



MEDICIÓN DE CALIDAD DE VIDA

EN PUEBLOS Y CIUDADES DE ARGENTINA



HALLAZGOS

2023

FICHA TÉCNICA

Universo: Mayores de 16 años residentes en la República Argentina

Instrumento: Cuestionario estructurado

Técnica de recolección: CAWI

Reclutamiento: *On-Line* mediante puntos muestra geolocalizados

Muestra: Ajustada según parámetros poblacionales de sexo, edad, nivel educativo, tamaño de localidad y regiones.

Período: 30 de junio a 8 de julio de 2023

Casos efectivos: 1486

Margen de error: 2,60%

Nivel de confianza: 95,5%

Asesores metodológicos

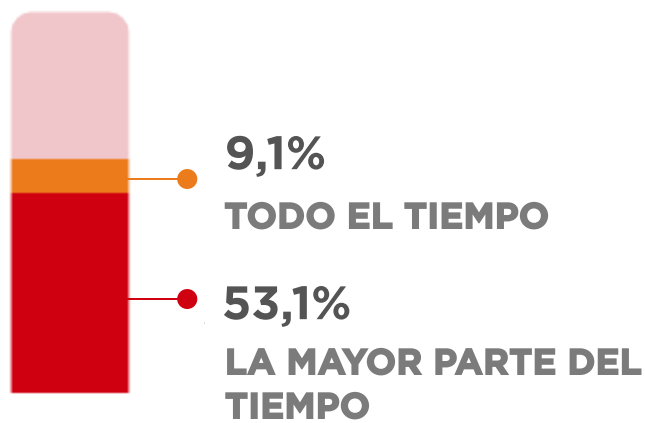
Fundación COLSECOR: Mario Riorda y Griselda Ibaña

Campo: Proyección Consultores / Dicen Consultora



2 DE CADA 3 PERSONAS EN ARGENTINA VIVE FELIZ

LA TENDENCIA ES ESTABLE, PERO HAY MAYOR INFELICIDAD EN LAS MUJERES.



62,2%

DE LA PERSONAS ENCUESTADAS DIJERON SENTIRSE FELIZ EN EL ÚLTIMO MES.

LA TENDENCIA ES ESTABLE, EN LOS ÚLTIMOS 4 AÑOS.



VARONES



LOS Y LAS ADULTOS DE 60 AÑOS O MÁS



LAS PERSONAS CON MAYOR NIVEL DE ESTUDIO

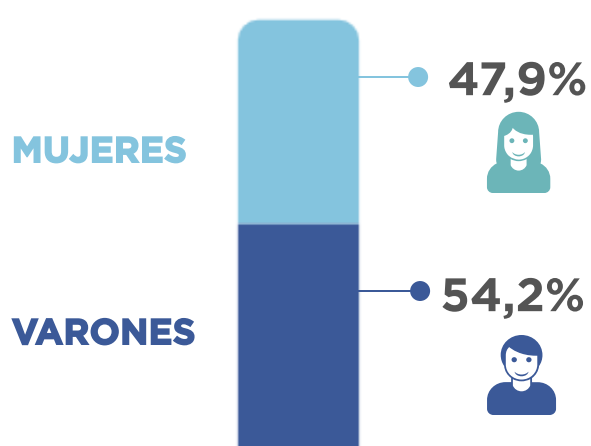


QUIENES VIVEN EN PUEBLOS CHICOS

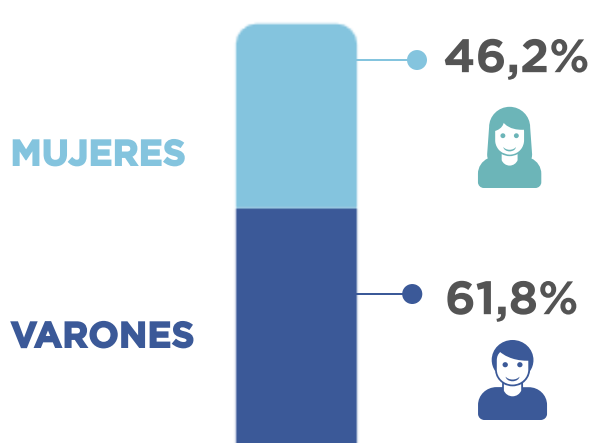
MANIFIESTAN SENTIRSE FELICES MÁS FRECUENTEMENTE QUE LAS MUJERES, LOS Y LAS JÓVENES ENTRE 16 Y 24 AÑOS, QUIENES NO COMPLETARON LOS ESTUDIOS SECUNDARIOS Y QUIENES VIVEN EN CIUDADES GRANDES.

QUIZÁS **LA MAYOR FELICIDAD** DE VARONES, DE LAS PERSONAS DE MAYOR EDAD Y DE QUIENES HABITAN CIUDADES MÁS CHICAS TENGA QUE VER CON EL **DESCANSO Y LA ENERGÍA Y VITALIDAD**.

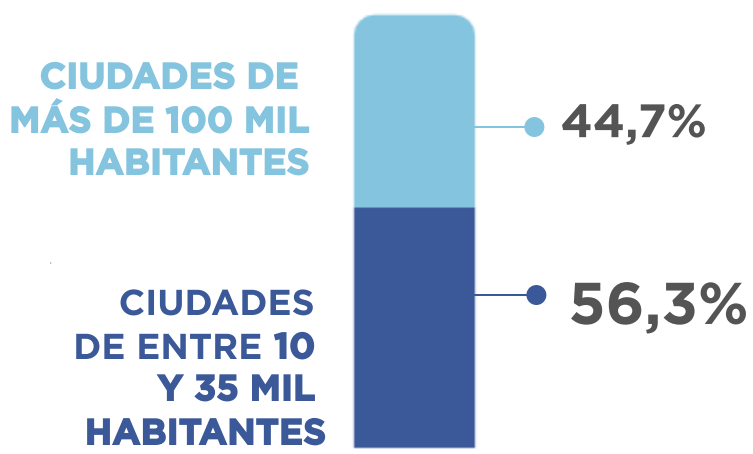
NIVEL DE DESCANSO



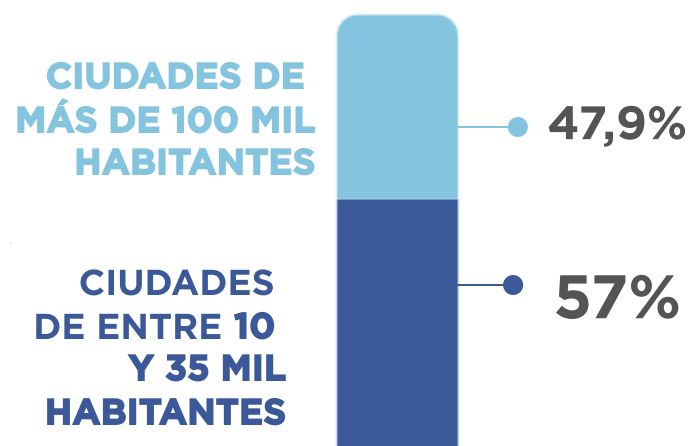
ENERGÍA Y VITALIDAD



NIVEL DE DESCANSO

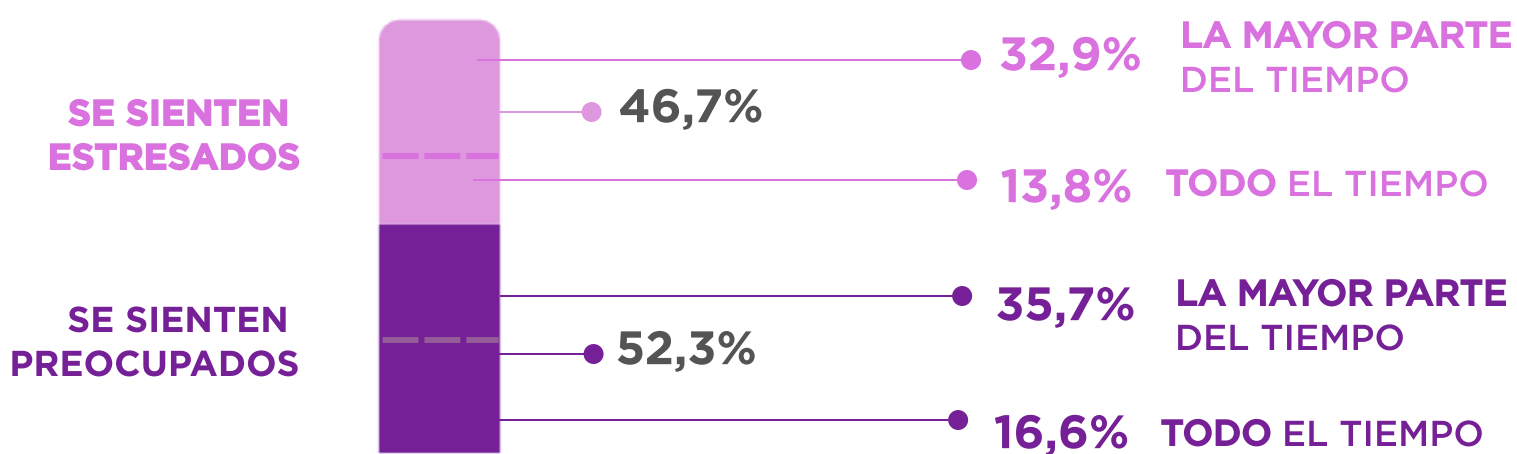


NIVEL DE ENERGÍA Y VITALIDAD

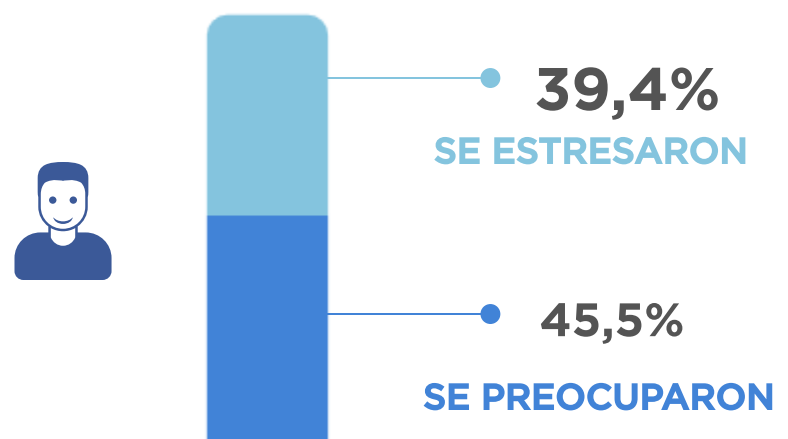
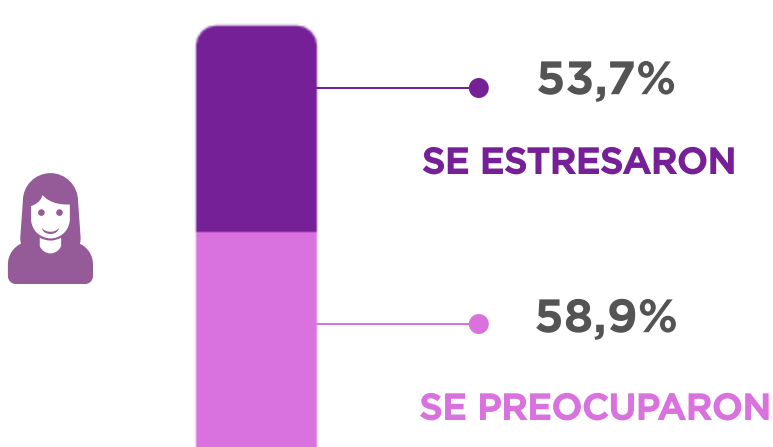


EL MAYOR NIVEL DE ESTRÉS SE DA EN LAS PERSONAS JÓVENES Y EN QUIENES VIVEN EN GRANDES CIUDADES

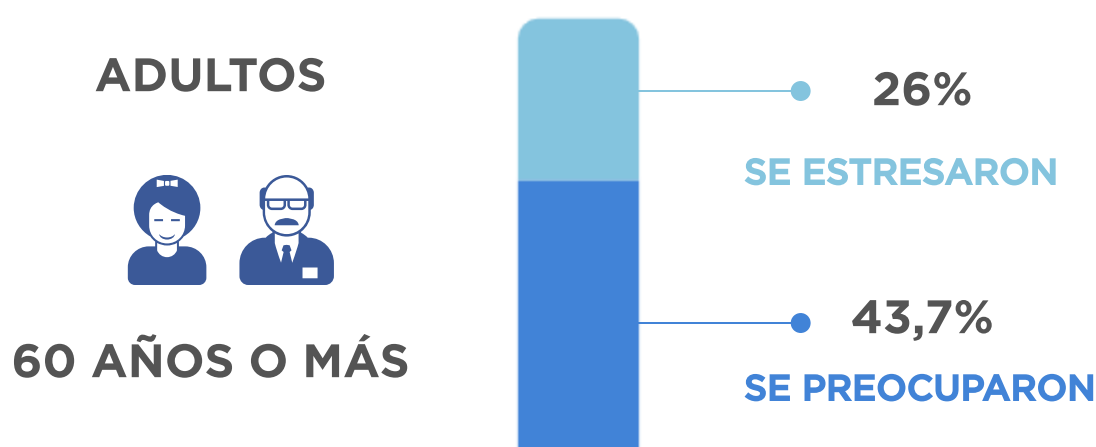
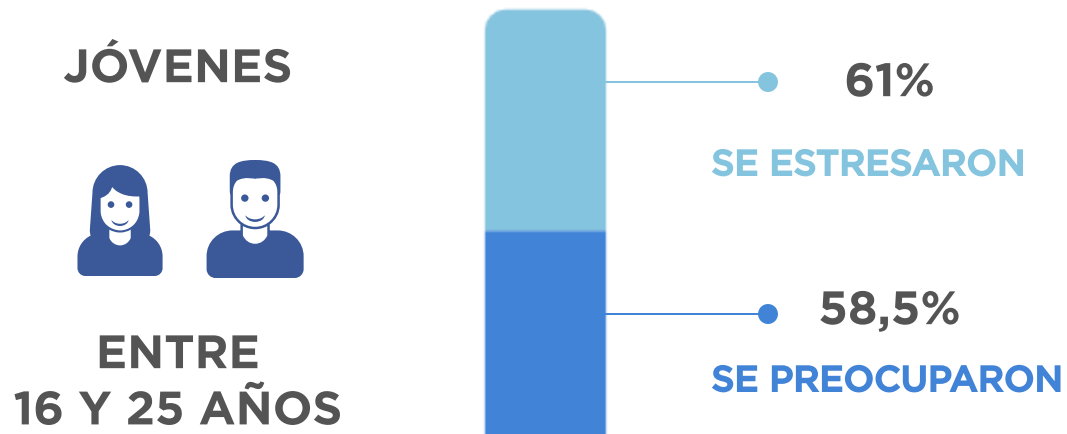
LA GENTE VIVE LEVEMENTE MÁS PREOCUPADA QUE ESTRESADA.



LAS MUJERES SE PREOCUPARON Y ESTRESARON MÁS QUE LOS VARONES.



LOS JÓVENES Y LAS JÓVENES DE ENTRE **16 Y 25 AÑOS SE PREOCUPARON Y SE ESTRESARON MÁS** QUE LAS PERSONAS DE 60 AÑOS O MÁS.

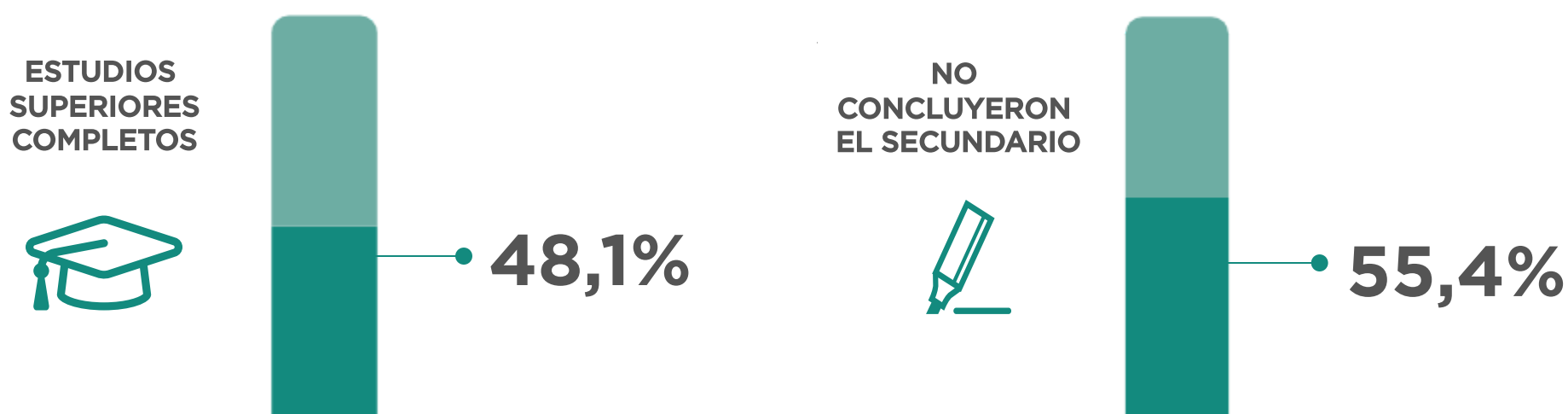


QUIENES HABITAN EN CIUDADES DE **MÁS DE 100 MIL HABITANTES** DIJERON ESTAR **MÁS PREOCUPADOS Y ESTRESADOS** QUE QUIENES VIVEN EN CIUDADES MÁS CHICAS.

