

3

Estudio sobre
FELICIDAD
UP - TNS GALLUP

TERCER INFORME

Julio 2012

ESTUDIO SOBRE LA FELICIDAD UP Y TNS GALLUP

¿Cuán satisfechas están las personas con los diferentes aspectos de su vida?

¿Cuántas personas han sentido estados de ánimo negativos como stress o depresión en el último año?

¿Cuántos han consultado a especialistas?

La Universidad de Palermo y TNS han trabajado conjuntamente en la inquietud de entender mejor las actitudes, valores, opiniones y comportamientos de los argentinos en torno a la felicidad. Así nació el “Estudio sobre Felicidad”. Se trata de encuestas realizadas en la población adulta argentina mediante entrevistas cara a cara en hogares de todo el país.

La idea del proyecto es realizar distintos estudios abordando diferentes aspectos de la temática. En las ediciones anteriores se indagaron aspectos de interés tales como: el bienestar subjetivo, donde se examinó qué es la felicidad para los argentinos, cuán felices se ven a sí mismas las personas y qué determina que alguien sea feliz o infeliz. En un segundo informe se analizó la importancia de la felicidad frente a otros objetivos vitales, la satisfacción con la vida y las actividades más importantes en la vida de las personas.

En este último informe, se estudian los aspectos que más influyen en la satisfacción de las personas con su vida, así como los estados de ánimo negativos tales como depresión o stress, y el tratamiento con especialistas.



Gabriel Foglia, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo y promotor de la investigación comentó:

“Desde la Universidad de Palermo buscamos conocer los valores profundos de la sociedad. Este proyecto ESTUDIO SOBRE LA FELICIDAD constituye un nuevo aporte que queremos compartir con la ciudadanía. Conocer las claves del bienestar subjetivo como una contracara del bienestar objetivo.”

SÍNTESIS

Del estudio realizado por la UP y TNS se desprenden las siguientes ideas:

Los aspectos de la vida que más satisfacen a las personas son los referidos a las relaciones interpersonales, como la familia, los amigos y la pareja. En un segundo orden, la gente manifiesta satisfacción con el entorno en donde transcurre su vida (su vivienda y el barrio donde viven). Finalmente, los aspectos de la vida que generan menos satisfacción son los relativos a la situación económica personal y al empleo.

Consecuentemente, tener más dinero y un mejor trabajo les provocaría a los encuestados una mayor felicidad.

A su vez, la satisfacción con diferentes aspectos de la vida guarda relación con algunos factores sociodemográficos objetivos. En este sentido, son los más jóvenes, los de mayor nivel educativo y socioeconómico quienes se manifiestan más satisfechos con las distintas dimensiones.

Si los estudios de la felicidad ponen de relieve los estados positivos, este estudio trató también de analizar en qué medida la población podía padecer estados de ánimo negativos. En este sentido, 3 de cada 10 personas manifiestan sufrir desgano o stress, respectivamente, 1 de cada 10 depresión y 5 de cada 100 sostienen que tuvieron ataques de pánico.

Un dato interesante del estudio muestra que son las mujeres quienes más padecen estos estados y quienes más consultan al psicólogo o al psiquiatra. El doble rol de la mujer como trabajadora y encargada de las tareas del hogar, parecieran producir tensiones más intensas que entre los hombres.

Se detecta una disminución del padecimiento de estas patologías en los últimos 5 años.

Grado de Satisfacción con distintos aspectos de la vida

Conocer cuán satisfechas están las personas con distintas dimensiones vitales resulta relevante al estudiar la felicidad. A los fines de este objetivo se le pidió a los entrevistados que manifestaran su nivel de satisfacción con distintos aspectos como el *trabajo*, la *situación económica*, la *familia*, las *amistades* o el *barrio donde viven*, etc.

Para contestar a este requerimiento se les pidió a los encuestados que utilizaran una escala de 1 a 10, donde 10 significaba que una persona estaba totalmente satisfecha con una dimensión y 1 significaba que estaba totalmente insatisfecha.

Los aspectos de la vida con los cuales los argentinos se encuentran más satisfechos (puntajes entre 10 y 7) son: *la familia* (90%), *los amigos* (89%) y *su relación de pareja* (83%).

