

**Deloitte.**



## Encuesta *millennial* y Gen Z 2021

Un llamado a la rendición de cuentas y a la acción | Perú



# Metodología y mensajes clave globales

## Nuestra metodología:

La 10ª encuesta anual de la generación del milenio solicitó las opiniones de **14,600 millennials y 8,200 Gen Zs** (22,928 encuestados en total) de **45 países** Por todo el mundo.

Por primera vez, encuestamos a Gen Zs en todos los países donde realizamos trabajo de campo, incluso en 25 geografías donde anteriormente solo habíamos encuestado a los *millennials*. Como resultado, comparaciones año vs año para Gen Zs todavía no siempre son posibles.

El trabajo de campo se completó entre el 8 de enero y el 18 de febrero de 2021.

Los *millennials* incluidos en el estudio nacieron entre enero de 1983 y diciembre de 1994. Los encuestados de la Generación Z nacieron entre enero de 1995 y diciembre de 2003.

## Principales conclusiones:

*Millennials* y Gen Zs creen que el mundo está en un punto de inflexión en temas ambientales, desigualdad y racismo. Se están responsabilizando a sí mismos y a las instituciones para lograr un mundo más sostenible y equitativo. La encuesta de este año revela las siguientes ideas globales:



**El medio ambiente sigue siendo una de las principales preocupaciones.** Durante la pandemia, la atención médica y el desempleo encabezaron la lista de preocupaciones de los *millennials*. Pero el medio ambiente siguió siendo una prioridad (#3 para los *millennials* y #1 para la generación Zs). 40% cree que más personas se comprometerán a tomar medidas sobre temas ambientales después de la pandemia. Pero el 60% teme que el compromiso de las empresas de ayudar a combatir el cambio climático sea menos prioritario, ya que los líderes empresariales tienen en cuenta los desafíos provocados por la pandemia.



**Dos tercios de los *millennials* (69%) y Gen Zs (66%) piensan que la riqueza y el ingreso están distribuidos de manera desigual. Muchos creen que la intervención del gobierno será necesaria para impulsar el cambio.** Casi un tercio ha apoyado a políticos que quieren reducir la desigualdad de ingresos. Aproximadamente el 60% dijo que la legislación para limitar la brecha salarial entre los altos ejecutivos y los empleados ayudaría significativamente, al igual que exigir un salario digno. Y más de la mitad de los encuestados dijeron que la renta básica universal ayudaría.



***Millennials* y Gen Zs creen que la discriminación es generalizada, probablemente habilitada por el racismo sistémico.** Uno de cada cinco encuestados se siente personalmente discriminado "todo el tiempo" o con frecuencia debido a un aspecto de sus antecedentes. Seis en 10 Gen Zs y el 56% de los *millennials* dijo que el racismo sistémico está muy extendido en la sociedad en general. Creen que las personas y los activistas son los que más están haciendo para reducir el racismo sistémico, mientras que el sistema educativo, el sistema legal, el gobierno y las empresas no están a la altura de su potencial para impulsar el cambio.



**Los altos niveles de estrés son impulsados por las preocupaciones sobre las finanzas, el bienestar familiar y las perspectivas de empleo.** Casi la mitad de Gen Zs y cuatro de cada 10 *millennials* dijeron que se sienten estresados todo o la mayor parte del tiempo. Alrededor de dos tercios de los encuestados estuvieron de acuerdo en que a menudo se preocupan por sus situaciones financieras personales. El bienestar de sus familias también fue una de las principales causas de estrés para los *millennials*. La incertidumbre sobre los puestos de trabajo y las perspectivas de carrera fue máxima para la generación Zs.



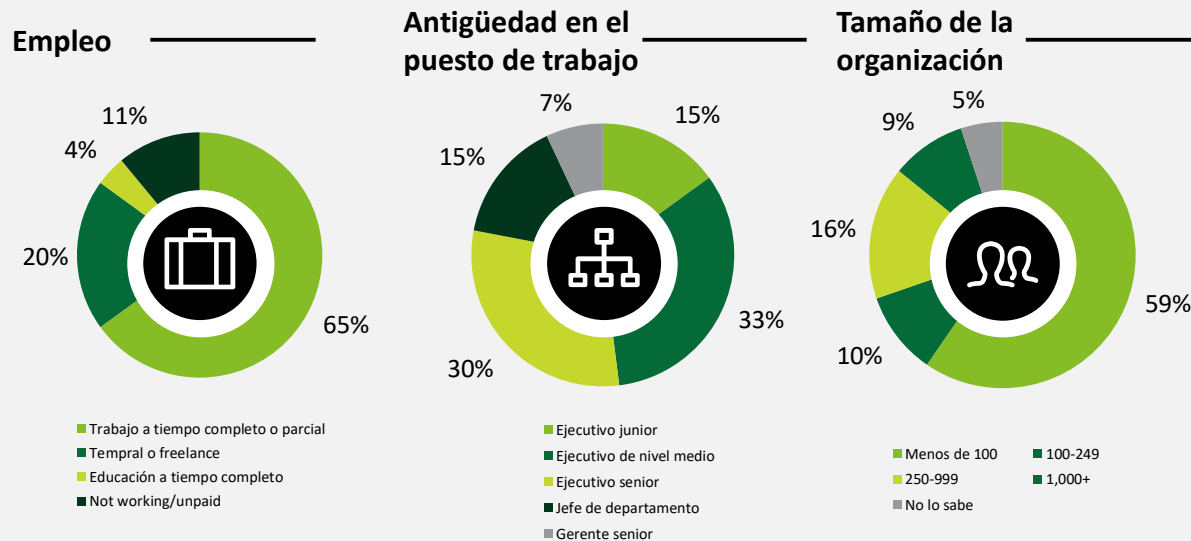
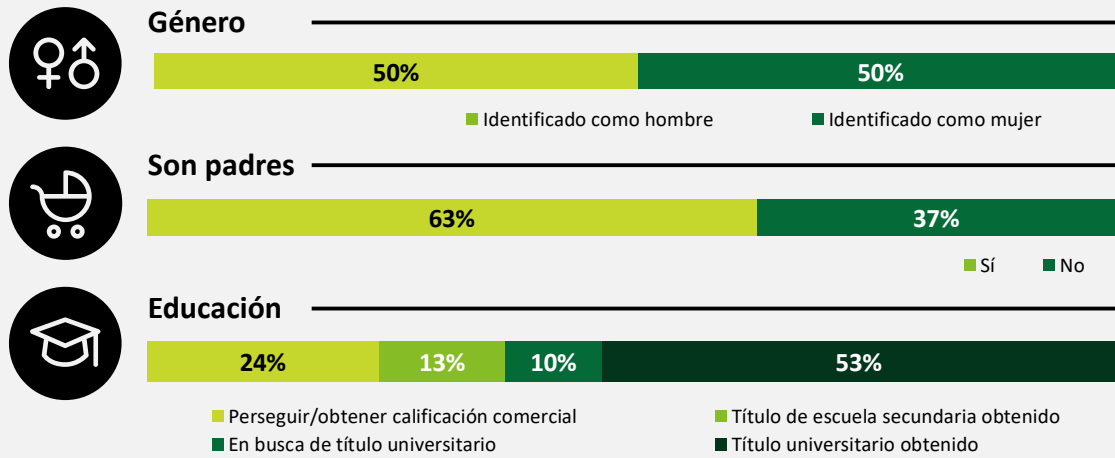
**El estrés y la ansiedad prevalecen en el lugar de trabajo, y los esfuerzos de los empleadores para apoyar la salud mental se consideran inadecuados.** Alrededor de un tercio de los encuestados (*millennials* 31%, Gen Zs 35%) dijeron que se han tomado un tiempo libre del trabajo debido al estrés causado por la pandemia. Sin embargo, alrededor del 40% no se han sentido cómodos revelando la razón de su ausencia a su empleador. Aproximadamente el 40% de los *millennials* y Gen Zs sienten que sus empleadores han hecho un mal trabajo al apoyar su bienestar mental durante la pandemia.



