

2017

ESTUDIO DE VALIDACIÓN DEL
SOBRE-ENDEUDAMIENTO DE LA
POBLACIÓN CHILENA EN BIENES Y
SERVICIOS Suntuarios como
una consecuencia de la
búsqueda de la
autorrealización y felicidad,
según el nivel
socioeconómico al que pertenecen

TORREJÓN LAZCANO, KATHERINE RITA

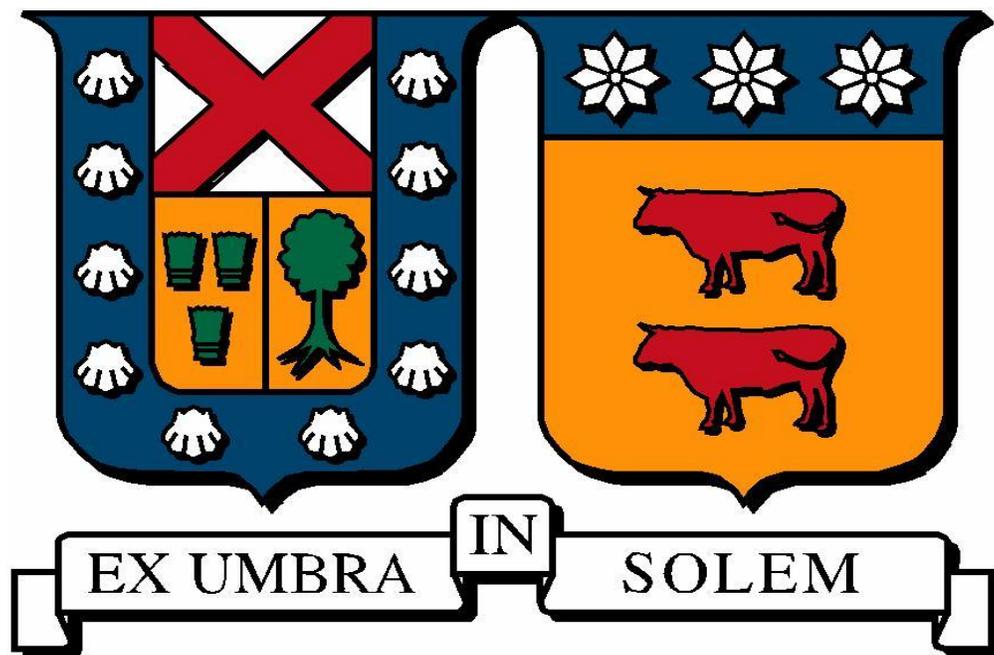
<http://hdl.handle.net/11673/24618>

Repositorio Digital USM, UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS

VALPARAÍSO-CHILE



ESTUDIO DE VALIDACIÓN DEL SOBRE-ENDEUDAMIENTO DE LA POBLACIÓN
CHILENA EN BIENES Y SERVICIOS Suntuarios COMO UNA CONSECUENCIA
DE LA BÚSQUEDA DE LA AUTORREALIZACIÓN Y FELICIDAD, SEGÚN EL
NIVEL SOCIOECONÓMICO AL QUE PERTENECEN

Katherine R. Torrejón Lazcano

Memoria para optar al título de Ingeniero Civil Industrial

PROFESOR GUÍA:

Sr. Giovanni Pesce

CORREFERENTE:

Sr. Fredy Kristjanpoller

Índice de contenido

Agradecimientos.....	13
Resumen ejecutivo.....	14
Introducción.....	16
Capítulo I.....	18
Definiciones económicas.....	18
Endeudamiento.....	18
Sobre endeudamiento.....	18
Marco Teórico.....	18
Conclusión Marco Teórico.....	30
Definiciones sicológicas.....	32
Autoestima.....	32
Baja Autoestima.....	32
Frustración.....	32
Satisfacción e insatisfacción.....	33
Estado sicológico de Chile.....	34
Segmentación socioeconómica en Chile.....	38
Capítulo II.....	46
Hipótesis.....	46

Exploración de la Hipótesis.....	46
Focus Group	47
Objetivo del focus group.....	47
Metodología	48
Resultado Focus group	54
Resultado entre grupos de estudio	55
Conclusión Resultados entre grupos de estudio	73
Resultado Transversales	75
Análisis de encuestas relacionadas con el consumo y la felicidad.....	93
Encuesta Exploratoria.....	97
Metodología de la encuesta.....	107
Análisis encuesta exploratoria	107
Edad	108
Nivel de Estudios	109
Previsión de Salud	110
Vehículo Propio	111
Vivienda Propia	112
Tamaño de Vivienda.....	113
Tamaño de los hogares	114

