



# PERSPECTIVA DE VIDA ENTRE GENERACIONES

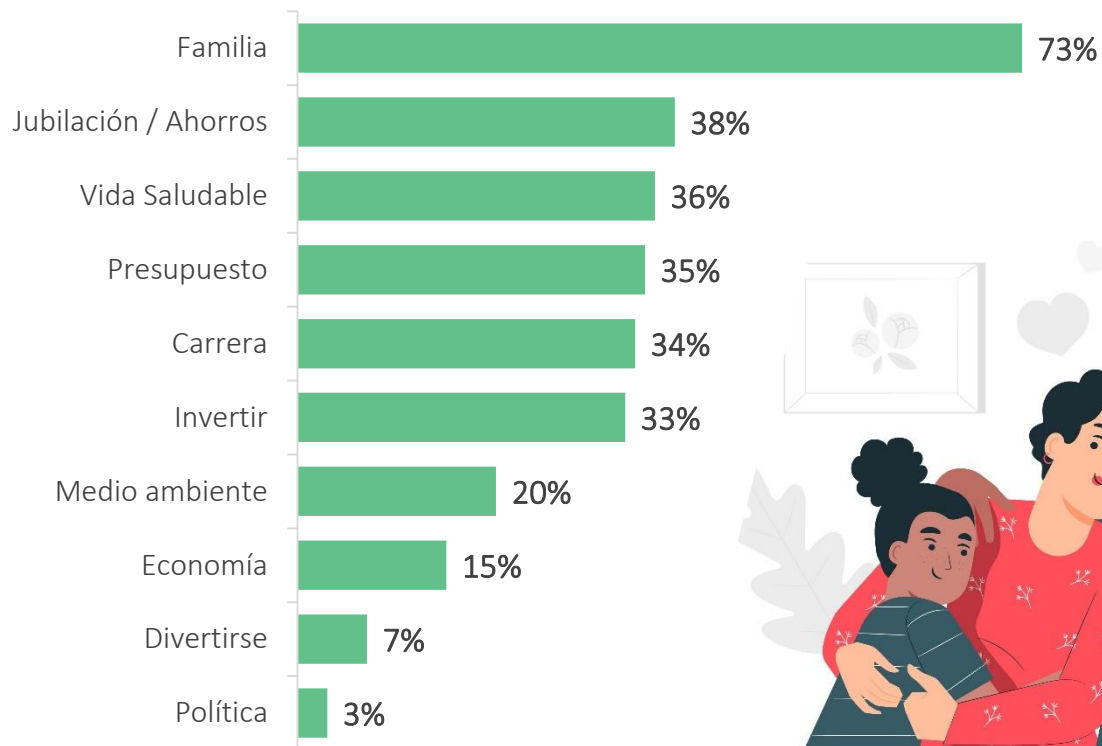
WWS 2020 - PERU

# TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población PERÚ

## TÓPICOS MÁS IMPORTANTES PARA LA POBLACIÓN PERUANA

### Respuestas generales - Perú



P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total Múltiple - 998 casos

# TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población PERÚ, por generaciones

## TÓPICOS MÁS IMPORTANTES PARA LA POBLACIÓN PERUANA

1°



### Familia

63% Gen Z  
71% Gen Y  
77% Gen X  
77% Baby boomers

2°



### Jubilación

19% Gen Z  
29% Gen Y  
48% Gen X  
54% Baby boomers

3°



### Vivir Saludable

35% Gen Z  
37% Gen Y  
35% Gen X  
51% Baby boomers



### Presupuesto

24% Gen Z  
28% Gen Y  
43% Gen X  
41% Baby boomers



### Carrera

73% Gen Z  
36% Gen Y  
24% Gen X  
14% Baby boomers



### Invertir

35% Gen Z  
38% Gen Y  
27% Gen X  
33% Baby boomers



### Medio ambiente

18% Gen Z  
25% Gen Y  
19% Gen X  
10% Baby boomers



### Economía

13% Gen Z  
17% Gen Y  
14% Gen X  
12% Baby boomers



### Diversión

17% Gen Z  
10% Gen Y  
3% Gen X  
1% Baby boomers



### Política

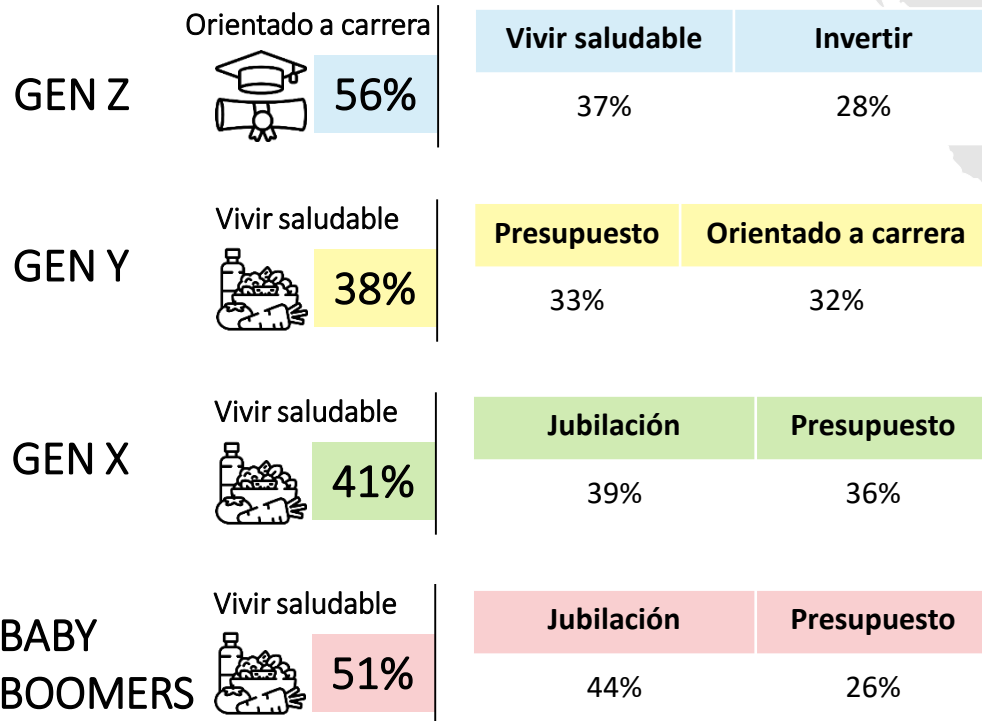
2% Gen Z  
2% Gen Y  
5% Gen X  
3% Baby boomers

P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total Múltiple - 998 casos  
Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 328 casos; Gen X: 456 casos;  
Baby boomers: 56 casos