Le siguen en orden de importancia, *la vivienda* (79%) y el *barrio donde viven* (78%). *Sus condiciones de trabajo* (65%) y *la situación económica personal* (63%) son los aspectos que generan menos satisfacción.

En el análisis por segmentos sociodemográficos vemos que existen algunas diferencias por género. En este sentido, los hombres están más satisfechos con su *relación de pareja* (86% vs. 80% en las mujeres), mientras que las mujeres manifiestan más que los hombres su satisfacción con su *situación económica* (65% vs. 61%).

Al analizar por edad, se advierte que la satisfacción con todos los aspectos relevados es mayor en los entrevistados menores a 35 años, y que los niveles de satisfacción tienden a disminuir a medida que aumenta la edad.

La satisfacción está relacionada también con la educación y el poder adquisitivo de los entrevistados: a mayor nivel educativo e ingresos, mayor es la satisfacción con los diferentes aspectos.

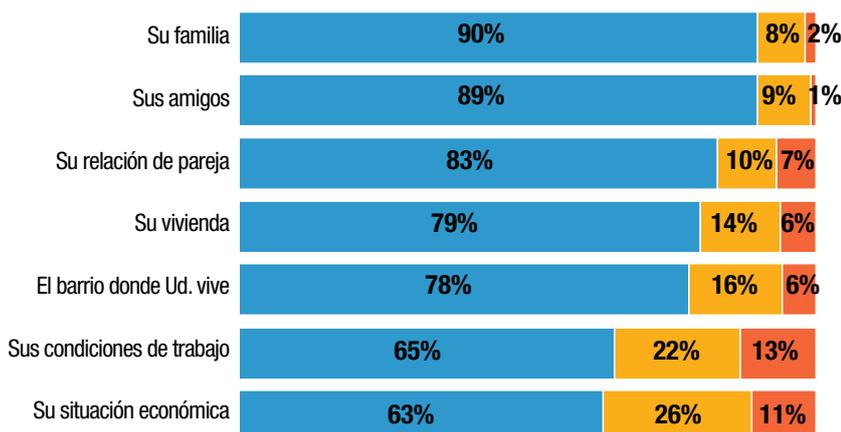
La zona de residencia, también presenta algunas diferencias. Se detectan mayores niveles de satisfacción en el Interior del país respecto a las otras regiones en relación a la *familia* y la *pareja*. En cambio, en la Capital Federal se destaca más la satisfacción con el *barrio* y las *condiciones de trabajo*. En el GBA, los niveles de satisfacción suelen ser menores respecto a las otras regiones en casi todos los aspectos medidos.

LA FAMILIA Y LOS AMIGOS, LOS ASPECTOS DE LA VIDA QUE DAN MÁS SATISFACCIÓN

¿En qué medida está Ud. satisfecho o no con cada uno de los siguientes aspectos?

Utilice por favor la escala de 1 a 10 para ayudarse a contestar.

■ 7 a 10 Satisfecho ■ 5 y 6 Intermedio ■ 1 a 4 Insatisfecho



Excluye Ns/Nc

Base: población nacional. Fuente TNS

Cosas que lo harían sentirse más feliz

Tal como surge en el anterior apartado, los aspectos de la vida que generan menor satisfacción son la *situación económica personal* y *las condiciones de trabajo*. Por esta razón, no resulta extraño que al consultarle a los entrevistados acerca de qué cosas les harían sentirse más felices, 2 de cada 10 (el 21%) se orienta por *ganar más dinero*, y la misma proporción menciona *tener un trabajo donde poder realizarse*.

Entre las cosas que lo harían sentirse más feliz aparecen luego, la *vida familiar* y *los hijos* (con el 14%), *tener mejor salud* (11%) y, con guarismos menores al 10%: *estar tranquilo*, *viajar*, *estudiar*, *divertirse*, *hacer algo por la sociedad*, *buscar refugio en la religión* y *tener una pareja*.

El análisis por segmentos sociodemográficos muestra los siguientes comportamientos:

Por género se observa que los hombres priorizan *ganar más dinero* por sobre las mujeres (23% vs. 19%). En cambio, las mujeres resaltan más la *vida familiar* y *los hijos* (16% vs. 12% en los hombres).

