



PERSPECTIVA DE VIDA ENTRE GENERACIONES

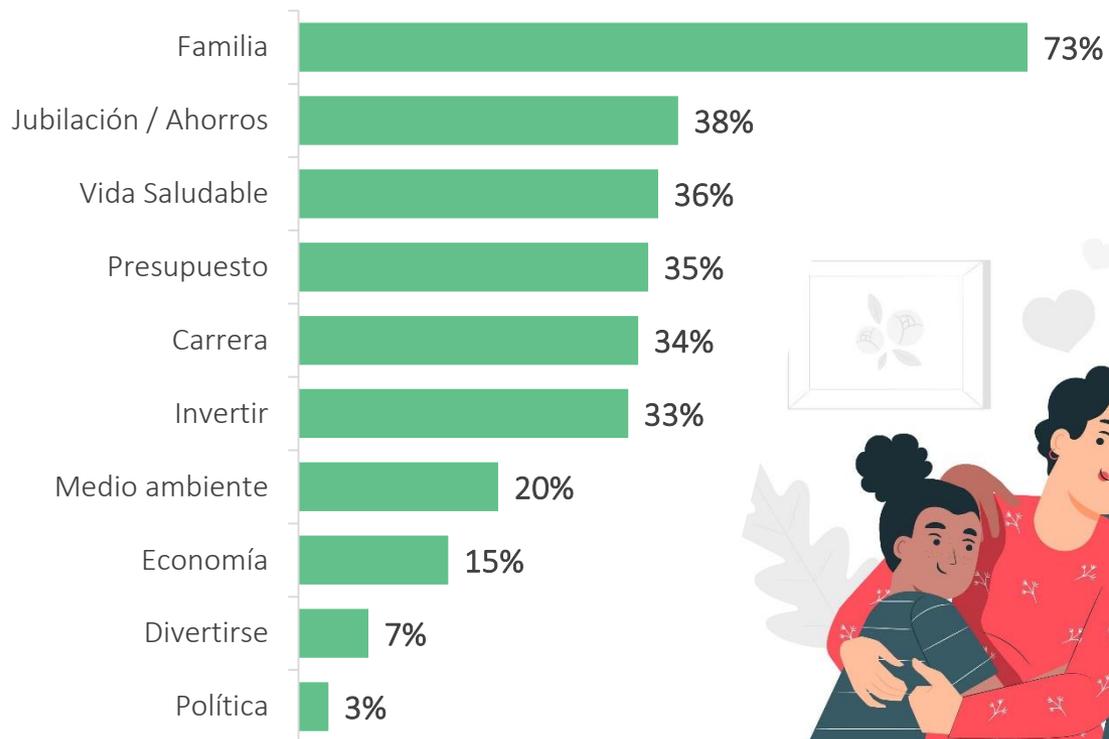
WWS 2020 - PERU

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

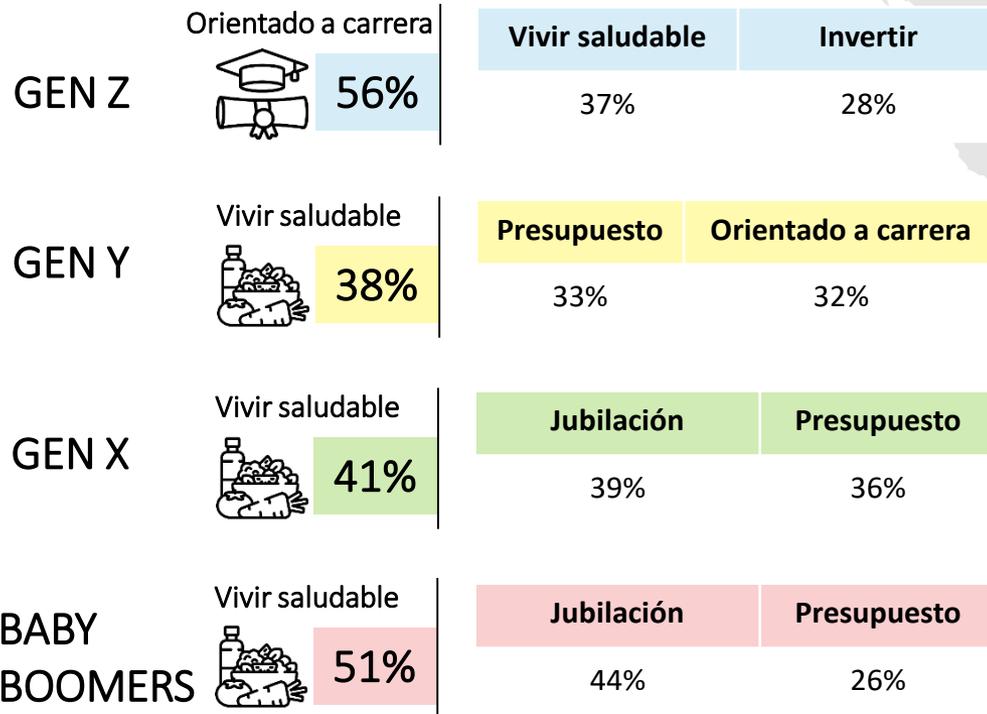
2% Gen Z
2% Gen Y
5% Gen X
3% Baby boomers