Niveles de Renta	115
Cantidad de alimentos ingeridos diariamente	116
Horas de Descanso	117
Enfermedades.....	118
Estado Civil.....	119
Relación con el círculo más cercano.....	120
Núcleo de Amigos	121
Situación Laboral	122
Stress	123
Éxito.....	124
Felicidad.....	125
Independencia	126
Desarrollo de Talentos	127
Metas Propuestas	128
Integración en su núcleo familiar.....	129
Expresar libremente las ideas	130
Compras Compulsivas/impulsivas provocan felicidad.....	131
Análisis Financiero	132
Ahorro.....	133

Motivos de un préstamo.....	134
Razones de consumismo.....	135
Significado de Felicidad	136
Situaciones que dan felicidad	137
¿Qué cosas dan felicidad?.....	138
Comprando felicidad.....	140
Significado del éxito	141
La sociedad define felicidad	142
La sociedad define éxito	143
Conclusiones parciales encuesta exploratoria	144
Análisis encuesta exploratoria según nivel socioeconómico.....	151
¿Qué es para usted la felicidad?, según nivel socioeconómico	152
¿Qué es para usted el éxito?, según nivel socioeconómico	153
¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad?, según nivel socioeconómico.	154
¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?, según nivel socioeconómico.	155
Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?, según nivel socioeconómico.....	156
¿Qué situaciones le dan felicidad?, según nivel socioeconómico.....	157
¿Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?, según nivel socioeconómico.	158

¿Cree usted que, si aumentan sus ingresos en un 65%, sería más feliz y exitoso?, según nivel socioeconómico.	159
Según su opinión, ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?, según nivel socioeconómico.....	160
Conclusiones.....	161
Bibliografía.....	165
Anexos N°1: Cuestionario Focus Group	167
Anexo N°2: Test Focus Group	172
<i>Test 1: Transcripción</i>	<i>172</i>
<i>Encuesta Felicidad y Éxito- Personal- Web.....</i>	<i>172</i>
<i>Encuesta Felicidad y Éxito- Personal- Web.....</i>	<i>176</i>
Anexo N°3: Resumen focus group por grupo encuestado.....	180
Anexo N°4: Análisis de conceptos	191
Anexo N°5: Encuesta exploratoria – Google form.....	205

Índice de Tablas

Tabla N°1: Cuadro Tramos ingreso Vs N° de entrevistados	28
Tabla N°2: Definición Nivel socioeconómico AB	39
Tabla N°3: Definición Nivel socioeconómico (C1a)	40
Tabla N°4: Definición Nivel socioeconómico (C1b)	41
Tabla N°5: Definición Nivel socioeconómico (C2)	42
Tabla N°6: Definición Nivel socioeconómico (C3)	43
Tabla N°7: Definición Nivel socioeconómico (D)	44
Tabla N°8: Definición Nivel socioeconómico (E)	45
Tabla N°9: ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta	56
Tabla N°10: ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?	57
Tabla N°11: ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?	58
Tabla N°12: ¿Qué cosas como objetos les da felicidad? ¿Por qué?	59
Tabla N°13: ¿Si la felicidad se pudiese comprar, ¿Qué comprarían? ¿Por qué?	60
Tabla N°14: Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta	61
Tabla N°15: Si la felicidad se pudiese crear ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?	62
Tabla N°16: ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta	63
Tabla N°17: ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?	64

Tabla N°18: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Por qué?	65
Tabla N°19: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad el éxito? ¿Por qué?.....	66
Tabla N°20: ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas	67
Tabla N°21: ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas	67
Tabla N°22: ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?	68
Tabla N°23: ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.....	69
Tabla N°24: Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?	70
Tabla N°25: ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas	71
Tabla N°26: ¿A qué atribuyen ustedes el aumento progresivo de trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas	71
Tabla N°27: ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta	75
Tabla N°28: ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?.....	76
Tabla N°29: ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?	77
Tabla N°30: ¿Qué cosas como objetos les da felicidad? ¿Por qué?	78
Tabla N°31: ¿Si la felicidad se pudiese comprar, ¿Qué comprarían? ¿Por qué?	79