# ADEMÁS DE LA FAMILIA, EL TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población AMÉRICA, por generación



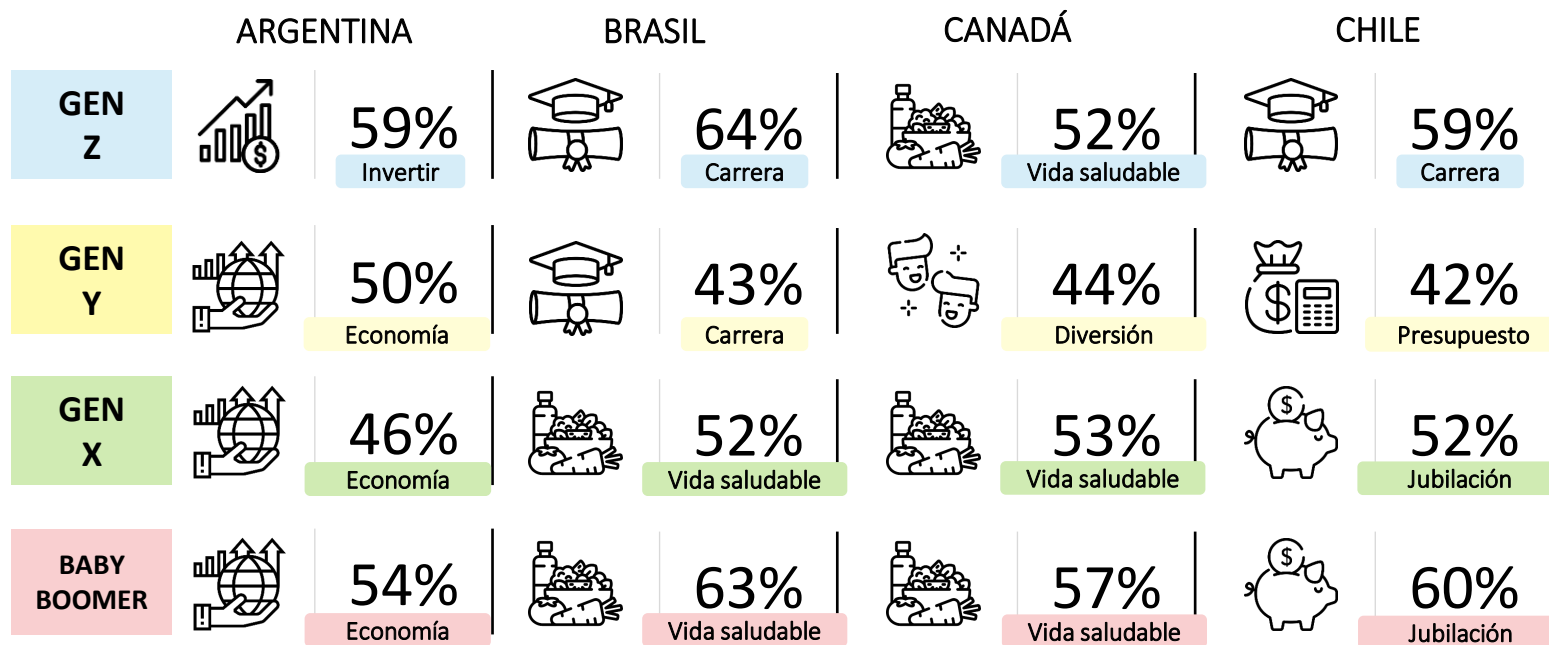
P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total Múltiple - 5,265 casos  
 Gen. Z: 493 casos; Gen Y: 1,836 casos; Gen X: 1,936 casos;  
 Baby boomers: 750 casos

# ADEMÁS DE LA FAMILIA, EL TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población AMÉRICA, por generación. *Comparación entre países de la región*

## TÓPICOS MÁS IMPORTANTES PARA LA POBLACIÓN DE AMÉRICA























P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total Múltiple - 5,265 casos  
 Gen. Z: 493 casos; Gen Y: 1,836 casos; Gen X: 1,936 casos;  
 Baby boomers: 750 casos

# ADEMÁS DE LA FAMILIA, EL TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población AMÉRICA, por generación. *Comparación entre países de la región*

## TÓPICOS MÁS IMPORTANTES PARA LA POBLACIÓN DE AMÉRICA

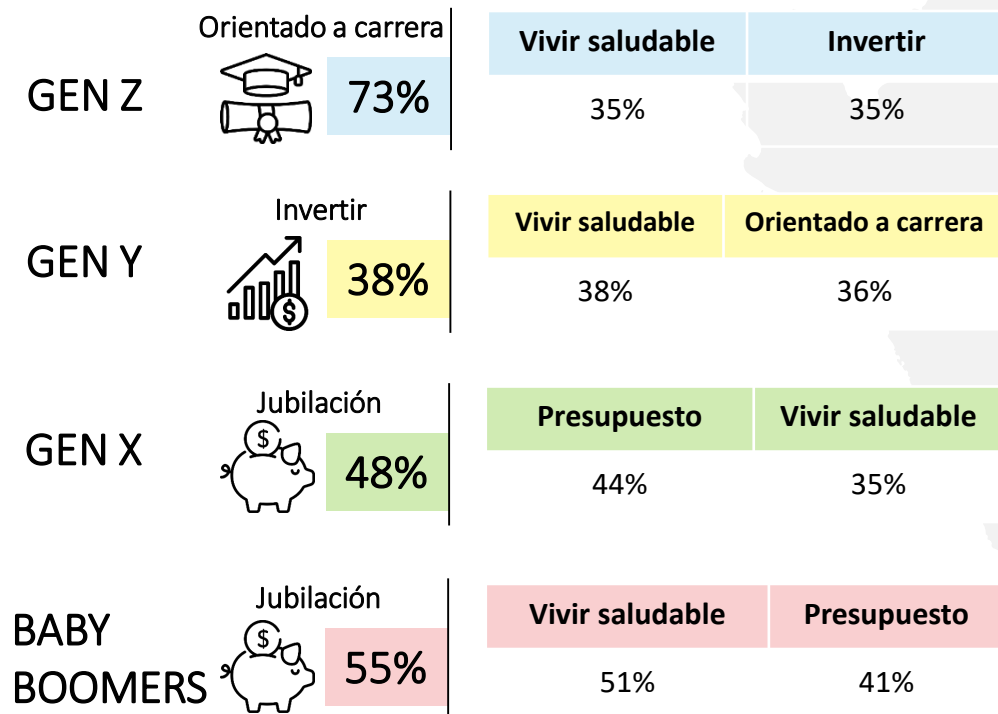
	ECUADOR	MÉXICO	PERÚ	PARAGUAY	ESTADOS UNIDOS
<b>GEN Z</b>	 <b>44%</b> Carrera	 <b>52%</b> Carrera	 <b>73%</b> Carrera	 <b>56%</b> Vida saludable	 <b>59%</b> Carrera
<b>GEN Y</b>	 <b>49%</b> Invertir	 <b>35%</b> Carrera	 <b>38%</b> Invertir	 <b>48%</b> Vida saludable	 <b>50%</b> Diversión
<b>GEN X</b>	 <b>38%</b> Invertir	 <b>48%</b> Vida saludable	 <b>48%</b> Jubilación	 <b>60%</b> Vida saludable	 <b>43%</b> Diversión
<b>BABY BOOMER</b>	 <b>54%</b> Vida saludable	 <b>64%</b> Vida saludable	 <b>55%</b> Jubilación	 <b>59%</b> Vida saludable	 <b>49%</b> Jubilación

P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total Múltiple - 5,265 casos  
 Gen. Z: 493 casos; Gen Y: 1,836 casos; Gen X: 1,936 casos;  
 Baby boomers: 750 casos