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



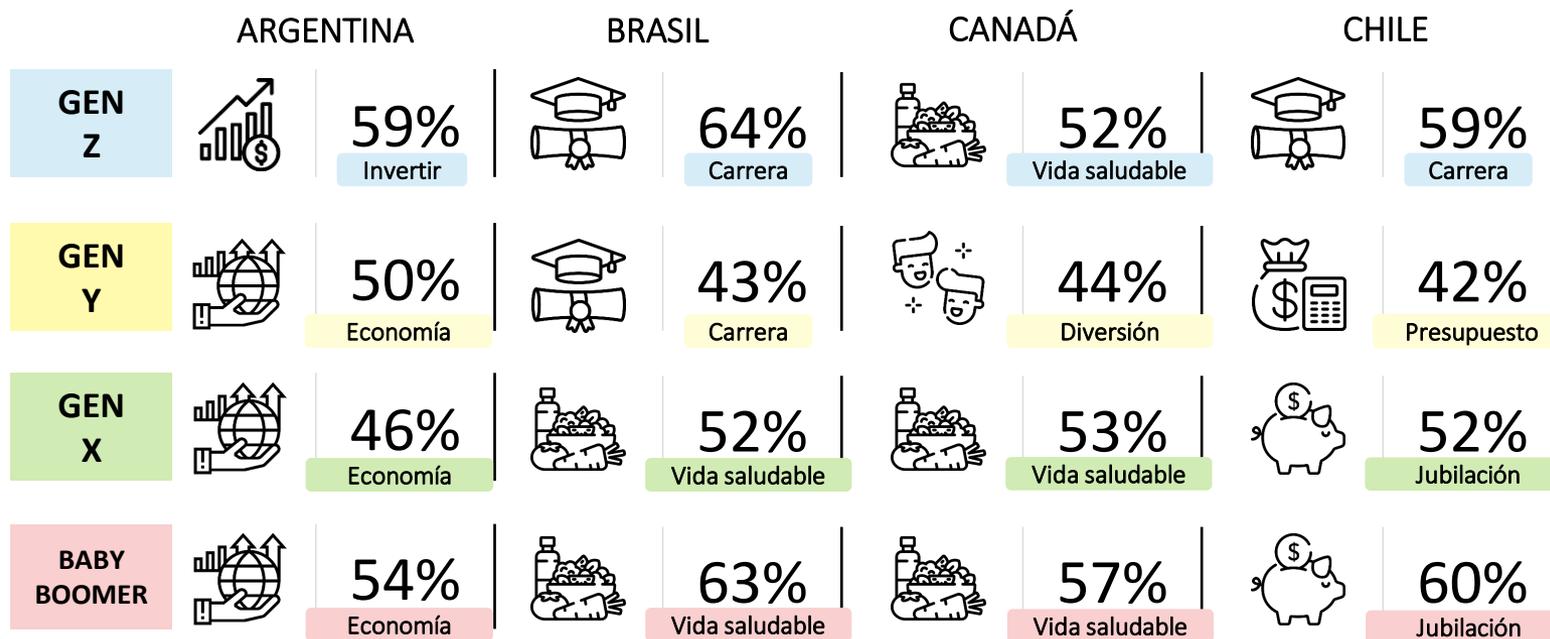
P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

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

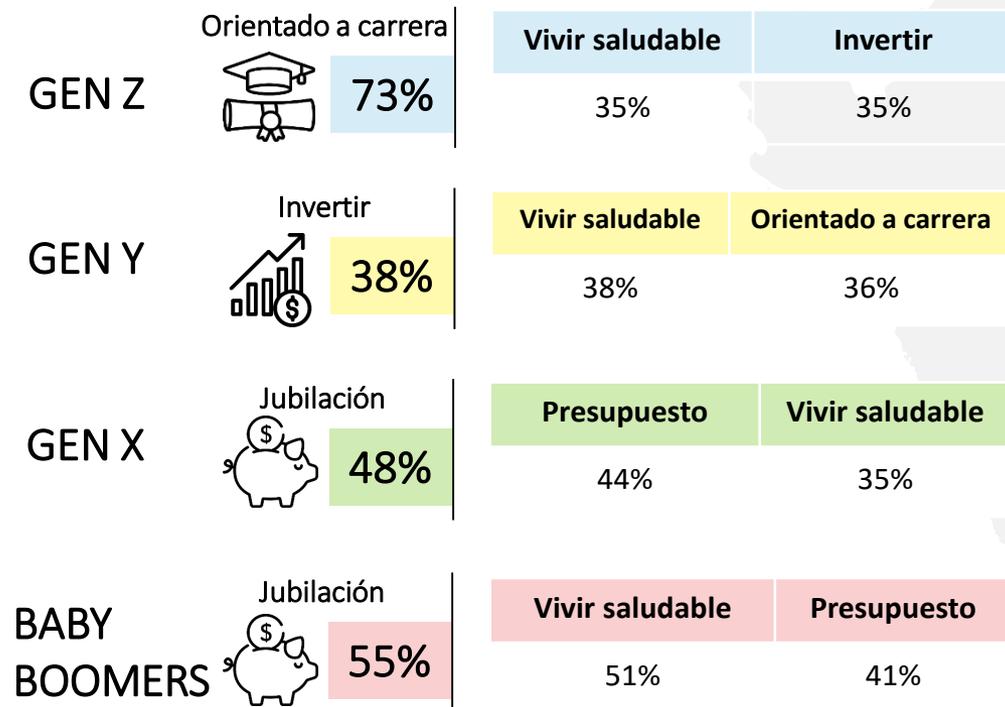
| | ECUADOR | MÉXICO | PERÚ | PARAGUAY | ESTADOS UNIDOS |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|
| GEN Z | 44% Carrera | 52% Carrera | 73% Carrera | 56% Vida saludable | 59% Carrera |
| GEN Y | 49% Invertir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



