



El sueño peruano

Javier Álvarez Pecol

Gerente de estudios multiclientes – Ipsos Marketing Perú

E-mail: javier.alvarez@ipsos.com

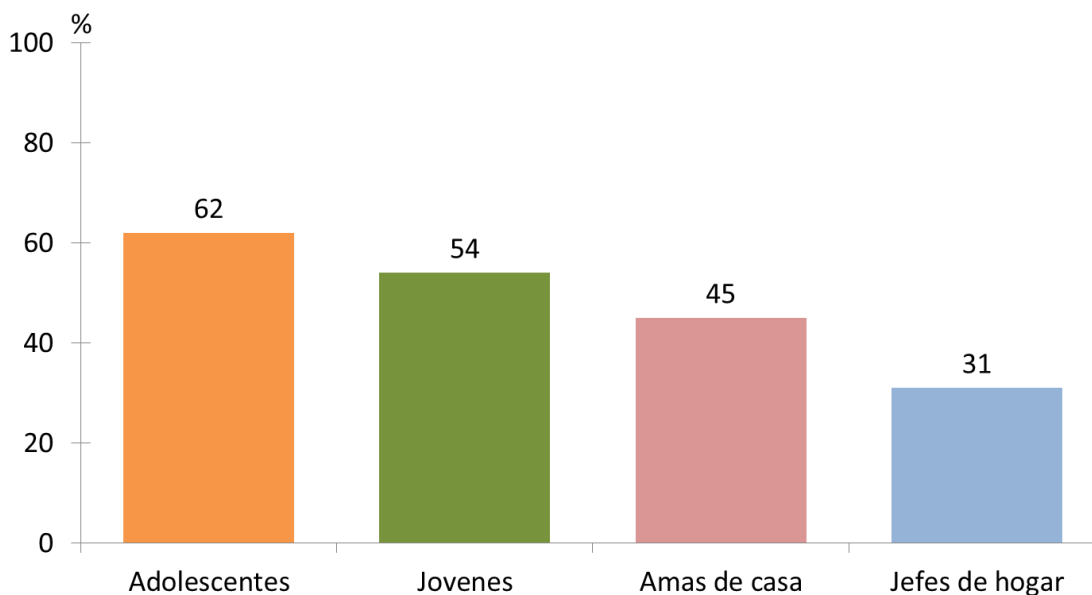
Ir al mundial de fútbol, o más bien regresar a uno, es el sueño de todos los peruanos, principalmente para los nacidos después de 1982 o los llamados *millennials* y *generación zeta*, que a la fecha no han visto a la selección participar de un mundial. Y es que no cabe duda, cada cuatro años revive la esperanza y soñamos nuevamente. Pero no es lo único que se anhela. Para el peruano de a pie, son cuatro los aspectos importantes que añora en la vida. Dos perduran generación tras generación, uno sigue presente aunque con menos intensidad; y otro, aparece en la última década con mucha fuerza.

Comencemos con el más antiguo: el sueño de la casa propia. La consigna de morir dueño de al menos un metro cuadrado se comparte desde la *generación del silencio* - se llama así a los nacidos entre 1925 y 1945-. Y es que el Perú es un país de propietarios. El 76%⁽¹⁾ de peruanos habita en una vivienda propia. La autoconstrucción ha sido el camino para alcanzar el objetivo; y en la última década, el desarrollo inmobiliario la ha complementado. Más de 100 mil familias⁽²⁾ se independizaron haciendo realidad el sueño del techo propio, pero aún es insuficiente la oferta.

A partir de los Baby Boomers, además de la casa propia, resulta clave el darle a los hijos la oportunidad de estudiar. Se tiene claro que es motor importante para el desarrollo, y se orientan los mejores esfuerzos para lograr el sueño. El 87%⁽¹⁾ de los hogares gasta o mejor dicho invierte en educación, rubro que después de la alimentación, es el de mayor presupuesto de la canasta familiar. Se destina alrededor del 13% del ingreso mensual⁽¹⁾. Evidentemente, la cifra variará en función a la cantidad de hijos y al grado académico cursado por ellos.

Desde la *generación X*, la casa propia y la educación también forman parte de la agenda, alcanzarlos significa muchas veces dejar a la familia en busca de un mejor futuro fuera del país. Para mucha gente, obtener la añorada visa y lograr migrar al extranjero completaba el sueño. En el 2005, 77% de limeños declaraba que si pudiera emigraría del Perú⁽³⁾. En el 2011, bajó a 39% y en un sondeo del 2014, el 47% manifestó tener viva la intención⁽³⁾. Como vemos, todavía sigue latente la opción de echar raíces en otro lugar, pero la confianza en el Perú se incrementó.

PLANES DE PONER UN NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS (Lima Metropolitana 2014)



Base: 600 entrevistados en cada segmento
Fuente: Ipsos – Estudios Multiclientes 2014

Si bien no es exclusivo de la *generación Y*, es en este segmento en el que más destaca el espíritu emprendedor. Para los adultos que laboran como dependientes, el sueño del negocio propio es el tener un plan B. Para los más jóvenes, lograr la independencia y ayudar brindando trabajo a familiares y amigos. Un sondeo entre chicos de 15 a 17 años –aún cursando la secundaria-, sobre lo que piensan a futuro al terminar sus estudios superiores: la mayoría optaría por invertir en un negocio⁽⁴⁾. Interesante perspectiva de la próxima generación laboral.

Conocer con qué sueñan los peruanos a mediano y largo plazo, permite entender mejor qué los mueve en su comportamiento y qué detona mejor en sus decisiones como consumidor. Es tarea de las empresas y marcas el aprovecharlo comercialmente. Respecto a lo deportivo, ahora que está por empezar un nuevo proceso clasificatorio, esperemos que después de 35 años, el sueño se haga realidad y no se convierta una vez más en la pesadilla de siempre!

Fuentes:

⁽¹⁾ INEI: Enaho 2014.

⁽²⁾ CAPECO.

⁽³⁾ IPSOS: Encuesta de opinión (2005, 2011 y 2014).

⁽⁴⁾ IPSOS: Estudio Mercado Educativo – Postulantes 2014.