# ADEMÁS DE LA FAMILIA, EL TÓPICO MÁS IMPORTANTE EN SU VIDA

% Población PERÚ, por generación



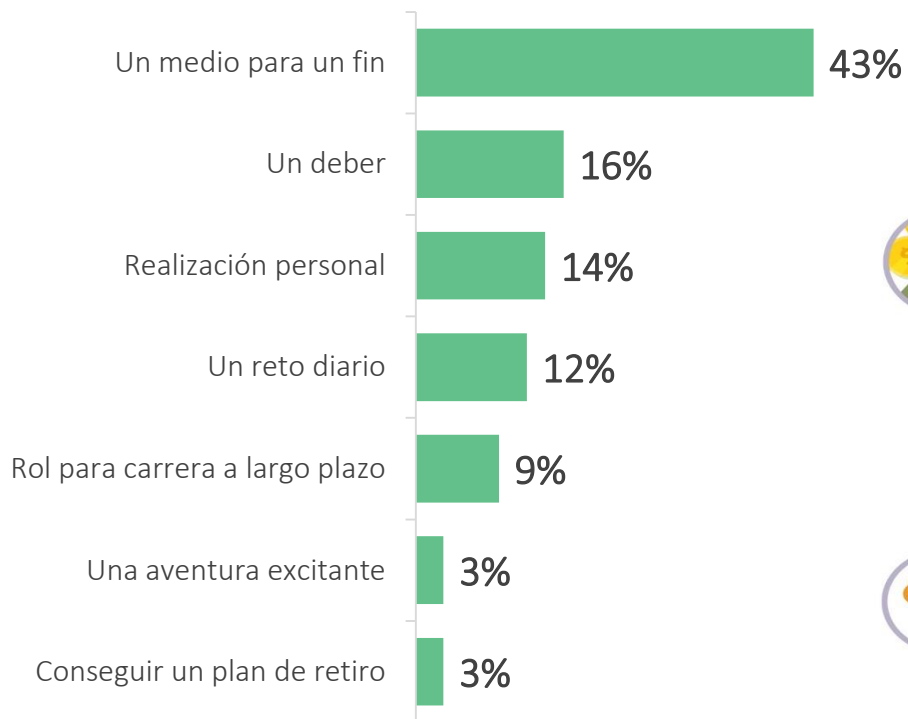
P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total Múltiple - 992 casos  
 Gen. Z: 146 casos; Gen Y: 325 casos; Gen X: 454 casos;  
 Baby boomers: 56 casos

# SIGNIFICADO DEL TRABAJO

% Población PERÚ

## RESPUESTAS GENERALES - PERÚ



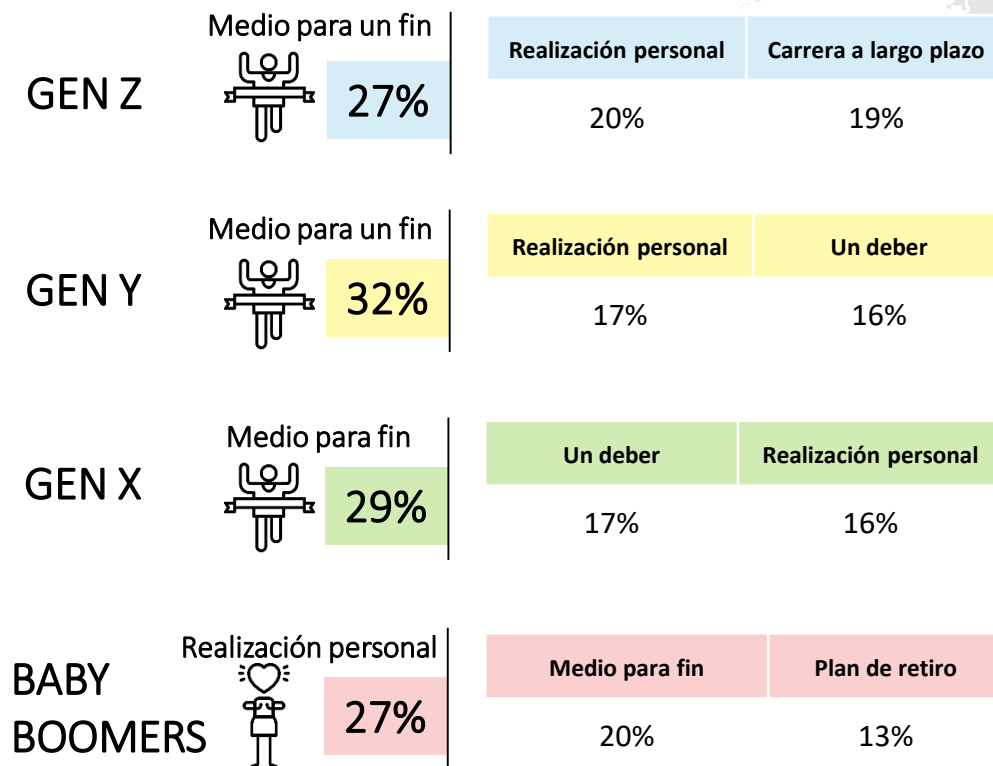
P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos



# SIGNIFICADO DEL TRABAJO

% Población AMÉRICA, por generación











P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total 100% - 5,369 casos  
 Gen. Z: 498 casos; Gen Y: 1,861 casos; Gen X: 1,986 casos;  
 Baby boomers: 768 casos

# SIGNIFICADO DEL TRABAJO

% Población PERÚ, por generación

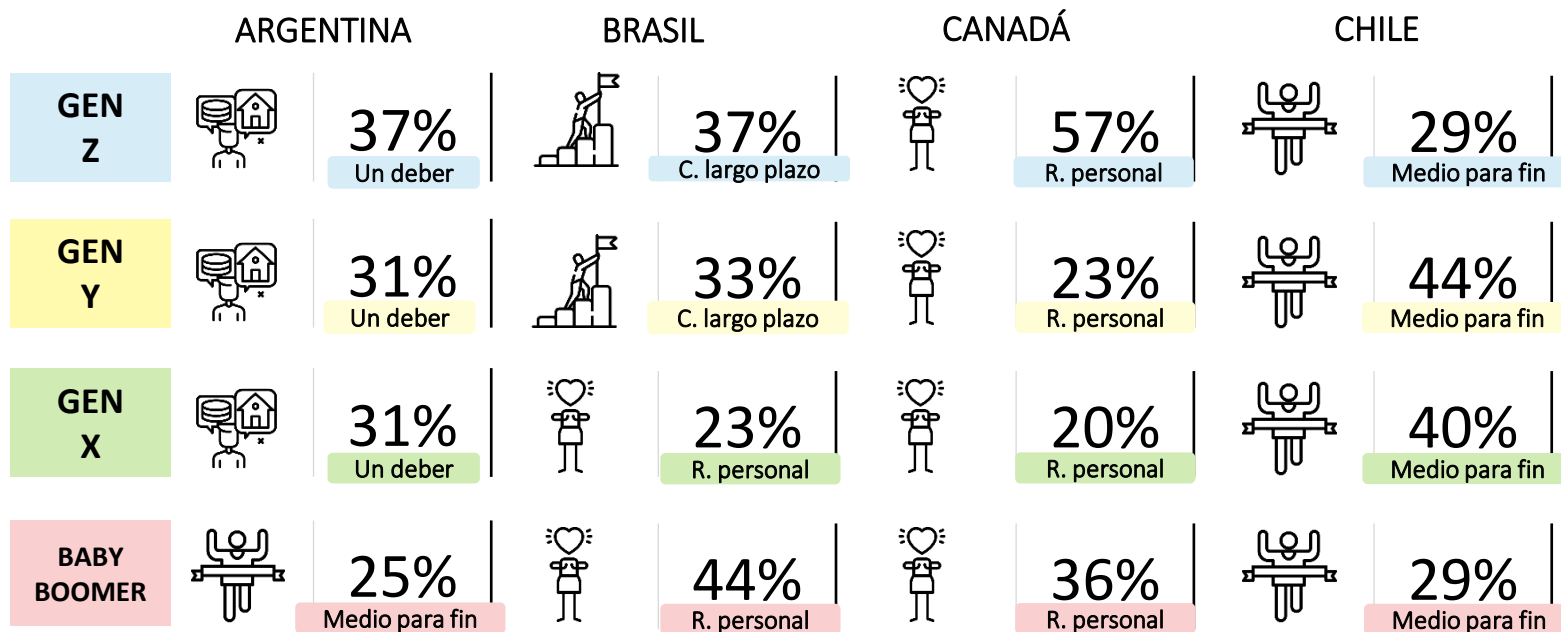
	 Rol para carrera a largo plazo	 Un deber	 Realización personal	 Un medio para un fin	 Un reto diario	 Una aventura excitante	 Conseguir un plan de retiro	 No sabe/ No contesta
GEN Z	18%	6%	14%	<b>36%</b>	17%	8%	1%	-* -
GEN Y	8%	18%	17%	<b>43%</b>	7%	5%	2%	-* -
GEN X	7%	18%	11%	<b>44%</b>	16%	1%	3%	-* -
BABY BOOMER	5%	17%	23%	<b>39%</b>	4%	2%	10%	-* -