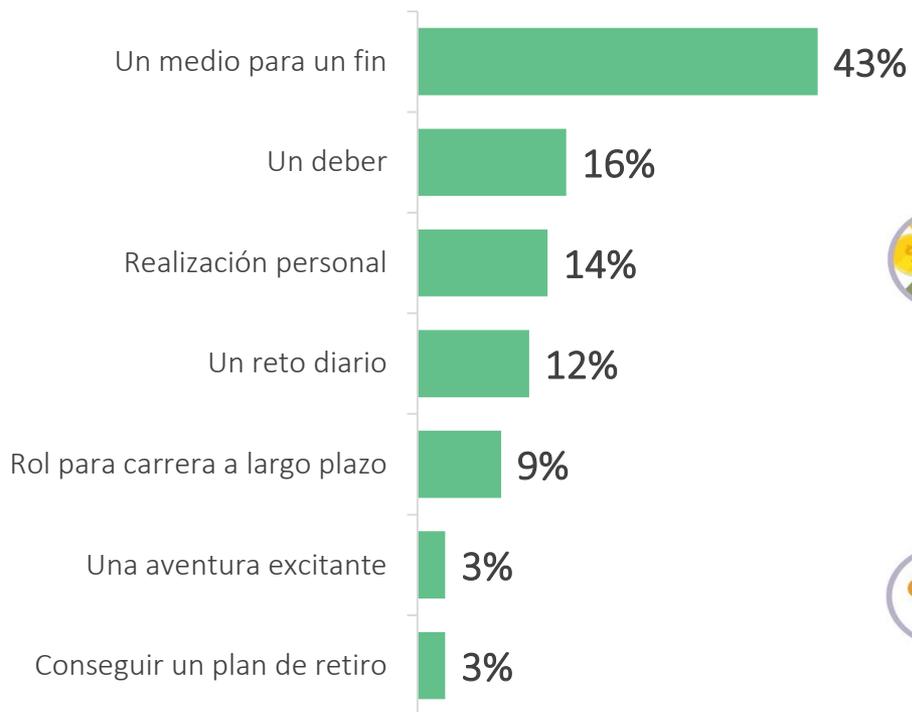
P. De la lista. Por favor, elegir todos los tópicos que creas que son los más importantes en tu vida