Tabla N°32: Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta.....	79
Tabla N°33: Si la felicidad se pudiese crear ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?	80
Tabla N°34: ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta	81
Tabla N°35: ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?	82
Tabla N°36: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Por qué?	83
Tabla N°37: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad el éxito? ¿Por qué?.....	84
Tabla N°38: ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas	85
Tabla N°39: ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas	85
Tabla N°40: ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?	86
Tabla N°41: ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.....	87
Tabla N°42: Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?	88
Tabla N°43: ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas	89
Tabla N°44: ¿A qué atribuyen ustedes el aumento progresivo de trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas	90

Índice de Figuras

Figura N°1: Indicadores de Endeudamiento.....	20
Figura N°2: Evolución Indicadores de endeudamiento.....	21
Figura N°3: Distribución Estratos Encuesta Financiera de Hogares (EFH) 2014-2015.	22
Figura N°4: Distribución de deuda de los Hogares	23
Figura N°5: Deuda de Consumo por estrato.....	24
Figura N°6: ¿Para qué se endeudan los hogares chilenos?.....	25
Figura N°7: Evolución de tenencia de las principales deudas de consumo	26
Figura N°8: Tenencia de deuda total	27
Figura N°9: Distribución del número de muertes por suicidio, accidentes de tránsito y agresiones según sexo en Chile, 2009.	35
Figura N°10: Tasa de Suicidio y Desempleo a nivel nacional periodo 2000-2008.....	37
Figura N°11: Segmentación grupos socioeconómicos.	38
Figura N°12: Actividades para el desarrollo de un focus group	48
Figura N°13: Mapa localización realización Focus group	53
Figura N°14: Factores que influyen el bienestar (felicidad).....	95
Figura N°15: Gráfico de edad vs Frecuencia	108
Figura N°16: Nivel de Estudios.....	109

Figura N°17: Previsión de Salud	110
Figura N°18: Vehículo propio	111
Figura N°19: Vivienda Propia	112
Figura N°20: Tamaño de vivienda	113
Figura N°21: Tamaño de los Hogares	114
Figura N°22: Nivel de renta	115
Figura N°23: Cantidad de alimentos ingeridos en el día	116
Figura N°24: Horas de descanso	117
Figura N°25: Enfermedades	118
Figura N°26: Tipos de enfermedades	118
Figura N°27: Estado Civil	119
Figura N°28: Relación con el círculo más cercano	120
Figura N°29: Núcleo de amigos	121
Figura N°30: Situación Laboral.....	122
Figura N°31: Stress.....	123
Figura N°32: Éxito	124
Figura N°33: Felicidad	125
Figura N°34: Independencia.....	126
Figura N°35: Desarrollo de talentos	127

Figura N°36: Metas Propuestas	128
Figura N°37: En su grupo de amigos/familia, usted se siente considerado e integrado.....	129
Figura N°38: Usted puede expresar sus ideas y conocimientos de manera libre	130
Figura N°39: Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad	131
Figura N°40: Análisis financiero.....	132
Figura N°41: Usted destina parte de su sueldo al ahorro	133
Figura N°42: ¿Cuál es o sería la principal razón por la cual tomaría o ha tomado un crédito y/o préstamo?.....	134
Figura N°43: ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?.....	135
Figura N°44: ¿Qué es la felicidad para usted?	136
Figura N°45: Situaciones que dan felicidad	137
Figura N°46: ¿Qué cosas a usted le da felicidad?	138
Figura N°47: Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?.....	140
Figura N°48: ¿Qué es para usted el éxito?	141
Figura N°49: ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad?	142
Figura N°50: ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?	143
Figura N°51: Distribución de niveles socioeconómicos estudiados.....	151
Figura N°52: ¿Qué es para usted la felicidad? Según nivel socioeconómico.	152
Figura N°53: ¿Qué es para usted el éxito? Según nivel socioeconómico.	153

Figura N°54: ¿cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad? Según nivel socioeconómico.	154
Figura N°55: ¿cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito? Según nivel socioeconómico.	155
Figura N°56: Si la felicidad se pudiera comprar, ¿qué comprarías? Según nivel socioeconómico.	156
Figura N°57: ¿Qué situaciones le dan felicidad?, Según nivel socioeconómico.	157
Figura N°58 ¿Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?, Según nivel socioeconómico.	158
Figura N°59 ¿Cree usted que, si aumentan sus ingresos en un 65% sería más feliz y exitoso?, Según nivel socioeconómico.	159
Figura N°60 Según su opinión, ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?, Según nivel socioeconómico.....	160