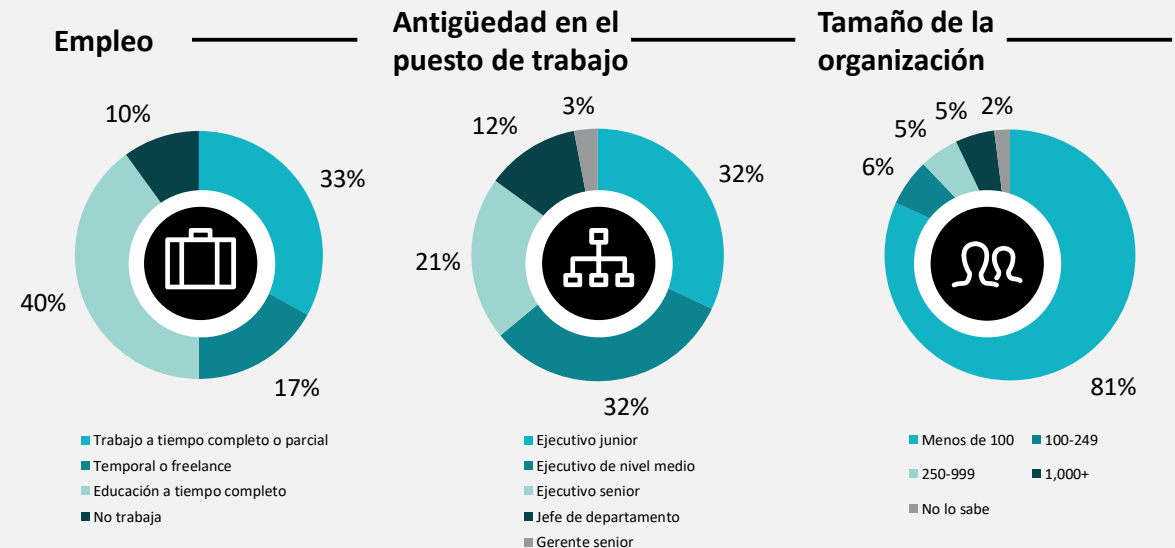
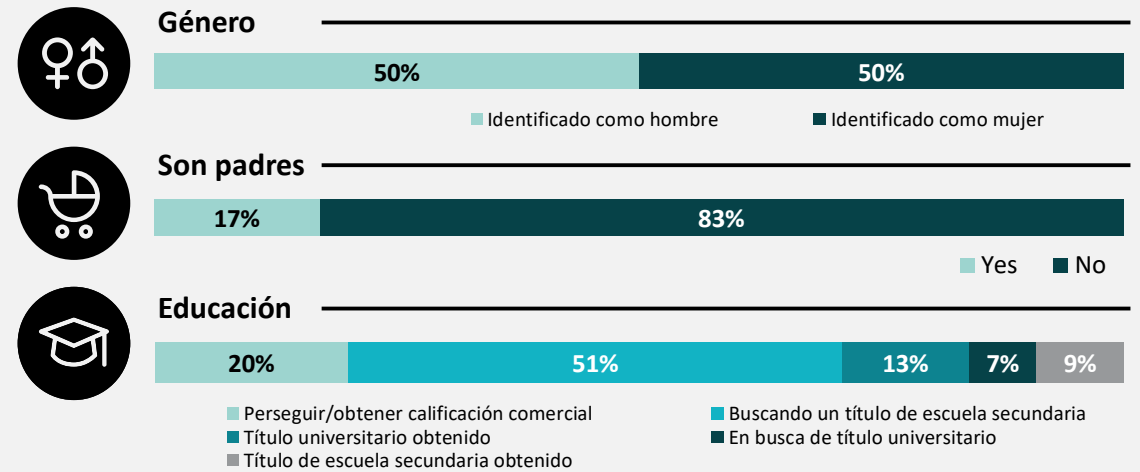
**Las opiniones sobre el impacto social de las empresas siguen disminuyendo; resguardos de lealtad laboral.** Continuando con un declive constante en los últimos cinco años, menos de la mitad de los *millennials* (47%) y Gen Zs (48%) piensan que los negocios están teniendo un impacto positivo en la sociedad. Esta es la primera vez que estos niveles caen por debajo del 50% desde que comenzó esta encuesta en 2012. El 62% de los *millennials* estuvo de acuerdo en que las empresas "no tienen ninguna ambición más allá de querer ganar dinero". Sin embargo, esa cifra ha bajado ligeramente (4pp) con respecto a 2020. La lealtad laboral se deslizó desde su pico de 2020. Más *millennials* y Gen Zs le gustaría dejar a su empleador dentro de dos años que el año pasado: 36% y 53% respectivamente, en comparación con 31% y 50% en 2020.

La siguiente presentación examina cómo **Perú *millennials* y Gen Zs** se destacan de sus contrapartes globales en estos temas clave.

PERFIL MILLENNIAL

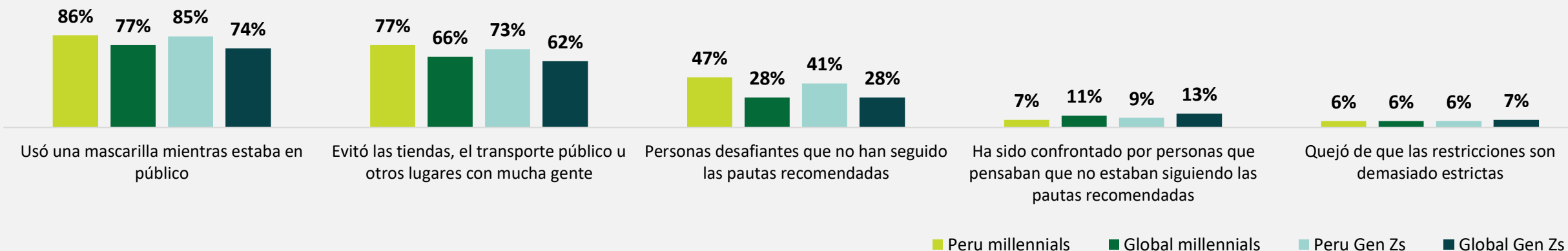


PERFIL DE LA GENERACIÓN Z

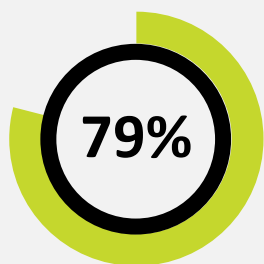


# La pandemia: Adherencia a las pautas de COVID-19

¿Cuál de los siguientes, si los hay, tiene usted? **hecho regularmente durante el COVID-19** ¿Pandemia?