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

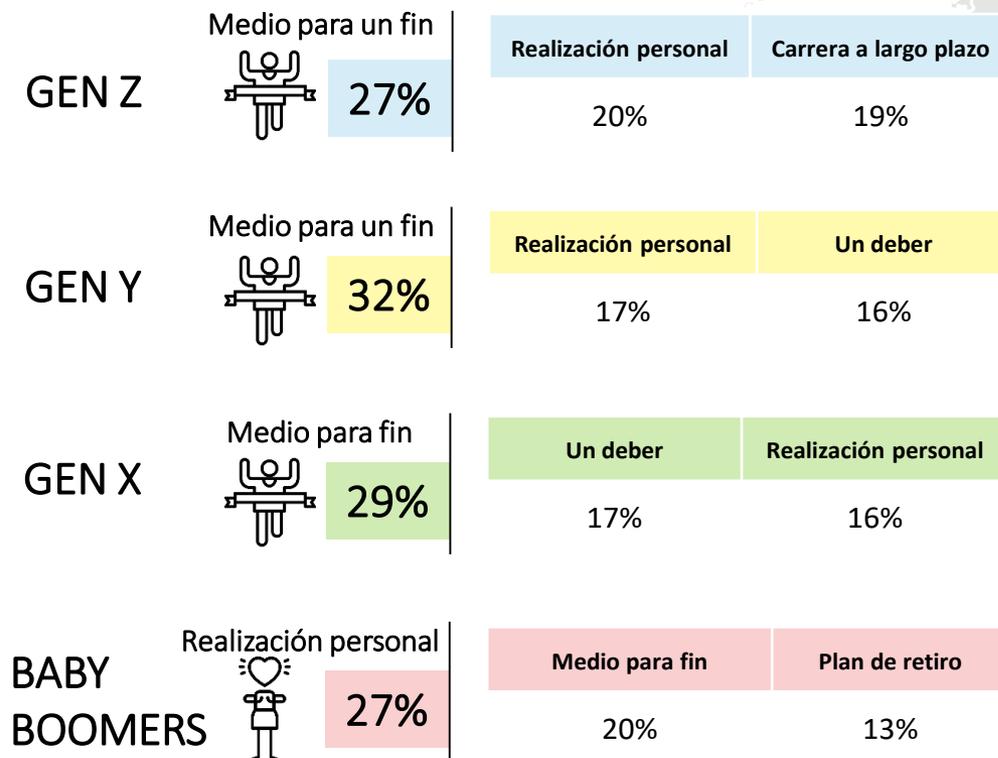


P. ¿Qué es lo que el trabajo significa para ti? ¿Cuál es el rol del trabajo en tu vida?

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

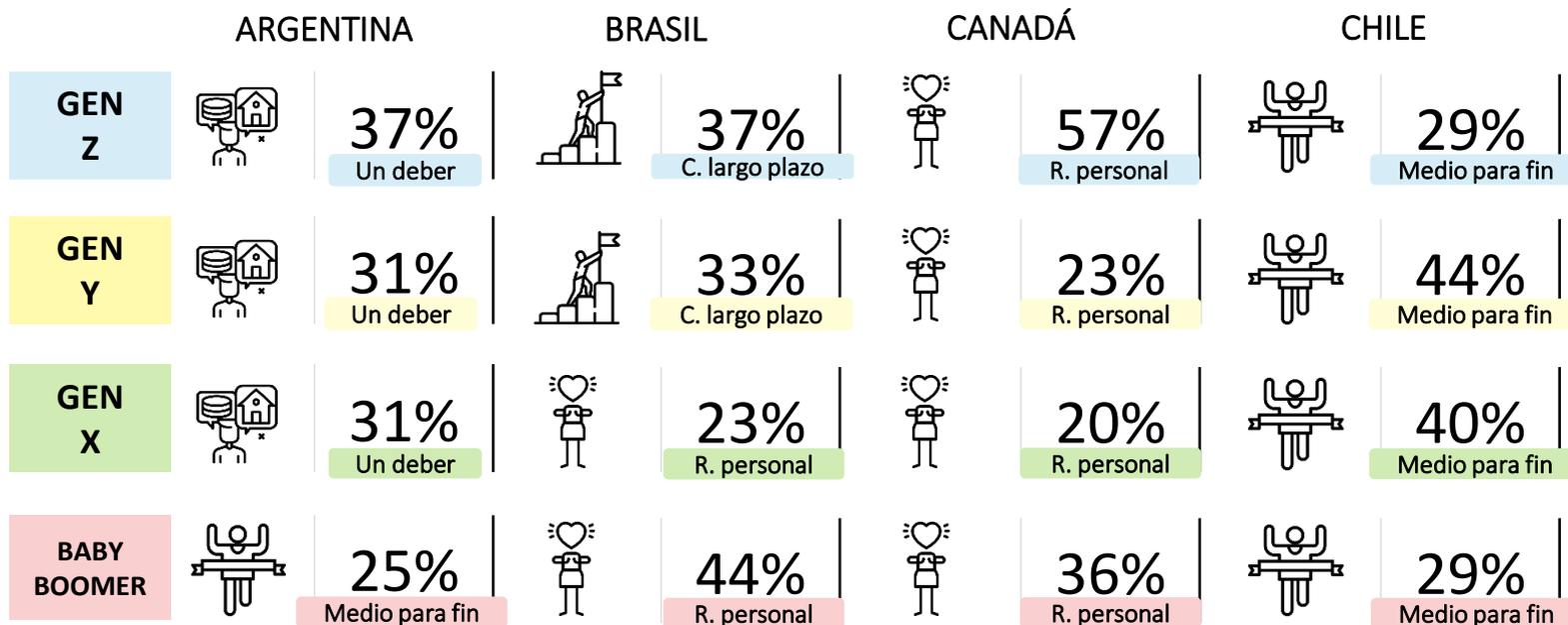
| |  Rol para carrera a largo plazo |  Un deber |  Realización personal |  Un medio para un fin |  Un reto diario |  Una aventura excitante |  Conseguir un plan de retiro |  No sabe/ No contesta |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GEN Z | 18% | 6% | 14% | 36% | 17% | 8% | 1% | -* - |
| GEN Y | 8% | 18% | 17% | 43% | 7% | 5% | 2% | -* - |
| GEN X | 7% | 18% | 11% | 44% | 16% | 1% | 3% | -* - |
| BABY BOOMER | 5% | 17% | 23% | 39% | 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>30% R. personal</p> | <p>27% Medio para fin</p> | <p>36% Medio para fin</p> | <p>49% Medio para fin</p> | <p>34% R. personal</p> |
| GEN Y | <p>23% C. largo plazo</p> | <p>28% C. largo plazo</p> | <p>43% Medio para fin</p> | <p>43% Medio para fin</p> | <p>24% R. personal</p> |
| GEN X | <p>23% Un deber</p> | <p>25% Medio para fin</p> | <p>43% Medio para fin</p> | <p>29% R. personal</p> | <p>24% R. personal</p> |
| BABY BOOMER | <p>26% Un deber</p> | <p>22% Plan de retiro</p> | <p>39% Medio para fin</p> | <p>42% Un deber</p> | <p>28% 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?