Agradecimientos

Esta memoria está dedicada a todos quienes confiaron en mí y me dieron su apoyo, a mi familia, Benita, Jessica y Claudia, quienes siempre me alentaron a enfrentar este desafío, a mis Padrinos Pepe y Carmen, quienes siempre han tenido una palabra de aliento y un buen consejo, además de un gran cariño. A mi mamá, quien siempre estuvo conmigo, apoyándome, estando ahí de manera cariñosa y confiando en mis capacidades. A Ruth, quien sin su ayuda esta tarea hubiese sido más ardua, aquellos que conocí en este camino y que me entregaron un poquito de ellos. Y finalmente a Ignacio, quien me apoyó durante el proceso y siempre me sostuvo aun cuando las energías flaqueaban.

Muchas gracias a todos.

Resumen ejecutivo

La presente memoria propone como hipótesis “validar el sobre-endeudamiento de la población chilena en bienes y servicios suntuarios como una consecuencia de la búsqueda de la autorrealización y felicidad, según al nivel socioeconómico al que pertenecen”. Para ello el estudio se dividió en varias etapas, la primera es el marco teórico donde se indagaron conceptos básicos como, endeudamiento, sobreendeudamiento, autoestima, además de la búsqueda de referentes que pudiesen ser una base de investigación. Dentro de los resultados más importantes fueron que el RCI o Ratio de carga financiera sobre ingreso, en el año 2015 era de un 38%, lo que indica que las familias chilenas de cada 10 pesos, 4 lo destinan al pago de deudas. Además, aquellos estratos con menores ingresos mensuales son quienes presentan un RCI más alto. Otra encuesta revisada fue la Encuesta Financiera de Hogares (EFH), la cual señaló que el 63% de la deuda de las familias corresponde a deudas de consumo, y la obtención del crédito depende de los estratos, aquellos estratos de menores ingresos se endeudan en casas comerciales en vez de la banca, pagando un precio mayor por sus préstamos. Más aún la encuesta CASEN 2015, señala que existe un atraso salarial evidente en Chile, y que esta es una de las principales razones del endeudamiento en los sectores más vulnerables. Posterior a ello se estudiaron las tasas de suicidio en el país, las cuales aumentan de manera problemática acercándonos a los altos niveles de Corea del Sur. Los distintos autores señalan que el suicidio en Chile es una respuesta a una sociedad individualista y completamente insatisfecha.

Para poder validar que el endeudamiento es consecuencia de una búsqueda de felicidad y autorrealización se generaron dos herramientas: Focus Group y encuesta exploratoria. La primera herramienta tuvo como objetivo ***“Definir el significado de felicidad y éxito en la sociedad chilena y su relación con el endeudamiento, basado en el nivel socioeconómico al que pertenecen.”*** Este focus se dividió en 4 grupos de interés, los que se dividían en edades y en estratos de ingreso. Lo que dio como resultado, que las definiciones de felicidad y éxito en la sociedad chilena no dependen del nivel socioeconómico sino más bien de la edad de los encuestados. De esta manera ***los 4 grupos definen la felicidad completa como algo inalcanzable, y más bien corresponde a momentos*** y según su percepción, la sociedad define felicidad como, ***la obtención de dinero, objetos suntuarios, con el objeto de “ganar” una***

competencia invisible entre los pares. Además, se considera que la felicidad está “empaquetada”, los medios de comunicación o sociedad imponen que la felicidad solo se puede lograr, si se cumplen ciertas etapas, o se obtienen ciertos objetos.

