

# LA MUJER EN EL PERÚ

ROL DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD



## CONTEXTO

Se está dando un importante cambio a nivel mundial en la forma cómo las mujeres desean ser tratadas por su entorno más cercano y por la sociedad en general. Las mujeres necesitan ser escuchadas sobre lo que consideran un derecho básico de todo ser humano: la necesidad de recibir un trato igualitario y con respeto y el acceder a iguales oportunidades y derechos que los hombres.

Las mujeres de hoy no desean ocupar los mismo roles que por tradición ocupaban sus madres y abuelas porque sienten que han logrado cambios positivos en sus vidas. Las mujeres acceden poco a poco a un mejor nivel de educación y su formación eleva su autoestima y confianza en ellas mismas, las hace libres, las libera de las ataduras que ejercen los prejuicios y las tradiciones y les permite tomar decisiones y argumentar con conocimiento lo que consideran que es mejor para ellas y para su familia.

En América, la mujer gana terreno en ámbitos políticos, laborales, culturales y religiosos; pero también estaría generando fuertes tensiones y un desequilibrio en el *statu quo* de la sociedad tradicional.

Hace algunos años atrás, el principal papel de la mujer, además de esposa, era el de ser madre. Interesante encontrar que hoy existen muchas mujeres que no tienen entre sus planes futuros casarse o vivir en pareja y tampoco ser mamá. ¿Estamos en el extremo del péndulo?

# LA MUJER EN EL PERÚ

ROL DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD



## EL ESTUDIO

Veremos resultados que pintan a la mujer peruana en el extremo del péndulo de algunos espacios de su vida personal, pero todavía faltaría mucho camino que recorrer para que logre una relación igualitaria, sin prejuicios y justa dentro de la sociedad.

El objetivo central de este estudio fue entender y dimensionar las propias percepciones que tienen las mujeres acerca de diversas temáticas que las involucran: percepciones en torno a la situación de género, roles sociales, empleo, esparcimiento, consumo, violencia, maternidad, etc., identificando patrones de comportamiento y diferencias por país.

En el contexto de esta problemática Datum en conjunto con la red WIN Américas realizó un estudio regional sobre la mujer en base a +5900 encuestas a la población femenina adulta (+18) de 11 países, utilizando muestras probabilísticas. Participaron Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá, Paraguay y Perú. Ahora les presentamos algunos temas que dibujan a la mujer peruana dentro del contexto actual.

# ALGUNOS RESULTADOS

## EXPECTATIVAS Y PRINCIPALES DESEOS PARA LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS

La peruanas desean viajar, tener un negocio propio, estudiar, capacitarse, terminar su carrera y tener un trabajo. Nótese que aparte de la actividad de esparcimiento/ocio representado en su deseo de viajar, sus deseos se enfocan en temas relacionados a su crecimiento y realización personal y desarrollo profesional. Importante resaltar que entre sus expectativas de vida para los próximos dos años, no mencionan casarse/tener pareja y tampoco tener un hijo.

Las más jóvenes (18 a 34) piensan en estudiar, terminar su carrera, tener una casa propia y un trabajo. Las adultas (35 a 54) planean viajar, tener un negocio propio y aspiran a que sus hijos estudien o tengan una carrera. Las mayores (55 a +) planean viajar y ampliar o remodelar la casa.