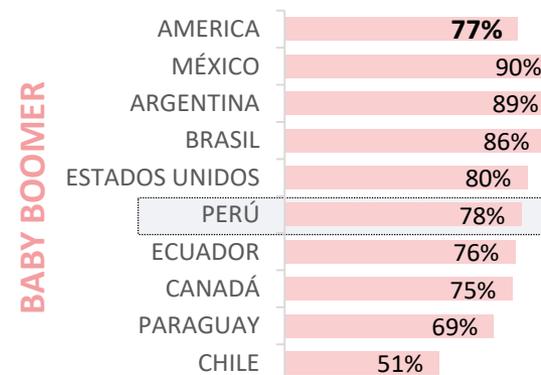
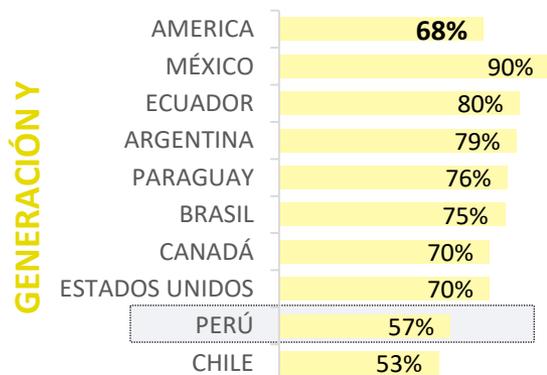
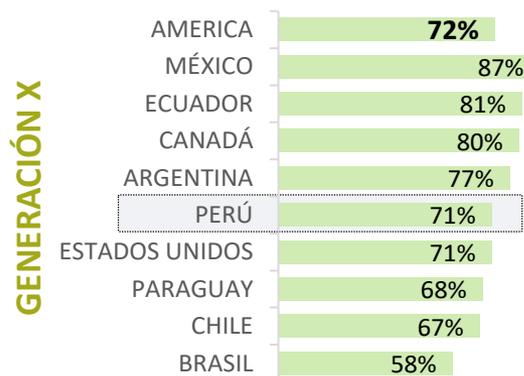
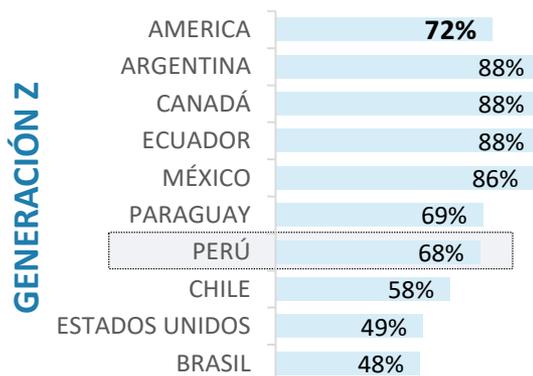
Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;
 Baby boomers: 56 casos

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

■ Incremento en el consumo

■ Disminución en el consumo

| | GENERACIÓN Z | GENERACIÓN Y | GENERACIÓN X | BABY BOOMERS |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Comida envasada | 55% | 66% | 56% | 68% |
| Precios bajos Azúcar/grasa | 17% | 16% | 19% | 17% |
| Dulce | 49% | 57% | 54% | 65% |
| Comida rápida | 53% | 58% | 64% | 75% |
| Comida orgánica | 21% | 30% | 27% | 25% |

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

% 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?

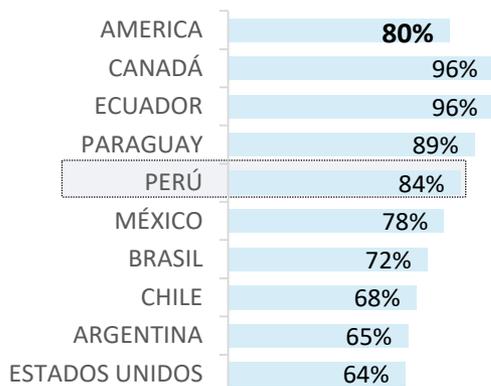
Fuente: WIN 2020. Base Total Perú: Total 100% - 1,000 casos
 Gen. Z: 147 casos; Gen Y: 330 casos; Gen X: 456 casos;
 Baby boomers: 56 casos

