

Estudio sobre
FELICIDAD
UP - TNS GALLUP

PRIMER INFORME (1/3)
Bienestar Subjetivo

Agosto 2011

ESTUDIO SOBRE LA FELICIDAD UP Y TNS GALLUP

Bienestar Subjetivo:
¿Cuán felices se ven a sí mismos los argentinos?
¿Qué es la felicidad? ¿Por qué son felices o infelices las personas?

La Universidad de Palermo y TNS Gallup 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 la Felicidad”. Se trata de una encuesta realizada en la población adulta argentina mediante 1012 entrevistas cara a cara en hogares de todo el país.



La idea de todo el proyecto es realizar tres estudios anuales abordando distintos aspectos de la felicidad. En esta primera edición, “El bienestar subjetivo”, el estudio aborda diferentes dimensiones: I) cómo se perciben las personas a sí mismas en términos de felicidad. Desde esta óptica interesa analizar si existen diferencias importantes en los distintos grupos de la sociedad: hombres vs. mujeres, jóvenes vs. mayores, estar sólo o en pareja, etc. II) Un segundo punto está enfocado en conocer cómo definen las personas a la felicidad con sus propias palabras. De esta manera, se trata de determinar los ejes con que las personas construyen el sentido de sus vidas. III) Por último, se analiza cuáles son las razones por las que las personas se definen felices o infelices.

En las ediciones posteriores se indagarán otros aspectos de interés: las dimensiones de la felicidad (salud, religión, relaciones recíprocas, capital social, confianza) en un segundo informe y los sustitutos de la felicidad en un tercer informe.

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.”

Constanza Cilley Gerente General de TNS Gallup

señaló: *“La felicidad es una noción que adquiere múltiples dimensiones, entre las cuales la familia, la salud y el trabajo resultan ser aspectos centrales en la vida de las personas.”*

Ricardo Manuel Hermelo Director de Opinión de TNS Gallup

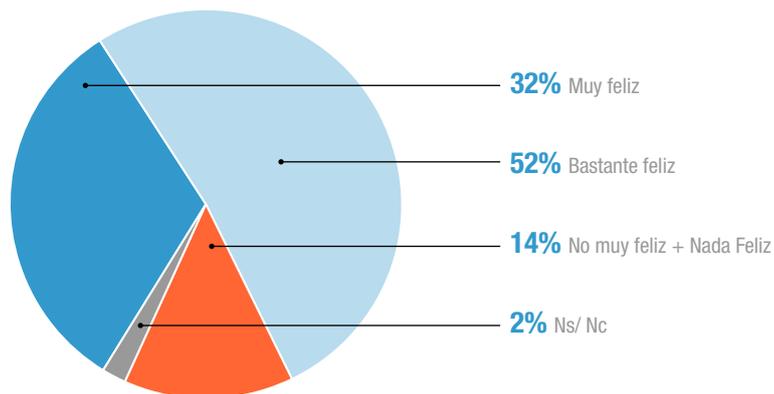
publica expresó: *“Esta investigación se enmarca dentro de la ola de estudios que se llevan a cabo a lo largo del mundo sobre una temática que ha adquirido cada vez más importancia. Conceptos como psicología positiva, economía de la felicidad o bienestar subjetivo ejemplifican esta tendencia.”*

La percepción de felicidad entre los argentinos

El estudio realizado por la Universidad de Palermo y TNS Gallup indagó sobre la percepción de felicidad de los argentinos. Al preguntarle a los entrevistados en qué medida se consideran o no felices, 8 de cada 10 personas declararon ser en alguna medida felices: muy feliz el 32% y bastante feliz el 52%. Contrariamente, un 13% de los entrevistados manifestó ser no muy feliz y otro 1% nada feliz.

LA MAYORÍA SE CONSIDERA FELIZ: 3 DE CADA 10 MUY FELIZ

En general teniendo todo en cuenta ¿diría Ud. que es...?



