

Un quiebre en el tradicional rol del papá

Una encuesta de GfK revela que los padres en el Perú tienen ahora un mayor involucramiento en la dinámica familiar. La mayoría de ellos pertenece a la generación de 'baby boomers'.

LORELY REQUEJO

Distintas respuestas de los padres de familia marcan una nueva tendencia en relación a sus preferencias. Una encuesta de GfK revela que el peruano "rompe el paradigma del padre proveedor".

"El rol tradicional del padre de familia era proveer económicamente al hogar, no necesariamente compartir [tiempo] con los hijos o ayudar en los quehaceres domésticos. Vamos a ver que eso quizás está cambiando", explicó a este Diario Omar Apéstegui, product manager de GfK Perú.

El estudio señala que el 69% de los padres de familia declaró que sus motivaciones más importantes son "tener buena salud" y "tener una familia unida".

"El mensaje no es que tener una buena situación económica no sea importante, [sino que] muchísimo más importante es la unión familiar", aclaró el especialista.

Además de esta cifra, para el 82% de encuestados es importante "proteger y cuidar a su familia",

mientras que para un 77% lo es "querer salir adelante, progresar".

"Tenemos a un padre que no solo se preocupa por el bienestar económico de la familia, sino por el bienestar general", subrayó.

En línea con este mayor involucramiento, se destaca también que el padre realiza diferentes actividades dentro del hogar y "muchas de ellas se realizan con la familia".

"Las marcas deben hablarle al padre en referencia a su dinámica familiar, en vez de enmarcarlo siempre en su centro de labores", se lee en el estudio.



"Desean tener un mejor equilibrio entre la vida familiar y laboral".

OMAR APÉSTEGUI
Product manager de GfK Perú

—Quién es el padre peruano— La encuesta mostró también que el 55% de los hombres peruanos son padres. De este grupo, el 36% tiene nietos, el 91% es jefe de hogar y el 45% es casado.

"El jefe de hogar es quien, en proporción, aporta más al hogar. En algunos casos, incluso, podría ser alguno de los hijos", comentó el especialista.

Asimismo, la mayoría de padres se ubica dentro de la generación de 'baby boomers', que se encuentra aproximadamente entre los 45 y 60 años de edad.

"[Ellos] son personas que durante su vida no han tenido un contacto muy directo con la tecnología, sino que más bien conocieron la tecnología en su adultez. [Se trata] de una persona más tradicional", detalló.

Otro dato a resaltar es que el 65% de ellos señaló que se preocupa por las enfermedades que le puedan provocar los alimentos que consume.

En tanto, un 50% indicó que acostumbra leer la rotulación de los envases de los alimentos antes de comprarlos; mientras que un 41% manifestó que cada cierto tiempo se realiza chequeos médicos.

"Esta es la oportunidad que tienen los seguros, centros de salud, clínicas, etcétera, para promover la prevención en los padres", señaló el experto.

Entre esta preocupación y aquella relacionada al ámbito profesional, los padres peruanos, dice el estudio, "desean tener un mejor equilibrio entre la vida familiar y laboral". Ello, resaltando además, que un 66% intenta mantener un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal.

Dadas estas circunstancias, la consultora sugirió a los empleadores evaluar el diseño de beneficios que acerquen a los padres a sus familias. —

La relevancia de la familia y el bienestar general

¿Qué motivaciones considera más importantes? (%)



¿Qué tan importante es...? / ¿Qué tan de acuerdo se encuentra con...? (%)

Porcentaje de encuestados que responde cada opción

Valores personales (top 3)

Proteger y cuidar a mi familia

82

Querer salir adelante, progresar

77

Ser cuidadoso en el manejo del dinero y evitar excesos

70

Opiniones sobre la familia

El matrimonio y la familia son la base de la sociedad peruana

78

Hoy para progresar laboralmente hay que sacrificar el tiempo con la familia

69

Actitudes respecto al trabajo

Intento mantener el equilibrio entre el trabajo y mi vida personal

66

Fuente: GfK / Estudio realizado durante febrero y marzo del 2020