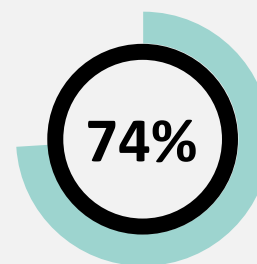
En tu día a día, qué tan en serio sigues a tu **directrices de salud pública del gobierno** en torno a la pandemia de COVID-19?\*



de los *millennials* en Perú dijeron que habían seguido "muy seriamente" o "bastante seriamente" **las pautas de salud pública de su gobierno** en torno a la pandemia de COVID-19

\*No se pregunta en China

vs.  
**74%**  
globalmente

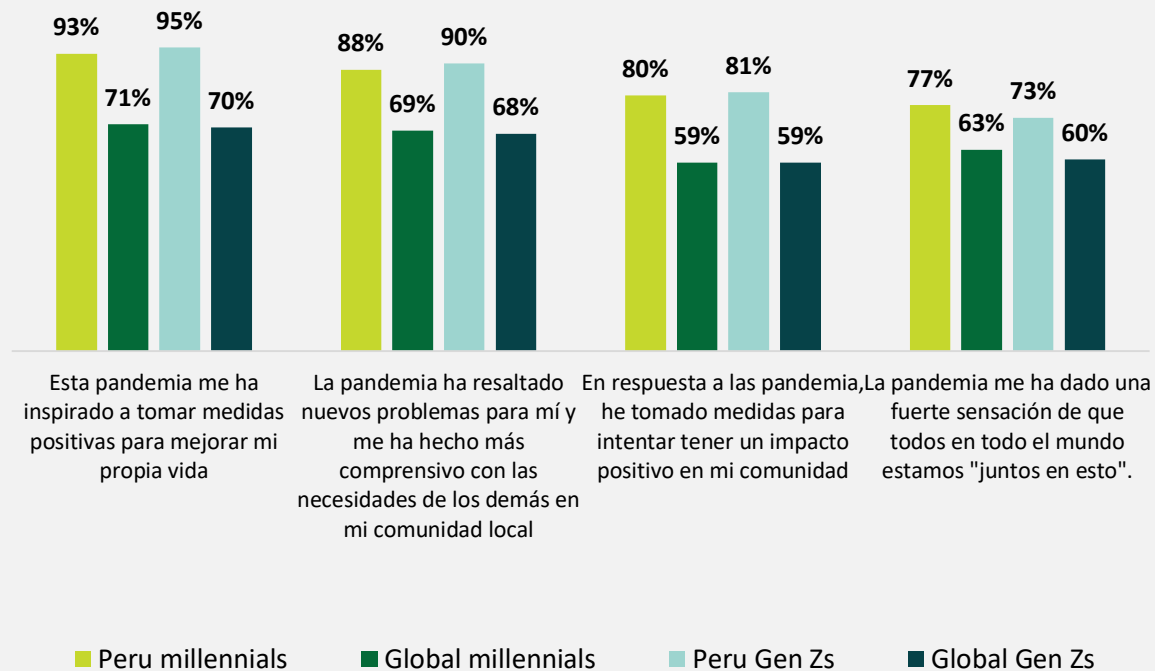


de Gen Zs en Perú dijeron que habían seguido "muy seriamente" o "bastante seriamente" **las pautas de salud pública de su gobierno** en torno a la pandemia de COVID-19

vs.  
**69%**  
globalmente

# La pandemia: Reflexionar sobre la sociedad y el futuro

Porcentaje de encuestados que están totalmente de acuerdo/tienden a estar de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

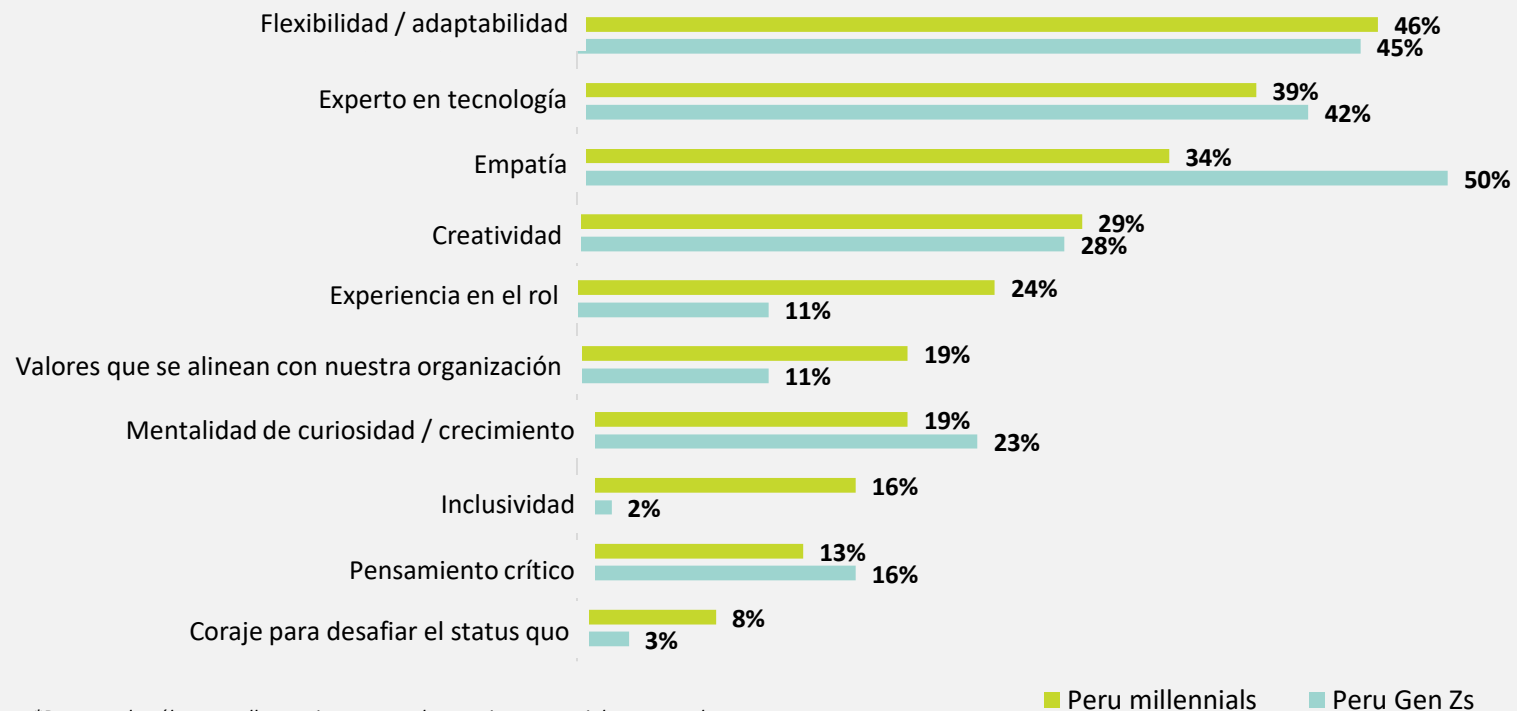


Porcentaje de encuestados que piensan que lo siguiente habrá cambiado para mejor cuando la pandemia finalmente haya terminado:



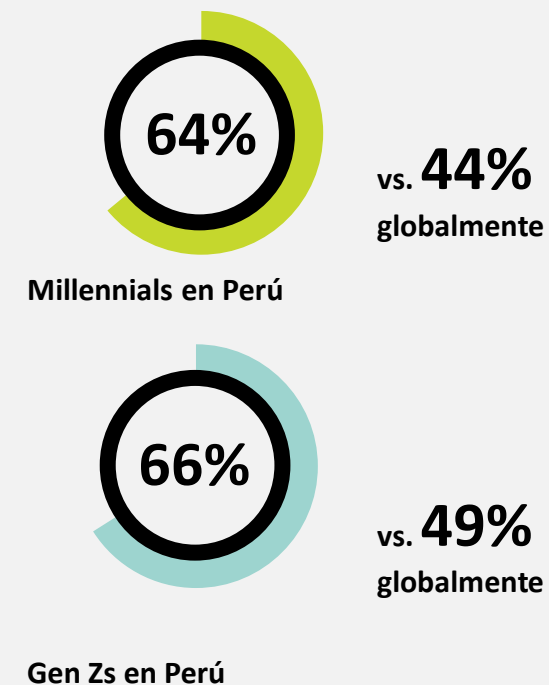
# El futuro del trabajo: La flexibilidad es clave, pero la ética es inflexible