Base Muestra nacional. Fuente TNS

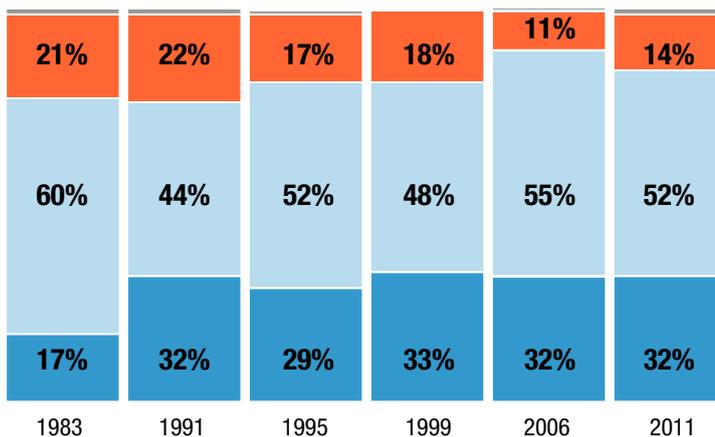
De esta manera, la investigación muestra que la gran mayoría de las personas tiende a percibirse como feliz y sólo una proporción más reducida se percibe poco o nada feliz.

Un aspecto interesante a analizar es cómo ha variado esta noción a lo largo del tiempo. En el siguiente gráfico se muestra la tendencia histórica de la pregunta.

EN LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS SE HA REDUCIDO EL NÚMERO DE PERSONAS INFELICES

En general teniendo todo en cuenta ¿diría Ud. que es?

■ Muy feliz ■ Bastante feliz ■ No muy feliz + Nada Feliz ■ Ns/ Nc



Base Muestra nacional. Fuente TNS

Nota: los datos de 1983 a 2006 fueron recolectados por TNS Gallup para el World Value Survey.

La investigación comparada a lo largo de un período que abarca casi tres décadas, desde 1983, muestra que el porcentaje de personas que se definen como no muy felices o nada felices ha ido disminuyendo a lo largo del tiempo: 21% y 22% en 1983 y 1991 respectivamente, 17% y 18% en 1995 y 1999, en 2006 se obtiene el guarismo más bajo (11%), mientras que la última encuesta de 2011 arroja un 14%.

Por otro lado, el porcentaje de los muy felices ha tendido a mantenerse estable en los últimos 20 años, en el orden del 30%, luego de registrar el guarismo más bajo en 1983 (17%).

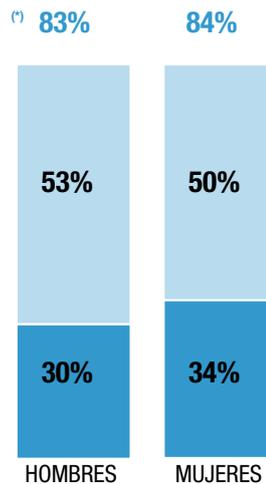
Los hombres vs. las mujeres

Al analizar los resultados por género, no se muestran diferencias en las respuestas agregadas (muy + bastante feliz). Sin embargo, se observa un mayor porcentaje de mujeres que declaran ser muy felices (34% contra 30% de los hombres).

LOS RESULTADOS POR GÉNERO NO MUESTRAN GRANDES DIFERENCIAS, PERO LAS MUJERES SON ALGO MÁS FELICES

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por género

■ Muy feliz ■ Bastante feliz



Base Muestra nacional. Fuente TNS

(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

¿Cómo incide la edad en la percepción de felicidad?

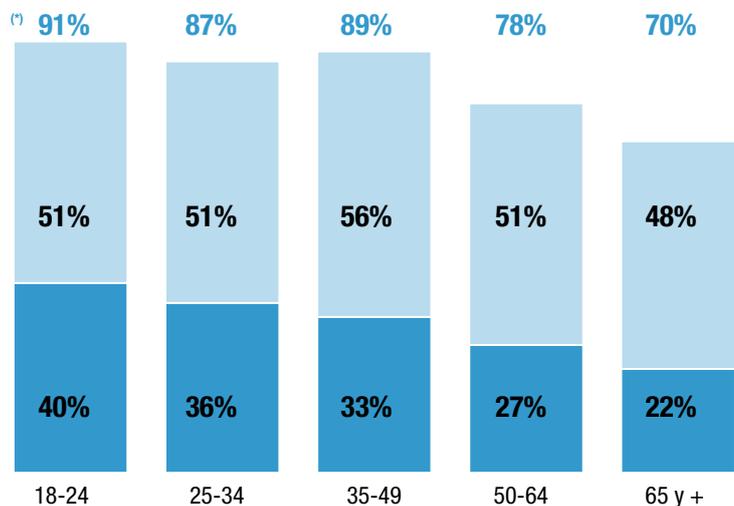
Un aspecto que resulta importante en el estudio de la felicidad es cómo varía esta noción a lo largo del ciclo de vida de las personas.