P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
Baby boomers: 56 casos

# SIGNIFICADO DEL TRABAJO

% Población AMÉRICA, por generación



P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total 100% - 5,369 casos  
 Gen. Z: 498 casos; Gen Y: 1,861 casos; Gen X: 1,986 casos;  
 Baby boomers: 768 casos

# SIGNIFICADO DEL TRABAJO

% Población AMÉRICA, por generación

	ECUADOR	MÉXICO	PERÚ	PARAGUAY	ESTADOS UNIDOS
GEN Z	<p><b>30%</b> R. personal</p>	<p><b>27%</b> Medio para fin</p>	<p><b>36%</b> Medio para fin</p>	<p><b>49%</b> Medio para fin</p>	<p><b>34%</b> R. personal</p>
GEN Y	<p><b>23%</b> C. largo plazo</p>	<p><b>28%</b> C. largo plazo</p>	<p><b>43%</b> Medio para fin</p>	<p><b>43%</b> Medio para fin</p>	<p><b>24%</b> R. personal</p>
GEN X	<p><b>23%</b> Un deber</p>	<p><b>25%</b> Medio para fin</p>	<p><b>43%</b> Medio para fin</p>	<p><b>29%</b> R. personal</p>	<p><b>24%</b> R. personal</p>
BABY BOOMER	<p><b>26%</b> Un deber</p>	<p><b>22%</b> Plan de retiro</p>	<p><b>39%</b> Medio para fin</p>	<p><b>42%</b> Un deber</p>	<p><b>28%</b> R. personal</p>

P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total 100% - 5,369 casos  
 Gen. Z: 498 casos; Gen Y: 1,861 casos; Gen X: 1,986 casos;  
 Baby boomers: 768 casos





# ÍNDICE DE SALUD

WWS 2020 - PERU

# ÍNDICE DE SALUD

% Población PERÚ, por generación

## PERCEPCIÓN GENERAL DE SALUD

	GENERACIÓN Z	GENERACIÓN Y	GENERACIÓN X	BABY BOOMERS
Saludable 	68%	71%	57%	78%
No Saludable 	31%	27%	43%	22%
No Sabe/ No responde	1%	2%	_*_	_*_

P. ¿Cómo considera su salud, en general?

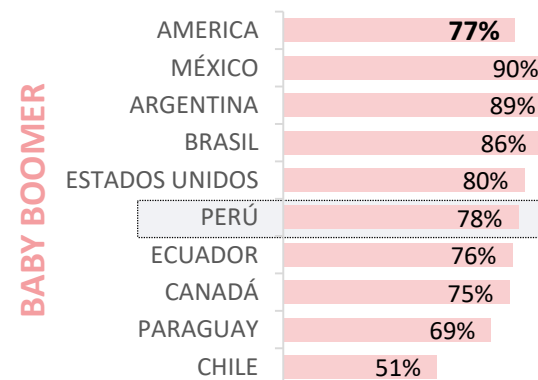
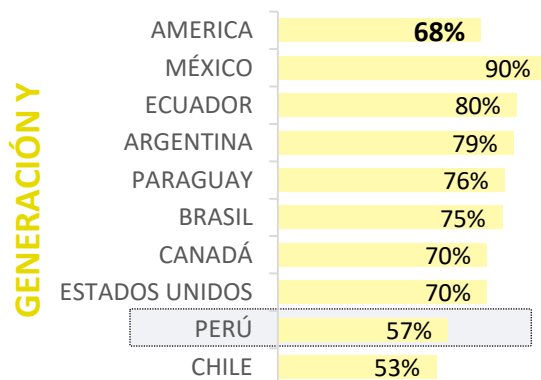
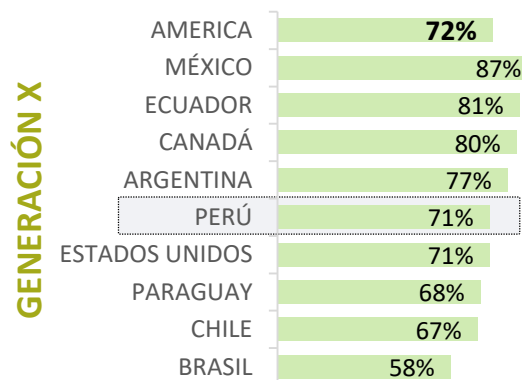
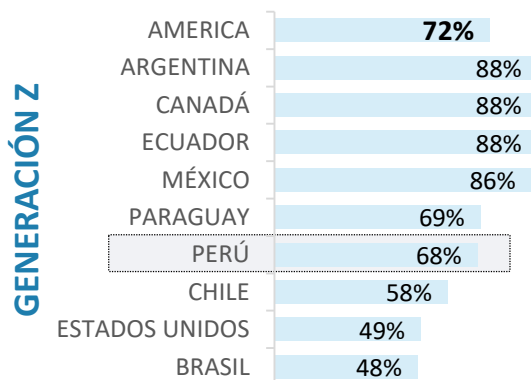
Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
 Baby boomers: 56 casos

# ÍNDICE DE SALUD

% Población AMÉRICA, por generación

## PERCEPCIÓN POSITIVA DE SALUD

% de personas que manifiestan sentirse bien de salud



P. ¿Cómo considera su salud, en general?

Nota: Se presenta la proporción de personas que se perciben saludables

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total 100% - 5,369 casos  
 Gen. Z: 498 casos; Gen Y: 1,861 casos; Gen X: 1,986 casos;  
 Baby boomers: 768 casos

# HÁBITOS RELACIONADOS A LA SALUD

% Población PERÚ, por generación



	Vivir saludablemente	Precio de alimentos saludables	Leer etiquetas	Dormir bien	Hacer ejercicio	Estrés	Medicina prescrita por el doctor	Controlar las porciones	Hacer dieta	Beber alcohol	Fumar
GEN Z	77%	46%	32%	73%	37%	32%	24%	24%	18%	3%	3%
GEN Y	78%	53%	59%	68%	45%	25%	21%	29%	11%	3%	1%
GEN X	69%	57%	46%	46%	36%	29%	23%	23%	18%	4%	3%
BABY BOOMER	78%	55%	58%	85%	43%	12%	44%	46%	25%	1%	3%