CALIDAD DE VIDA

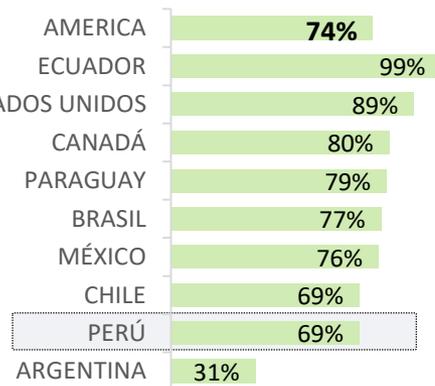
% Población AMÉRICA, por generación

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

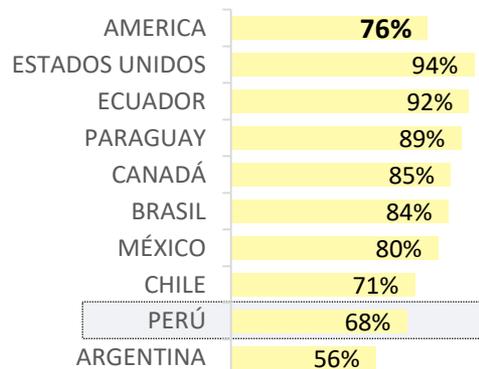
GENERACIÓN Z



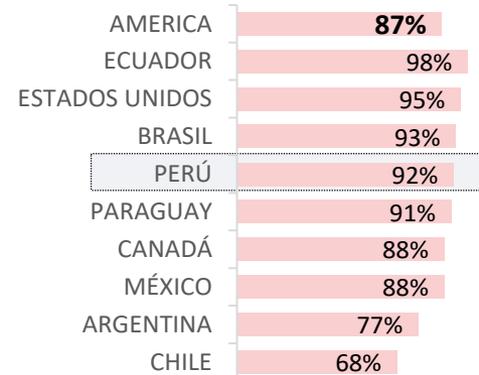
GENERACIÓN X



GENERACIÓN Y



BABY BOOMER



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

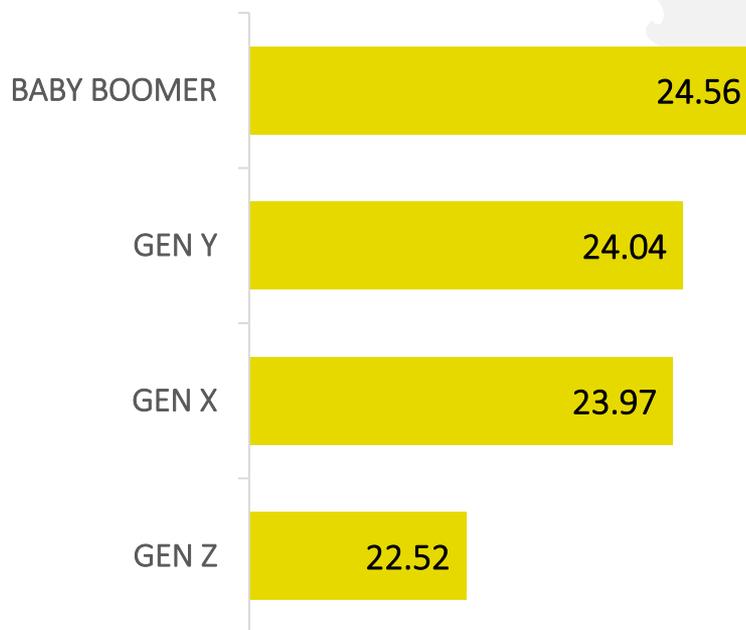
ÍNDICE DEL ESTADO DE ÁNIMO

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



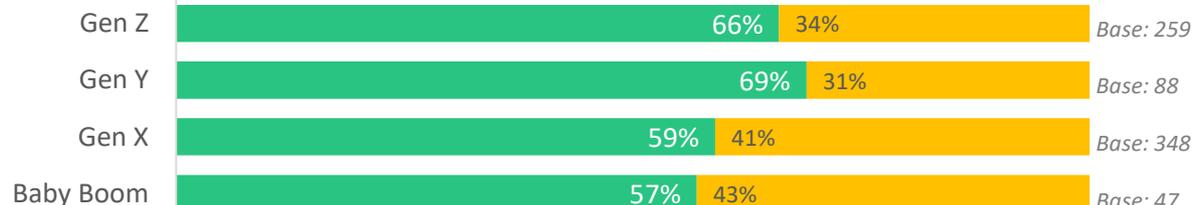
Servicios/
Apps de Na-
vegación o
mapas

75%



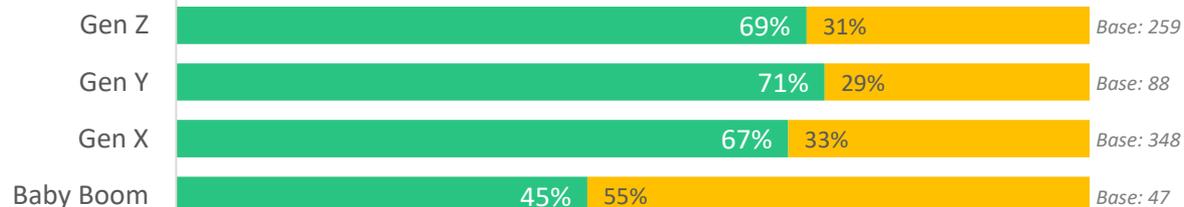
TAXI
Empresas de
transporte de
taxis/viajes

