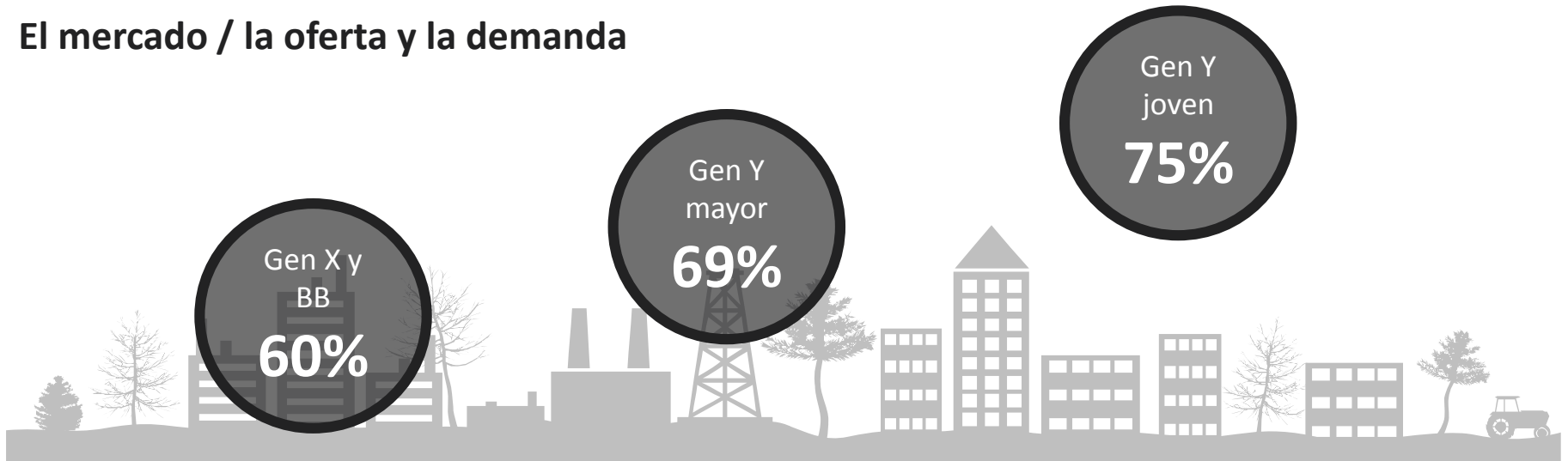
Gen Y+  
**57%**

Gen Y  
**53%**

ACTITUDES SOCIALES

# ECONOMÍA: ¿Quién prefiere que determine los precios de los productos: el gobierno / las autoridades o el mercado / la oferta y la demanda?

