

ESTUDIO DE IPSOS PERÚ

Existen 800 mil “peruanos pingüino” que comparten tareas del hogar

El mayor porcentaje de ellos pertenece a la generación X, son convivientes y entre sus planes está adquirir un auto y poner un negocio propio.

ANJAPPAULA MICHILOT POLO
anapaula.michilot@diariogestion.com.pe

Cada vez son más las mujeres que eligen trabajar en lugar de dedicarse a las labores del hogar. Esta nueva dinámica viene generando cambios en el esquema familiar peruano. De acuerdo a un estudio de Ipsos, a nivel de Perú urbano, existen cerca de 800 mil hombres a los que se les denomina como “peruanos pingüino”, debido a que este animal es símbolo de la equidad.

Javier Álvarez, sénior director de Trends en Ipsos Perú, indicó que uno de los factores que ha permitido el crecimiento de este grupo es el empoderamiento de las mujeres y las nuevas dinámicas familiares.

“En 1993 casi el 70% de familias en Perú eran nucleares, hoy se observa el crecimiento de nuevos tipos de familia –como jóvenes sin hijos– que tienen un mindset diferente”, precisó Álvarez.

Perfil

Según Álvarez, los peruanos pingüino se irán incrementando a una rápida velocidad, y tienen algunas características específicas (ver gráfico).

El experto agregó que si bien el 57% es conviviente y el 93% es padre con dos hijos –en promedio–, solo el 31% de “hombres pingüino” califica como “papá pingüino”.



Motivación. El 58% de “peruanos pingüino” realiza las labores del hogar por iniciativa propia.

CIFRAS Y DATOS

Estratos. El 43% de los peruanos pingüino pertenece a los NSE A y B.

Tendencias. Más de 3 millones de peruanos viven en hogares con una dinámica de pingüinos.

Opción. El 63% de los hombres pingüino elige realizar sus compras en supermercado o hipermercado.

Apoyo. En el 11% de hogares peruanos los hombres ya comparten –de manera equitativa– las tareas del hogar con sus parejas y tienen poder de decisión sobre las compras del hogar.

Evento. El estudio completo se presentará en el evento **Talkin' 19** que se llevará a cabo la próxima semana.

“Este tipo de padres son los que tienen una participación muy activa en la vida de sus hijos”, manifestó Álvarez.

También explicó que existe un amplio grupo de hombres que considera que comparte las tareas pero –según sus parejas– solo lo hacen de manera ocasional.

Viajar en familia (39%), comprar un auto (24%), iniciar un negocio (23%), son algunos de los planes más frecuentes que tienen los peruanos pingüinos para el próximo año.

Marcas

Sobre sus actitudes hacia las compras, la mayoría realiza esta actividad de manera frecuente, busca ofertas y está dispuesto a pagar por mejor servicio (ver infografía).

Por otro lado, el gerente de Trends de Ipsos, enfatizó que las marcas de productos de hogar tienen a este grupo completamente desatendido.

“La publicidad de estos productos está dirigida básicamente a mujeres. Las marcas deben empezar a conversar y conectar con este grupo que irá en rápido aumento en los próximos años”, refirió Álvarez.

Radiografía del peruano pingüino



Cuál es su actitud hacia las compras



FUENTE: Ipsos Perú

FICHA TÉCNICA

Estudio: Peruanos Pingüino. **Muestra:** 490 encuestas.
Fecha: 23 de mayo al 16 de junio del 2019. **Cobertura:** Perú Urbano.