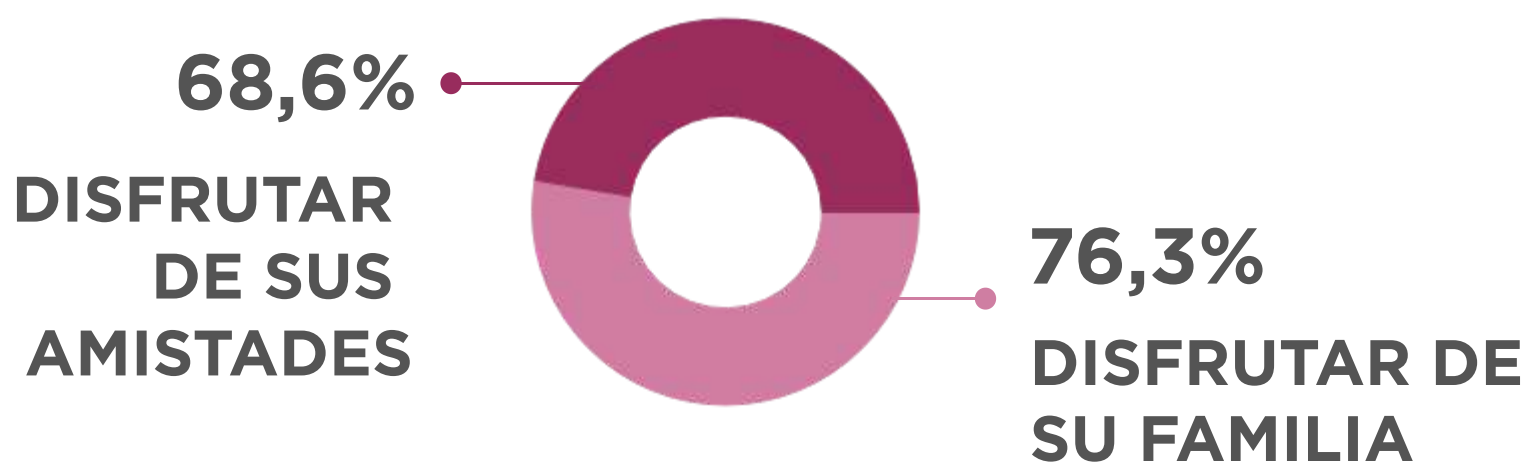


LA PREOCUPACIÓN DISMINUYE A MEDIDA QUE AUMENTA EL NIVEL DE ESTUDIOS.

NIVEL DE PREOCUPACIÓN



LAS LOCALIDADES MÁS CHICAS OFRECEN MÁS FACILIDADES PARA DISFRUTAR DE LA FAMILIA Y DE LOS AMIGOS



Las localidades de entre 10 y 35 mil habitantes parecen ser las que ofrecen más facilidades para disfrutar de la familia y de los amigos ya que el 80,8% y el 74,1% manifestó satisfacción al respecto.



INSATISFACCIÓN CONSTANTE CON LA OFERTA LABORAL Y CON LOS INGRESOS LABORALES



Las personas encuestadas están insatisfechas con la oferta laboral de la localidad en la que viven y con los ingresos laborales que pueden obtener ahí.

OFERTA LABORAL EN LA LOCALIDAD DONDE VIVEN



57,3%



ALGO INSATISFECHO Y MUY INSATISFECHO



ALGO INSATISFECHO Y MUY INSATISFECHO

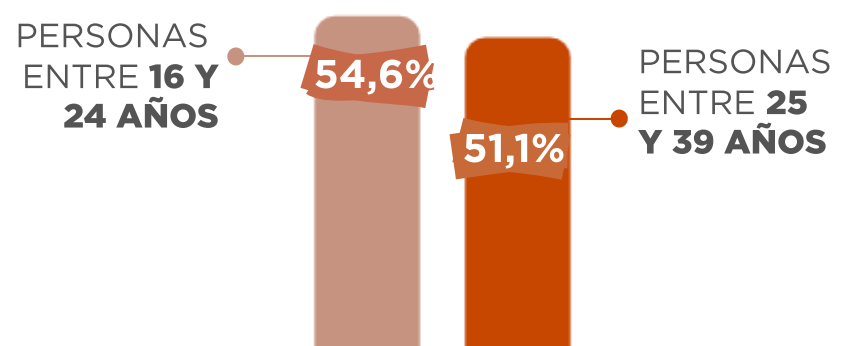
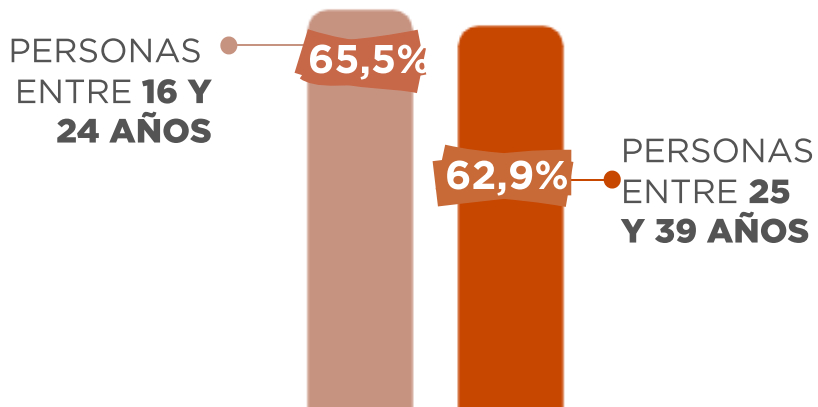
57,3%



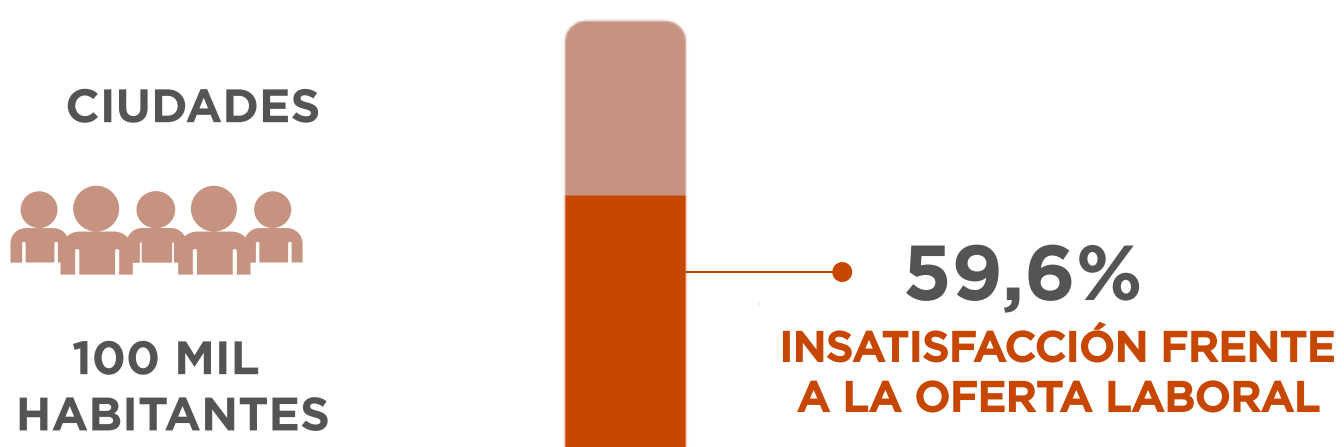
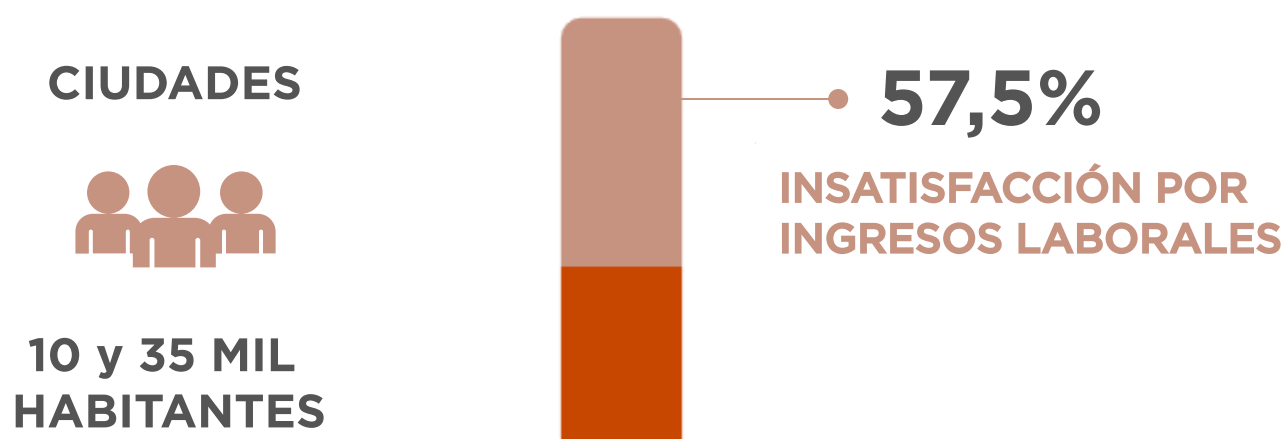
INGRESOS LABORALES QUE PUEDEN OBTENER

INSATISFACCIÓN CON LA OFERTA LABORAL

INSATISFACCIÓN CON LOS INGRESOS LABORALES



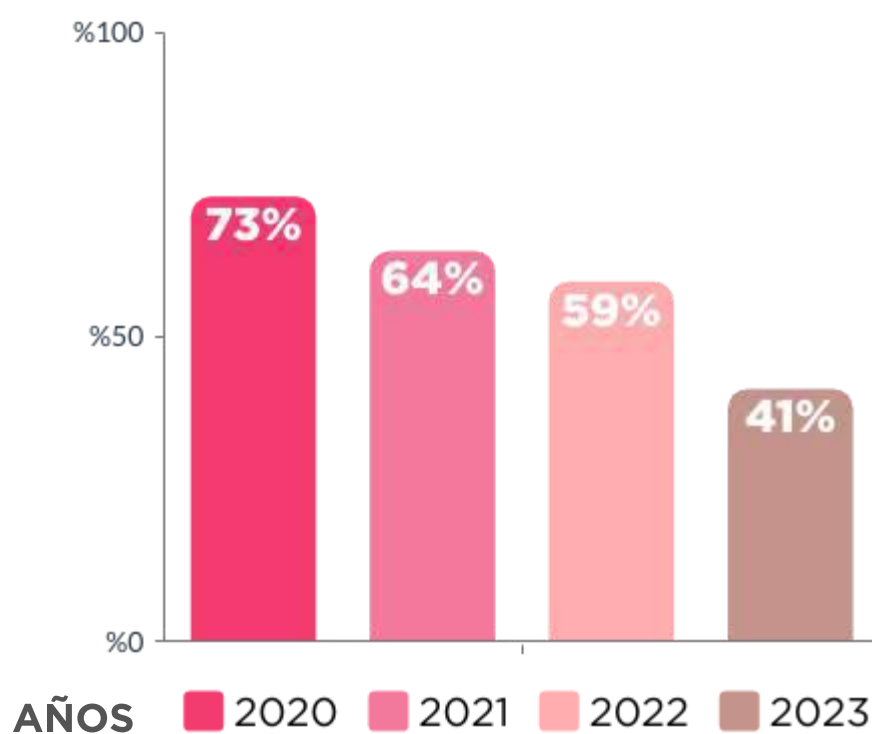
EL TAMAÑO DE LA LOCALIDAD NO PARECE INCIDIR SIGNIFICATIVAMENTE EN LA **INSATISFACCIÓN** FRENTE A LA **OFERTA LABORAL** QUE ES LEVEMENTE SUPERIOR A LA MEDIA EN LAS CIUDADES MÁS GRANDES DE MÁS DE 100 MIL HABITANTES.



LA SATISFACCIÓN CON LA OFERTA DE EDUCACIÓN Y DE SALUD CONTINÚAN BAJANDO DE MODO CONSTANTE DESDE HACE 4 AÑOS



Baja la satisfacción respecto a la calidad de la educación en los niveles obligatorios de la localidad en la que se vive respecto a años anteriores.



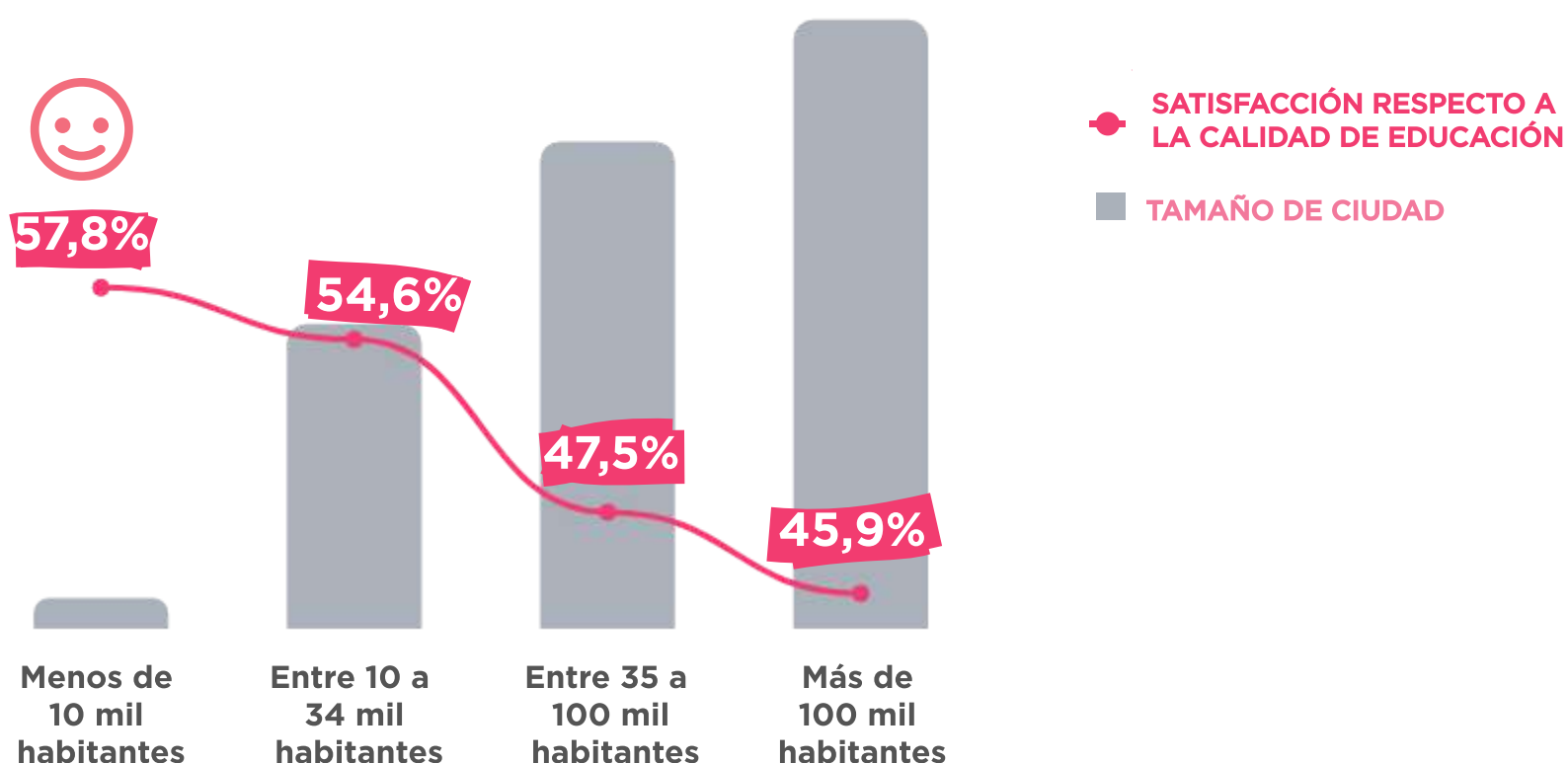
RESPUESTAS AFIRMATIVAS



(muy satisfecho o algo satisfecho)



La **satisfacción** respecto a la **calidad de la educación** **baja** conforme aumenta el **tamaño de las ciudades**



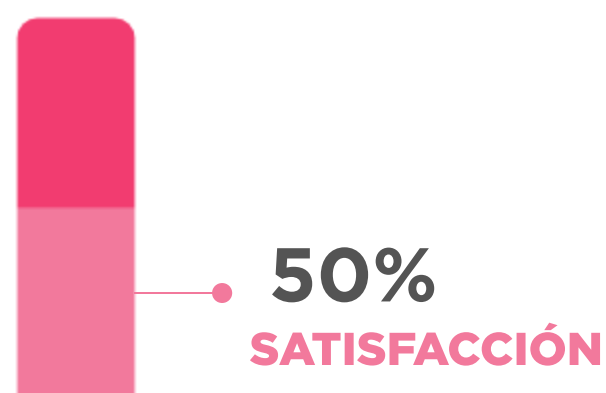
TAMBIÉN **BAJA** EN ESTOS AÑOS LA **SATISFACCIÓN** CON LA **DIVERSIDAD DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS** DE SU LOCALIDAD.