## Características de los empleados más críticas para el éxito de la organización\*:



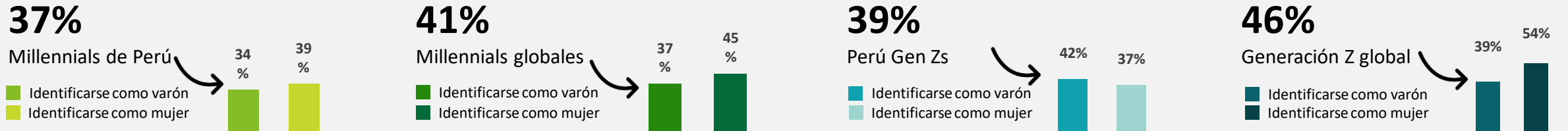
\*Preguntado sólo a aquellos en tiempo completo, a tiempo parcial o temporal

Aquellos que han tomado decisiones sobre los tipos de trabajo que harían y las organizaciones para las que están dispuestos a trabajar en función de sus creencias / ética personales en los últimos dos años:

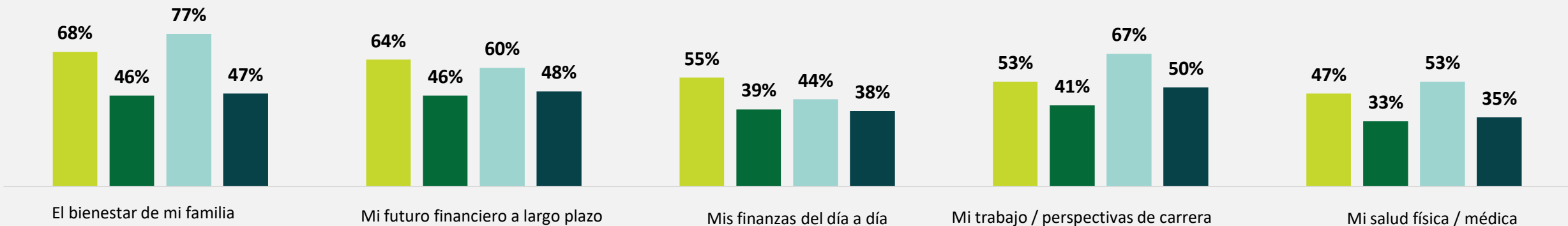


# Salud mental: niveles y fuentes de estrés

Porcentaje de encuestados que dicen **se sienten ansiosos o estresados todo o la mayor parte del tiempo**:



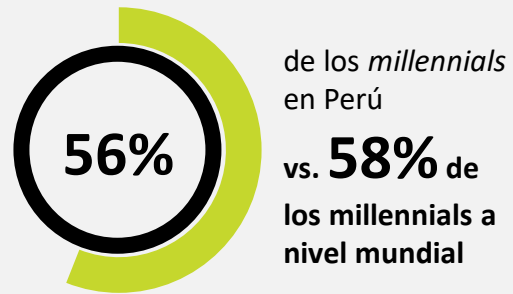
Porcentaje de encuestados que dicen lo siguiente **contribuyen mucho a sus sentimientos de ansiedad o estrés\***:



\*Preguntado sólo a aquellos que se sienten ansiosos o estresados

# Salud mental: Estrés en el lugar de trabajo

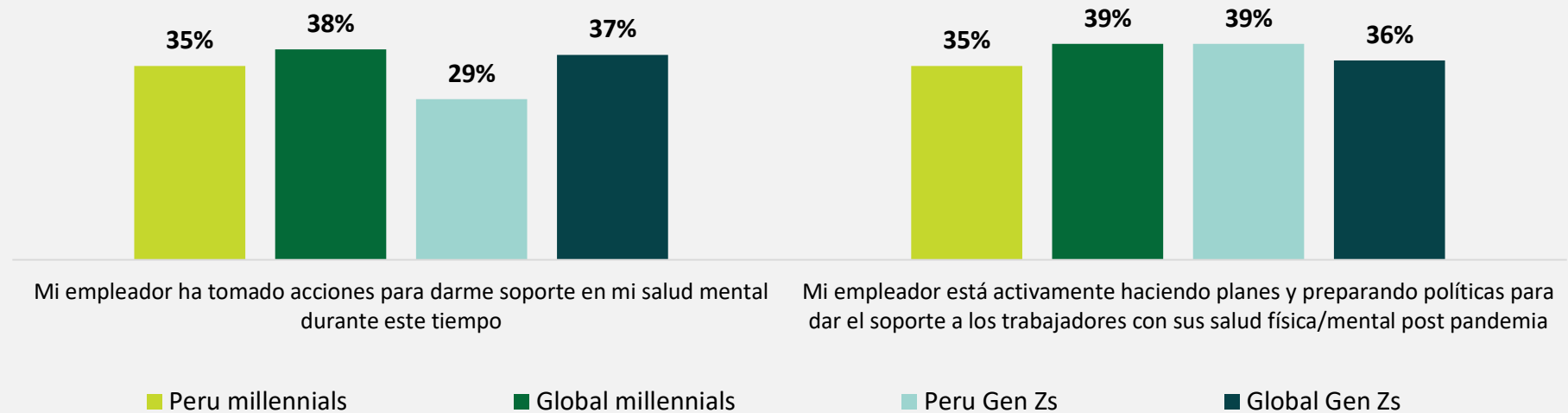
Porcentaje de encuestados que dicen no haber **hablado abiertamente a sus empleadores** acerca de sentirse más estresado/ansioso desde que comenzó la pandemia\*:



\*Preguntado solo a aquellos que reportan estar más estresados por la pandemia y en empleos a tiempo completo, a tiempo parcial o temporales

N.B. Datos para esta pregunta no reportados entre la Generación Z debido a los bajos tamaños de base en a nivel de país.

Porcentaje de encuestados que **están en total desacuerdo/tienden a estar en desacuerdo** con las siguientes declaraciones al pensar específicamente en la respuesta de su empleador actual al COVID-19\*:

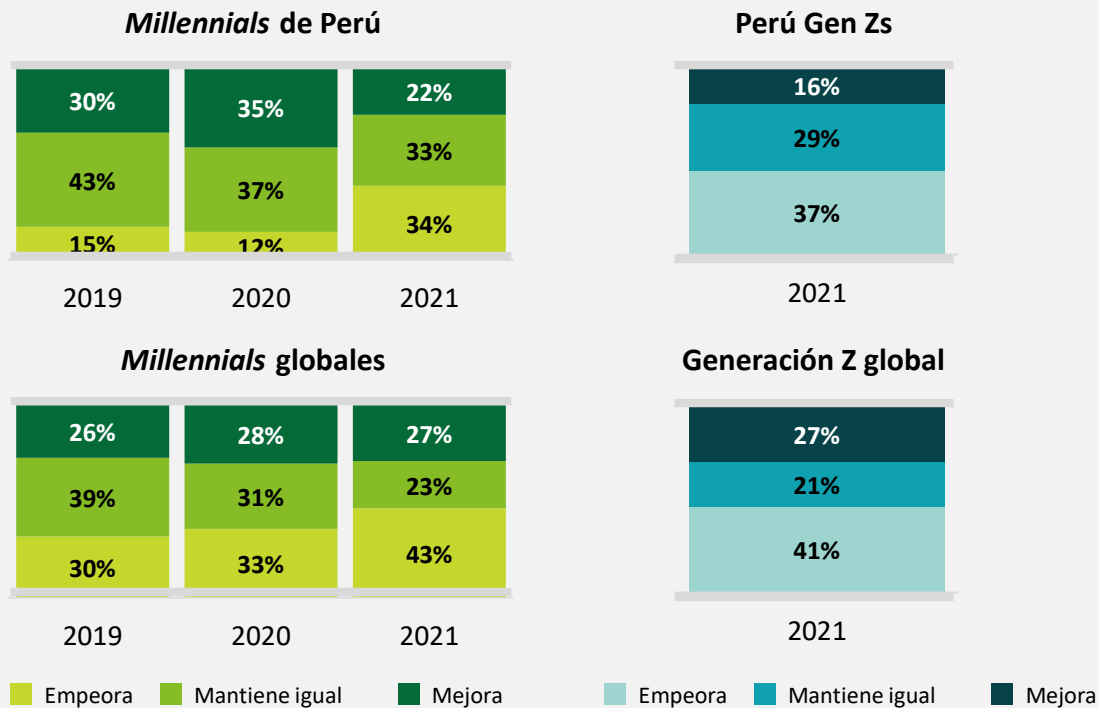


\*Preguntado sólo a aquellos en tiempo completo, a tiempo parcial o temporal

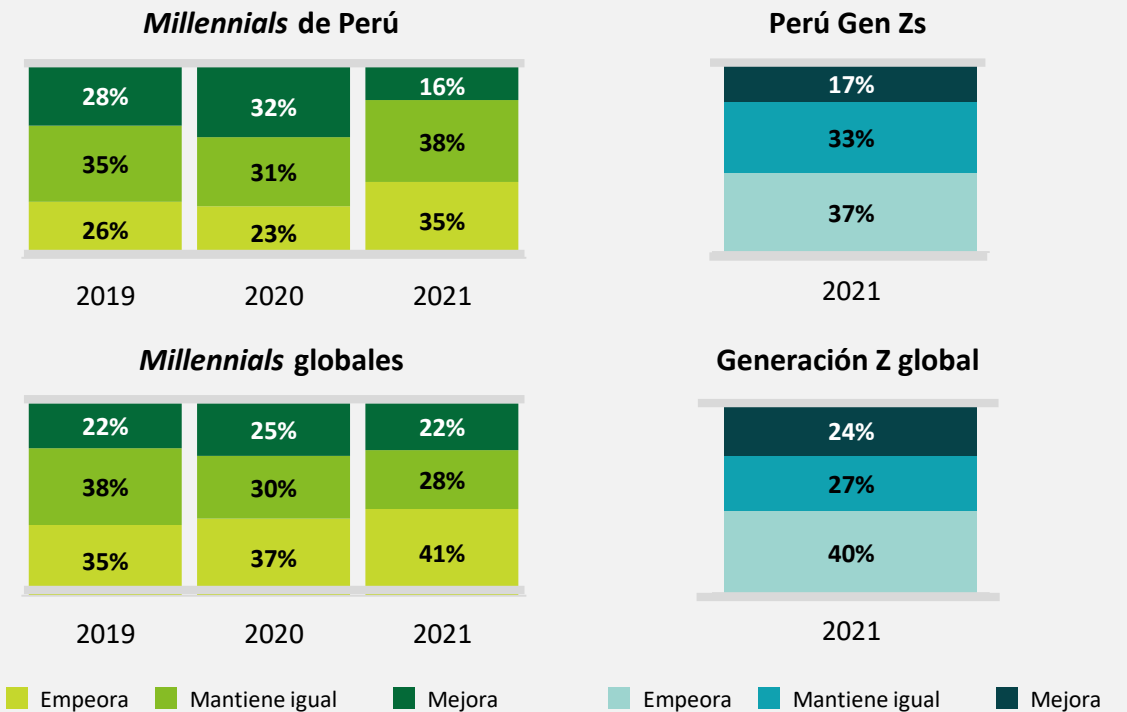


# Perspectivas económicas y políticas

¿Cómo se espera que el **situación económica general** en su país cambiará en los próximos 12 meses?



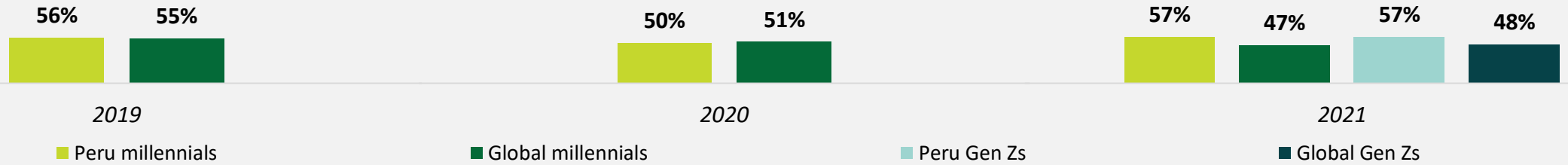
¿Cómo se espera que el **situación económica general** en su país cambiará en los próximos 12 meses?



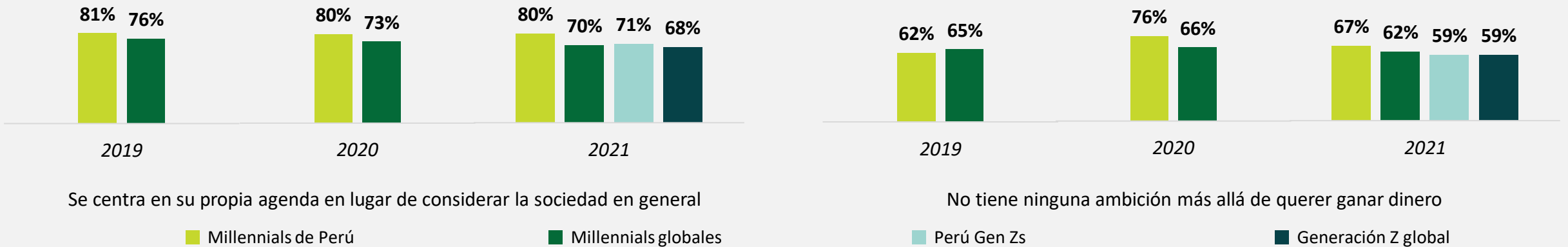
\*No se preguntó en China

## Vista de los negocios

Porcentaje de encuestados que piensan que los negocios tienen un impacto muy o bastante positivo en la sociedad:



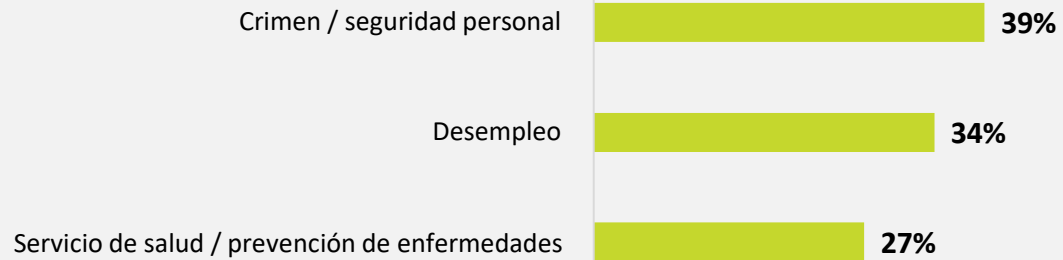
Porcentaje de encuestados que están totalmente de acuerdo o tienden a estar de acuerdo en que, en general, lo siguiente describe el comportamiento actual de las empresas:



# Preocupaciones: Desafíos mundiales

Las tres cuestiones principales son motivo de gran preocupación:

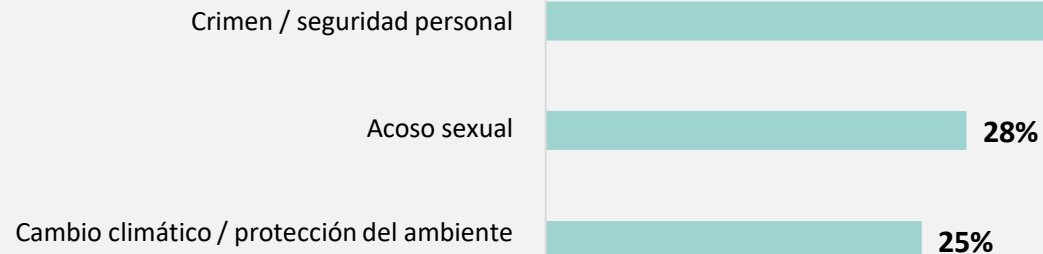
**Millennials de Perú**



**Millennials globales**



**Perú Gen Zs**

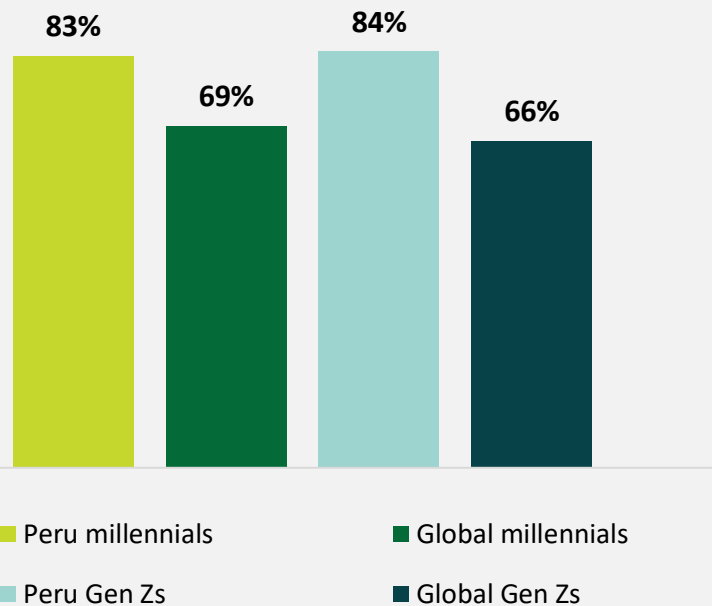


**Generación Z global**



## Preocupaciones: Desigualdad de riqueza e ingresos

Porcentaje de encuestados que creen que la riqueza no está muy equitativamente o no se distribuye en absoluto por igual entre las personas de su país:



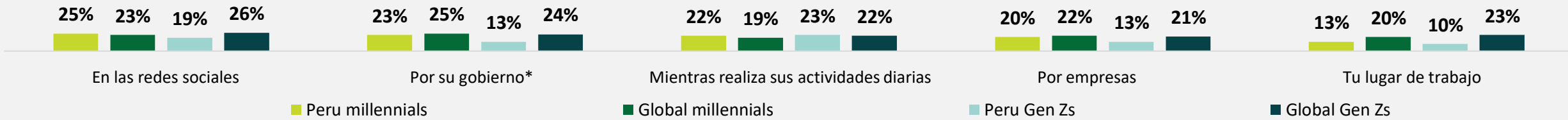
¿Cuáles son los principales factores detrás de la desigualdad de ingresos? Los tres primeros a nivel mundial



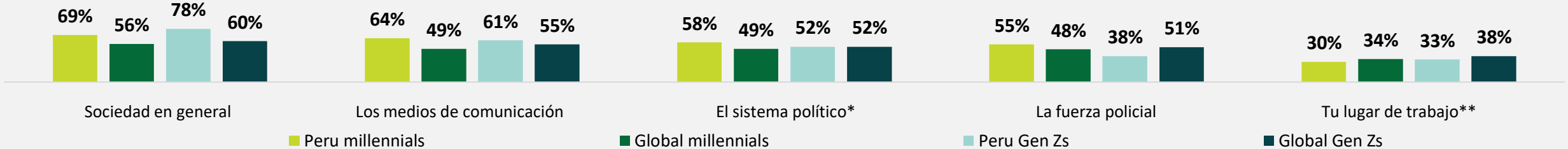


## Preocupaciones: Discriminación

Porcentaje de encuestados que se sienten personalmente discriminados todo el tiempo o con frecuencia debido a un aspecto de sus antecedentes:



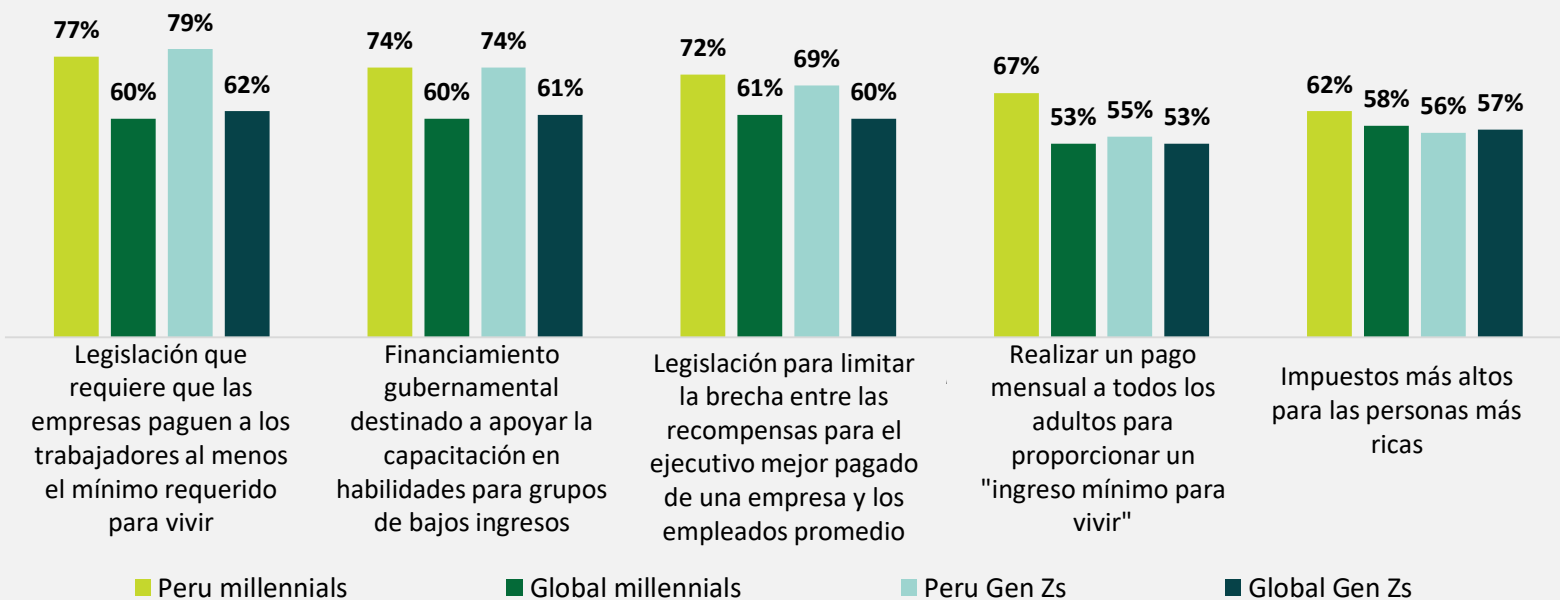
Porcentaje de encuestados que creen que el racismo sistémico está muy o bastante extendido dentro de las siguientes instituciones:



