

## ESTUDIO DE IPSOS PERÚ

# El 83% de la generación Z quiere cumplir sueño de la empresa propia

Apuntarían al comercio y negocios digitales, antes que a una actividad industrial. Iniciar una empresa también está entre sus motivos de ahorro. El 14% gasta todo el dinero que percibe.

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

Al encontrar un país con más oportunidades, la generación Z (13 a 20 años) viene con mayor espíritu emprendedor. Así, el 83% de ese grupo considera “muy y bastante importante” formar una empresa propia, según el estudio Perfil del Adolescente y Joven 2018, de Ipsos Perú.

Su director sénior de Tendencias del Consumidor, Javier Álvarez, señaló que dicha generación no apuntaría a una actividad industrial o de servicios. En la mira, en cambio, estaría el comercio y los negocios digitales.

“Por la edad y sus preferencias, seguramente están pensando en una aplicación web como plataforma, más que poner una tienda física”, comentó a **Gestión**.

Refirió que la idea de crear una empresa también es respaldada por la orientación del ahorro. Yes que el 86% de los adolescentes y jóvenes guarda parte de sus ingresos, y entre los motivos está el iniciar un negocio.

En orden de prioridad, emprender es más importante que tener auto propio, familia o pareja para los adolescentes y jóvenes.

“Tiene que ver con el ciclo de vida, ellos quieren un ne-

## Motivos de ahorro

Los adolescentes y jóvenes que ahorran, lo hacen principalmente para comprar ropa y para pagar sus estudios.

Total-Perú urbano

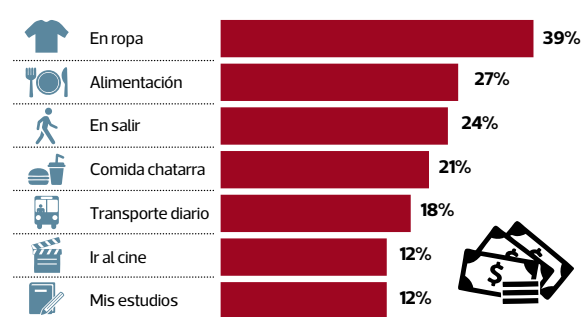


FUENTE: Ipsos Perú

## Motivos de gastos

Quienes suelen gastar parte de sus ingresos, lo hacen esencialmente para comprar ropa, alimentos y salir con personas.

Total-Perú urbano



FUENTE: Ipsos Perú

gocio para tener éxito y dinero pronto”, señaló Álvarez.

## Ingresos y diversión

Sibien la principal ocupación de la generación Z es estudiar (65%), las propinas, trabajos eventuales y otros permanentes los ayudan a generar ingresos. Al mes, la mayoría obtiene S/ 200.

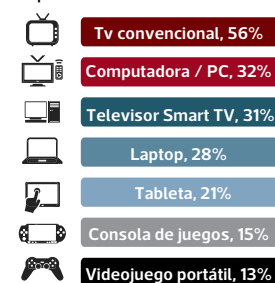
En el segmento de 18 a 20 años (que realiza trabajos más constantes), el ingreso se eleva a S/ 720.

De toda esa generación, el 77% ahorra una parte y gasta la otra. Solo el 14% lo gasta todo y 9% ahorra todo.

Con ese nivel de ingresos, los adolescentes y jóvenes encuentran diversas alternativas de entretenimiento. Para la mayoría, ir al parque, hacer deporte y visitar a los amigos son las principales actividades. Luego, prefieren ir al cine, ir a comer o a bailar. Dentro de casa, las actividades en torno a Internet vienen creciendo.

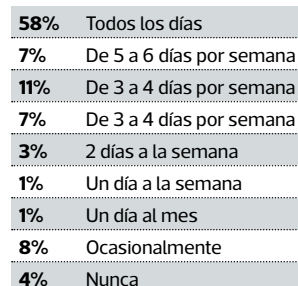
## Tenencia de dispositivos electrónicos

¿Tienes alguno de estos dispositivos? Sí



FUENTE: Ipsos Perú

## Frecuencia de conexión a Internet



FUENTE: Ipsos Perú

## PRECISIONES

■ **Redes sociales.** La generación Z tiene la mayor tenencia de Instagram frente a otras generaciones.

■ **Estudio.** Se realizó mediante entrevistas cara a cara en hogares, a 1,020 personas de 13 a 20 años, de todos los NSE en ciudades del Perú urbano.



**Recursos.** Las personas entre los 13 y los 20 años, la generación Z, obtiene cada mes un promedio de S/ 200.

## PROYECCIÓN

### Adolescentes, reto para las marcas, sobre todo de retail

Al ser nativos digitales, la generación Z responde de una manera diferente a la sobreexposición de información, afirmó Otto Regalado, director comercial de ESAN Graduate School of Business. Tal situación, anotó, supone un reto para las empresas, sobre todo del sector retail, pues para captar la atención de este grupo demográfico no solo necesitan de una buena publicidad, sino también un producto de calidad alineado a valores como la responsabilidad social y ecológica. Asimismo, se requiere una reformulación en los procesos de la



**Otto Regalado.**

organización para estar más cerca del cliente y generarle satisfacción, anotó. “Las empresas ya no pueden preocuparse solo por el bien final que ofrecen. Si el canal de atención no presenta la misma calidad, solo generarán rechazo”, finalizó.