SATISFACCIÓN CON LA DIVERSIDAD DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

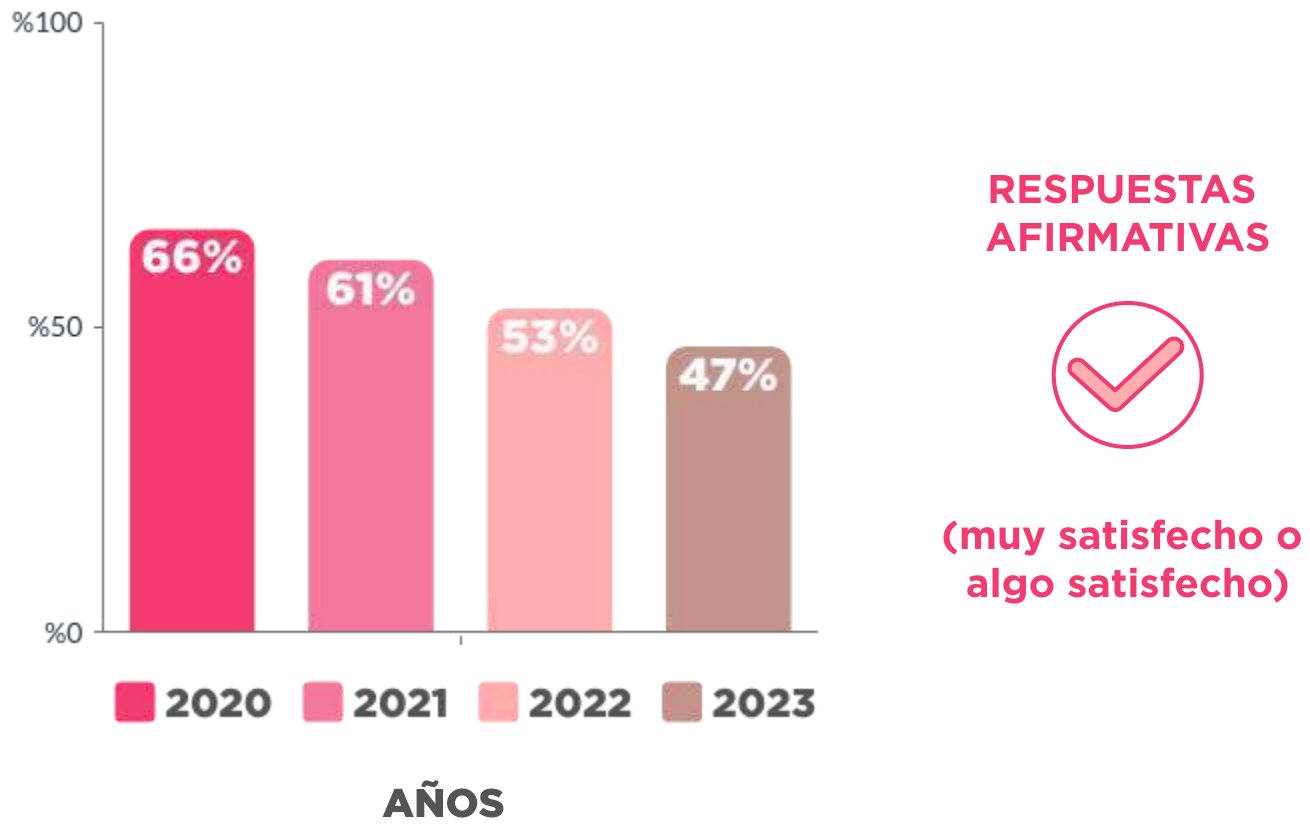


Las **personas que habitan** en ciudades de entre **35 y 100 mil habitantes** son las **menos satisfechas**, ya que manifiestan una **aprobación por debajo de la media**

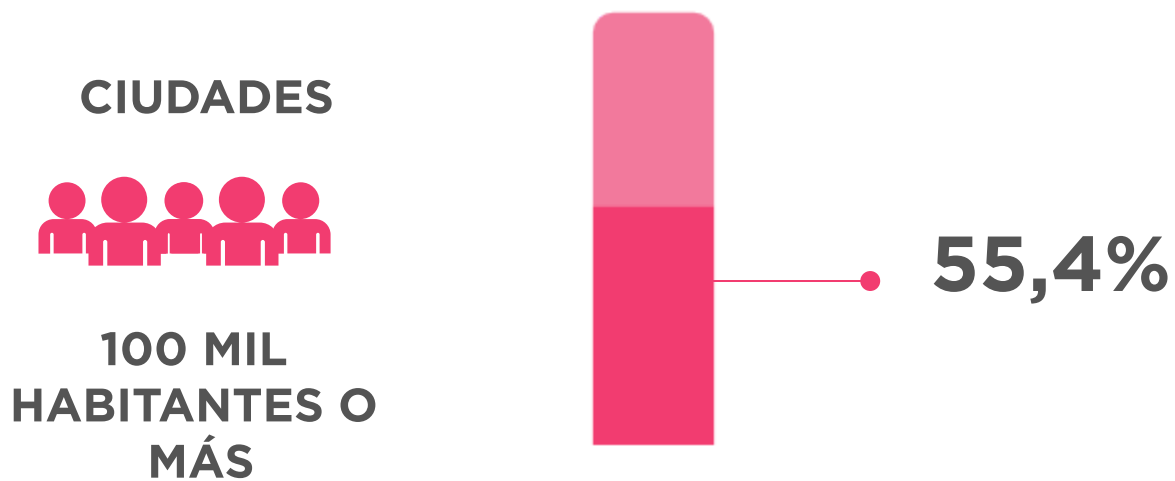
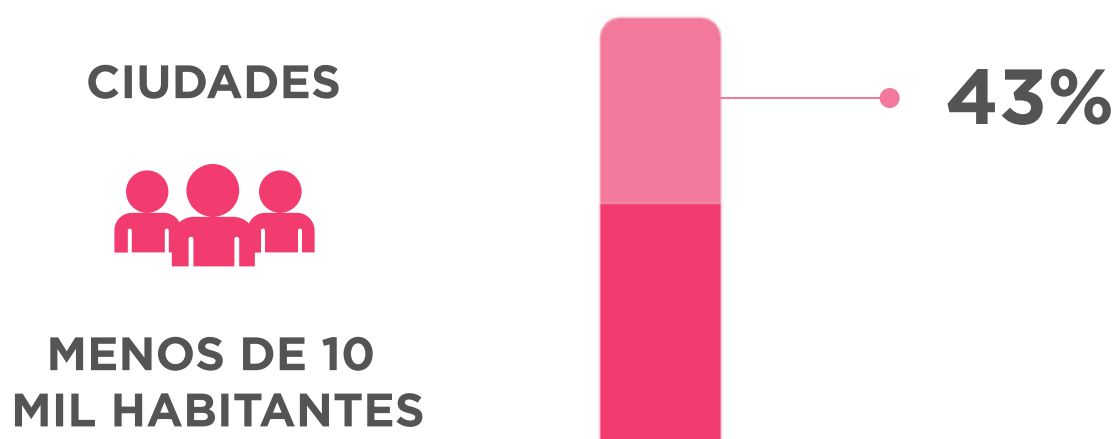




Merma de manera consistente, en los últimos cuatro años, la **satisfacción con las carreras de educación superior que se ofrecen** en la localidad en la que viven

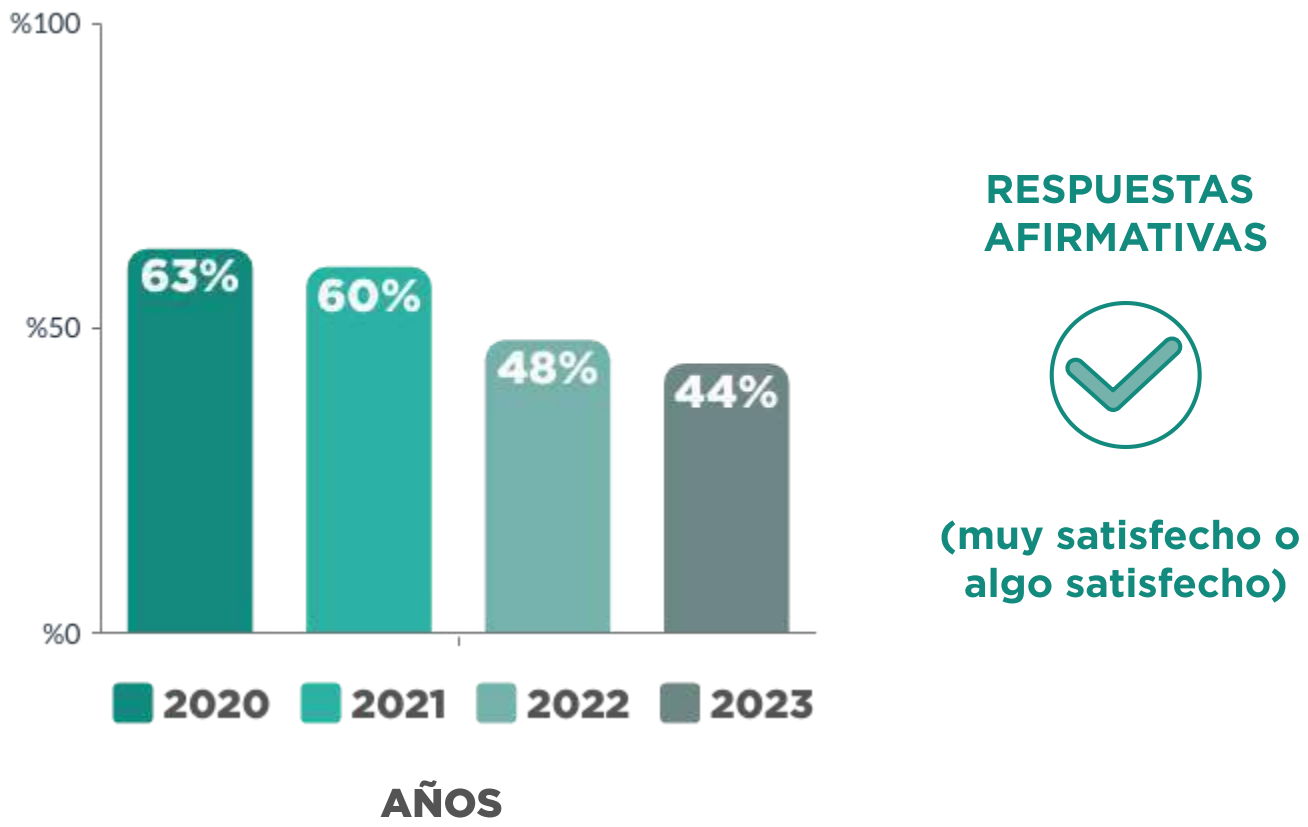


COMO ES DE ESPERAR, LA **SATISFACCIÓN** CON LAS CARRERAS DE NIVEL SUPERIOR **ES MAYOR** EN LAS LOCALIDADES **MÁS GRANDES** QUE EN LAS **LOCALIDADES MÁS CHICAS.**



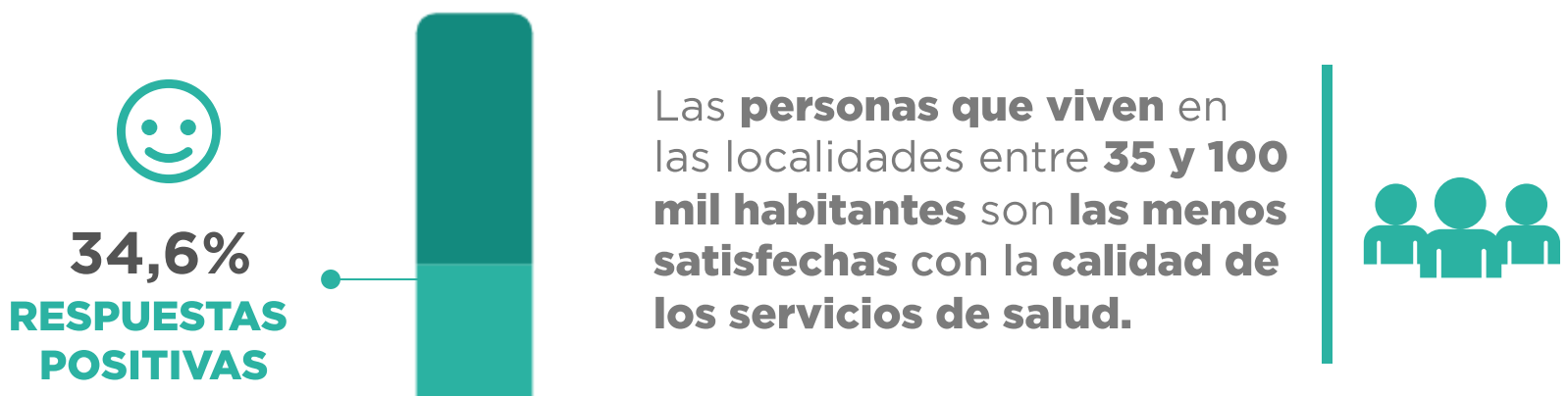


En la misma línea, también es consistente la baja en los últimos cuatro años en la **satisfacción con la calidad de los servicios de salud** en las **localidades en las que viven** las personas encuestadas.

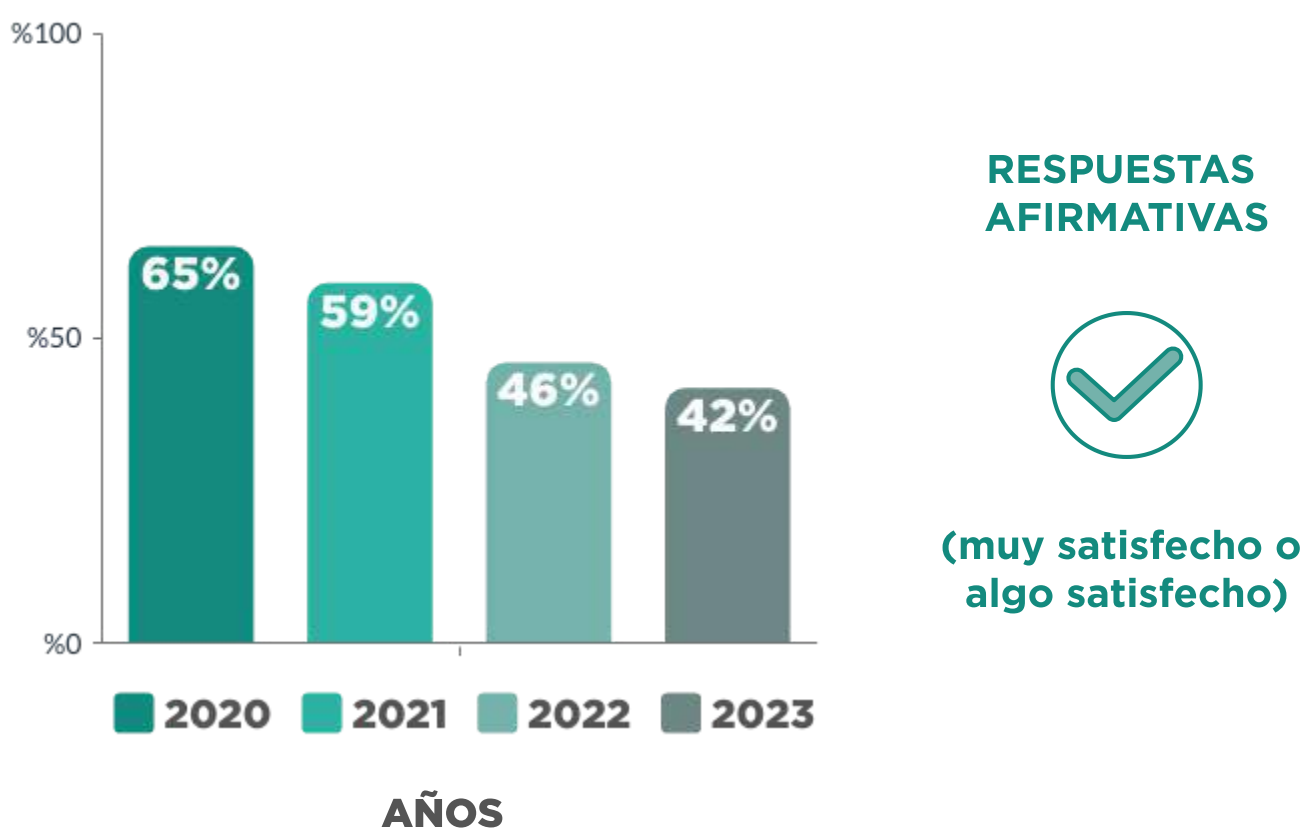


ES NOTABLE QUE LA OPCIÓN QUE MÁS PORCENTAJE DE RESPUESTA TIENE EN 2023 ES "MUY INSATISFECHO"

MUY INSATISFECHO ←----- ☹️ **28,3%**



La baja en la **satisfacción respecto a la diversidad de las especialidades médicas existentes en la localidad en la que vive** también es sostenida desde 2020 hasta el 2023





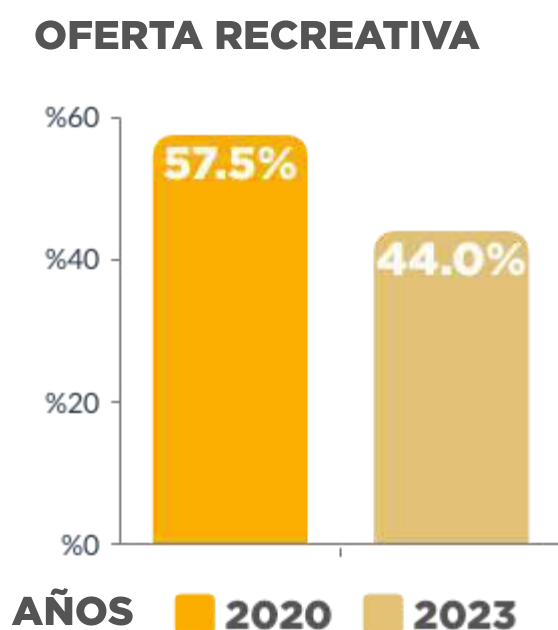
El mayor porcentaje de satisfacción lo manifiestan las personas que viven en **localidades de más de 100 mil habitantes**



MEJORA SIGNIFICATIVA EN LA SATISFACCIÓN DE LAS OFERTAS RECREATIVAS



Ha **aumentado** de manera **consistente y positiva** la **satisfacción con la oferta recreativa** de la localidad de residencia en los últimos años.



RESPUESTAS AFIRMATIVAS

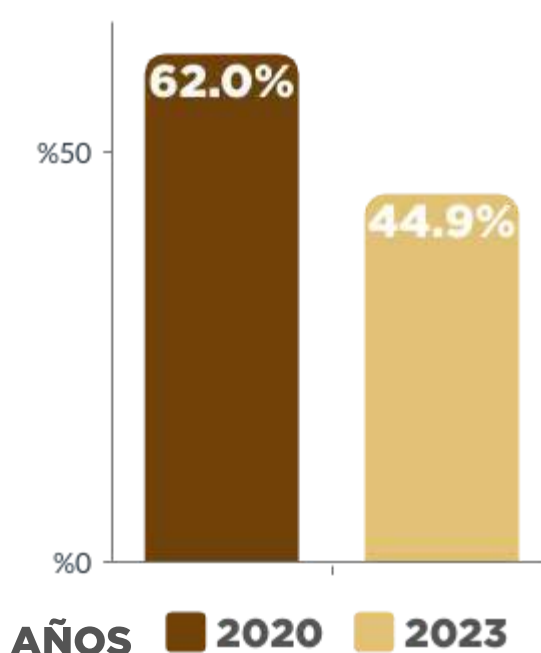


(muy satisfecho o algo satisfecho)

LA SATISFACCIÓN CON LA OFERTA CULTURAL Y PARA LA PRÁCTICA DEPORTIVA EN LA LOCALIDAD EN QUE VIVEN ESTÁ EN BAJA EN ESTOS CUATRO AÑOS.