63%



Proveedoras/o
peradores de
telecomunica-
ciones

67%



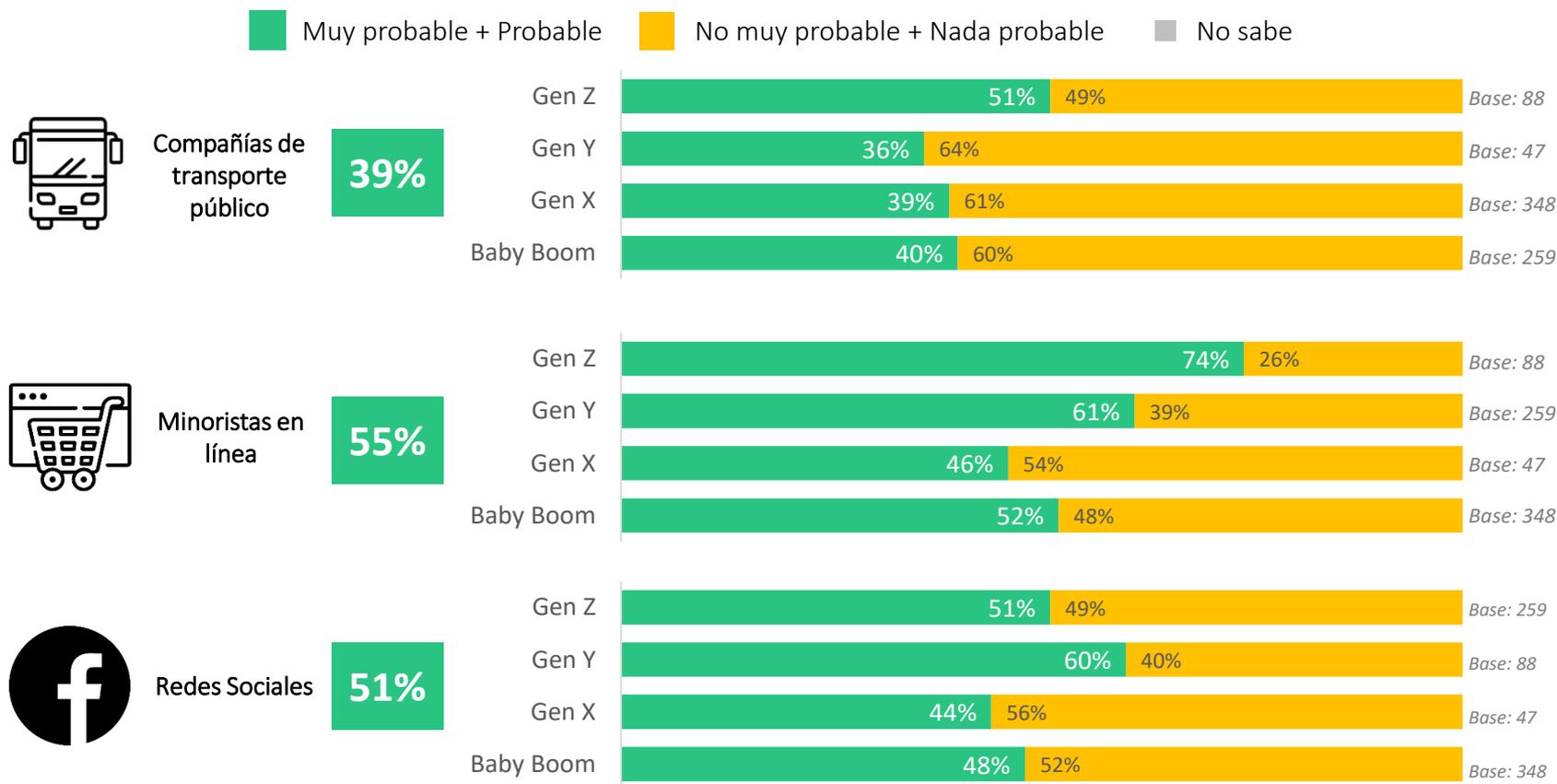
P. ¿Cuánto afecta la industria del recopilador de datos a su voluntad de compartir sus datos de ubicación?