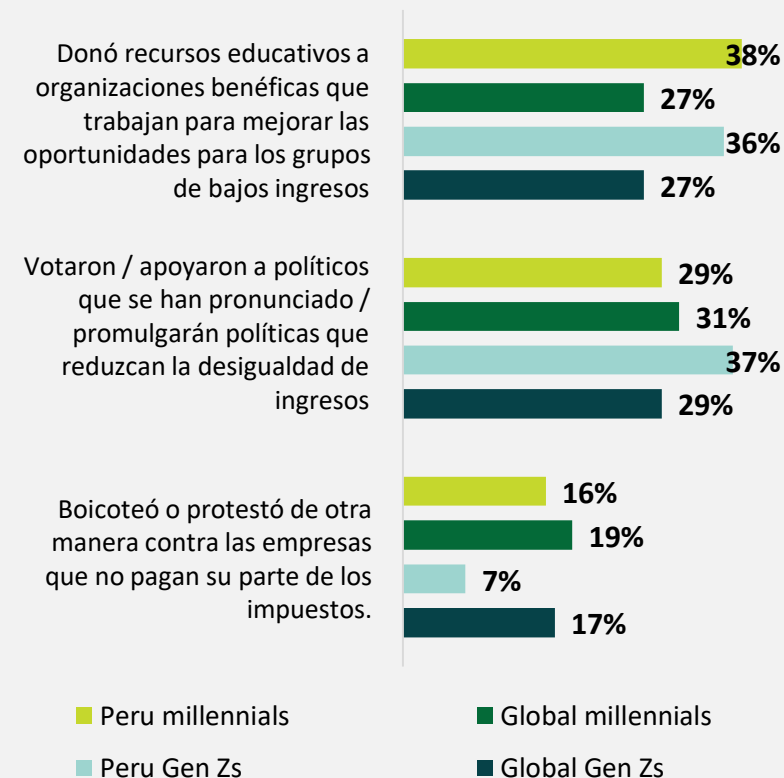
\*No se preguntó en China. \*\*Solo se pide a aquellos en un empleo a tiempo completo, a tiempo parcial o temporal.

# Es hora de actuar: desigualdad de riqueza e ingresos

Porcentaje de encuestados que piensan que las siguientes acciones ayudarían a reducir la desigualdad en su país:

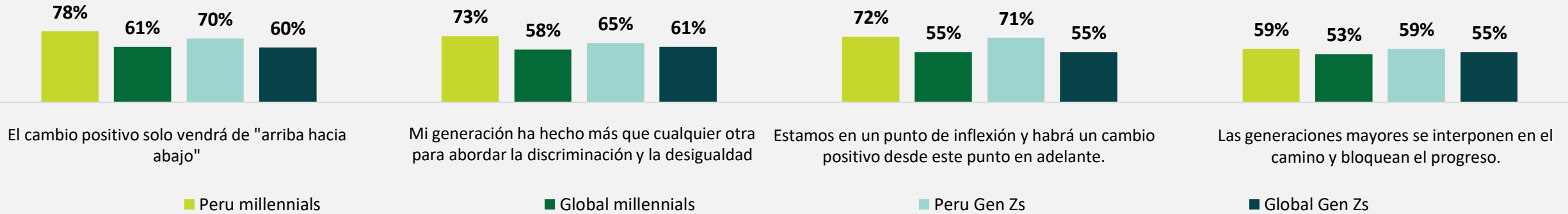


¿Cuál de estas medidas ha tomado para ayudar a reducir la desigualdad de ingresos en su país?

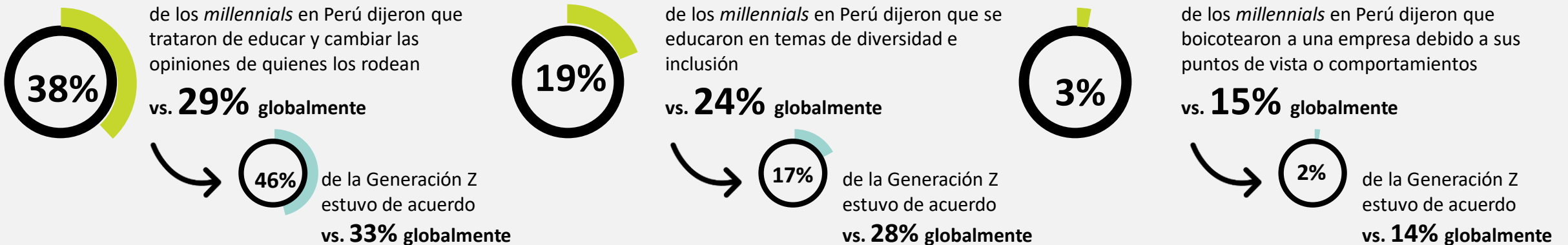


# Es hora de actuar: discriminación

Porcentaje de encuestados que están **muy de acuerdo/tienden a estar de acuerdo** con las siguientes declaraciones con respecto a la discriminación:

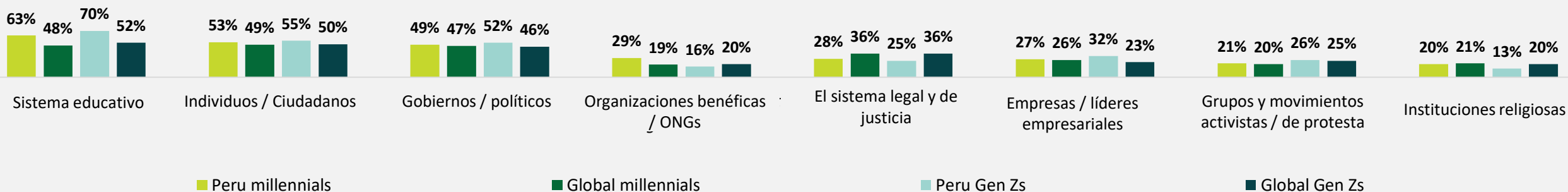


## ¿Qué medidas has adoptado para tratar de abordar la discriminación?

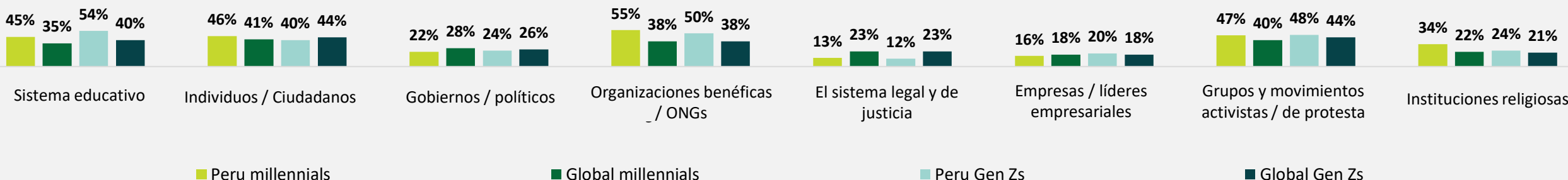


# Es hora de actuar: ¿Quién está marcando la diferencia cuando se trata de combatir el racismo sistémico?

¿Cuál de los siguientes crees que tiene el mayor potencial para ayudar a lograr un aumento significativo? **cambio con respecto al racismo sistémico** en tu país?\*