OFERTA CULTURAL

- ESPECTACULOS
- CONCIERTOS
- CINES
- BIBLIOTECAS



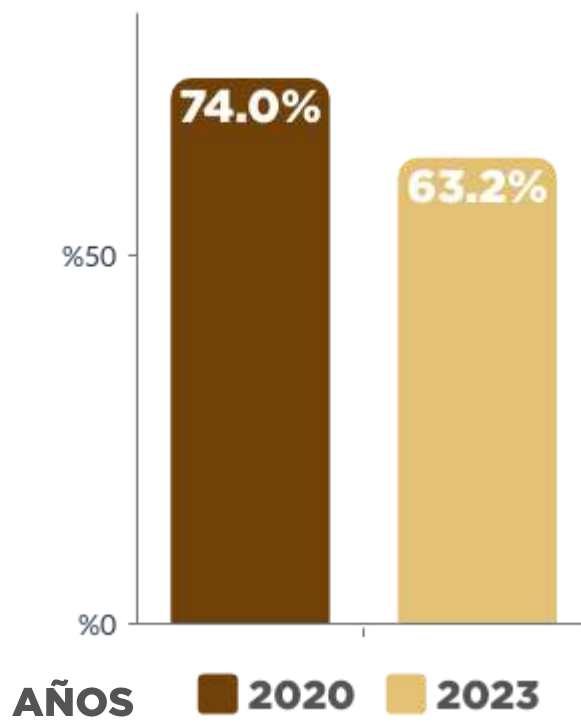
RESPUESTAS AFIRMATIVAS



(muy satisfecho o algo satisfecho)

PRÁCTICA DEPORTIVA

-  CORRER
-  FÚTBOL
-  BICICLETA
-  CAMINAR



RESPUESTAS AFIRMATIVAS

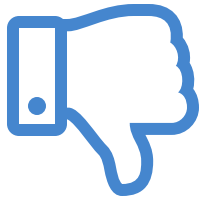


(muy satisfecho o algo satisfecho)



INTERNET NO MEJORA. CASI EL 40% SIENTE DISCONFORMIDAD

MUY DISCONFORME ←----- ☹️ 40%



Las personas que viven en localidades de **menos de 10 mil habitantes** y quienes se encuentran en **ciudades de entre 35 y 100 mil habitantes** son las menos satisfechas con los servicios de internet de su localidad.



34,6%

INSATISFACCIÓN CON LO SERVICIOS DE INTERNET



MENOS DE 10 MIL HABITANTES



35 MIL Y 100 MIL HABITANTES



(insatisfecho y muy insatisfecho)

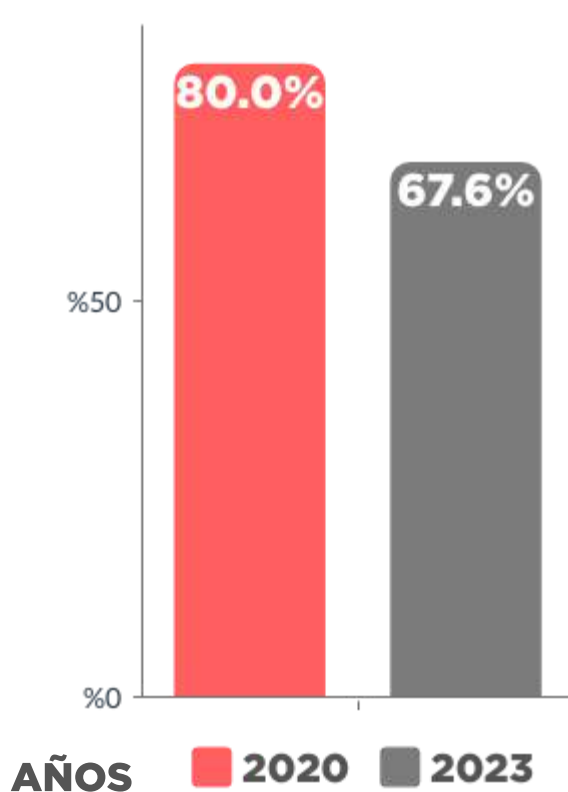


HAY UN DETERIORO EN LA EVALUACIÓN DEL USO DE ESPACIOS PÚBLICOS, DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, DEL TRANSPORTE Y DEL TRÁNSITO EN LA LOCALIDAD EN QUE SE VIVE



En efecto, en los últimos 4 años se manifiesta un deterioro en la **satisfacción** de las personas **respecto a los espacios públicos existentes en su localidad.**

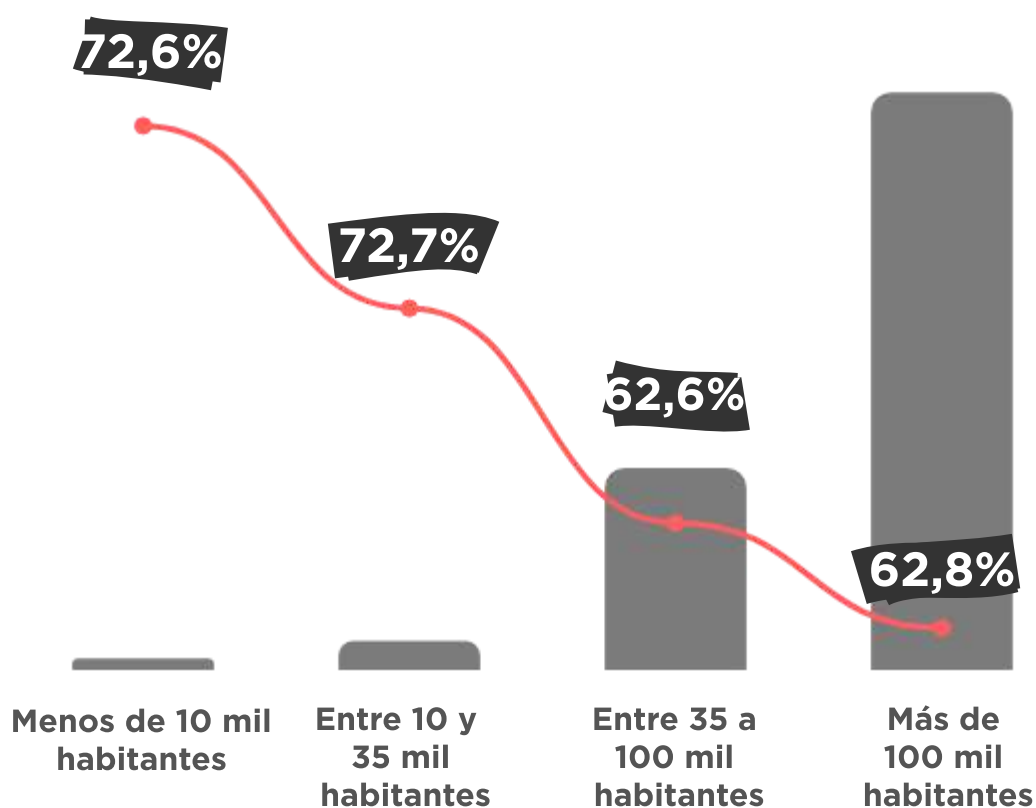
ESPACIOS PÚBLICOS



RESPUESTAS AFIRMATIVAS



(muy satisfecho o algo satisfecho)

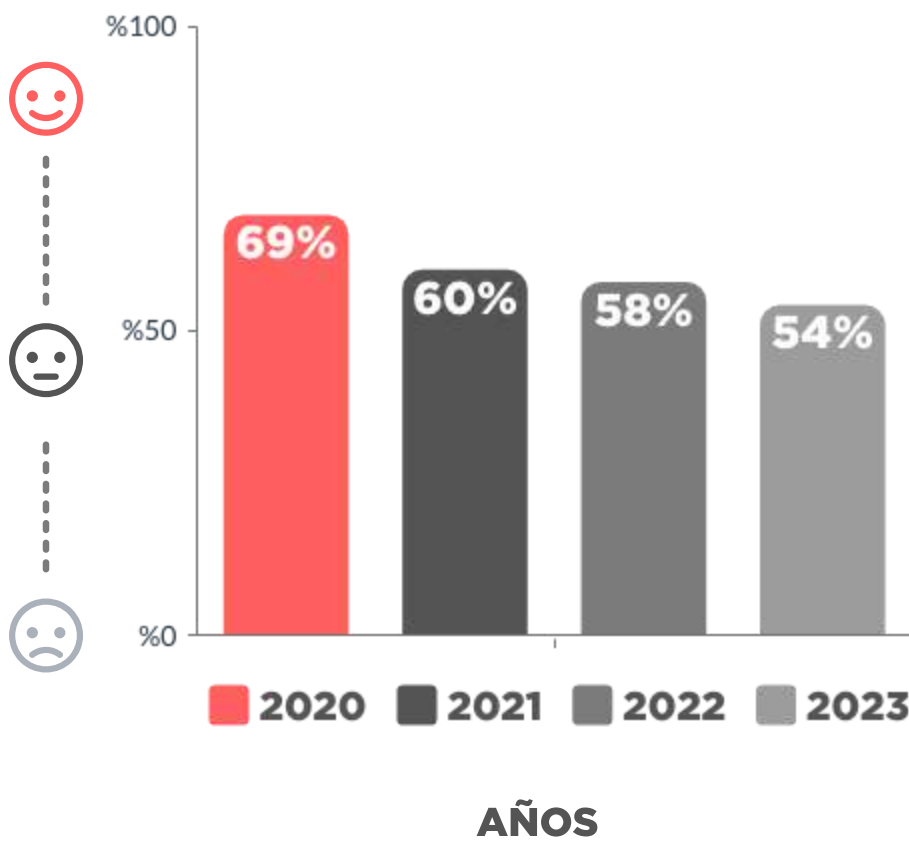


En las **localidades más chicas** hay **más satisfacción** respecto a los **espacios públicos** que en las **ciudades más grandes.**

● SATISFACCIÓN RESPECTO A LOS ESPACIOS PÚBLICOS EXISTENTES
■ TAMAÑO DE CIUDAD



La satisfacción respecto al **funcionamiento de los servicios públicos (luz, gas, agua, etc.) en la localidad** también viene en **franco deterioro**.

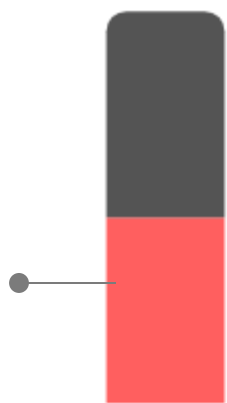


RESPUESTAS AFIRMATIVAS



(muy satisfecho o algo satisfecho)


47,3%
RESPUESTAS POSITIVAS



Las **personas que viven** en las localidades entre **35 mil y 100 mil habitantes** son las **menos satisfechas** con respecto al **funcionamiento de los servicios públicos**.

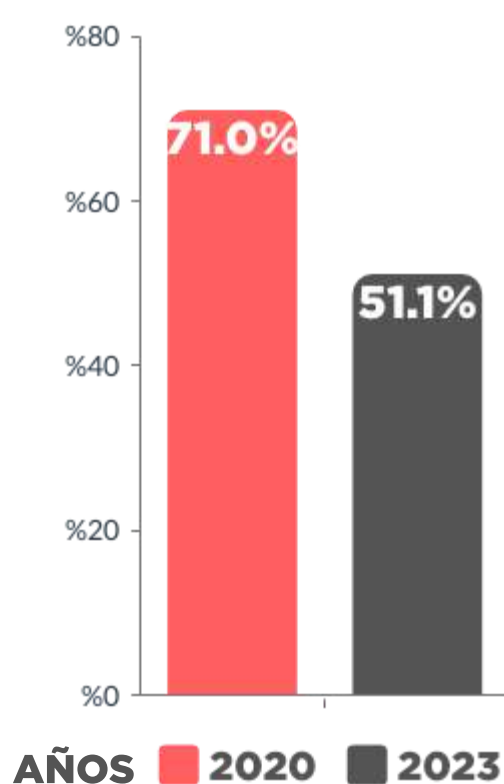


35 MIL Y 100 MIL HABITANTES



La **satisfacción con el funcionamiento del tránsito en la localidad en la que se vive** se mantiene estable respecto al año pasado, pero **muestra deterioro** respecto de 2020/2021.

FUNCIONAMIENTO DEL TRÁNSITO

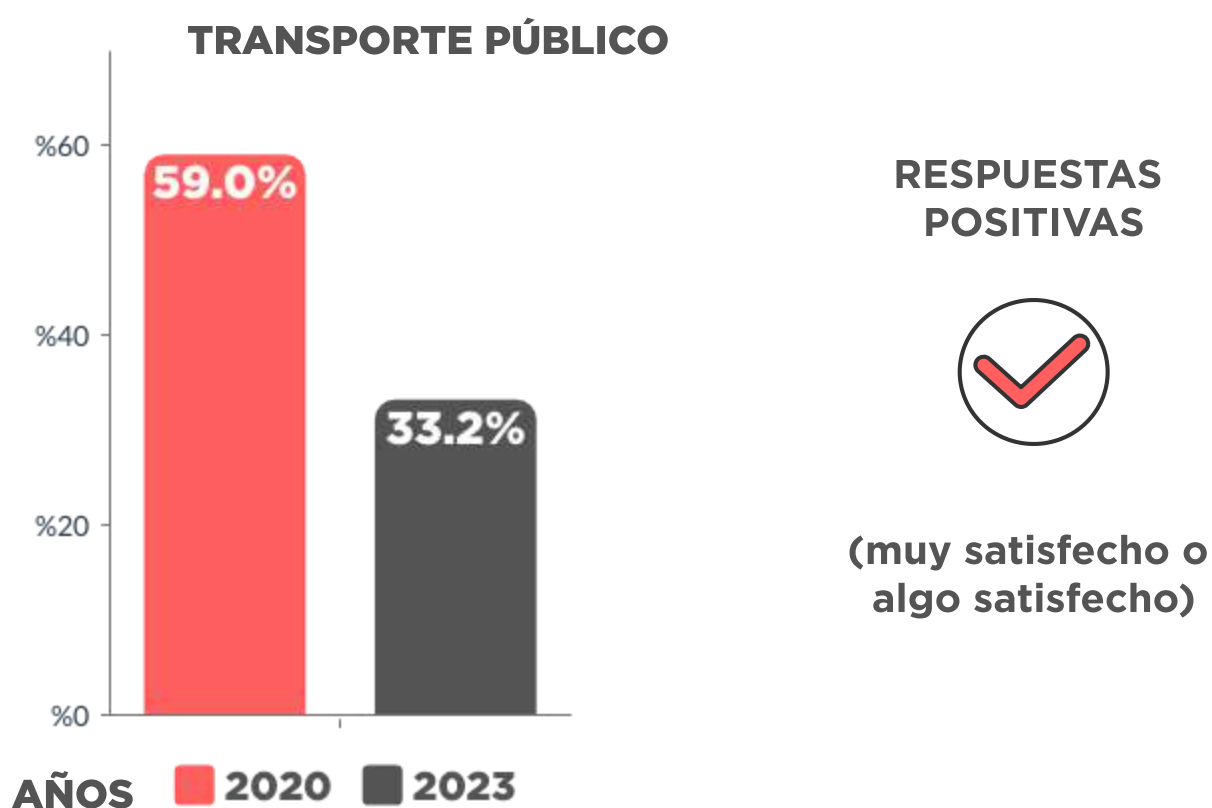


RESPUESTAS POSITIVAS

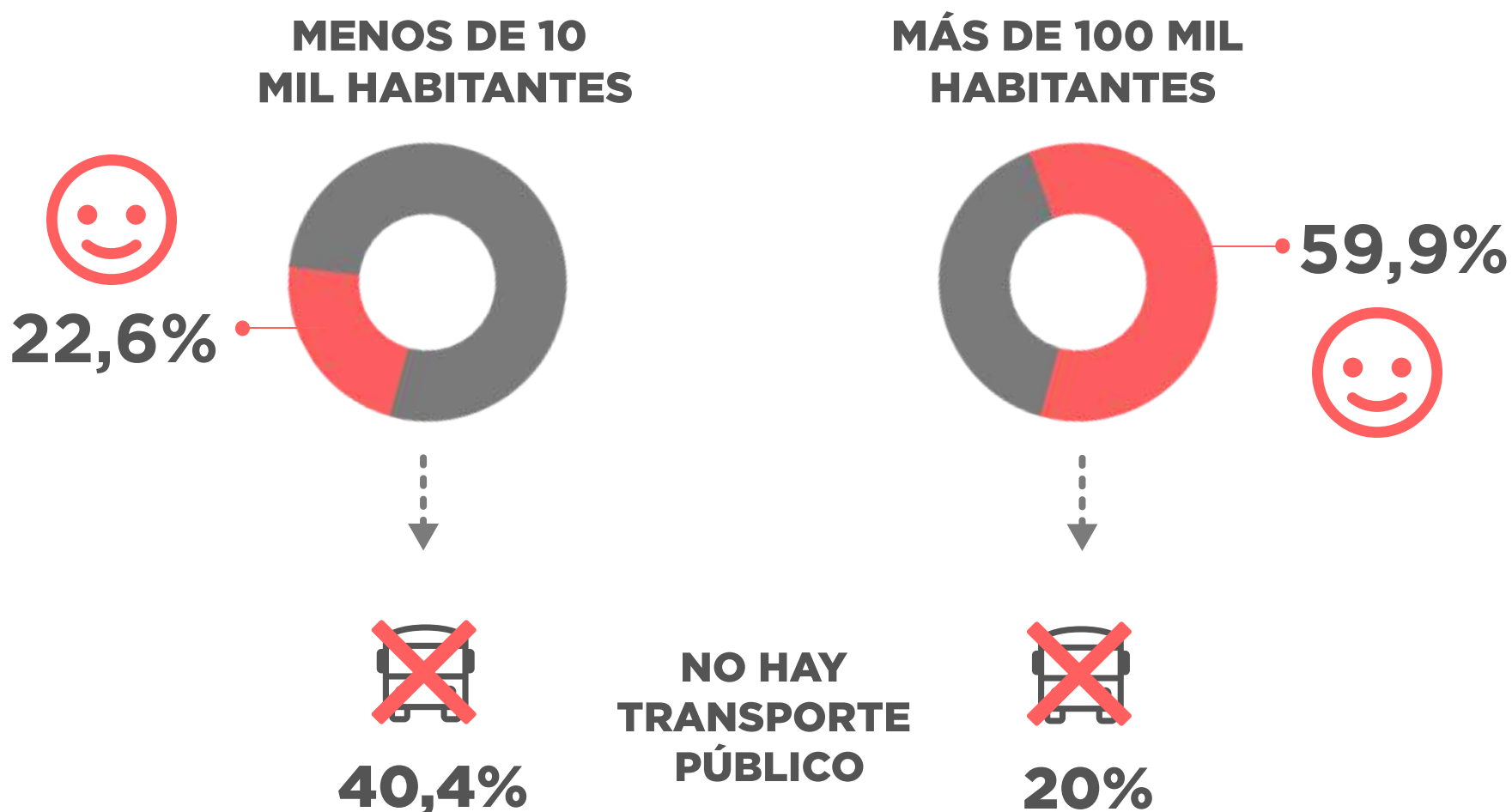


(muy satisfecho o algo satisfecho)

La satisfacción con el **transporte público** también sigue la **tendencia a la baja** en los últimos cuatro años.