Al analizar las diferencias por edad, se observa que los más jóvenes destacan más *tener un trabajo donde poder realizarse* (28% vs. 13% en los mayores de 50 años) para ser más feliz, mientras que los mayores de 65 resaltan la *vida familiar* (18% vs. 11% en los más jóvenes) y *tener mejor salud* (31% vs. 4% en los más jóvenes); en este segmento *la salud* es la razón más mencionada para ser feliz.

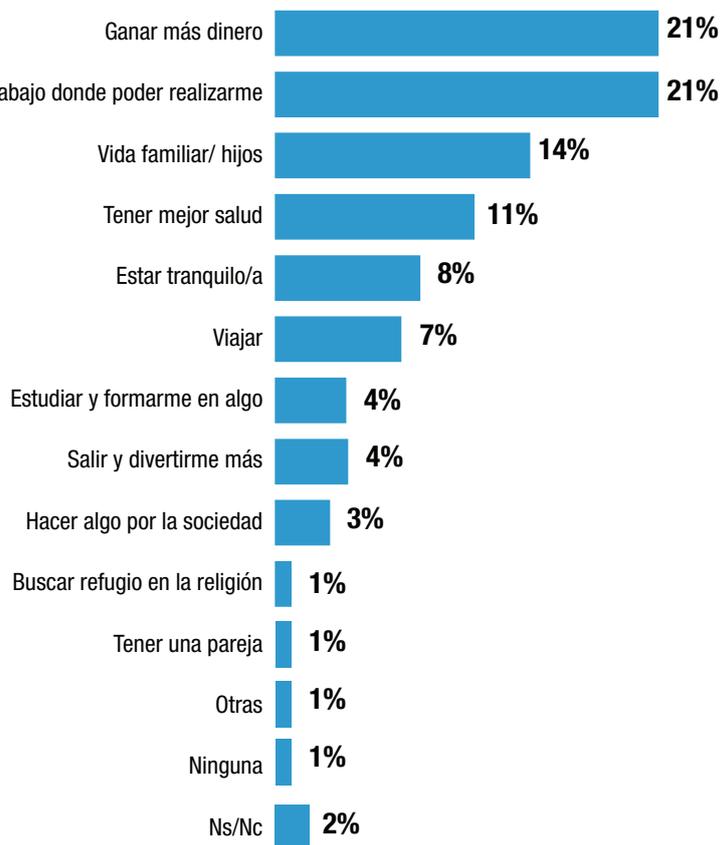
Los entrevistados con menor nivel educativo destacan un poco más que serían más felices si *ganaran más dinero* (20% entre primarios y 23% en secundarios vs. 16% en los universitarios) y *tener mejor salud* (14% en los primarios vs. 9% entre universitarios). Los universitarios, por su parte, destacan que serían más felices si *estuvieran tranquilos* (13% vs. 6% en primarios) y *viajar* (10% vs. 5% en primarios).

Tener un trabajo donde poder realizarse es mencionado en primer lugar tanto por los niveles más bajos como por los sectores de mayores ingresos (26% en ambos segmentos vs. 14% en la clase media). Los sectores más bajos mencionan más *tener mejor salud* (12% vs. 3% en la clase media alta), mientras que los niveles de mayor poder adquisitivo destacan en mayor medida que *estar más tranquilos* los haría sentirse felices (12% vs. 6% en la clase baja).

Finalmente, por zona de residencia se observa que la prioridad para los porteños es *ganar más dinero* (31% vs. 27% en el GBA y 17% en el Interior). En el GBA e Interior se destaca *tener un trabajo donde poder realizarse* (23% y 21% vs. 17% en Capital).

EL DINERO Y EL TRABAJO, NECESARIOS PARA SER FELIZ

¿Cuál de las siguientes cosas lo haría a Ud. sentirse más feliz? (1° LUGAR)



Base: población nacional. Fuente TNS

Estados de ánimo negativos

El estudio sobre la felicidad indagó también acerca de si la población había padecido algunos estados de ánimo negativos como *desgano*, *stress*, *depresión* o *ataques de pánico*.

Un 33% de los encuestados manifiesta que ha sufrido desgano o falta de energía en los últimos 12 meses, otro 28% declara que ha padecido stress, un 13% depresión y el 5% ataques de pánico.