¿Cuál crees que están haciendo? **el mayor esfuerzo para reducir el racismo sistémico** en su país?\*



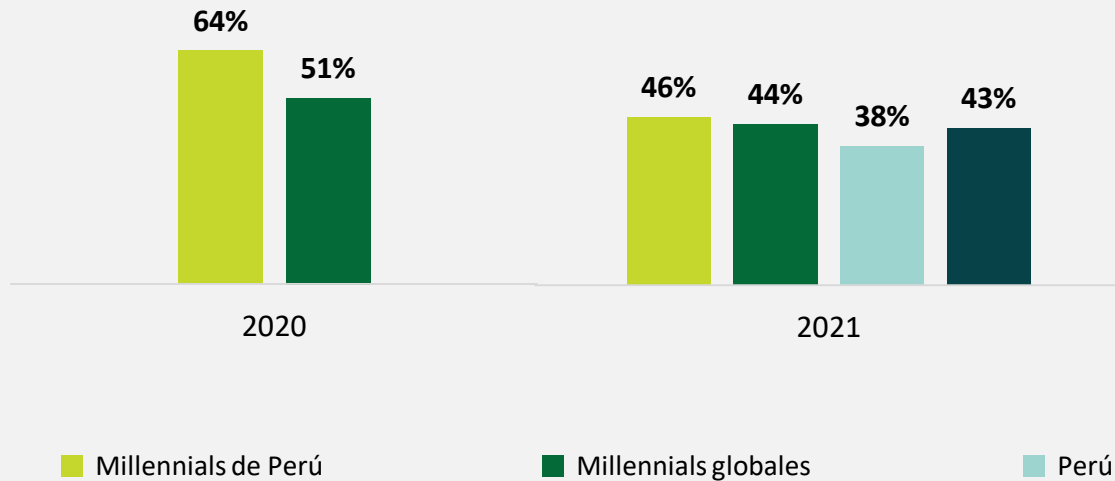
\*Hasta tres opciones seleccionadas en ambas preguntas.



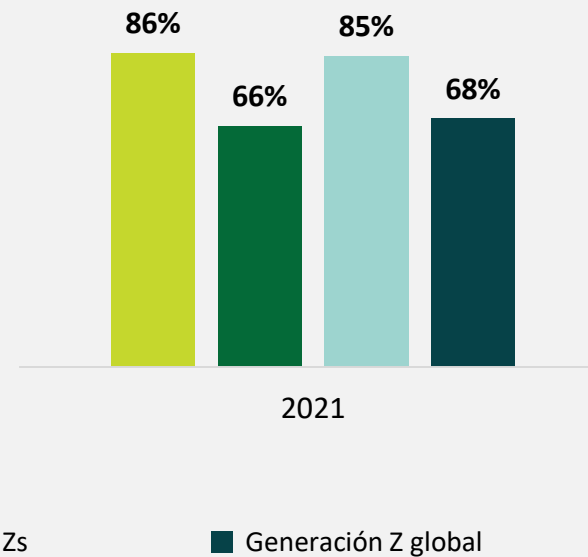
# Es hora de actuar: El medio ambiente

Porcentaje de encuestados que **muy de acuerdo/tienden a estar de acuerdo** con las siguientes instrucciones relacionadas con el medio ambiente:

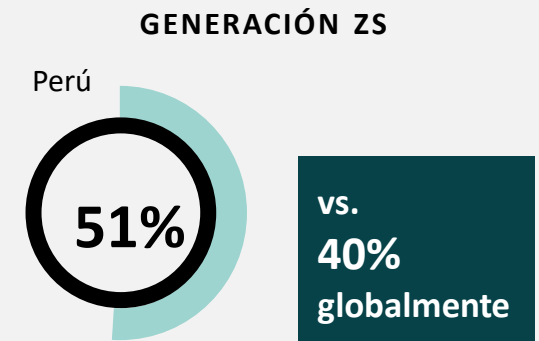
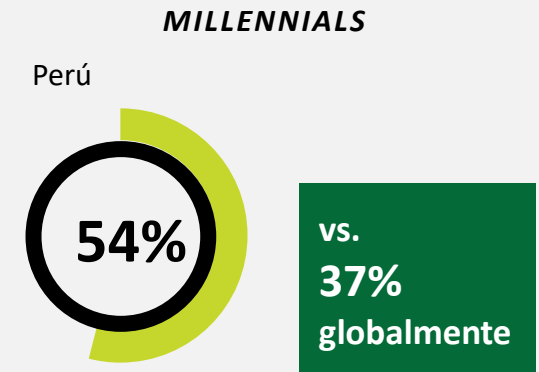
Ya hemos llegado al punto de no retorno y es demasiado tarde para reparar los daños



Los cambios ambientales observados durante la pandemia me hacen ser más optimista de que el cambio climático puede revertirse



Aquellos que creen que las personas se **comprometen a tomar medidas personales por cuestiones ambientales y climáticas** habrán mejorado después de la pandemia:



# Índice de estado de ánimo de Millz

El *Millz Mood Index* mide el estado de ánimo de los encuestados y proporciona una instantánea anual del optimismo de los *millennials* de que el mundo y sus lugares en él mejorarán.

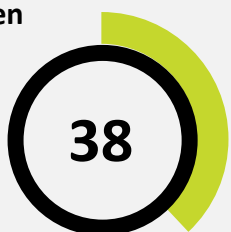
Las puntuaciones se basan en los resultados de las cinco preguntas siguientes y se agregan para crear una medida entre cero y cien. Esta escala nos da la capacidad de comparar no solo el movimiento año a año, sino también los grupos regionales y demográficos dentro de un año determinado.



## MILLENNIALS:

Millennials en Perú:

↓ -7 pts.



Identificarse como mujer:

38



Identificarse como varón:

39



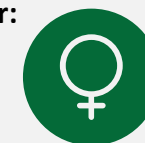
Millennials a nivel mundial:

↓ -3 pts.



Identificarse como mujer:

31



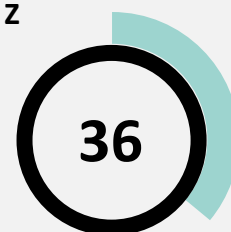
Identificarse como varón:

38



## GENERACIÓN ZS:

Generación Z en Perú:



Identificarse como mujer:

31



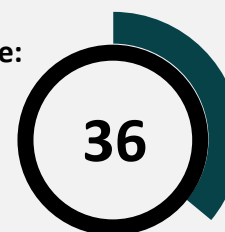
Identificarse como varón:

42



gen Zs globalmente:

↓ -3 pts.



Identificarse como mujer:

31



Identificarse como varón:

40





Deloitte se refiere a una o más de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro, y sus entidades relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte"). DTTL (también conocida como "Deloitte Global") y cada una de sus firmas miembro y entidades relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse o vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada empresa miembro de DTTL y entidad relacionada es responsable sólo de sus propios actos y omisiones, y no los de los demás. DTTL no proporciona servicios a los clientes. Consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para obtener más información.

Esta comunicación contiene únicamente información general, y ninguna de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte") está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se dan representaciones, garantías o compromisos (expresos o implícitos) en cuanto a la exactitud o integridad de la información en esta comunicación, y ninguno de DTTL, sus empresas miembro, entidades relacionadas, personal o agentes será responsable de cualquier pérdida o daño que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus firmas miembros, y sus entidades relacionadas, son entidades legalmente separadas e independientes.

© 2021. Para obtener información, póngase en contacto con Deloitte Touche Tohmatsu Limited.