El estudio muestra que la edad es una variable importante en la percepción de la felicidad. Así, las personas que declaran ser muy felices disminuyen de manera notoria a medida que aumenta la edad de los entrevistados. El 40% de quienes tienen 18 a 24 años declara ser muy felices, mientras que baja al 36% en el grupo etario posterior (25 a 34 años), al 33% entre los de 35 a 49 años, al 27% entre los de 50 a 64 años y al 22% entre los mayores de 65 años. Los resultados muestran casi el doble de muy felices al comparar los tramos etarios extremos.

LOS MÁS JÓVENES, LOS MÁS FELICES

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por edad

■ Muy feliz ■ Bastante feliz



Base Muestra nacional. Fuente TNS

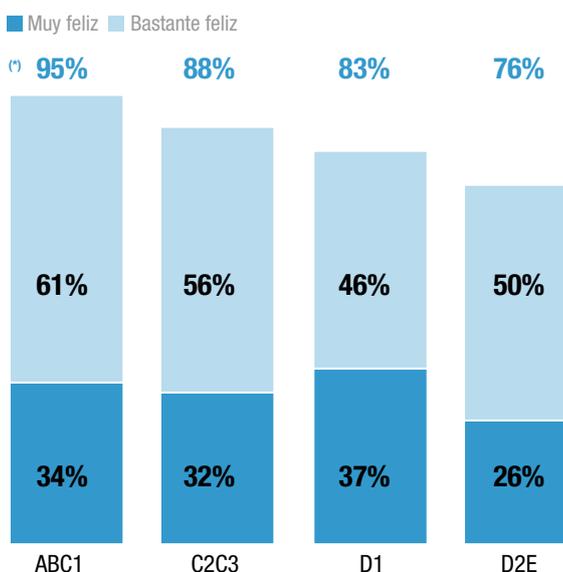
(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

Bienestar material y bienestar subjetivo

Un punto importante a analizar es la incidencia que tiene el poder adquisitivo de las personas en la percepción de la felicidad. El estudio de la UP y TNS muestra que quienes menos declaran ser muy felices son los entrevistados de clase baja (26%). Además, si se considera la suma de los muy y los bastante felices se advierte que los porcentajes de personas felices disminuyen a medida que baja el poder adquisitivo de las personas (95% en la clase alta contra 76% en la clase baja). El estudio muestra así una cierta relación entre bienestar material y el bienestar subjetivo.

EL DINERO NO LO ES TODO PERO AYUDA

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por nivel socioeconómico



Base Muestra nacional. Fuente TNS

(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

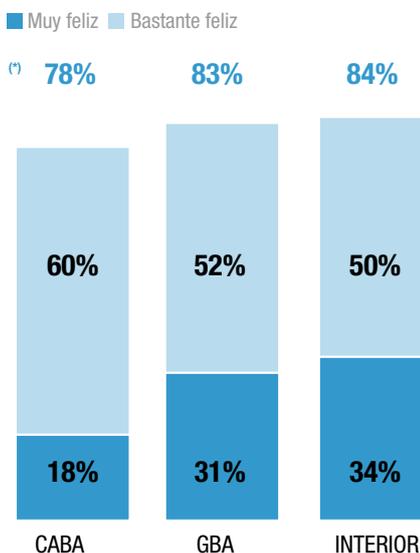
La felicidad y las ciudades

El estudio de la UP y TNS muestra que quienes menos declaran ser muy felices son los entrevistados de la Capital Federal (18%), mientras que el porcentaje de personas que se declara muy o bastante feliz es mayor en el interior del país y en el GBA (84% y 83% respectivamente, contra 78% en Capital Federal).