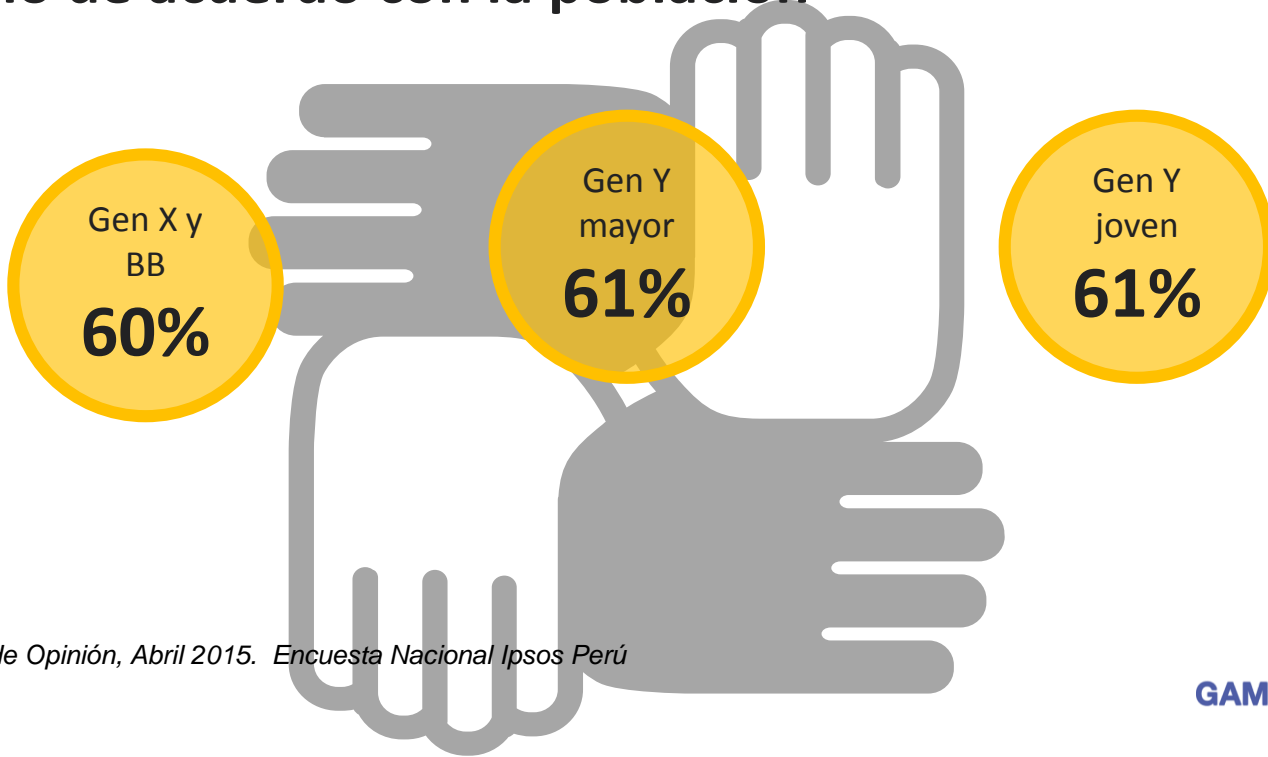
El mercado / la oferta y la demanda



Fuente: Informe de Opinión, Abril 2015. Encuesta Nacional Ipsos Perú

## ACTITUDES SOCIALES

**DEMOCRACIA: La democracia favorece el desarrollo. Se necesita un líder democrático que sepa escuchar a la población y promover el desarrollo de acuerdo con la población**



Fuente: Informe de Opinión, Abril 2015. Encuesta Nacional Ipsos Perú

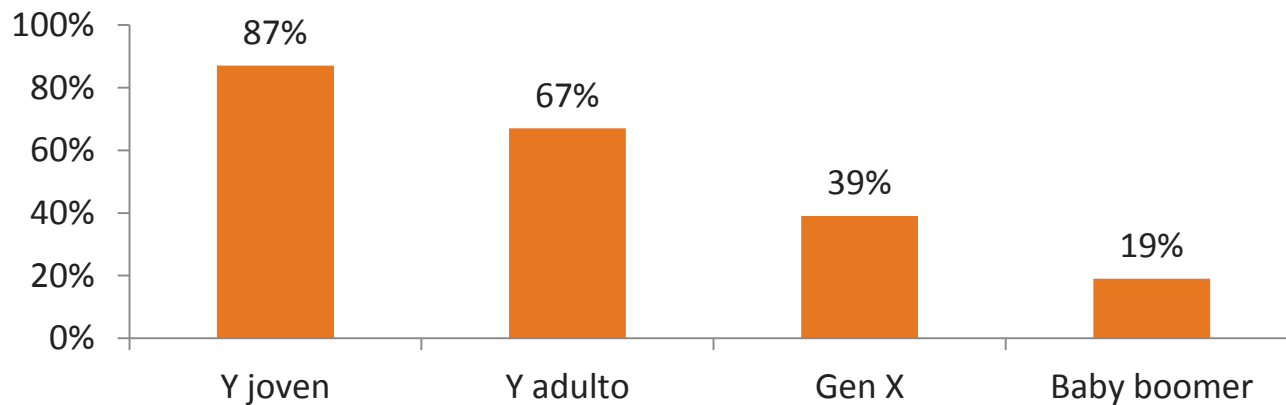
## ACTITUDES SOCIALES

**EL PRESIDENTE IDEAL: ¿Pensando en las próximas elecciones, cuáles deberían ser las tres principales características del presidente ideal?**

PENETRACIÓN DE INTERNAUTAS – PERÚ URBANO

# USO DE INTERNET EN EL 2014

Porcentaje de personas que usan internet al menos una vez al mes (penetración por rangos de edad)



Usan Internet por lo menos una vez al mes

Fuente: Perfil del internauta 2014, Ipsos Perú



# CONCLUSIONES



El contexto importa. La situación política y económica que enfrentaron los BB fue adversa. En cambio, los X salieron de la crisis y los Y, surgieron en bonanza.



Más expectativas. Los Y necesitan desafíos constantes. Antes se vivía para trabajar. Ahora se trabaja para vivir. El bienestar no puede esperar.



Mente abierta. Antes se desconfiaba de lo diferente (los homosexuales, la competencia extranjera). La generación Y aborda la globalización con menos prejuicios y más conciencia ecológica.



La tecnología hace la diferencia. Los nativos digitales miran el mundo de manera más dinámica y multifacética.

**Siempre habrá jóvenes y diferencias generaciones.  
La clave está en construir puentes de comunicación con empatía.**

¡GRACIAS!