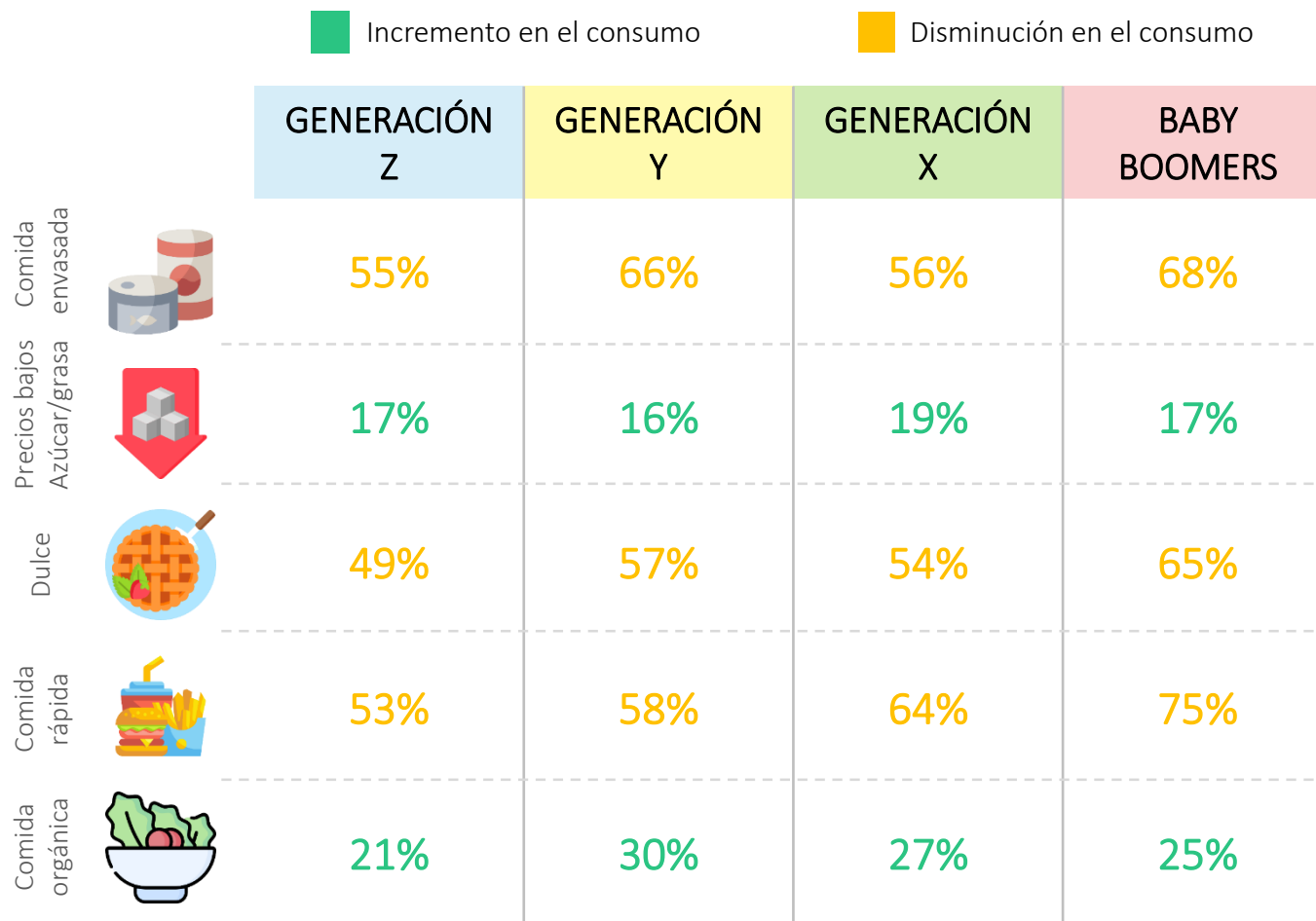
P. ¿Qué tal seguido diría que usted...?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
 Baby boomers: 56 casos.



# CONSUMO DE COMIDA

% Población PERÚ, por generación



P. Durante el año pasado, ha aumentado, mantenido o disminuido el consume de los siguientes alimentos?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
 Baby boomers: 56 casos





# CALIDAD DE VIDA

WWS 2020 - PERU

# CALIDAD DE VIDA

% Población PERÚ, por generación

PERFIL DE LA POBLACIÓN PERUANA EN RELACIÓN CON SU CALIDAD DE VIDA

	GENERACIÓN Z	GENERACIÓN Y	GENERACIÓN X	BABY BOOMERS
Muy buena y Buena 	84%	69%	68%	92%
Mala y Algo Mala 	16%	29%	30%	8%
No Sabe/ No responde	-* -	2%	2%	-* -

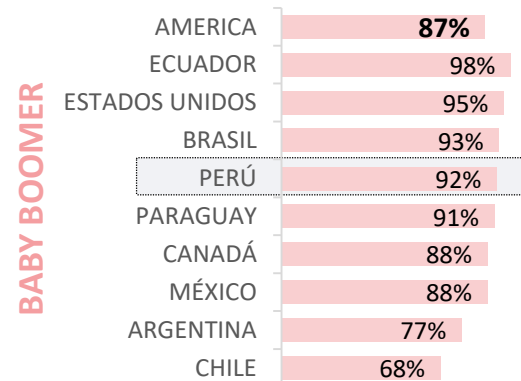
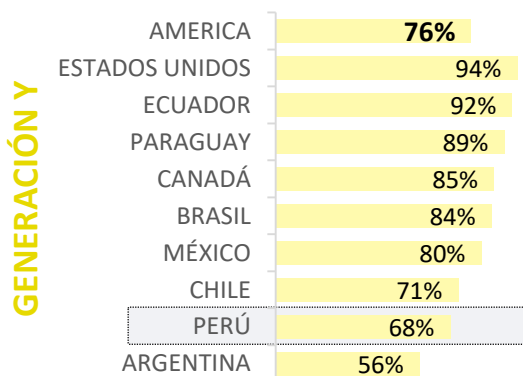
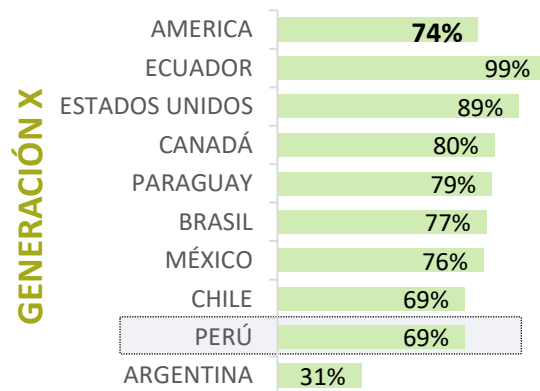
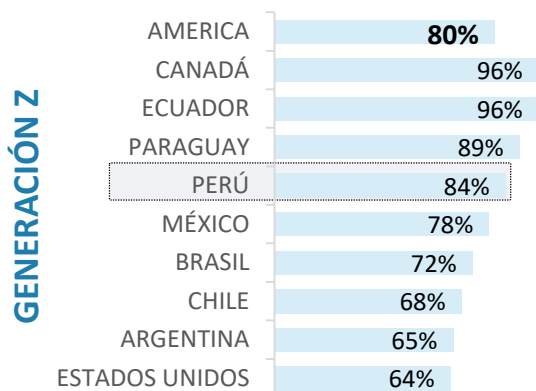
P. ¿Cómo considera su calidad de vida, en general?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
 Baby boomers: 56 casos

