



# Las nuevas estructuras familiares en el Ecuador

Por **Javier E. Juncosa**

Profesor de Dirección Comercial del IDE Business School

Los cambios estructurales de la composición familiar describen una tendencia hacia hogares con menor cantidad de miembros, motivada principalmente por la reducción de la tasa de natalidad<sup>1</sup>, el incremento de divorcios, la disminución de matrimonios y un incremento sostenido en la edad de contraer matrimonio de la población. Lo que conduce a pensar en estructuras de hogares de menos miembros, con diferentes necesidades en términos de espacio, transporte y alimentación.

La tasa de natalidad tiene una tendencia decreciente. En los últimos 20 años<sup>2</sup> (1999-2019) esta disminuyó en un 40,4%, pasando de 28,8 nacimientos por cada mil

habitantes a 16,6 nacimientos por cada mil habitantes, lo cual implica una disminución de más de 12 nacimientos por cada mil habitantes.

Además, mientras la tasa de divorcios<sup>3</sup> tiene una tendencia creciente, la tendencia de la tasa de nupcialidad<sup>4</sup> se comporta de manera inversa. En el periodo analizado, la tasa de divorcios pasó de 7,3 en 1999 a 15,5 en 2019, mostrando un incremento de 112,2%; mientras que la tasa de matrimonios pasó de 63,3 en 1999 a 32,9 en 2019, lo cual determina un decremento del 48,0%.

Por otra parte, la edad promedio para contraer matrimonio se ha incrementado (1999-2019), pero

<sup>1</sup> **Tasa de natalidad:** número de nacimientos que se produce en un territorio por cada mil habitantes en un período de un año.

<sup>2</sup> La información está disponible hasta 2020, sin embargo, no se considera este último año debido a que la emergencia sanitaria tuvo un impacto directo en los matrimonios y divorcios.

<sup>3</sup> **Tasa de divorcios:** Relación entre el número de matrimonios y la población estimada con base en el Censo de Población y Vivienda 2010. Tasa por 1.000 habitantes.

<sup>4</sup> **Tasa de nupcialidad:** Relación entre el número de matrimonios y la población estimada con base en el Censo de Población y Vivienda 2010. Tasa por 1.000 habitantes, que en este caso en particular se reexpresó para 10.000 habitantes para poder compararla con la tasa de divorcios.

## La demanda de alimentos preparados y congelados se incrementa constantemente. El tiempo que estas nuevas familias pasan en el hogar se reduce.

esta siempre es mayor en el caso de los hombres con respecto a las mujeres. Específicamente, en 1999 la edad promedio del matrimonio para los hombres fue de 27,4 años y para las mujeres fue de 24,2; mientras que en 2019 la edad promedio de los hombres fue de 33,6 años y la de las mujeres fue de 31 años. Esto da una diferencia de 6,2 años más en promedio para los hombres entre 2019 y 1999, y 6,8 años más para las mujeres respectivamente.

Estas nuevas tendencias estructurales tienen un nivel de impacto importante para el diseño comercial de algunas industrias:

**Las tendencias del sector inmobiliario** se orientarán cada vez más a la oferta de espacios más pequeños,

unipersonales en algunos casos, y se reducirá la oferta de viviendas con parqueadero.

**La demanda de alimentos preparados y congelados** (listos para consumir) se incrementa constantemente. El tiempo que estas nuevas familias pasan en el hogar se reduce y, por consiguiente, su disponibilidad de tiempo de preparación de alimentos.

**El sector automotriz comienza a poner en duda la necesidad de la propiedad de los autos** como un objetivo familiar. Ofertas de *leasing* comienzan a rondar las necesidades de estas nuevas estructuras y, considerando que las unidades habitacionales del mercado poco a poco dejan de considerar el parqueadero como un elemento diferenciador, otras opciones de transporte se vuelven relevantes.



### EL AUTOR

**Javier Juncosa Calahorrano** tiene el grado de Máster Oficial en Dirección de Personas en las Organizaciones por la Universidad de Navarra, Pamplona – España. Es psicólogo organizacional por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Actualmente es Gerente General de SIMPLE Analítica de Datos. Es consultor en el área de psicología del comportamiento del consumidor para empresas nacionales e internacionales. Es profesor de Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor en el IDE Business School.