LA **SATISFACCIÓN** RESPECTO AL TRANSPORTE PÚBLICO **SUBE** CONFORME **SUBE EL TAMAÑO DE LAS CIUDADES**. LOS Y LAS VECINAS DE LAS **LOCALIDADES MÁS PEQUEÑAS** ESTÁN **MENOS SATISFECHOS** QUE LOS/AS DE LAS **GRANDES CIUDADES**.





BAJA LA SATISFACCIÓN CON LA OFERTA COMERCIAL, LAS COMPRAS ONLINE Y EL ACCESO AL CRÉDITO

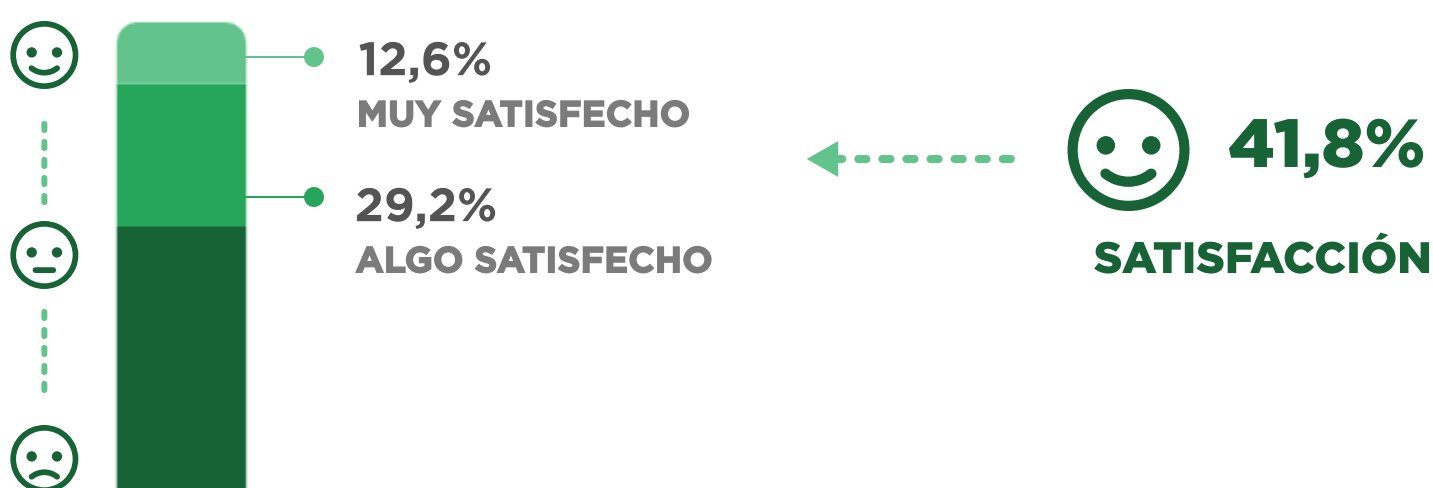


Es notable la baja en la satisfacción en estas tres variables en los últimos 4 años. En 2020 la mayoría manifestaba aprobación con la **oferta comercial** y con las **compras online**, en tanto más de la media estaba satisfecho con el **acceso al crédito** de su localidad de residencia. En 2023 esos valores descendieron respectivamente.



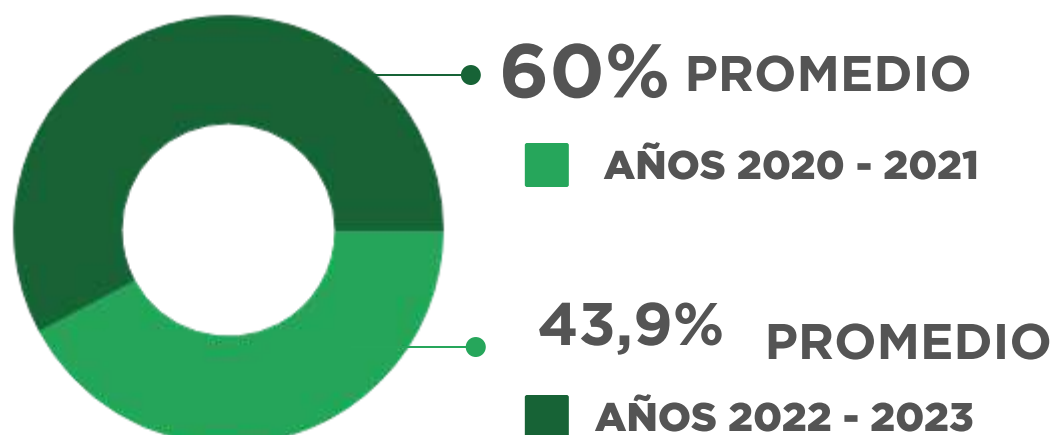
SE PERCIBE QUE LO AMBIENTAL PIERDE IMPORTANCIA EN LOS VECINOS Y QUE HAY ALTO DESCONOCIMIENTO SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS AMBIENTALES

“¿QUÉ TAN SATISFECHO/A SE ENCUENTRA CON LA IMPORTANCIA QUE LOS VECINOS DE SU LOCALIDAD LE OTORGAN A LA CUESTIÓN AMBIENTAL?”



EN EL **BIENIO 2020/2021** LA SATISFACCIÓN RESPECTO A LA **IMPORTANCIA** QUE SE OTORGA A LAS **CUESTIONES AMBIENTALES** ERA **NOTABLEMENTE SUPERIOR** QUE EN BIENIO **2022/2023**.

CUESTIONES AMBIENTALES



RESPUESTAS POSITIVAS



(muy satisfecho o algo satisfecho)

Las menos **satisfechas en cuestiones ambientales**, son las personas que se encuentran entre los **40 y los 59 años** y las que viven en localidades de entre **35 y 100 mil habitantes**.



ADULTOS ENTRE 40 Y 59 AÑOS



←..... **38,9%**

MENOR SATISFACCIÓN



LOCALIDADES DE ENTRE 35 Y 100 MIL HABITANTES



←..... **35,3%**

MENOR SATISFACCIÓN

QUIZÁS ESTA INSATISFACCIÓN PUEDA ESTAR RELACIONADA CON EL **DESCONOCIMIENTO SOBRE POLÍTICAS LOCALES O PROVINCIALES** DESTINADAS A CONTRIBUIR CON EL BIENESTAR AMBIENTAL



..... **53%**

DESCONOCIMIENTO SOBRE POLÍTICAS LOCALES O PROVINCIALES

INDICAN QUE EN SU LOCALIDAD O PROVINCIA EXISTE UNA INFRAESTRUCUTRA ADECUADA PARA RECICLAR RESIDUOS.

59%
PERSONAS ENCUESTADAS



26,3%

ESTA ES, A SU VEZ, LA MEDIDA QUE SE PERCIBE COMO MÁS EFECTIVA PARA EL CUIDADO AMBIENTAL



LAS **CUATRO POLÍTICAS SOBRE** LAS QUE LOS ENCUESTADOS MANIFIESTAN **MÁS DESCONOCIMIENTO SON:**

OTORGAMIENTO DE **INCENTIVOS FISCALES A LAS EMPRESAS** PARA QUE SEAN AMBIENTALMENTE RESPONSABLES



36,2%

EXISTENCIA DE DEPENDENCIAS QUE EJECUTEN ACCIONES DE **ECONOMÍA CIRCULAR**



39,2%

EXISTENCIA DE PLANES DE **ORDENAMIENTO TERRITORIAL** QUE CONTEMPLAN EL IMPACTO AMBIENTAL



39,3%

APLICACIÓN DE MULTAS A PERSONAS O EMPRESAS QUE INCUMPLEN NORMATIVAS AMBIENTALES



39,3%



POLÍTICAS AMBIENTALES MENOS EFECTIVAS



18,3%



17,9%



17,7%

ES **MAYOR EL PORCENTAJE** DE PERSONAS QUE INFORMAN QUE EN SU LOCALIDAD O PROVINCIA SE DESARROLLAN LAS **SIGUIENTES MEDIDAS:**



SE DESARROLLAN AMPLIOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

-----> **46,3%**



SE APOYA EL SOSTENIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES DEDICADAS A TEMAS DE AMBIENTE

-----> **43,6 %**

MANEJO DEL FUEGO



PROGRAMAS DE PREVENCIÓN DE DESASTRES AMBIENTALES

-----> **46%**

FORESTACIÓN ADECUADA



USO DEL AGUA



INCENTIVOS A LA CIUDADANÍA PARA QUE SU CONSUMO ENERGÉTICO SEA MÁS EFICIENTE

-----> **40,3%**

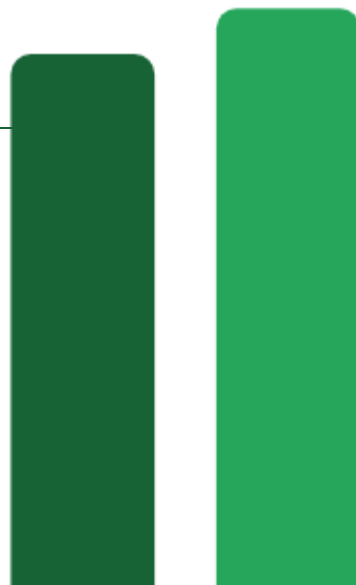
POLÍTICAS AMBIENTALES CON **MAYOR PORCENTAJE DE APROBACIÓN** COMO MEDIDAS EFECTIVAS



20,1%



PROGRAMAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL



21,8%

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES DEDICADAS



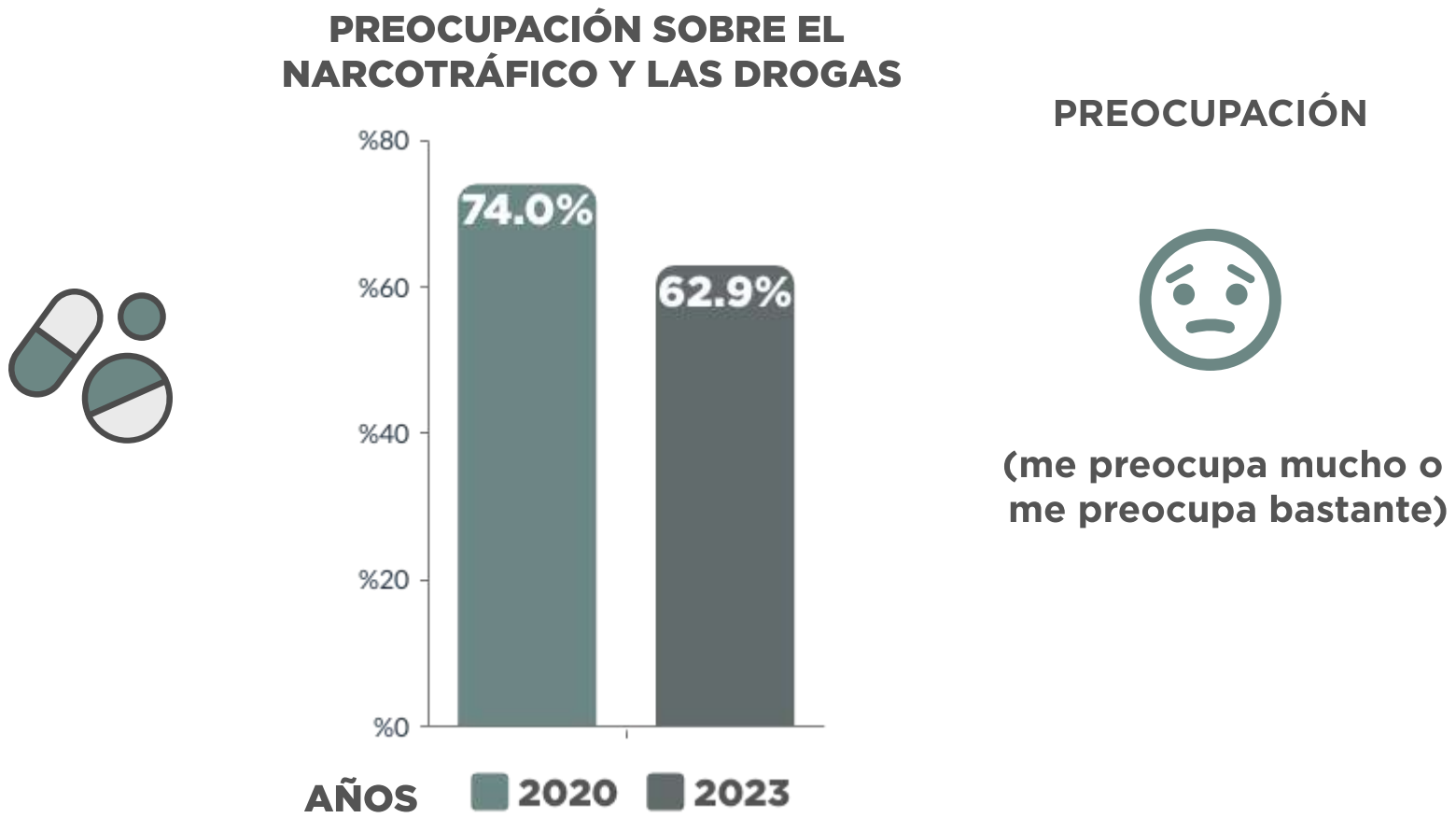
BAJA LA PREOCUPACIÓN DE MARCHAS Y PROTESTAS, INCLUSO EN LAS GRANDES CIUDADES



NO HAY UN AUMENTO DE LA PERCEPCIÓN DE INSEGURIDAD, NI SOBRE NARCOTRÁFICO Y DROGA, AUNQUE LA DIFERENCIA DE PERCEPCIÓN ENTRE PUEBLOS Y GRANDES CIUDADES ES NOTABLE



BAJA LA PREOCUPACIÓN SOBRE EL **NARCOTRÁFICO Y LA DROGA** DEL 74% EN EL 2020 AL 62,9% EN EL AÑO 2023.



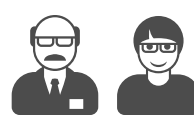
LAS **MUJERES** MANIFIESTAN MÁS PREOCUPACIÓN QUE LOS **VARONES**. LOS Y LAS **ADULTOS DE 60 AÑOS O MÁS** ESTÁN MÁS PREOCUPADOS QUE **LOS Y LAS JÓVENES DE ENTRE 16 Y 24**.

MUJERES



67,5%

ADULTOS DE 60 AÑOS O MAS



76%

VARONES



58,1%

JÓVENES ENTRE 16 Y 24 AÑOS



40,5%



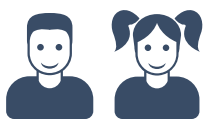
CASI LA MITAD DE LA POBLACIÓN QUISIERA IRSE DEL PAÍS. ES ESTABLE - Y SIGNIFICATIVA- ESA POTENCIALIDAD MIGRATORIA, AUNQUE BAJÓ EN JÓVENES



El porcentaje de personas que responden afirmativamente a la probabilidad de irse del país si tuviera posibilidades de hacerlo se mantiene estable respecto a los últimos dos años.




JÓVENES ENTRE 16 Y 24 AÑOS

→ **65,7%**

Responden de manera más contundente a la posibilidad de irse del país quienes están entre los 16 y los 24 años que las personas de 60 años o más.




ADULTOS DE 60 AÑOS O MAS

→ **34,3%**



Respecto a la variable “nivel educativo”, personas que tienen **estudios superiores incompletos** son las que manifiestan más probabilidad de irse.

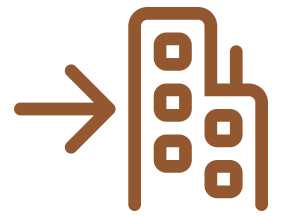
ESTUDIOS SUPERIORES INCOMPLETOS

58,1% ←..... 



SIGUE SIENDO MÁS IMPORTANTE LA CANTIDAD DE GENTE QUE QUIERE MUDARSE DE CIUDADES GRANDES A CIUDADES CHICAS, QUE A LA INVERSA

"SI TUVIERA LA POSIBILIDAD DE MUDARSE A UN PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA ¿CUÁN PROBABLE SERÍA QUE SE MUDE?"

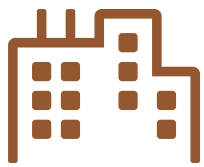


51,7%

RESPUESTA AFIRMATIVA



CUANDO SE PREGUNTA AL REVÉS (MUDARSE DE UN PUEBLO MÁS PEQUEÑO A UNA CIUDAD MÁS GRANDE).