Al analizar los resultados por los diferentes segmentos sociodemográficos vemos que son las mujeres quienes más sufren los trastornos estudiados. Así, un 39% las mujeres declara haber sufrido *desgano* (vs. 27% en los hombres), un 33% dice que ha padecido *stress* (vs. 22% de los hombres), 16% *depresión* (vs. 10% en los hombres) y un 7% *ataques de pánico* (vs. 2% de los hombres).

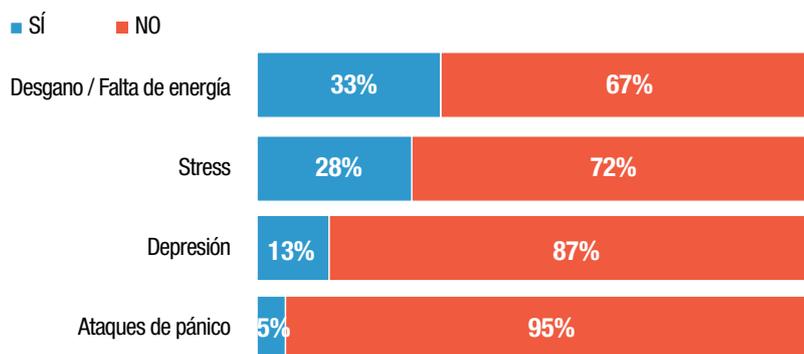
Al analizar los resultados por los diferentes tramos de edad, vemos que el *desgano* y el *stress* crecen en la edad laboral (25 a 64 años) y disminuyen a partir de los 65 años, mientras que la *depresión* y los *ataques de pánico* se mantienen en este segmento. La *depresión* aumenta a medida que aumenta la edad de los entrevistados, mientras que los *ataques de pánico* tienen las cifras más altas entre los de 35 y 64 años.

El *desgano* y el *stress* aumentan a mayor nivel educativo y socioeconómico, mientras que la *depresión* es más padecida a menor nivel socioeconómico y educación. Por último, los *ataques de pánico* son más frecuentes entre los sectores de clase alta y media alta.

También se observa una mayor tendencia a sufrir estados de ánimo negativos entre quienes viven en el Gran Buenos Aires, con excepción de los *ataques de pánico* que son más parejos en las distintas regiones.

3 DE CADA 10 ARGENTINOS HAN SUFRIDO DE FALTA DE ENERGÍA Y OTROS 3 DE ESTRÉS EN EL ÚLTIMO AÑO

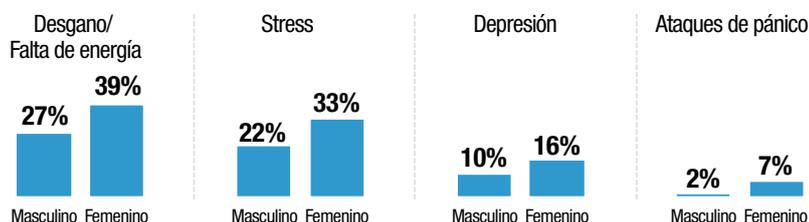
¿Estuvo Ud. alguna vez con.... en los últimos 12 meses?



Base: población nacional. Fuente TNS

LAS MUJERES, MÁS PROCLIVES A TENER ALGUNAS AFECCIONES NEGATIVAS

% Que sufrió en los últimos 12 meses – Diferencias entre género



Base: población nacional. Fuente TNS

PORCENTAJE QUE HA PADECIDO AFECCIONES NEGATIVAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES - POR SEGMENTOS

¿Estuvo Ud. alguna vez con.... en los últimos 12 meses?

	TOTAL	EDAD					EDUCACION			NSE			ZONA		
		18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +	Pri maria	Secun daria	Supe rior	Alto	Medio	Bajo	CF	GBA	Interior
DESGANO	33%	24%	34%	36%	38%	31%	32%	31%	40%	37%	33%	32%	33%	35%	32%
ESTRÉS	28%	17%	32%	32%	31%	20%	26%	26%	46%	39%	30%	25%	30%	31%	26%
DEPRESIÓN	13%	8%	13%	15%	16%	15%	16%	12%	9%	10%	13%	14%	11%	19%	12%
ATAQUES DE PANICO	5%	4%	3%	7%	7%	3%	5%	4%	4%	7%	5%	5%	5%	5%	5%

Base: población nacional. Fuente TNS

HA DISMINUIDO EL NÚMERO DE PERSONAS QUE DECLARAN HABER PADECIDO ALGÚN ESTADO DE ÁNIMO NEGATIVO

¿Estuvo Ud. alguna vez con... en los últimos 12 meses?