# CALIDAD DE VIDA

## % Población AMÉRICA, por generación

### PERCEPCIÓN POSITIVA DE CALIDAD DE VIDA *% de personas que manifiestan tener buena calidad de vida*



P. ¿Cómo considera su calidad de vida, en general?

Nota: Se presenta la proporción de personas que tienen buena y muy buena calidad de vida

Fuente: WIN 2020. Base Total América: Total 100% - 5,369 casos  
Gen. Z: 498 casos; Gen Y: 1,861 casos; Gen X: 1,986 casos;  
Baby boomers: 768 casos

# ESTADO DE ÁNIMO

% Población PERÚ, por generación

## ESTADO DE ÁNIMO DE LOS PERUANOS

	Optimista sobre el future	Sentirse Útil	Sentirse Relajado	Lidiando bien con los problemas	Pensando con claridad	Sentirse cercano a otras personas	Tomar decisiones sobre las cosas
GEN Z	63%	59%	43%	46%	58%	50%	71%
GEN Y	59%	71%	47%	59%	73%	51%	73%
GEN X	61%	67%	34%	50%	77%	61%	87%
BABY BOOMER	71%	82%	44%	48%	73%	65%	70%

P. Para cada uno, por favor señala la opción que mejor describe tu experiencia durante las últimas dos semanas.

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
 Baby boomers: 56 casos

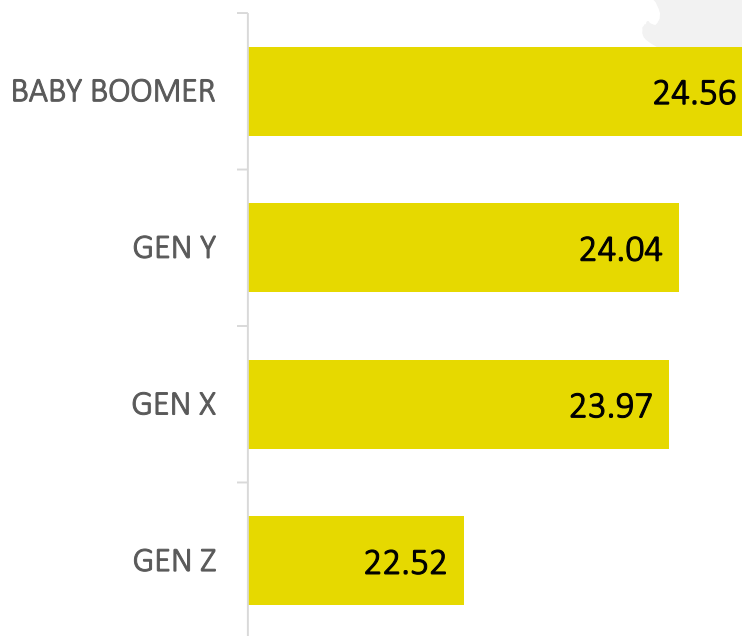
# ÍNDICE DEL ESTADO DE ÁNIMO

Puntaje Métrico. Población PERÚ

## ÍNDICE\* DE ESTADO DE ÁNIMO DE LOS PERUANOS

■ Bajo    ■ Neutro    ■ Alto

\* Bajo: puntuación de 7 a 20.72; Promedio: de 20.73 a 25.02; Alto: 25.03 a 35



P. Para cada uno, por favor señala la opción que mejor describe tu experiencia durante las últimas dos semanas.

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos  
Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;  
Baby boomers: 56 casos



# TECNOLOGÍA

WWS 2020 - PERU

# ACTITUDES HACIA LA PRIVACIDAD DE INFORMACIÓN DIGITAL

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone



Me preocupa compartir información personal digitalmente



Compartir información es vital y necesario en nuestro mundo digitalizado y conectado



Mi información personal es valiosa para diferentes recopiladores de datos



No me gustan las prácticas de seguridad actuales de los recopiladores de datos



Soy consciente de lo que sucede con mi info. al compartirla con recopilador

Generación	Me preocupa compartir información personal digitalmente	Compartir información es vital y necesario en nuestro mundo digitalizado y conectado	Mi información personal es valiosa para diferentes recopiladores de datos	No me gustan las prácticas de seguridad actuales de los recopiladores de datos	Soy consciente de lo que sucede con mi info. al compartirla con recopilador
GEN Z	49% Base : 81	18% Base : 87	27% Base : 85	17% Base : 80	28% Base : 86
GEN Y	57% Base : 256	26% Base : 254	50% Base : 249	30% Base : 255	38% Base : 253
GEN X	60% Base : 348	12% Base : 344	47% Base : 335	28% Base : 342	23% Base : 338
BABY BOOMER	34% Base : 47	12% Base : 46	30% Base : 47	22% Base : 47	27% Base : 46
	Total 100%- 733 casos.	Total 100% 732 casos.	Total 100% 717 casos.	Total 100% 725 casos.	Total 100% 724 casos.

P. A continuación, se presentan algunas declaraciones que otras personas han hecho sobre sus actitudes hacia la privacidad de la información digital. Indique qué tanto se encuentra de acuerdo o no con ellas.




Nota 1: Se presenta la proporción de quienes se encuentran de acuerdo con las declaraciones;



# COMPARTIR DATOS DE LOCALIZACIÓN

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone

DISPOSICIÓN DE LOS PERUANOS A COMPARTIR SUS DATOS DE LOCALIZACIÓN

		GENERACIÓN Z	GENERACIÓN Y	GENERACIÓN X	BABY BOOMERS
Comparte		54%	56%	46%	46%
Rara vez comparte		24%	23%	23%	18%
No comparte		22%	21%	31%	36%

P. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su disposición general para compartir sus datos de ubicación?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos  
 Gen. Z: 88 casos; Gen Y: 259 casos; Gen X: 348 casos;  
 Baby boomers: 47 casos

# Recolectores de data

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone

DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA

■ Muy probable + Probable    
 ■ No muy probable + Nada probable    
 ■ No sabe



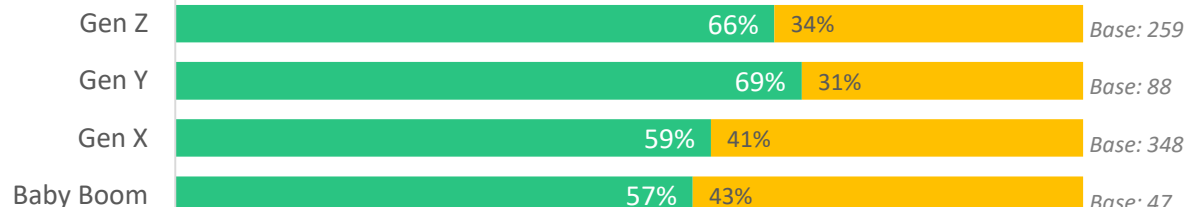
Servicios/  
Apps de Na-  
vegación o  
mapas

75%



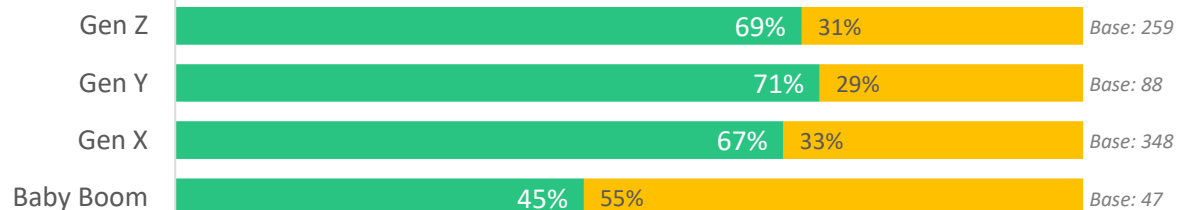
TAXI  
Empresas de  
transporte de  
taxis/viajes

