

# another

## Día del Padre: Estos son los nuevos perfiles de consumo de las nuevas paternidades

**Bogotá, Colombia. Junio de 2023.** – El tercer domingo de junio es una fecha de interés para varias familias de Latinoamérica, porque desde semanas previas comienza a subir el número de búsquedas en regalos para celebrar el **Día del Padre**.

La fecha es utilizada por distintas marcas que aprovechan para ayudar a cientos de consumidores a encontrar el presente ideal para sus papás. De acuerdo con [Think With Google](#), las ventas por países en la región cambia dependiente de la situación, por ejemplo, en Colombia este día es uno de las más esperados de los comerciantes con un aumento del 30% en ventas, mientras que en Chile y México suben hasta un 75% las búsquedas de distintas categorías como teléfonos celulares, en Argentina crece el término “regalos caseros para el Día del Padre” (180%) y “regalos artesanales para el Día del Padre” (40%), mientras que en Centroamérica la palabra “viajes” se convierte en una de las búsquedas más importantes.

Los anteriores datos muestran que a las figuras paternas normalmente se les entrega regalos materiales, sin embargo, hoy en día existen nuevas paternidades y renovados perfiles sobre cómo son los hábitos de consumo de los papás.

De acuerdo con una investigación de **Mariana Carreón, Strategic Planning Director de [another](#)**, una de las agencias globales con la mayor oferta en comunicaciones en América Latina, las nuevas generaciones se están alejando de la acartonada figura del “proveedor” para construir comunidades de apoyo para la crianza de sus hijos y equilibrar estos desafíos con sus parejas.

*“Los hombres de la generación millennial y los nuevos comportamientos de jóvenes padres de la GEN-Z quieren un equilibrio entre el trabajo, la crianza, su pareja y crear espacios en redes para aprender en comunidad sobre la paternidad”,* dijo Carreón.

Además, el análisis del equipo de Planning de **another** muestra que los nuevos padres están más preocupados por mejorar su entorno y crear verdaderos lazos emocionales en sus crianzas.

*“La Generación Z está redefiniendo la paternidad a medida que ingresan a sus veinte años, adoptando enfoques únicos y revolucionarios. Mientras exploran nuevas formas de conectarse y construir comunidades, están descubriendo la importancia de crecer en confianza y buscar apoyo emocional en sus compañeros. A su vez, los padres de esta generación están rompiendo paradigmas, encontrando formas innovadoras de ser valiosos en el hogar y creando trucos para maximizar el tiempo en familia en lugar de enfocarse únicamente en proyectos de bricolaje, es decir, trabajos manuales de carpintería, electricidad, y demás asuntos manuales en casa. A medida que los Z se convierten en padres, se espera que desafíen las normas establecidas y moldeen la forma en que entendemos la crianza de los hijos en el futuro”,* aseguró Mariana Carreón.

# another

Ante esta evolución y cambios constantes, la **Strategic Planning Director de another** compartió los nuevos perfiles de las paternidades que los expertos en marketing y agencias deben tener en cuenta al momento de accionar sus próximas campañas publicitarias.

- **Parentalidad igualitaria:** Los padres están adoptando un enfoque equitativo en la crianza de sus hijos.
- **Trucos de papás:** Este perfil describe a padres modernos que se enfocan en encontrar soluciones y trucos para ahorrar tiempo en su vida diaria.
- **Construcción de relaciones emocionales:** Los padres de las generaciones Z y millennials tienen un compromiso en fomentar relaciones emocionales sólidas con sus hijos.
- **Conexión y comunidad:** Estos buscan conectarse con otros padres en la vida real y en línea.
- **Papás en actividades al aire libre:** Este perfil se refiere a padres que están interesados en actividades al aire libre y buscan incluir a sus hijos en estas aventuras.

*“Los padres modernos están asumiendo roles más equitativos en la crianza de los hijos y buscando formas de simplificar la vida cotidiana mientras se enfocan en el tiempo de calidad con sus hijos. Están comprometidos con la salud mental y emocional, construyendo relaciones sólidas y buscando conexiones en persona más allá de las pantallas. Las marcas deben adaptarse a estas tendencias, ofreciendo productos, servicios y espacios que respalden y celebren la paternidad moderna”,* agregó Mariana Carreón.

###

## Sobre another

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, **another** es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas, para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. **another** brinda servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creatividad y diseño, Investigación e inteligencia de mercado y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, entretenimiento, salud y bienestar, turismo y corporativo. **another** forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Casa another en Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (FL), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Europa.

Para más información visita [another.co](https://another.co) y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).

## Contacto con los medios (Colombia)

### Angie Rangel

Senior PR Executive  
(+57) 310 775 9395