Al analizar la tendencia histórica, se observa una disminución en el padecimiento de los distintos estados.

	2007	2011	2012
FALTA DE ENERGÍA O DESGANO	41%	36%	33%
STRESS	32%	25%	28%
DEPRESIÓN	18%	15%	13%

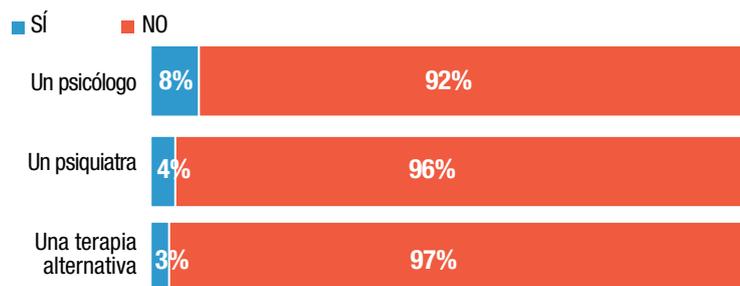
Base: población nacional. Fuente TNS

Consultas con especialistas y terapias alternativas

Al preguntar acerca de si habían consultado a especialistas y terapias alternativas en los últimos 12 meses, el 8% declara haber consultado a un psicólogo, el 4% a un psiquiatra y un 3% alguna terapia alternativa.

UNO DE CADA 10 ARGENTINOS HA CONSULTADO ALGÚN ESPECIALISTA EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES

¿Ha consultado Ud. en los últimos 12 meses: ?

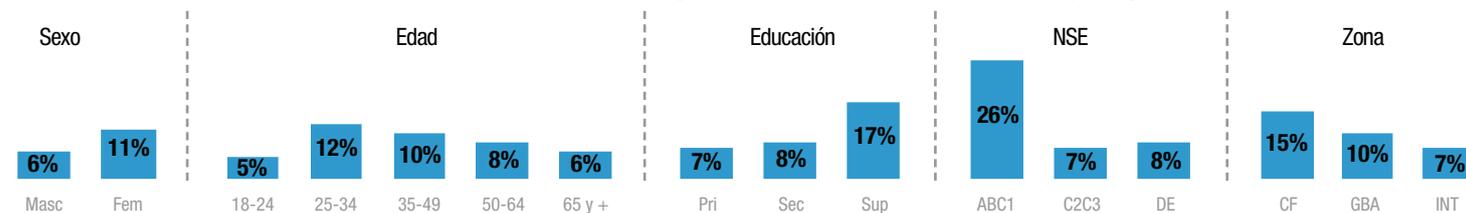


Base: población nacional. Fuente TNS

Las mujeres, los universitarios, la clase alta y los residentes de Capital Federal son los que más consultaron a un psicólogo en los últimos 12 meses.

CONSULTA A PSICÓLOGOS - POR SEGMENTOS

¿Ha consultado Ud. en los últimos 12 meses a un psicólogo?



Base: población nacional. Fuente TNS

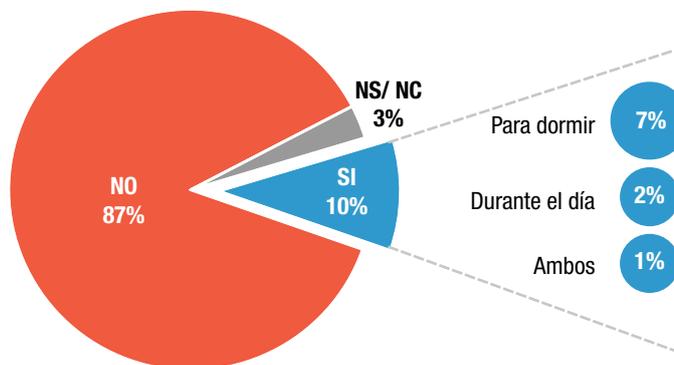
Consumo de calmantes y tranquilizantes

Uno de cada 10 entrevistados manifiesta haber consumido tranquilizantes o calmantes en los últimos 12 meses. El consumo se da en mayor medida para dormir (7% vs. un 2% que consume de día y un 1% que lo hace en ambas ocasiones).