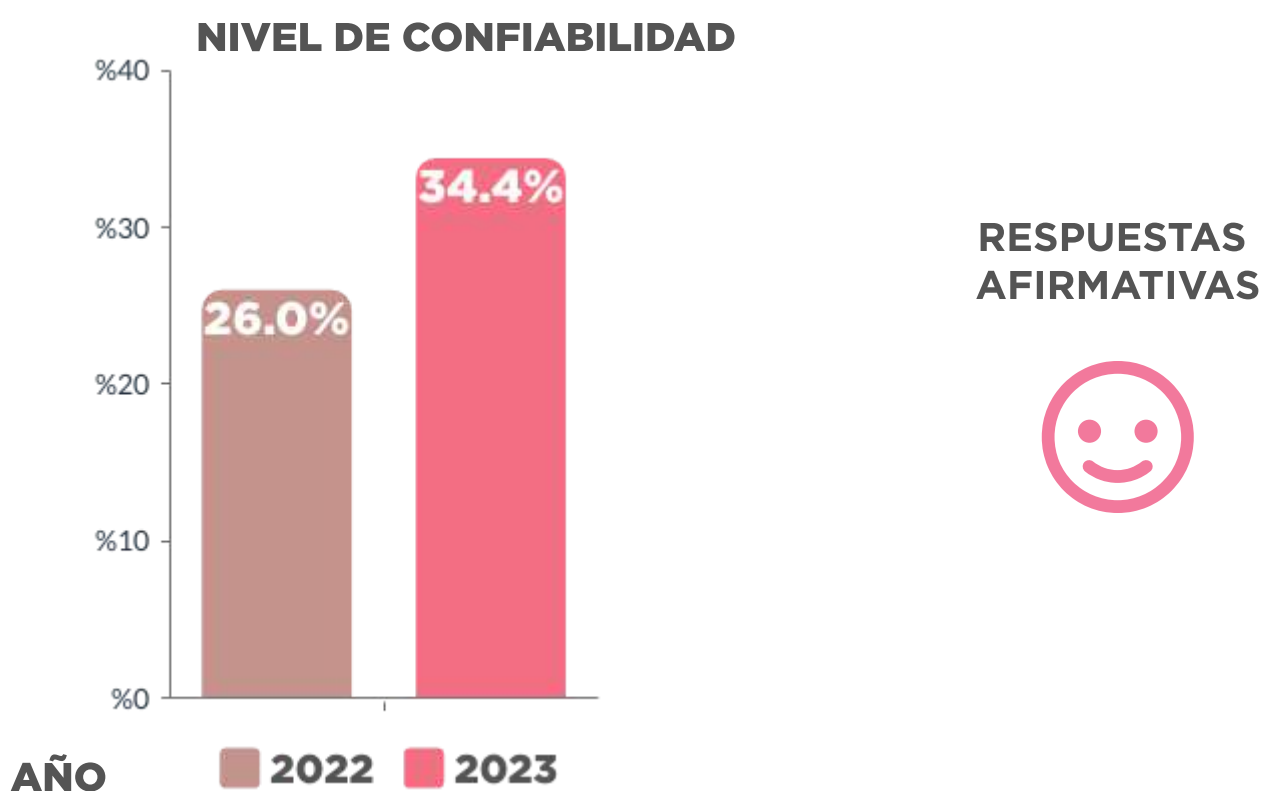
40,7%

MENOR RESPUESTA AFIRMATIVA



AUMENTÓ LA CONFIANZA SOCIAL

ES NOTABLE QUE LAS PERSONAS RESPONDEN EN 2023 QUE "SE PUEDE CONFIAR EN LA MAYORÍA DE LA GENTE" EN UN PORCENTAJE MAYOR QUE EL AÑO PASADO.



LOS **VARONES** SON MÁS CONFIADOS QUE LAS **MUJERES**.

VARONES



37,6%

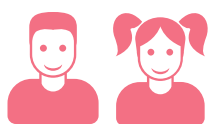
MUJERES



31,2%

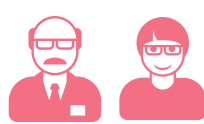
LA **CONFIANZA AUMENTA** A MEDIDA QUE **AUMENTA LA EDAD** DE LAS PERSONAS CONSULTADAS.

JÓVENES ENTRE 16 Y 24 AÑOS



25,6%

ADULTOS DE 60 AÑOS O MAS



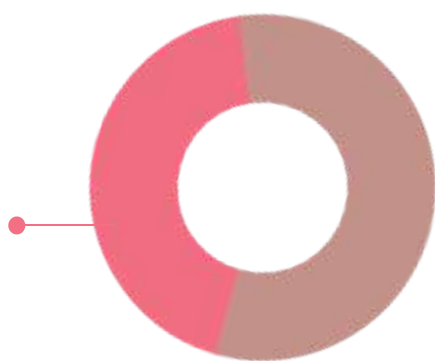
43,2%

EN LAS **CIUDADES MÁS CHICAS**, LA **CONFIANZA** INTERPERSONAL ES SIGNIFICATIVAMENTE **MÁS ALTA** QUE EN EL RESTO DE LAS CIUDADES.

MENOS DE 10 MIL HABITANTES



43,6%



RESTO DE CIUDADES

31,4%



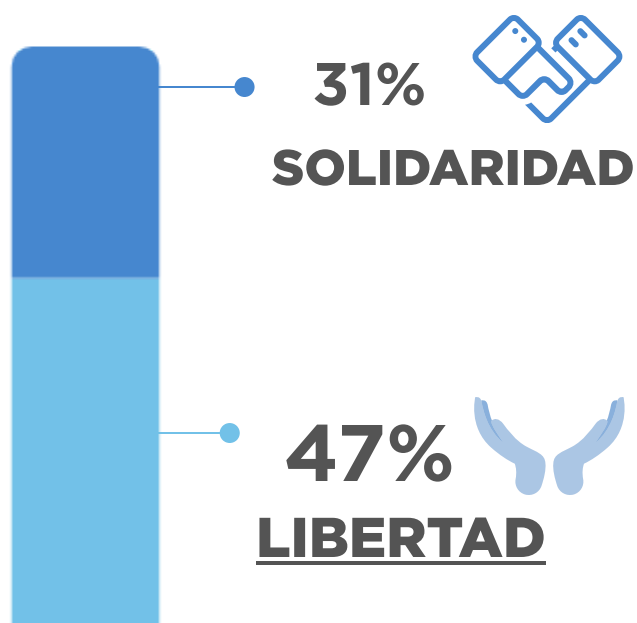


LA SOLIDARIDAD RECUPERÓ PESO EN LAS PREFERENCIAS Y SE IMPONE LEVEMENTE A LA LIBERTAD

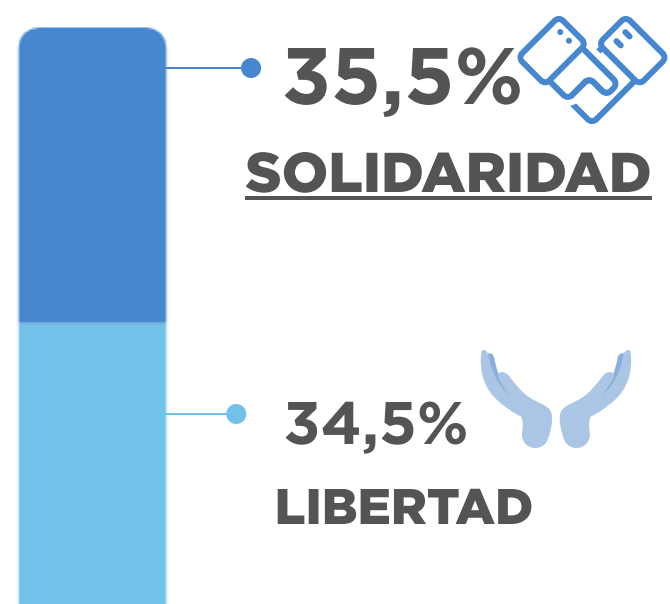
AUNQUE EMPATAN EN PREFERENCIAS, AMBAS MUY POR ENCIMA DE ORDEN.

RESULTA INTERESANTE SEÑALAR LA INVERSIÓN Y **NIVELACIÓN QUE SE PRODUJO ENTRE LOS VALORES EN EL ÚLTIMO AÑO**: EN EFECTO, EN **2022** LAS PERSONAS **PREFERÍAN** AMPLIAMENTE **LA LIBERTAD**.

AÑO 2022



AÑO 2023



LAS **MUJERES** VALORAN MÁS LA **SOLIDARIDAD** QUE LOS **VARONES**.

MUJERES



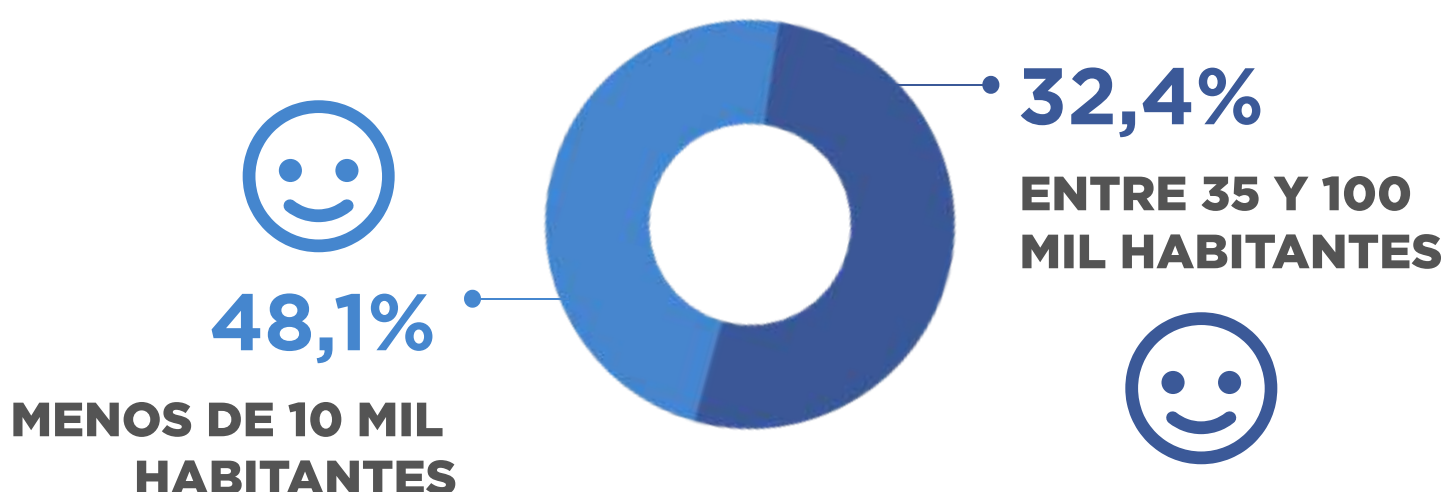
40,2%

VARONES



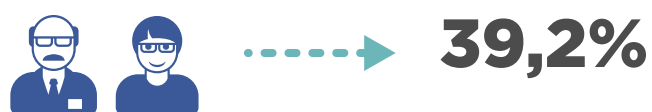
30,7%

EN LAS **LOCALIDADES DE MENOS DE 10 MIL HABITANTES**, LAS PERSONAS POSICIONAN A LA **SOLIDARIDAD EN EL PRIMER LUGAR**, DISTANCIÁNDOSE CON LA VALORACIÓN DE QUIENES VIVEN EN **CIUDADES DE ENTRE 35 Y 100 MIL HABITANTES**.

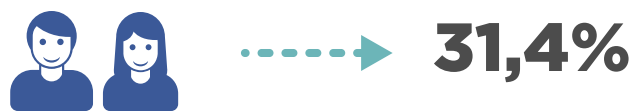


LA LIBERTAD ES POSICIONADA EN EL PRIMER LUGAR DE PREFERENCIA POR LAS **PERSONAS DE 60 AÑOS O MÁS**. LA DISTANCIA MÁS SIGNIFICATIVA ES CON EL GRUPO ETARIO DE ENTRE **25 Y 39 AÑOS** QUE LA POSICIONA EN LA **PRIMERA POSICIÓN EN UN 31,4%**.

ADULTOS DE 60 AÑOS O MAS



ADULTOS ENTRE 25 Y 39 AÑOS

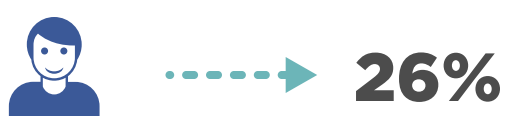


EL **ORDEN**, COMO VALOR FRENTE A LA SOLIDARIDAD Y A LA LIBERTAD, **SOLO** ES PREFERIDO COMO PRIMERA OPCIÓN POR EL 22,3%. EN 2022 EL PORCENTAJE FUE MENOR.



LOS **VARONES** VALORAN EL ORDEN MÁS QUE LAS **MUJERES**.

VARONES



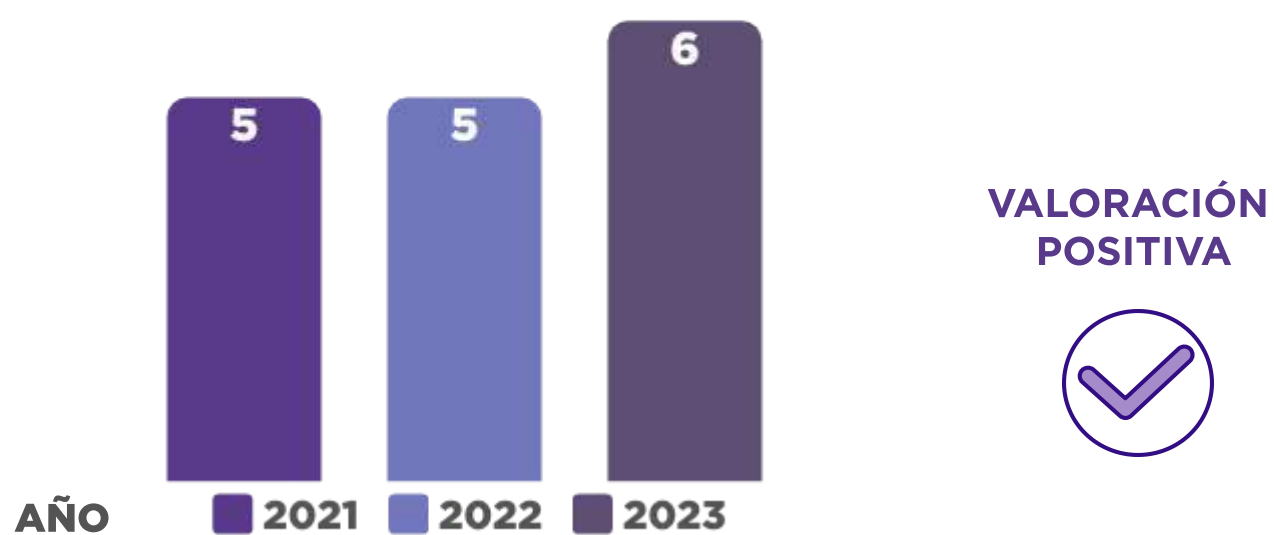
MUJERES





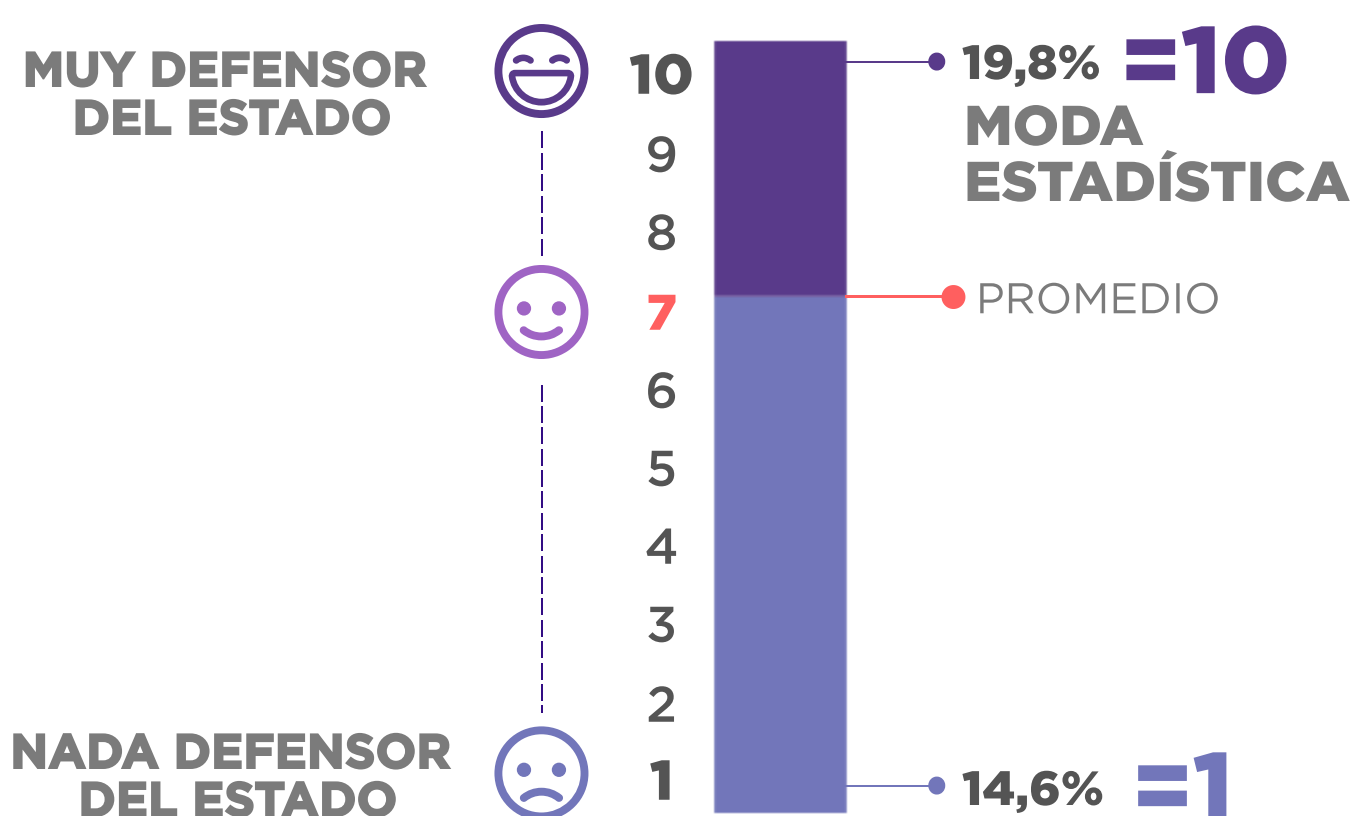
AUMENTÓ LA CONFIANZA EN EL ESTADO Y SE MANTIENE IDÉNTICA QUE LA CONFIANZA EN EL MERCADO

CUANDO SE PIDE A LAS PERSONAS QUE INDIQUEN SI VALORAN QUE **EL ESTADO TENGA UN ROL IMPORTANTE EN LA VIDA DE LA SOCIEDAD EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10** (DONDE 1 ES NADA DEFENSOR/A Y 10 MUY DEFENSOR/A) **EL VALOR PROMEDIO FUE DE 6**, LO QUE MUESTRA UN INCREMENTO RESPECTO A 2022 EN QUE LA MEDIA FUE DE 5.



EN UNA ESCALA QUE VA **DE 1 A 10**, UN PORCENTAJE SE MANIFIESTA **“MUY DEFENSOR/A DEL ESTADO” ELIGIENDO EL 10**, EN TANTO QUE OTRA PARTE SE DECLARA COMO **“NADA DEFENSOR/A DEL ESTADO” ELIGIENDO EL 1**.

VALORACIÓN DEL ESTADO 2023



El promedio de valoración subió fuertemente a 7, luego de haber bajado a 5 en 2021 y 6 en 2022.