De esta manera, otro de los hallazgos del estudio de la UP y TNS es que vivir en una gran ciudad no es garantía de felicidad.

VIVIR EN UNA GRAN CIUDAD HACE MENOS FELIZ A LAS PERSONAS

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por zona



Base Muestra nacional. Fuente TNS

(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

Las relaciones

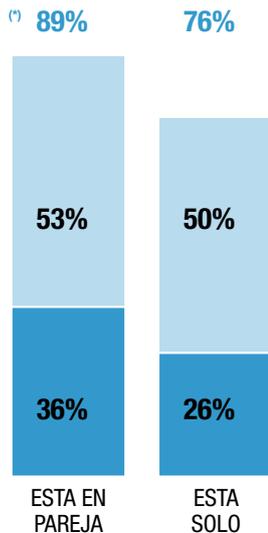
Oros aspecto importante que se consideró en el estudio es cómo varía la felicidad entre las personas que están solas respecto de las que están en pareja. En este sentido, el estudio muestra que aumenta el porcentaje de muy felices (36%) entre quienes están en pareja respecto a quienes están solos (26%).

Asimismo, crece la proporción de muy+bastante felices entre los que están en pareja con respecto a los que están solos (89% contra 76%).

ESTAR EN PAREJA CONTRIBUYE A LA FELICIDAD DE LAS PERSONAS

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por si están solo/as o en pareja

■ Muy feliz ■ Bastante feliz



Base Muestra nacional. Fuente TNS

(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

El trabajo

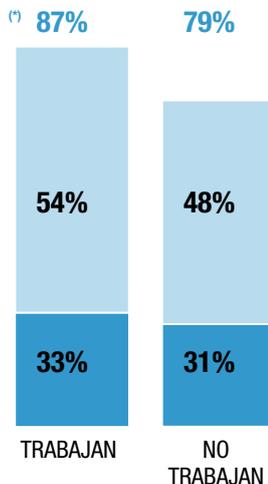
Al analizar la felicidad de los entrevistados según su condición de empleo, no se observan grandes diferencias entre los que se perciben muy felices. Sin embargo, al analizar las respuestas agregadas, aquellos que no trabajan declaran menos ser muy + bastante felices que aquellos que tienen trabajo (79% contra 87%).

De esta manera, el estudio muestra una relación entre la situación de empleo y la felicidad.

LAS PERSONAS QUE TRABAJAN TIENDEN A ESTAR UN POCO MÁS FELICES

% que declara sentirse muy feliz y bastante feliz por condición de empleo

■ Muy feliz ■ Bastante feliz



Base Muestra nacional. Fuente TNS

(*) Nota: % que declara sentirse muy + bastante feliz

No obstante, entre las distintas palabras mencionadas, se destacan 3 palabras que constituyen los principales ejes sobre los que los individuos definen la felicidad: familia (mencionada por el 17%), amor (13%) y salud (10%).

De las tres, la familia fue lo más mencionado en casi todos los segmentos socio-demográficos, con excepción de los más jóvenes, que nombran en primer lugar al amor (15% entre los de 18 a 25 años). Se destaca también el caso de la salud, más nombrada por los entrevistados de más edad (18% entre los mayores de 65 años). Otras palabras nombradas a la hora de definir felicidad son: hijos, alegría, bienestar, tranquilidad, paz, trabajo y vida.

LAS 10 PALABRAS MÁS NOMBRADAS PARA DEFINIR LA FELICIDAD

¿Si tuviera que definir con una sola palabra la felicidad que palabra sería?

PRINCIPALES MENCIONES (Respuestas Espontáneas)

Familia	17%
Amor	13%
Salud	10%
Hijos	6%
Bienestar	5%
Alegría	5%
Tranquilidad	4%
Paz	3%
Trabajo	2%
Vida	1%

Base Muestra nacional. Fuente TNS

Por qué son felices o infelices las personas

En el estudio se indagó de manera espontánea las razones que hacen felices o infelices las personas.