Por otro lado, la definición del éxito es el *reconocimiento, tanto personal como del exterior y el cumplimiento de metas propias o impuestas por el medio*. Al responder como la sociedad define el éxito, los grupos coinciden es que es concebido como *la cantidad de objetos suntuarios obtenidos y/o la cantidad de riqueza, lo que permiten ganar esta competencia “invisible” con sus pares*. Una vez obtenidas las definiciones, se construyó una encuesta exploratoria la que tenía como hipótesis *“¿Los altos niveles de consumo en Chile, explican la necesidad de satisfacer necesidades de felicidad y autorrealización, según su nivel socioeconómico?”*, para ello se desarrolló una encuesta de 38 preguntas, a 81 personas de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso. El rango etario fue de 20 a 77 años, y la estratificación de niveles socioeconómicos se distribuyó en un 20% aproximadamente por cada nivel. Esta encuesta concluyó que ninguno de los niveles propuestos por Maslow se logra en su totalidad. Sobre todo, aquellos niveles de autorrealización, donde solo un 30% de los encuestados se ha sentido siempre “feliz”, “exitoso” e “independiente”. Además, se volvieron a consultar las definiciones de éxito y felicidad, donde ambos conceptos tienen una connotación más bien “material”, que introspectiva, coherente con los resultados obtenidos en el focus group.

Al relacionar la felicidad, y el éxito con el consumo, se determinó que tienen una estrecha relación, la sociedad chilena no logran percibir otra medida de éxito y felicidad si no es por un valor material. Al analizar la encuesta a través del agrupamiento de niveles socioeconómicos, no se encontraron diferencias con el estudio individual, las definiciones y percepciones estudiadas en esta memoria son transversales al nivel socioeconómico consultado.

Finalmente se concluye que el sobreendeudamiento de la sociedad chilena en bienes y servicios suntuarios es una consecuencia explícita de la búsqueda incesante de la felicidad, éxito y autorrealización, donde las definiciones de éxito y felicidad dependen del exterior y no así de un desarrollo personal.

Introducción

La sociedad chilena se caracteriza por la gran influencia que potencias como Estados Unidos ha ejercido en ella. Fenómeno que comenzó en la década de los 70', momento en el cual se gestó en el país una economía neo liberal, abriendo camino para la adquisición de bienes tangibles como intangibles, lo cual se desarrolló explosivamente en pocas décadas, principalmente en la década de los 90'. Es así como al recorrer las calles de Chile, se puede observar diversos letreros publicitarios con textos en inglés como en español, de los cuales los ciudadanos conocen su significado, sin conocer el idioma. Ya es usual mezclar ambas lenguas al punto que se han castellanizado muchas de ellas, si bien esto parece solo una humorada, no es tal sutil como parece. El consumismo “sin sentido aparente”, traída desde América, ha impactado fuertemente en la cultura Chilena, como también aquellos conceptos errados de “Éxito y Felicidad”, confundidos o cuantificados con “Riqueza y estatus”. La inquietud es mayor aun cuando vemos adolescentes, que exigen a sus padres aparatos tecnológicos de punta, sin saber la diferencia entre “haya”, “allá”, y “halla”, es así como pequeñas actitudes logran demostrar que aquellas bases culturales fundamentales para cualquier persona y sociedad, se ven reemplazadas por otras necesidades suntuarias, siendo esto un fenómeno transversal, socioeconómicamente, etnias, géneros, y generaciones. Todo esto entrega señales suficientes para cuestionar hacia dónde va la sociedad chilena puesto aparentemente que la obtención de “prendas”, genera una movilidad imaginaria entre los estratos socioeconómicos y sensación de pertenencia. Así mismo esta “obtención de prendas” se convierten en un ejercicio de escalada, puesto que, para sostener esta movilidad socioeconómica, hay que avanzar tan veloz como Samsung, Audi, Adidas, Apple, Channel, entre otras marcas. La segunda pregunta que nace inmediatamente es: ¿Cómo se obtiene poder adquisitivo suficiente para sostener este estilo de vida?, cuando los indicadores de bienestar como el coeficiente de Gini, muestra a Chile como uno de los países con mayor desigualdad entre niveles de ingresos, como también el 4to país con la mayor proporción de pobreza, entre los países estudiados. El coeficiente de Gini, indica una realidad totalmente distinta a la que se puede apreciar “in Situ” en las ciudades del país, inconsistencias dignas de estudio.