|  | Total | NA  | Latam | ARG | BRA | COL | CAN | CHI | ECU | EEUU | MEX | PAN | PER |
|--|-------|-----|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| Viajar   | 28%   | 31% | 31%   | 23% | 50% | 24% | 26% | 31% | 25% | 21%  | 25% | 40% | 26% |
| Realizar mejoras / ampliaciones a la casa              | 20%   | 18% | 25%   | 11% | 29% | 20% | 12% | 25% | 23% | 22%  | 21% | 27% | 19% |
| Estudiar / capacitarme                                 | 20%   | 12% | 13%   | 18% | 16% | 19% | 18% | 15% | 33% | 23%  | 29% | 15% | 20% |
| Tener un negocio propio                                | 19%   | 9%  | 11%   | 18% | 3%  | 22% | 20% | 9%  | 27% | 26%  | 45% | 6%  | 22% |
| Comprar una casa / departamento propio                 | 18%   | 20% | 23%   | 25% | 10% | 24% | 19% | 12% | 11% | 14%  | 16% | 11% | 19% |
| Tener un trabajo                                       | 15%   | 19% | 21%   | 10% | 9%  | 22% | 18% | 10% | 17% | 9%   | 9%  | 9%  | 16% |
| Terminar una carrera / mis estudios                    | 12%   | 16% | 13%   | 16% | 5%  | 14% | 16% | 5%  | 14% | 12%  | 10% | 5%  | 14% |
| Que mis hijos tengan / terminen una carrera / estudios | 12%   | 15% | 8%    | 20% | 6%  | 11% | 20% | 6%  | 12% | 15%  | 4%  | 6%  | 13% |
| Comprar un auto  | 10%   | 12% | 11%   | 4%  | 11% | 12% | 8%  | 21% | 9%  | 11%  | 4%  | 16% | 9%  |
| Hacer crecer mi negocio                                | 10%   | 5%  | 2%    | 16% | 21% | 3%  | 10% | 25% | 5%  | 10%  | -   | 23% | 6%  |
| Lograr un ascenso en mi trabajo                        | 8%    | 7%  | 5%    | 6%  | 5%  | 9%  | 11% | 8%  | 7%  | 10%  | 7%  | 7%  | 8%  |
| Independizarme de mi familia (padres, hermanos)        | 7%    | 5%  | 4%    | 4%  | 12% | 7%  | 4%  | 10% | 8%  | 6%   | 15% | 11% | 7%  |
| Casarme / tener pareja /convivir                       | 6%    | 6%  | 8%    | 8%  | 4%  | 5%  | 6%  | 4%  | 7%  | 6%   | 7%  | 4%  | 6%  |
| Tener un hijo  | 4%    | 5%  | 10%   | 1%  | 7%  | 4%  | 2%  | 7%  | 1%  | 5%   | 2%  | 7%  | 4%  |
| Otro   | 4%    | 3%  | 5%    | 2%  | 7%  | 5%  | 2%  | 5%  | 2%  | 8%   | 4%  | 6%  | 4%  |

## CUMPLIMIENTO DE METAS Y OBJETIVOS

Las mujeres peruanas sienten que no han cumplido todas sus metas, pero sí bastante más que el resto de las mujeres del continente. Las mujeres peruanas son superadas solo por las paraguayas, panameñas y chilenas, que sienten que pudieron cumplir la mayoría o algunas de sus metas y objetivos en la vida. Las brasileras y las argentinas, en cambio, duplican su nivel de insatisfacción (*casi no he cumplido mis metas y objetivos*), comparado con las peruanas.

## TOMA DE DECISIONES PERSONALES

Su formación y los valores inculcados en su crianza de niña predominan al momento de tomar decisiones. La religión o la fe son más importantes en Latinoamérica que en América del Norte. En Perú la religión o la fe son importantes para un grupo importante de mujeres al momento de tomar decisiones. La opinión de la pareja tiene menos importancia que en cualquier otro país de Latinoamérica y de América del Norte.

## COMPARACIÓN DE SU RELACIÓN DE PAREJA

Pese a que para muchas mujeres la relación de pareja no es satisfactoria, la mayoría de mujeres del continente americano reconoce que hoy tiene una mejor relación con su pareja que la que tuvieron sus padres.

## ¿QUÉ ESPERAN QUE HAGA SU PAREJA POR ELLAS?

La mujer peruana espera ser valorada por su pareja; sentir que se preocupa por ella; ser tratada con cariño; ser escuchada y que exista una buena comunicación entre los dos. Los resultados de Perú, al igual que en el resto de países de Latinoamérica, reflejarían que existen sentimientos de incompreensión, soledad e incluso la relación estaría afectando la autoestima en algunas mujeres que viven en pareja. Queda claro que existe poca comunicación en muchas parejas y que algunos hombres no perciben - o no le dan importancia- al efecto que causa su comportamiento en ellas.

El *desinterés*, la *falta de preocupación por ella* y hasta el *desamor* estarían siendo interpretados como una *desvalorización* de su papel como mujer dentro de la relación. Se necesitaría replantear el papel que tiene la mujer frente a su pareja y lo que ella espera de la relación.

### FICHA TÉCNICA:

Estudio Mujer en el Continente Americano  
Muestra: 5.982 casos mujeres de +18 años en 11 países que representan casi el 87% de la población total de América.  
Marzo 2018



Rosi Villanueva

Directora Comercial

Estudio completo: [rvillanueva@datum.com.pe](mailto:rvillanueva@datum.com.pe)