Al preguntarle a los encuestados sobre las razones por las que se consideran felices, 4 de cada 10 se refirieron a la familia y los seres queridos, 3 de cada diez hicieron mención a la buena salud y 2 de cada 10 mencionaron al trabajo y otra proporción similar a los hijos.

QUÉ HACE FELICES A LAS PERSONAS

¿Cuál es la principal razón por la que Ud. es feliz?

PRINCIPALES MENCIONES (Respuestas Espontáneas)

Por mi familia	39%
Buena salud	29%
Tengo trabajo	22%
Por mis hijos	18%
Tengo todo lo que quiero	10%
Me siento bien conmigo mismo/a	5%
Tengo un buen matrimonio	4%
Mis nietos	4%
Estoy bien económicamente	3%
Estoy en pareja	3%

Base: entrevistados que delataron sentirse muy o bastante feliz, Fuente TNS.

En cambio, entre las razones más mencionadas por las que los encuestados declaran ser infelices, se destacan los problemas económicos (3 de cada 10), los problemas de salud (casi 2 de cada 10), los problemas laborales y familiares y la pérdida de un ser querido (1 de cada 10).

Menores menciones se registraron en estar sólo o sin pareja (6%), la situación y problemas del país (5%), problemas sin especificar (5%) y no hacer o tener todo lo que se quiere (4%).

En resumen, la familia y los afectos, la buena salud y el trabajo son las principales razones que hacen felices a las personas, mientras que los problemas económicos y laborales y la falta de salud son mayores causas de infelicidad.

POR QUÉ DECLARAN SER INFELICES

¿Cuál es la principal razón por la que Ud. es infeliz?

PRINCIPALES MENCIONES (Respuestas Espontáneas)

Problemas económicos	29%
Problemas de salud	15%
Problemas laborales o falta de trabajo	14%
Problemas familiares	12%
Perdida de un ser querido	10%
Estoy solo/a	6%
Situación del país / problemas en el país	5%
Tengo problemas	5%
No tengo todo lo que quiero	4%

Base: entrevistados que delataron sentirse poco o nada feliz. Fuente TNS.

SÍNTESIS

DEL ESTUDIO REALIZADO POR LA UP Y TNS SE DESPRENDEN LAS SIGUIENTES IDEAS:

Las personas tienden a definirse como felices y solo un número reducido de encuestados expresa que es infeliz. Esto revela una dimensión muy importante en las actitudes humanas, y es que las personas se posicionan frente a la vida a mediante una actitud positiva.

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 muestra que, al considerar un período largo de tiempo (3 décadas), el número de personas que dicen que no son felices se ha ido reduciendo. Esto contradice a las ideas pesimistas de la sociedad y refleja que los tiempos pasados no siempre fueron mejores.

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 familia es una idea importante en la sociedad argentina. A tal punto que es este el concepto 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 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.

SOCIOLOGÍA, ECONOMÍA, PSICOLOGÍA, CIENCIAS COGNITIVAS, ETC.:

Algunos sitios en internet y reflexiones sobre la felicidad:

Base de datos mundial sobre la felicidad

Base de datos mundial, que recopila información al respecto, con sede en Erasmus University Rotterdam (Holanda). Dirigida por Ruut Veenhoven,
<http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>

Paradoja de Easterlin

Richard A. Easterlin es uno de los iniciadores de lo que se ha dado en denominar economy of happiness, gracias a su trabajo pionero “¿Mejora el crecimiento económico la condición humana? Algunas evidencias empíricas”, publicado en 1974. En ese trabajo se mostraba como las personas con mayores ingresos tenían una mayor tendencia a afirmar que eran más felices. Pero cuando se analizan los resultados de varios países, el nivel medio de felicidad que los sujetos dicen poseer no varía apenas, al menos en los países en los que las necesidades básicas están cubiertas en la mayor parte de la población. Este trabajo dio origen a la polémica de si las condiciones materiales inciden o no en la percepción de la felicidad

<http://graphics8.nytimes.com/images/2008/04/16/business/Easterlin1974.pdf>

Aun si las cosas salen mal es posible ser feliz

Daniel Gilbert, profesor de psicología de la universidad de Harvard, desafía a la idea de que somos miserables si no tenemos lo que queremos. Nuestro “sistema inmunológico psicológico” nos hace sentir verdaderamente felices incluso si las cosas no salen como lo planeamos.