Al analizar los resultados por segmentos, se observa que el consumo de tranquilizantes o calmantes aumenta entre las mujeres y a mayor edad.

CONSUMO DE TRANQUILIZANTES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

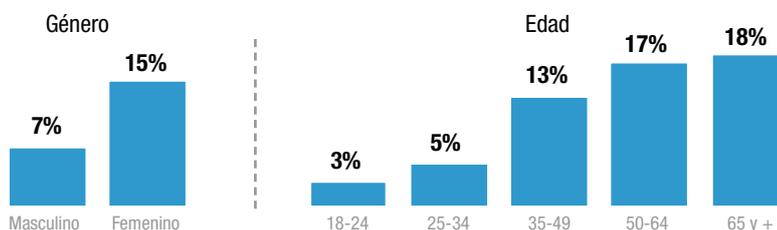
¿Ha tomado Ud. o no en los últimos 12 meses algún tranquilizante o calmante para dormir o durante el día?



CONSUMO DE TRANQUILIZANTES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES – POR SEGMENTOS

¿Ha tomado Ud. o no en los últimos 12 meses algún tranquilizante o calmante para dormir o durante el día?

% que Sí ha tomado algún tranquilizante o calmante



Base: población nacional. Fuente TNS

SÍNTESIS DE LOS ESTUDIOS ANTERIORES

Felicidad declarada

Las personas tienden a definirse como felices y solo un número reducido de encuestados expresa que es infeliz.

El nivel de felicidad de los argentinos se mantiene estable a lo largo de los años, lo que muestra que esta es una percepción duradera y que no fluctúa en la coyuntura.

Pero el estudio también indica que, al considerar un período largo de tiempo (3 décadas), el número de personas que dicen que no son felices se ha ido reduciendo. Este cambio reflejaría una tendencia más profunda de la sociedad y es el aumento de la percepción de bienestar subjetivo, que estaría relacionado con los procesos de democratización, el aumento de la tolerancia social y el desarrollo económico.

Las diferencias encontradas en edad, poder adquisitivo, relaciones, etc. son un indicativo de que la felicidad depende de múltiples dimensiones. También, esas diferencias explican por qué los estudios sobre felicidad han sido tan fructíferos en los últimos años, tratando de analizar los diferentes factores que intentan explicar el bienestar subjetivo.

La importancia de la familia

La familia es una idea importante en la sociedad argentina. A tal punto que es este concepto el que más relacionan con la felicidad. En cambio, el dinero no aparece entre las 10 primeras palabras con que las personas definen su idea de felicidad. El estudio muestra que el dinero es más importante cuando no se tiene que cuando se tiene.

Tener una buena familia, salud y trabajo son 3 muy buenas razones para ser feliz.

Las relaciones con los otros

Las relaciones son un aspecto crucial en la vida de las personas. La vida familiar, la sociabilidad y la vida en pareja son las dimensiones donde los individuos declaran tener los mayores niveles de actividad. Estos aspectos se relacionan también con la felicidad. Cuanto mayor es el nivel de actividad en ellos mayor es la satisfacción que sienten con su vida. De esta manera, la felicidad se enlaza con la idea de apertura hacia los demás.

Objetivos en la vida

Ser feliz es uno de los objetivos más importantes en la vida de las personas. Cuando se les presentó a los entrevistados un listado de palabras y se les pidió que dijeran cual era la más importante para su vida, la felicidad fue la más mencionada seguida por amor y paz, como otros estados deseables.

En síntesis...

Los tres informes del Estudio de Felicidad han demostrado que la felicidad es un fenómeno multicausal que se halla relacionado con distintos factores de la vida.

En primer lugar, influyen factores objetivos como las diferencias demográficas tales como el género, la edad, el poder adquisitivo, o la zona de residencia.

En segundo lugar, los estudios muestran la importancia de las relaciones interpersonales, en especial de la familia, como una de las claves de la felicidad.