EN ESTOS EXTREMOS, CURIOSAMENTE, SE DAN LOS VALORES MÁS ELEGIDOS. EL AÑO PASADO, EL VALOR MÁS ELEGIDO ERA EL 1, MIENTRAS QUE ESTE AÑO, ESE VALOR (LLAMADO MODA ESTADÍSTICA) ES EL 10.

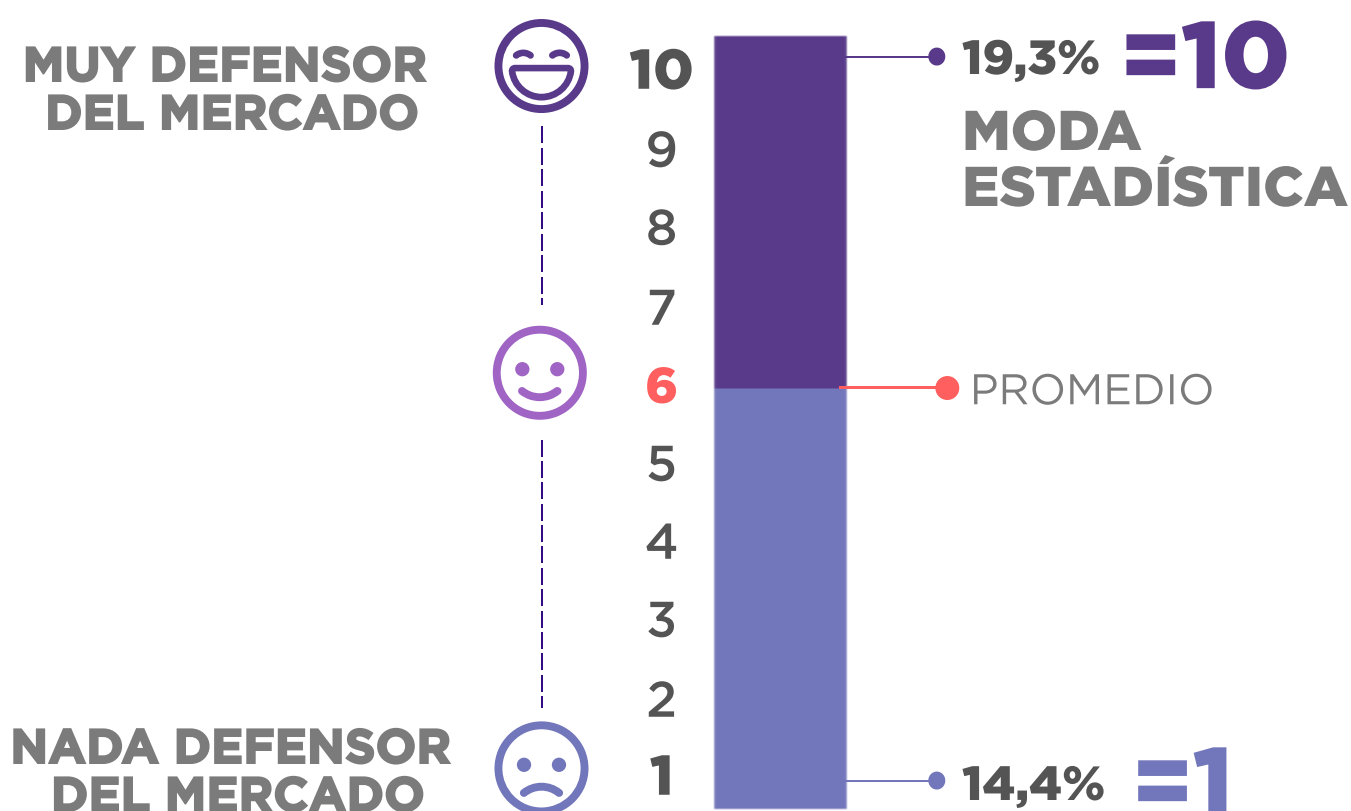


Respecto al mercado, usando la misma escala, en 2023 el 19,3% se declara muy defensor del mercado en relación a la pregunta “¿cuán de acuerdo está usted con la libertad de mercado como mecanismo de funcionamiento de la economía?”, en tanto el 14,4%, por su parte, se declara nada defensor del mercado.

“¿CUÁN DE ACUERDO ESTÁ USTED CON LA LIBERTAD DE MERCADO COMO MECANISMO DE FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA?”



VALORACIÓN DEL MERCADO 2023



Esta valoración es estable en los últimos 3 años ya que el promedio de respuestas se mantiene en 6.



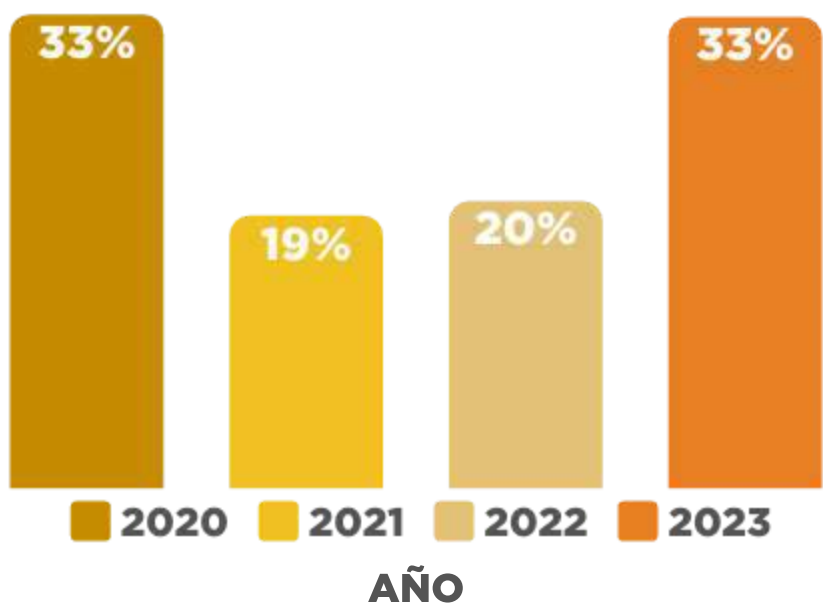
SUBA MUY SIGNIFICATIVA DE LA PARTICIPACIÓN EN INSTITUCIONES

LAS INSTITUCIONES CON MAYOR PARTICIPACIÓN:



LAS INSTITUCIONES QUE TUVIERON MENOR PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN FUERON:

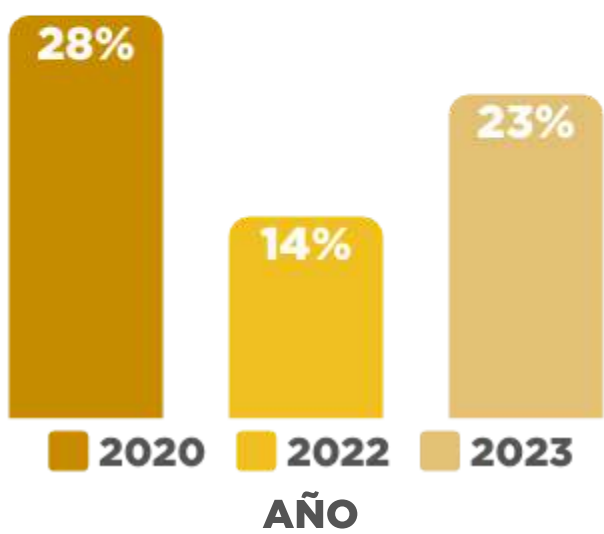
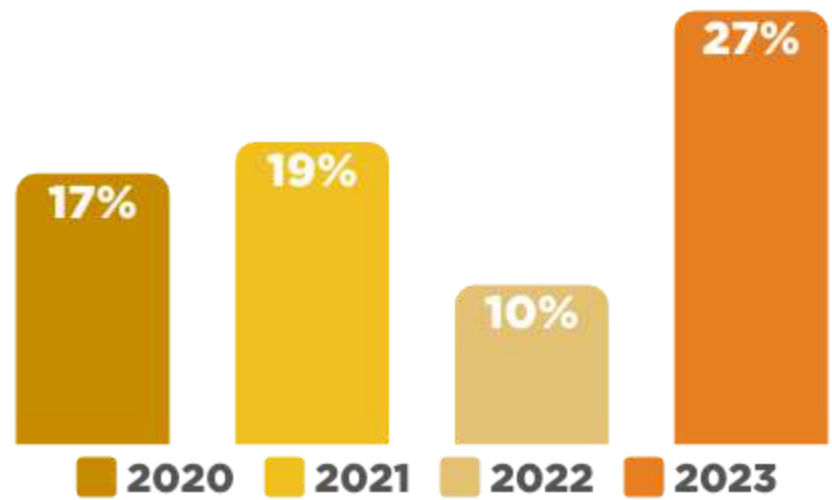




En el año 2021 y 2022 la participación en los **clubes o entidades** bajó con respecto al año **2023** que tiene una mayor participación y a su vez el porcentaje de este año **se equiparó al 2020**.



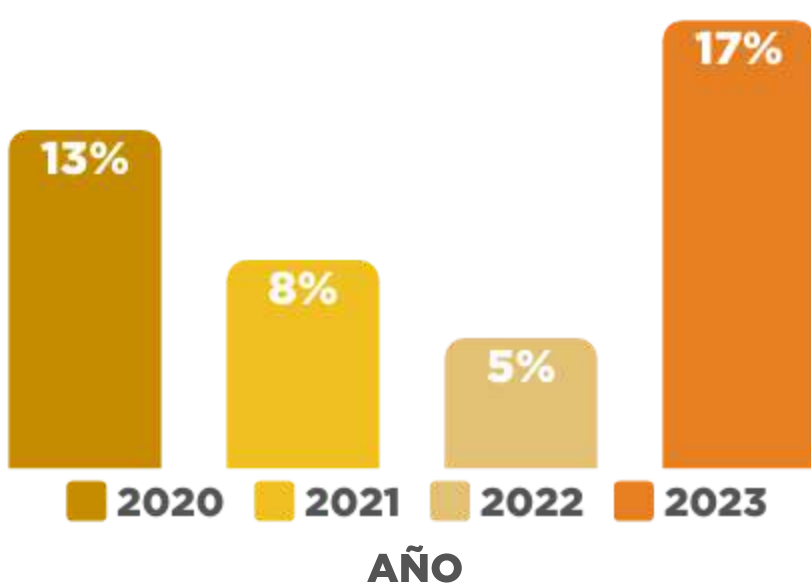
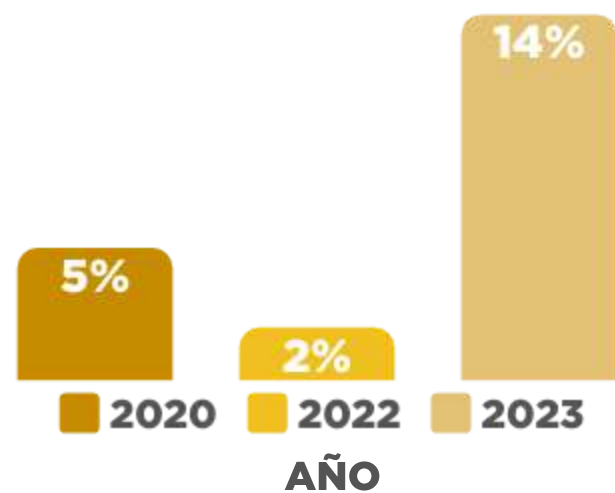
En **2023** ha aumentado de manera significativa la **participación en partidos políticos** con respecto a los años anteriores.



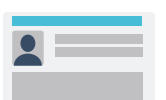
Si se analiza la evolución de la participación en **asociaciones escolares o de padres** por año, en el 2020 se registró la mayor participación en ellas, sin embargo este porcentaje **desciende en el 2022** y vuelve **ascender en el 2023**.

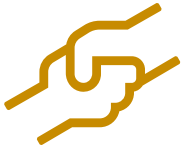


Si se observa la participación en **asociaciones agropecuarias** o de campesinos en **2023**, se destaca un **incremento** de la participación con respecto al 2020 y 2022.

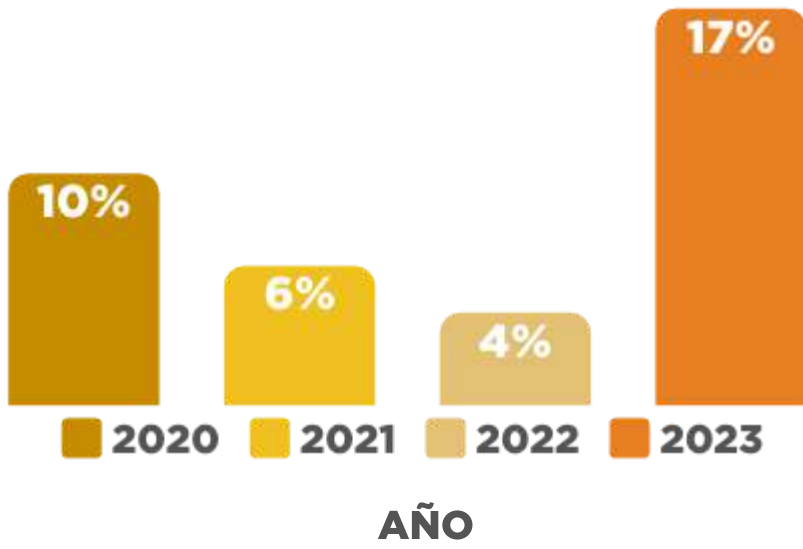
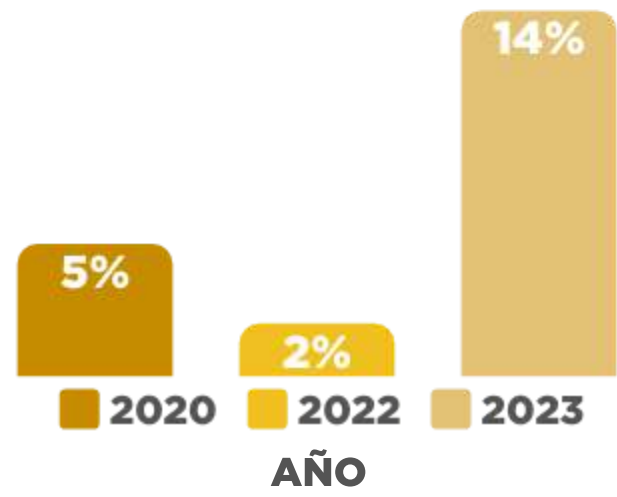


El mismo caso se da en la **participación en asociaciones profesionales**. En el año **2023**, **hubo un incremento** de la participación con respecto al 2020 y 2022.





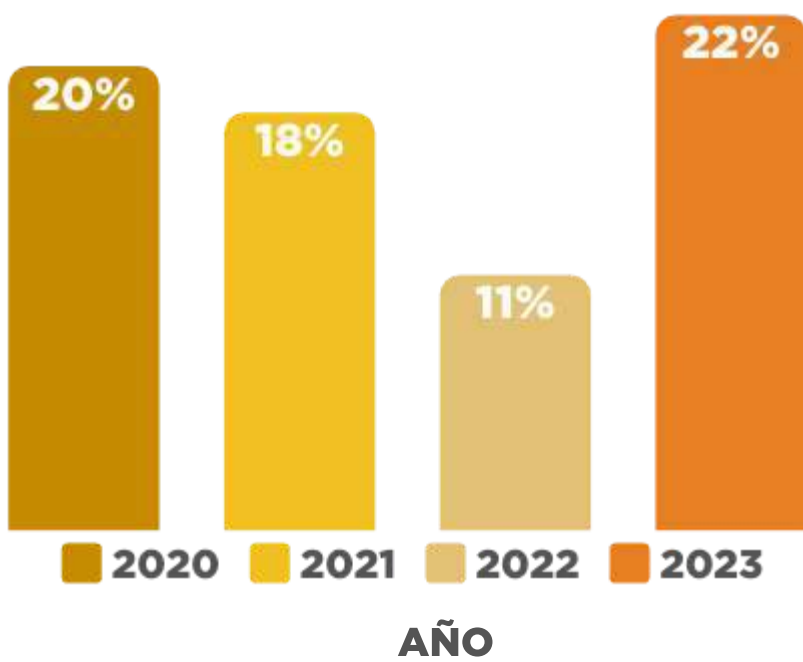
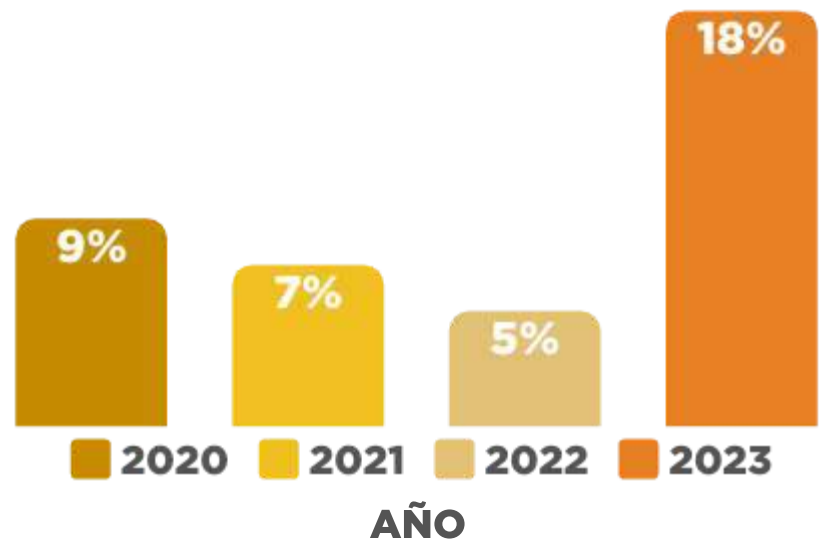
La participación en **asociaciones juveniles** también podría sumarse al grupo que, en el año **2023**, alcanzó su máximo nivel de participación con respecto a los años 2022 y 2020.



Con respecto a la participación en **cooperativas no escolares**, el **año 2023** tiene una mayor incremento de participación con respecto a los años anteriores.