http://www.ted.com/talks/lang/spa/dan_gilbert_asks_why_are_we_happy.html

10 Consejos para vivir mejor

- I. Plantéate hipótesis alternativas
- II. Reformula la pregunta
- III. La correlación no implica causalidad
- IV. Anticípate a tu propia impulsividad
- V. Haz planes para prevenir cualquier eventualidad
- VI. No tomes decisiones importantes cuando estés cansado
- VII. Toma distancia de las cosas
- VIII. Intenta ser racional
- IX. Prioriza

X. La felicidad se encuentra en la sala de espera de la felicidad

En el siguiente sitio se puede consultar la entrevista de Eduard Punset con Gary Marcus, psicólogo de la Universidad de Nueva York y autor del libro Kluge donde abordan cómo debemos arreglarnos para ser felices.

<http://www.smartplanet.es/redesblog/?p=460>

La felicidad frente a la experiencia y la memoria

Daniel Kahneman premio nobel de Economía revela cómo nuestro “yo que tiene experiencias” y nuestro “yo que recuerda” perciben la felicidad de manera diferente. Esta revelación tiene profundas implicaciones para la economía, las políticas públicas - y nuestra propia conciencia de nosotros mismos.

http://www.ted.com/talks/lang/spa/daniel_kahneman_the_riddle_of_experience_vs_memory.html

Psicología Positiva

Cuando Seligman fue presidente de la Asociación Psicológica Americana, en 1998, llamó la atención sobre un sesgo en la disciplina: entre 1980 y 1985 la literatura científica incluía 2.125 trabajos sobre felicidad, comparados con 10.553 sobre la depresión. Seligman reivindicó la importancia de estudiar no sólo los traumas, los trastornos y las patologías de la mente (“psicología “negativa”), sino también lo que hace feliz a las personas. Seligman fue uno de los fundadores del movimiento de la “psicología positiva”, que estudia las emociones placenteras, el desarrollo de las virtudes y la búsqueda de la felicidad.

<http://www.authentichappiness.sas.upenn.edu/Default.aspx>

Un mapa de la felicidad

El World Value Survey es el proyecto más grande a nivel global que investiga los cambios socioculturales en el mundo desde 1981. En su página web se pueden consultar online distintas encuestas y ondas sobre distintos temas que hacen a los valores de las sociedades. En su sitio se publican los mapas de felicidad donde figuran distintas naciones del mundo. En la región América Latina, la Argentina se ubica en una posición intermedia entre los países latinoamericanos. Los que declaran ser más felices son los brasileros y los que menos felices los habitantes 3 países andinos; Ecuador, Peru y Bolivia

<http://www.worldvaluessurvey.org/>



- Less happy (less than 140)
- Fairly happy (140-170)
- More happy (more than 170)

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

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.



FICHA TECNICA DEL ESTUDIO

Cobertura: Nacional.

Universo: Población argentina adulta (18 años o más).

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: 16 y el 23 de junio de 2011

CONTACTO DE PRENSA

UP

Diana Bronzi

3 Consultores
dbronzi@tresconsultores.com.ar
4785 8581

CENTROS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS CON ESTE INFORME

El Center for Business Research and Studies (CBRS) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo se plantea como un espacio para estimular la discusión académica de tópicos vinculados al campo de la Administración de Empresas y los negocios. Tiene como misión generar investigación académica aplicada al mundo actual de los negocios, a través del intercambio de ideas, opiniones e investigaciones entre académicos, empresarios, y alumnos. Más información en <http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/index.html>

La Facultad de Ciencias Sociales de la UP cuenta con un Centro de Investigación en Psicología. La dirección está a cargo del Dr. Alejandro Castro Solano, quien forma parte del Comité Directivo de la Asociación Internacional de Psicología Positiva. El Dr. Martin Seligman, padre de la psicología positiva, ha participado de varios seminarios en la Facultad. Más información sobre los proyectos de investigación relacionados en <http://www.palermo.edu/cienciassociales/psicologia/investigacion/index.html>

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