63%



Proveedoras/o  
peradores de  
telecomunica-  
ciones

67%



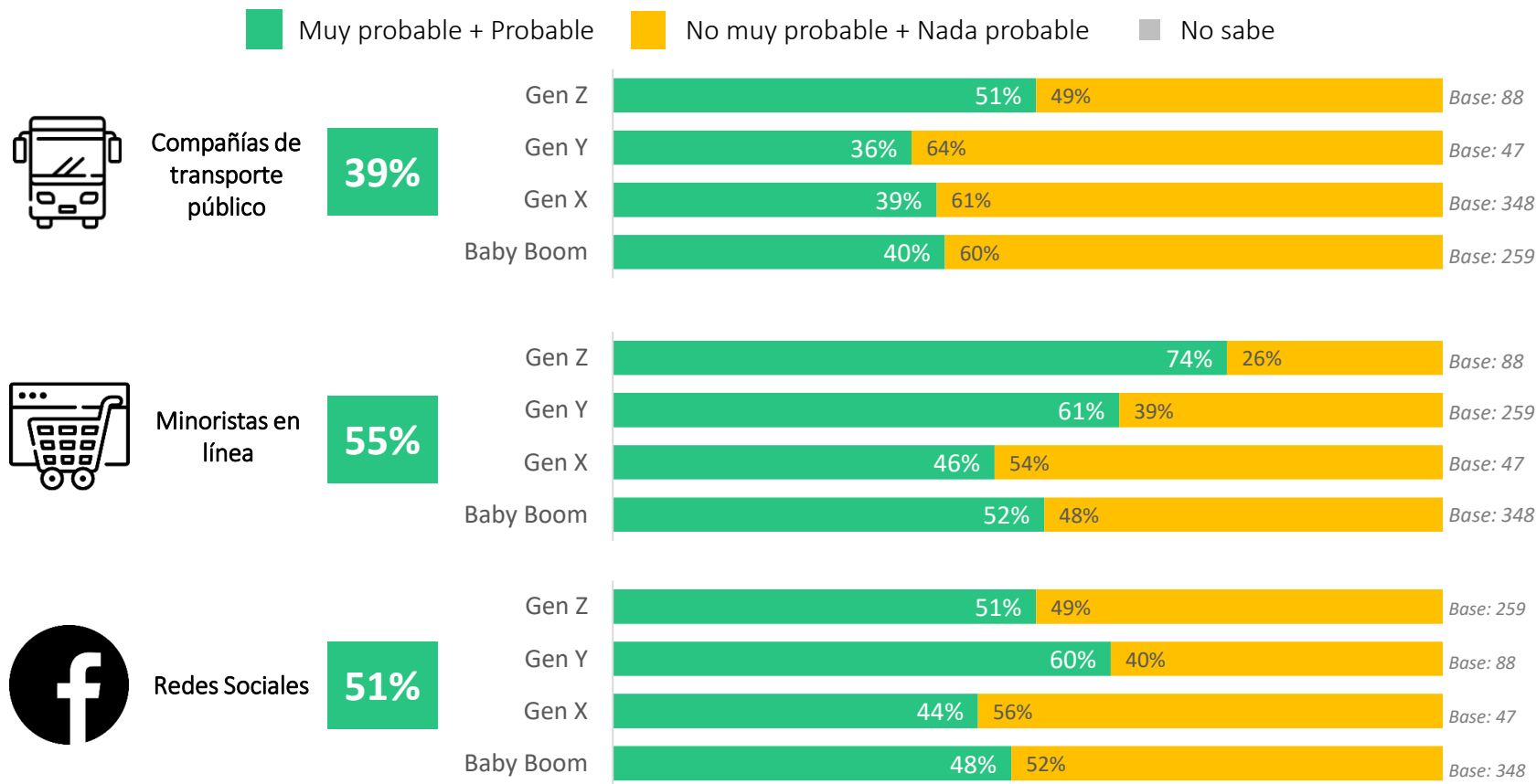
P. ¿Cuánto afecta la industria del recopilador de datos a su voluntad de compartir sus datos de ubicación?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos

# Recolectores de data

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone

DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA



P. ¿Cuánto afecta la industria del recopilador de datos a su voluntad de compartir sus datos de ubicación?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos

# Recolectores de data

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone

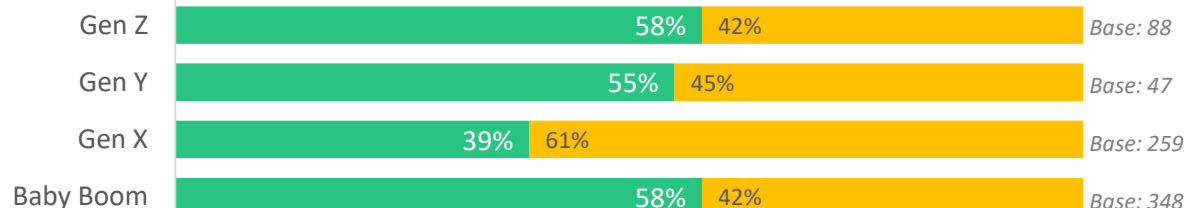
DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA

■ Muy probable + Probable    
 ■ No muy probable + Nada probable    
 ■ No sabe



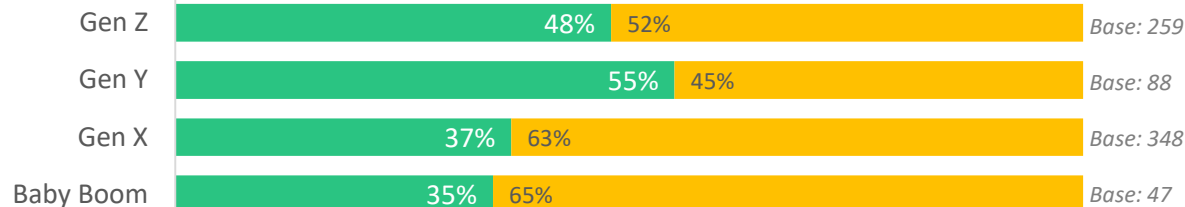
Compañías de investigación de mercados

**48%**



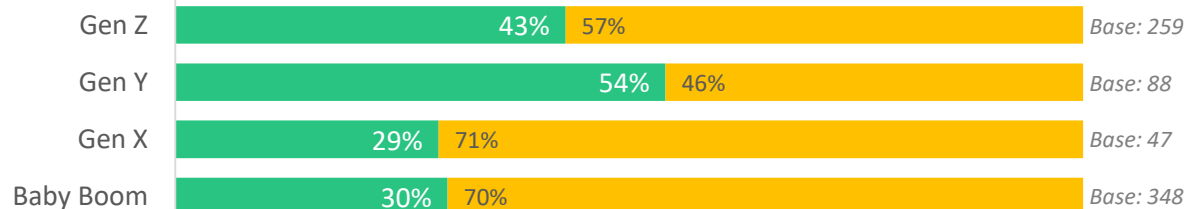
Servicios/Apps de teléfono y video

**44%**



Compañías de carros compartidos

**39%**



P. ¿Cuánto afecta la industria del recopilador de datos a su voluntad de compartir sus datos de ubicación?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos

# Recolectores de data

% Población PERÚ, entre quienes tienen Smartphone

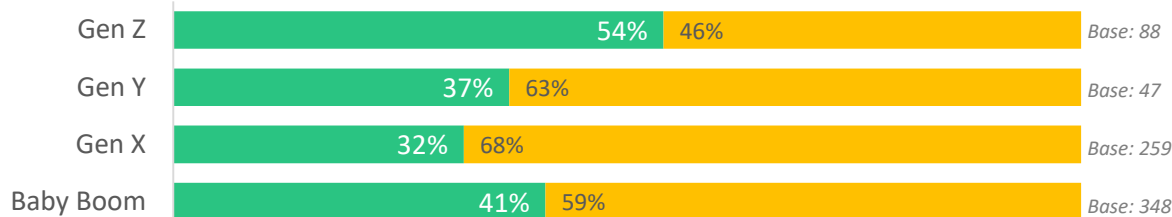
DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA

■ Muy probable + Probable    
 ■ No muy probable + Nada probable    
 ■ No sabe



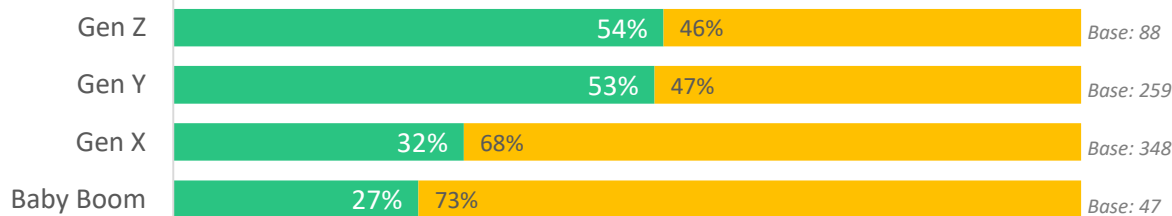
Servicios/Apps de fitness y salud

**37%**



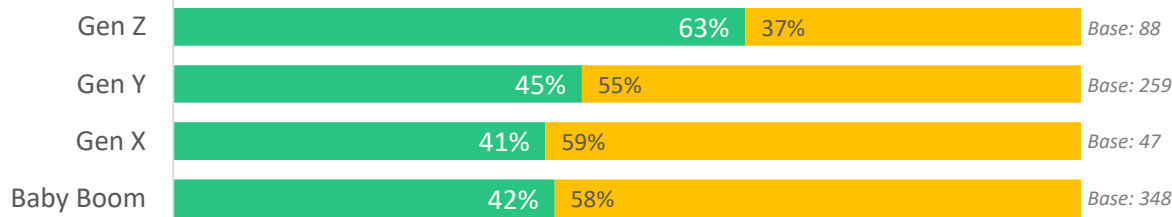
Empresas de bicicletas compartidas

**41%**



Servicios/Apps de películas y streaming

**45%**









P. ¿Cuánto afecta la industria del recopilador de datos a su voluntad de compartir sus datos de ubicación?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos

# USO INDEBIDO DE LOS DATOS

% Población PERÚ

## EXPERIENCIAS EN EL USO INDEBIDO DE LOS DATOS EN LOS ÚLTIMOS 2 A 3 AÑOS

	 Correo no deseado	 Suplantación de identidad	 Correo electrónico hackeado	 Datos personales filtrados	 Hackeo financiero	 Ninguno
GEN Z	28%	22%	14%	16%	2%	48%
GEN Y	40%	28%	14%	10%	4%	40%
GEN X	44%	32%	24%	9%	9%	19%
BABY BOOMER	52%	29%	13%	10%	16%	23%

P. ¿Ha experimentado alguna de las siguientes experiencias en los últimos 2 y 3 años?

Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 743 casos  
 Gen. Z: 88 casos; Gen Y: 259 casos; Gen X: 348 casos;  
 Baby boomers: 47 casos

## PRINCIPALES HALLAZGOS

### 1 LA FAMILIA ES LA PRINCIPAL PRIORIDAD PARA LOS PERUANOS

1

La prioridad de los peruanos es la familia, especialmente para quienes son de las primeras generaciones. Aún entre los más jóvenes es igualmente la mayor prioridad (63%). Además de la familia, existen diferencias entre aquello que las diferentes generaciones consideran importante; los miembros de la Generación Z consideran como lo más importante “orientarse hacia una carrera”, para los Millennials es “invertir”. Por último, tanto la Generación X como Baby Boomers se preocupan, en mayor medida, por sus ahorros y contar con un plan de jubilación

### 2 TODAS LAS GENERACIONES SE CONSIDERAN SALUDABLES

2

En el Perú, la mayoría de generaciones se consideran saludables: 78% de los Baby Boomers, 71% de Millennials, 68% de la Generación Z y 57% de la Generación X. En cuanto a los hábitos relacionados a salud, vivir saludablemente es lo más valorado por todas las generaciones, excepto por los Baby Boomer quienes priorizan el dormir bien.

## PRINCIPALES HALLAZGOS

### EN TODAS LAS GENERACIONES SE CONSIDERA EL TRABAJO COMO MEDIO PARA UN FIN

**3**

En principio, 43% de peruanos consideran su trabajo como un medio que sirve para llegar a un fin, lo cual puede verse en todas las generaciones: 44% para la Generación X, 43% para Millennials, 39% para los Baby Boomers y 36% para la Generación Z.

### LOS MILLENNIALS TIENEN OPINIONES MÁS EXTREMAS SOBRE PRIVACIDAD DE SU INFORMACIÓN DIGITAL

**4**

Frente a la privacidad de su información digital, son los Millennials quienes, en mayor medida, consideran que compartir su información es vital en la actualidad, siendo a su vez los más conscientes que su información es valiosa y quienes tienen mayor conocimiento de lo que sucede con su información una vez es compartida; sin embargo, es la generación más en desacuerdo con las prácticas de seguridad actuales de los recopiladores de data. Por otro lado, los más preocupados por compartir su información personal son la generación X.

### LOS MILLENNIALS SON LOS MÁS DISPUESTOS A COMPARTIR DATOS DE LOCALIZACIÓN, MIENTRAS QUE, LOS CORREOS NO DESEADOS SON LA EXPERIENCIA MÁS COMÚN EN EL USO INDEBIDO DE DATOS

**5**

La mayor disposición a compartir datos de localización se presentan en los Millennials; la menor, entre los Baby Boomers. Por otro lado, la mayor parte de generaciones ha sufrido de uso indebido de sus datos; siendo la recepción de correos no deseados la experiencia más común, seguida por la suplantación de identidad.



# METODOLOGÍA

# METHODOLOGY

COUNTRY	ABREVIATURA	METODOLOGÍA	COMPANY	SAMPLE SIZE	COVERAGE
ARGENTINA	AR	CATI	Voices! Research & Consultancy	519	8 MAIN CITIES
BRASIL	BR	CAWI	Market Analysis	560	NATIONAL
CANADÁ	CA	ON LINE	Leger 360	500	NATIONAL
CHILE	CL	CAWI	Activa Research	1000	NATIONAL
ECUADOR	EC	CAPI	CEDATOS	600	NATIONAL TWO CITIES
MÉXICO	MX	CAWI ON LINE	Brand Investigation S.A de C.V (Brain)	500	URBAN
PARAGUAY	PY	CATI 25% CAWI 75%	ICA Consultoría Estratégica	500	NATIONAL
PERÚ	PE	CAWI	DATUM Internacional	1000	NATIONAL
ESTADOS UNIDOS	US	CAWI	SSRS	509	NATIONAL