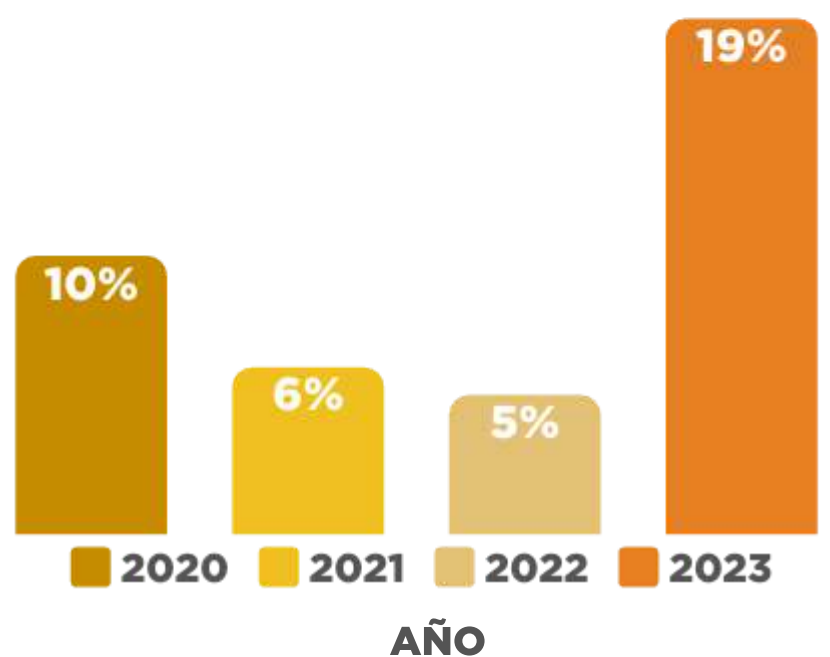
La participación en **gremios** en el 2020 **fue mayor** que en los años 2021 y 2022, sin embargo dio un salto significativo en el 2023.

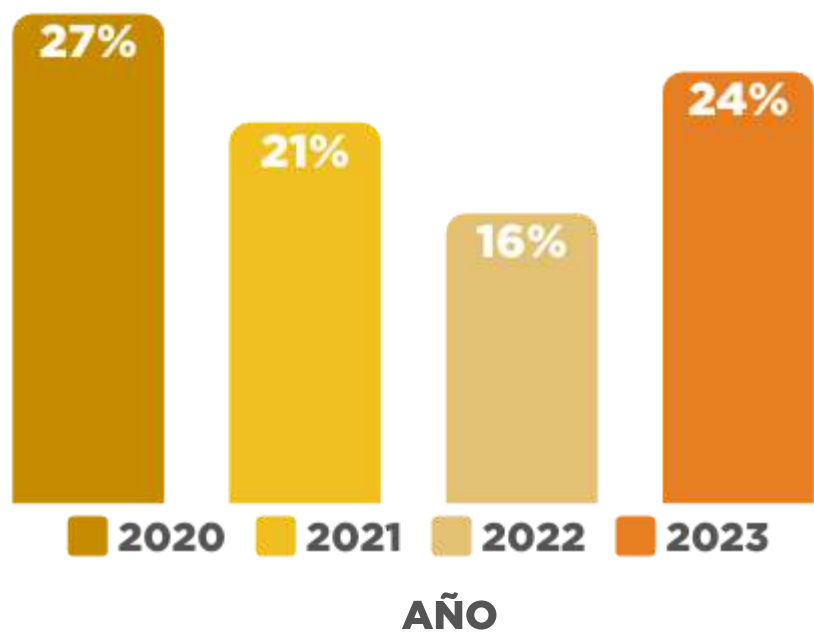


El mismo caso se dio con respecto a la **participación en ONG'S**, fundaciones o asociaciones **sin fines de lucro**. En **2020 el porcentaje era mayor** que en los años 2021 y 2022. No obstante, en **2023 la participación se incrementó**.



Tomando en consideración la participación en **centro o agrupaciones de jubilados** en el año **2023** se confirmó el **mayor porcentaje de participación** respecto a los años anteriores

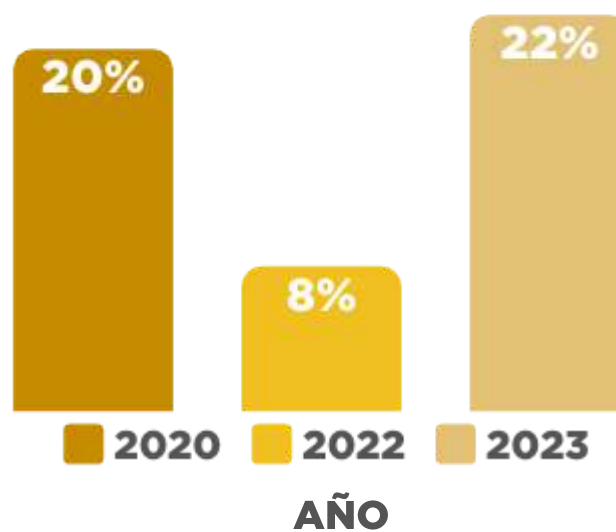




La participación en **grupos religiosos** pisó fuerte en **2020**. Sin embargo, esta cifra **descendió** en el 2021 y 2022. En cuanto al 2023, se elevó pero **sin llegar al techo del 2020**.

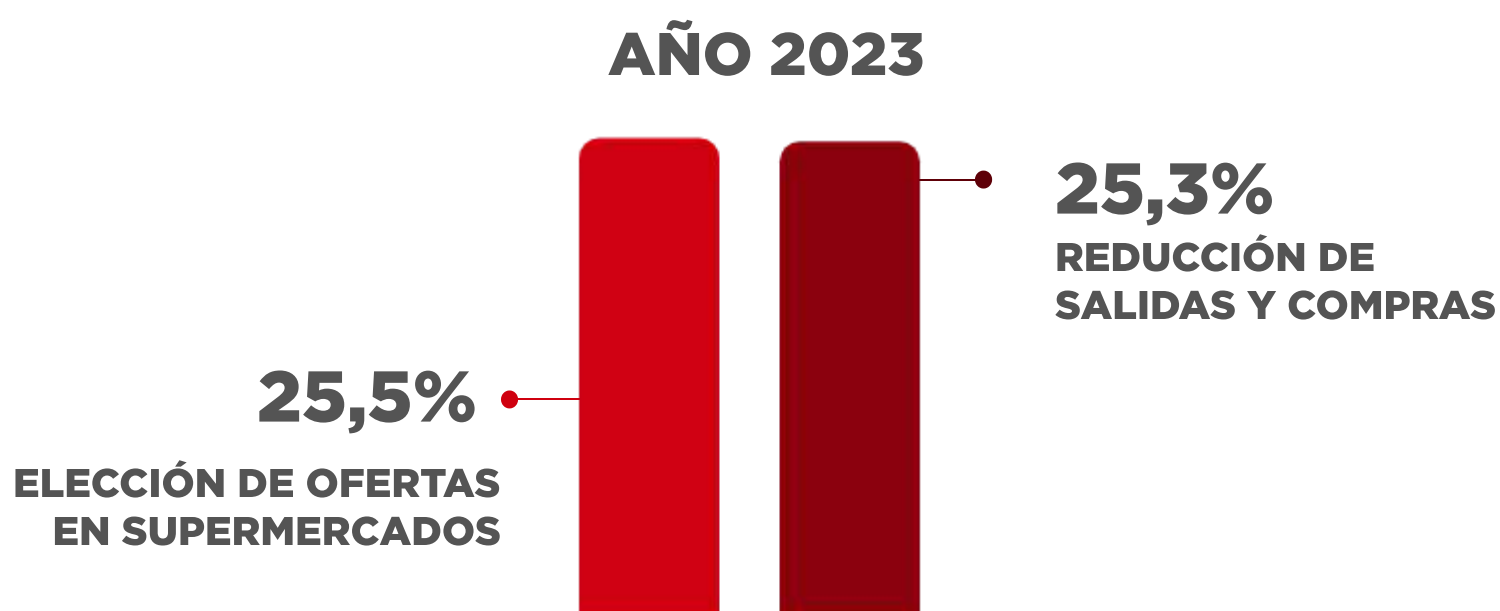


En **2020**, la participación en **organizaciones artísticas o culturales** fue **mayor** que en el año **2022**. No obstante, la participación en ellas aumentó en 2023.



“REDUCCIÓN DE SALIDAS” Y “COMPRAS Y PREFERENCIA POR OFERTAS” ESTÁN AL TOPE COMO MEDIDAS PARA PELEARLE A LA INFLACIÓN. LE SIGUE LA COMPRA FINANCIADA

LAS OPCIONES **“HE REDUCIDO SIGNIFICATIVAMENTE SALIDAS Y COMPRAS”** Y **“COMPRO OFERTAS QUE ENCUENTRO EN DIVERSOS NEGOCIOS O SUPERMERCADOS”** ENCABEZAN LAS ELECCIONES PREFERENTES, EN PRIMER LUGAR, DE LAS PERSONAS CONSULTADAS PARA ACTUAR FRENTE A LA INFLACIÓN:



EL CAMBIO ES NOTABLE RESPECTO AL **2022**: LAS PERSONAS USABAN LA ESTRATEGIA DE **COMPRA DE OFERTAS** SIGNIFICATIVAMENTE **MÁS QUE LA DE REDUCIR LAS SALIDAS Y LAS COMPRAS**.

MEDIDAS PARA **PELEARLE A LA INFLACIÓN** ELEGIDAS POR LA POBLACIÓN ENCUESTADA:

• FINANCIAR LA MAYORÍA DE COMPRAS
• AHORRO EN DÓLARES



• COMPRA DE BIENES O PRODUCTOS PARA NO DESVALORIZAR EL DINERO



• RETRASO O INCUMPLIMIENTO DE PAGOS DE IMPUESTOS

LOS **MUJERES** USAN MÁS FRECUENTEMENTE LA **ESTRATEGIA DE COMPRAR OFERTAS** QUE LO VARONES.

MUJERES



52,9%

VARONES



43,9%

LAS **MUEJERES** TAMBIÉN DECLARAN HABER **REDUCIDO SALIDAS Y COMPRAS** EN MAYOR PORCENTAJE.

MUJERES



49,7%

VARONES



41,9%

AMBAS ESTRATEGIAS SON ELEGIDAS EN MAYOR MEDIDA EN LAS **LOCALIDADES DE ENTRE 10 Y 35 MIL HABITANTES.**

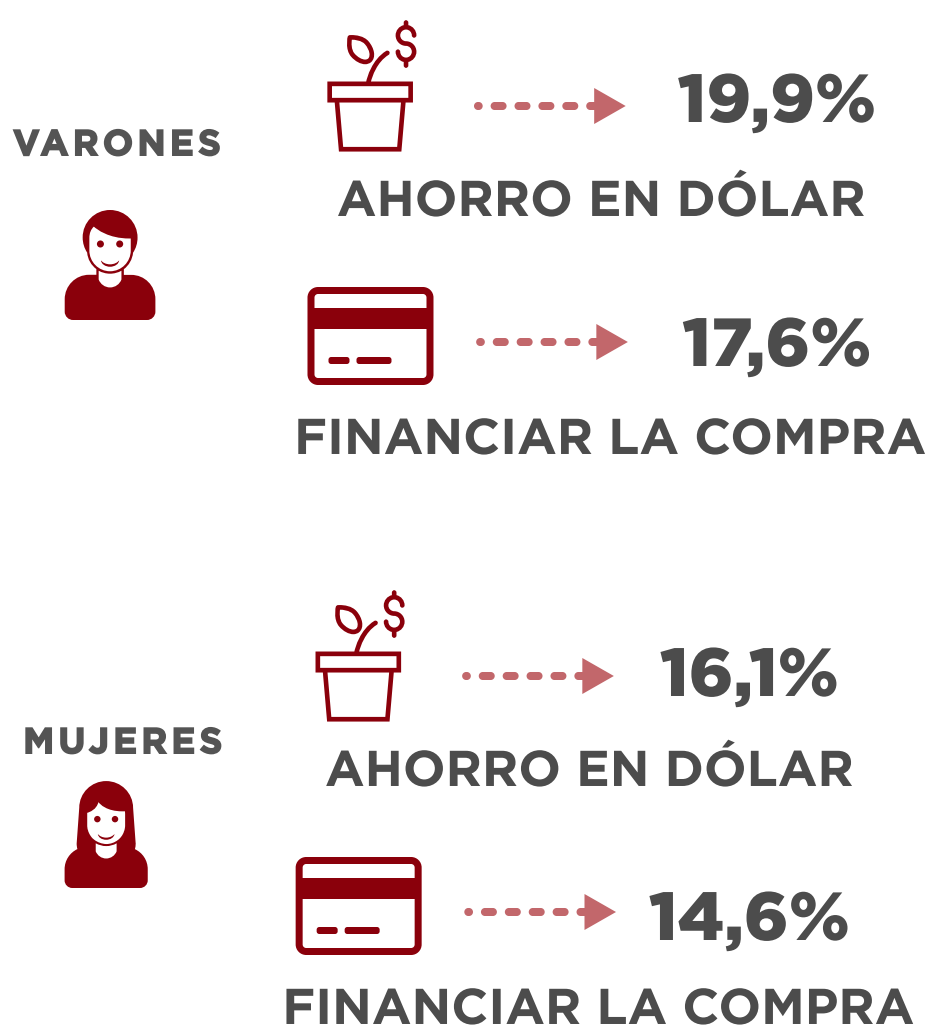
LOCALIDADES ENTRE 10 MIL HABITANTES

51,2%
ELECCIÓN DE OFERTAS
EN SUPERMERCADOS

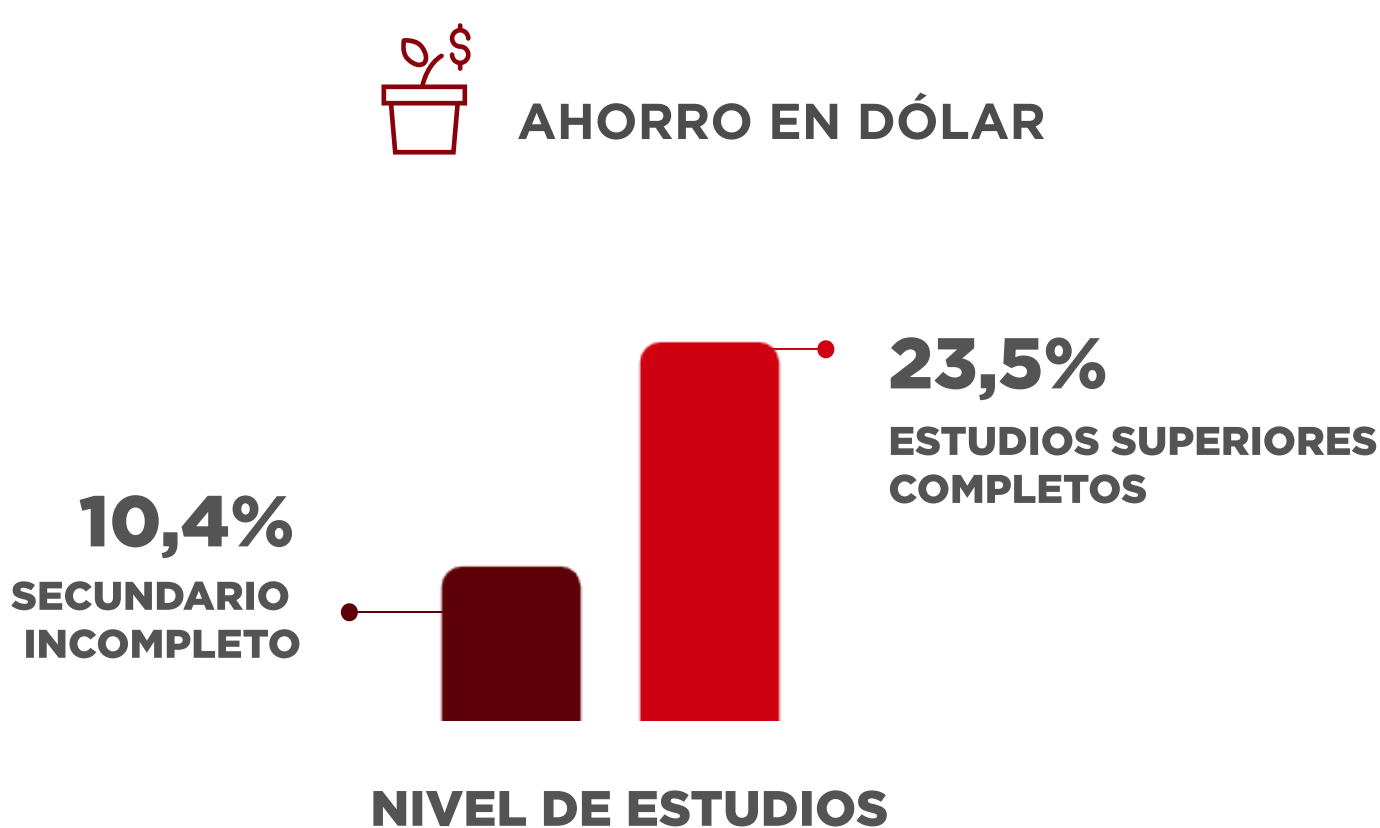


52,8%
REDUCCIÓN DE
SALIDAS Y COMPRAS

LOS VARONES ELIGEN MÁS AHORRAR EN DÓLARES QUE LAS MUJERES Y TAMBIÉN FINANCIAR LA COMPRA



ES SIGNIFICATIVA LA DIFERENCIA EN EL USO DE LA ESTRATEGIA “**AHORRO EN DÓLARES**” CONFORME EL NIVEL EDUCATIVO: QUIENES TIENEN **SECUNDARIO INCOMPLETO** LA ELIGEN EN **MENOR MEDIDA** QUE **QUIENES** COMPLETARON LOS **ESTUDIOS SUPERIORES**.



COMPRAR BIENES O COSAS PARA QUE NO SE DESVALORICE EL DINERO ES UNA ESTRATEGIA MÁS USADA POR **VARONES** QUE POR **MUJERES** Y POR LAS PERSONAS DE **60 AÑOS O MÁS** A DIFERENCIA DE QUIENES ESTÁN ENTRE LOS 25 Y 39 AÑOS.

COMPRAR BIENES O COSAS

VARONES



20,2%

MUJERES



12,5%

ADULTOS DE 60 AÑOS O MAS



19,9%

ADULTOS ENTRE 25 Y 39 AÑOS



19,9%

RETRASAR O INCUMPLIR EL PAGO DE IMPUESTOS ES MÁS FRECUENTEMENTE ELEGIDA **POR MUJERES** QUE POR LOS VARONES.

RETRASO O INCUMPLIMIENTO DE IMPUESTOS

MUJERES



16%

VARONES



12,5%



2023