Finalmente las tendencias a largo plazo, muestran que los cambios valorativos a través del tiempo influyen en la percepción de un mayor bienestar subjetivo. Hoy en día las personas se sienten más satisfechas con su vida que en el pasado.



PARA MAYOR INFORMACION

RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN **Gabriel Foglia**

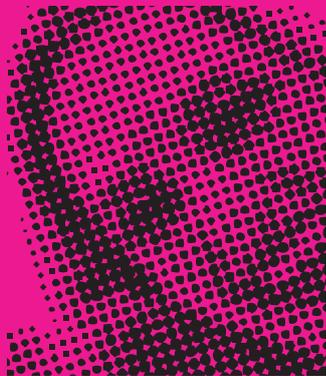
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Palermo
5199 4500 int. 2301
gfoglia@palermo.edu

CONTACTO DE PRENSA **UP** **Diego Marquis**

3 Consultores
dmarquis@tresconsultores.com.ar
4785 8581

DIRECTOR DEL ESTUDIO **Angeles Arano**

OPINIÓN PÚBLICA - TNS ARGENTINA
angeles.arano@tns-gallup.com.ar
4891 6400
15 6 572 6219



FICHA TECNICA DEL ESTUDIO

Los resultados de este estudio se basan en una encuesta nacional. **Universo:** Población argentina adulta (18 años o más). **Cobertura:** Nacional. (26 localidades). **Tamaño Muestral:** 1012 casos. **Margen Error:** \pm 4.2% para los totales, con un nivel de confianza del 95%. **Método Muestral:** Probabilístico, polietápico, estratificado con cuotas de sexo y edad en el hogar. **Técnica de recolección:** Entrevistas personales domiciliarias. **Fecha de Campo:** 15 y el 21 de junio de 2012.

ACERCA DE LA UP

La Universidad de Palermo es una institución argentina de educación de nivel superior, privado, sin fines de lucro, laica, multidisciplinaria e integrada a su región y al mundo. Su fin primordial es brindar una educación de calidad, ubicándose en la vanguardia en contenidos educativos, fomentando la pluralidad de ideas, y promoviendo la investigación en todas sus disciplinas.

Está conformada por las facultades de Arquitectura, Ciencias Económicas, Ciencias Sociales, Humanidades, Psicología, Derecho, Diseño y Comunicación, e Ingeniería. A ellas se suma la Graduate School of Business, unidad académica que brinda MBAs y Programas Ejecutivos para graduados en carreras de grado.

ACERCA DE TNS

TNS es el líder mundial en información con valor agregado e insights de mercado. Nuestro objetivo estratégico es ser reconocidos como líderes globales en información con valor agregado e insights de mercado que ayuden a nuestros clientes a tomar decisiones más efectivas.

Como líderes de la industria, brindamos ideas innovadoras y un excelente servicio a organizaciones globales y a clientes locales a lo largo del mundo. Trabajamos conjuntamente con nuestros clientes, cubriendo sus necesidades de información, análisis y proyecciones de alta calidad a través de nuestra red extendida a lo largo de 80 países.

Somos el proveedor número uno en información Ad-Hoc y análisis, combinando un profundo entendimiento de las diferentes industrias con expertise mundial en las áreas de desarrollo de nuevos productos, investigación de segmentación y posicionamiento, investigación de marcas y publicidad y stakeholder management. Somos un gran proveedor de paneles de consumidores, media intelligence e Internet y servicios de medición de audiencia de TV y radio.

Visite www.tns-global.com

ACERCA DE KANTAR

El Kantar Group es una de las redes de investigación, insights y consultoría más grandes del mundo. Al unir diversos talentos de más de 20 empresas especialistas – incluyendo la recientemente adquirida TNS – el grupo pretende convertirse en el proveedor preeminente de insights reveladores y accionables para la comunidad comercial global. Sus 26,500 empleados trabajan en más de 80 países y en todo el espectro de las disciplinas de la investigación y la consultoría, dando la oportunidad al grupo de ofrecer insights del negocio de los clientes en cada uno de las etapas del ciclo de consumo. Los servicios del grupo son utilizados por más de la mitad de las 500 empresas citadas en el Fortune Top. El Kantar Grupo es una subsidiaria de WPP Group plc.

Para más información, por favor visite www.kantar.com