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

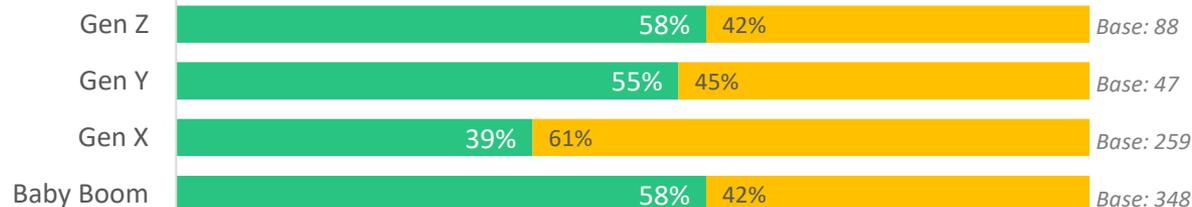
DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA

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



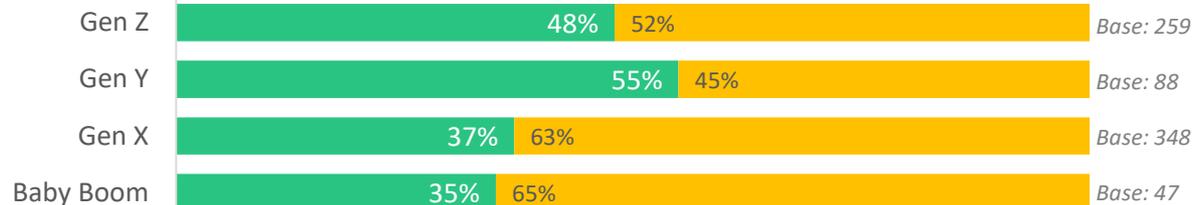
Compañías de investigación de mercados

48%



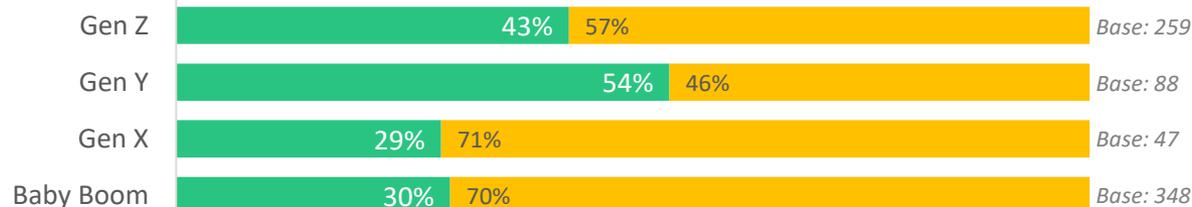
Servicios/Apps de teléfono y video

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

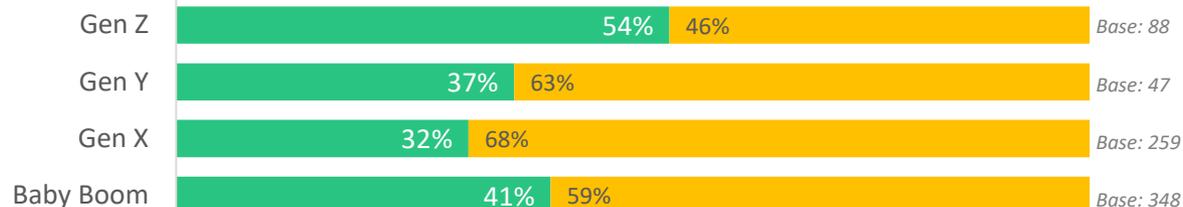
DISPOSICIÓN A COMPARTIR SUS DATOS DE UBICACIÓN SEGÚN EL TIPO DE INDUSTRIA DEL RECOLECTOR DE DATA

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



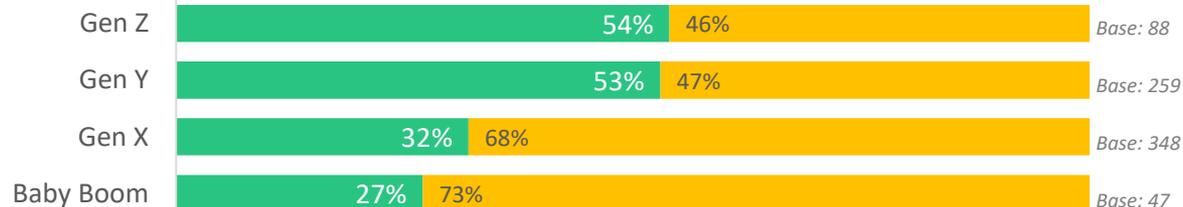
Servicios/Apps de fitness y salud

37%



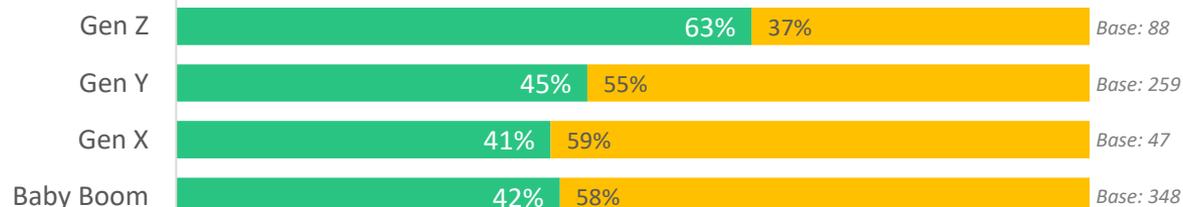
Empresas de bicicletas compartidas

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 |