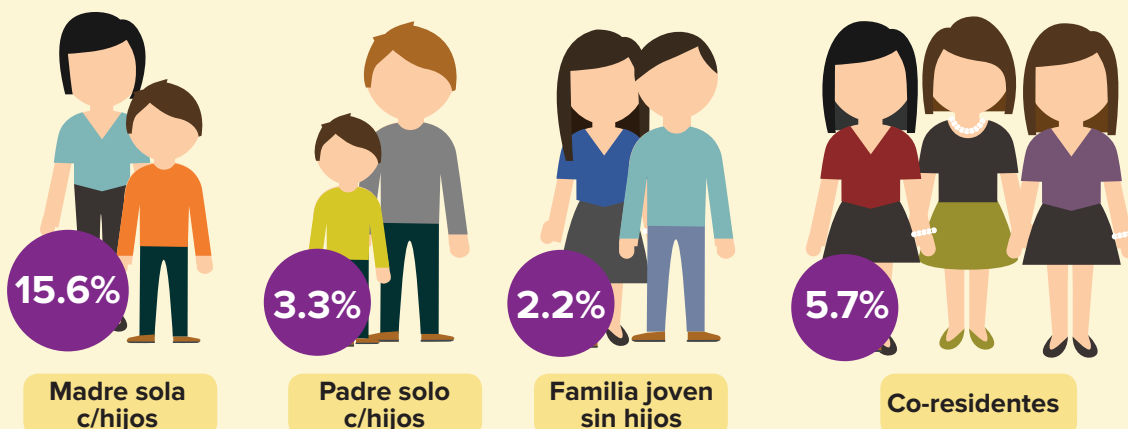


NUEVA DINÁMICA EN LAS FAMILIAS PERUANAS



Por: URPI Torrado, CEO Datum Internacional



Las familias en el Perú han cambiado en los últimos diez años. Más allá de la digitalización y la revolución tecnológica hay un cambio en la composición de las familias que conlleva una transformación en la dinámica de consumo y comportamiento de estas. La planificación de las empresas para el 2019 tiene que tener esto en cuenta, pues de lo contrario la comunicación no logrará conectar con los consumidores de las nuevas familias peruanas.

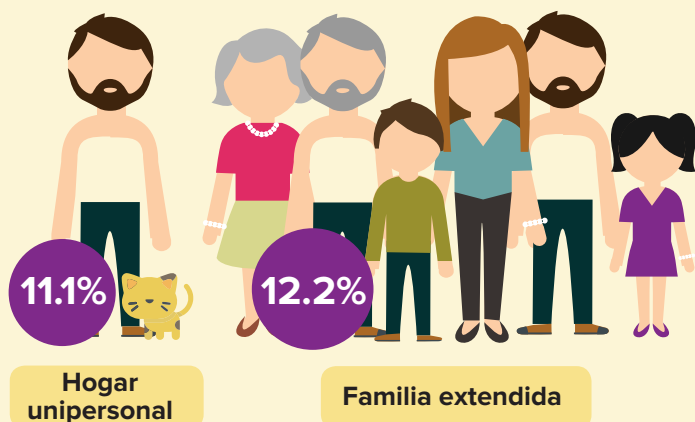
Datum Internacional, en base a la metodología establecida por El Instituto de Estudios Sociales de

México, procesó la data oficial para estimar y conocer a las familias con mayor profundidad. La data censal y los resultados de la ENAHO permiten establecer la existencia de 9 tipos de familia en el Perú (existen dos más, pero con la data disponible actual no es posible cuantificarla, las parejas del mismo sexo y las familias reconstituidas).

En primer término, observamos que viene creciendo el porcentaje de familias sin niños/hijos en el hogar, este pasa de 26% en el 2016 a 28.5% en el 2017. Diferencia que sí es significativa si tenemos en cuenta el tamaño de muestra de la ENAHO. Aunque esta cifra incluye a varios tipos

de familia, confirma la tendencia de crecimiento del número de hogares compuestos sólo por adultos. Del mismo modo, el número promedio de personas por hogar viene decreciendo en los últimos años. Del 2007 al 2017 en el Perú hemos pasado de 4.42 personas por hogar a 3.94. Curiosamente, son los dos extremos, el NSE A y el E, los que menor número promedio de miembros tienen.

Otro cambio importante es el aumento de mujeres ocupando el rol de jefe de familia, definido como la persona que más aporta económicamente al sostenimiento del hogar. De acuerdo con la data del 2017 de la ENAHO, el 33% de los hogares registra a



HOGARES NO MEDIDOS POR INEI



una mujer ocupando dicho rol en el hogar. Esto implica que hay cada vez más mujeres uniéndose a la fuerza laboral. El compartir roles y dividir las tareas modifica también las misiones de compra y los atributos valorados durante el proceso de compra, impactando así en la frecuencia y volúmenes de venta.

Como bien sabemos, el ingreso promedio de los hogares en el Perú es bajo, lo que implica que gran parte del gasto es destinado a la compra de alimentos. Sin embargo, entre el 2008 y el 2017 el gasto en alimentos como porcentaje del gasto en el hogar

disminuyó, pasó de representar el 42% del gasto al 39%. Es cierto que el 69% de los peruanos manifiesta que sus ingresos no le alcanzan, a pesar de las diferencias por niveles socioeconómicos, pero ello no ha implicado que se reduzca el gasto en entretenimiento, aunque tampoco haya crecido y sigue siendo un porcentaje muy pequeño en relación con el ingreso. Asimismo, Internet ha cambiado la dinámica de los hogares. La penetración de Internet alcanza 66%, siendo los celulares la principal fuente de acceso. No obstante, hay que tener en cuenta que la cantidad de horas destinadas a la web y el

plan de datos varía sustancialmente entre cada nivel socioeconómico. En particular, el NSE E tiene una brecha muy grande con los demás niveles, convirtiéndose en un factor adicional de desigualdad.

Más allá del poder adquisitivo, el acceso a Internet y los roles dentro del hogar, lo que está cambiando es la dinámica de los mismos. Menos personas en promedio, menos niños, roles y tareas compartidas, por ello la comunicación tendría que tener un enfoque distinto para hablarle a estas nuevas familias.

INGRESO MENSUAL PROMEDIO DEL HOGAR