La siguiente Memoria, busca dilucidar la interrogante de como la sociedad chilena sustenta un nivel socioeconómico superior al propio y cuál es la necesidad inherente de llevarla a cabo, cuando los índices nos indican que no existe la base económica para poseerla y menos sostenerla, para ello se inspeccionará la realidad financiera de los chilenos. Organismos que han estudiado este tema, dan como solución a esta problemática al acceso al crédito indiscriminado que ha tenido la sociedad chilena desde la década de los 90', y el impulso de sostener una realidad inexistente se presume como consecuencia de una baja autoestima a nivel social. Para ello se tendrán como ciudades de estudio Viña del Mar y Valparaíso, en las cuales se puede encontrar una gran diversidad socio-cultural y económica que dará una muestra bastante representativa de la realidad nacional. Junto con lo anterior, se busca descubrir si esta necesidad de obtener bienes, responde a una sensación de insatisfacción permanente, ligada a los bajos ingreso económico como la sensación de injusticia entre la retribución que se obtiene versus el trabajo o actividad desarrollada. Para ello se desarrollarán diversas herramientas de medición que permitan estudiar esta realidad, como también se estudiarán aspectos psicológicos que ayuden a explicar actitudes colectivas de consumismo, que permitan responder las interrogantes planteadas.

Capítulo I

Definiciones económicas

Endeudamiento

El endeudamiento permite a los consumidores acceder al consumo intertemporal, aumentando su bienestar en la medida que la relación deuda patrimonio, y su estructura de corto y largo plazo de pasivos se encuentre en una relación armónica con el flujo de ingresos.

Sobre endeudamiento

Se define como la relación de los consumidores y su nivel de deuda, en el cual sus pasivos son iguales o superiores a sus activos, teniendo riesgo eminente de no poder responder a sus obligaciones financieras.

Marco Teórico

Al comenzar a estudiar la sociedad chilena y su comportamiento, se presenta rápidamente las primeras preguntas: ¿Cuán endeudados están los chilenos? ¿Qué se puede decir de su vida financiera? ¿Sus ingresos permiten una vida cómoda y responder a sus compromisos? ¿Para qué piden préstamos los chilenos? Lo anterior obliga a estudiar algunos informes desarrollados por entidades como el Banco Central, el cual en el año 2014 genera el informe titulado “*Endeudamiento y Pobreza en Chile*”, donde plantea la preocupación sobre el nivel de endeudamiento en las familias chilenas, sobre todo en los últimos años en los cuales las casas comerciales han permitido el acceso al crédito aquellos grupos sociales más vulnerables. El riesgo de estos préstamos es que generan una falsa sensación de aumento de ingresos, ya que si bien las familias adquieren mayor poder adquisitivo, olvidan que un préstamo debe ser devuelto a la institución que la otorgó, y en este caso, ya no es el mismo valor que el solicitado, por el contrario, suman aquellas variables como el valor del riesgo, la depreciación de la moneda, entre otras, lo que significa siempre se reintegrará un valor mayor al solicitado, así mismo el manejo irresponsable de estas herramientas financieras a un corto,

o mediano plazo pueden contribuir a un aumento de la pobreza, debido al sobreendeudamiento y la incapacidad de cubrir los compromisos adquiridos.

Para medir los niveles de endeudamiento, existen diversos ratios que permiten cuantificar estos compromisos, entre ellos se encuentra el RCI o *Ratio de carga financiera sobre ingreso* que corresponde a la razón de pagos mensuales de los compromisos o deudas sobre su ingreso total mensual. En cuanto al RCI de Chile y en comparación con otros países pertenecientes a la OCDE¹, es considerado alto con un valor igual a 38% en promedio, mientras que, en Holanda, país que sigue a Chile es de tan solo un 18,1%. Lo que significa que en promedio 4 de cada 10 pesos líquidos que ingresan mensualmente se destinan al pago de una deuda, por lo que una familia vive con el 60% de sus ingresos reales. Un ejemplo sencillo, es considerar que una persona que recibe el sueldo mínimo de \$250.000², luego de pagar sus obligaciones financieras (deudas) tiene disponible para su uso solo \$150.000 CLP para el resto del mes.

Otro indicador importante es la *Relación Deuda Ingreso o RDI, que corresponde a la razón de deuda pendiente total anual-sobre el ingreso total anual del hogar*, el ratio en Chile corresponde a un 62%, según el Banco Central, lo que se considera normal, y lejos del promedio de los países del OCDE que es de alrededor de 117%.

El estudio realizado por el Banco Central, la Encuesta Financiera de Hogares 2014, la cual se realizó entre los años 2014 y 2015, analiza los indicadores de endeudamiento RCI y RDI, los que indican el nivel de endeudamiento de los hogares, y el nivel de pago respecto a las obligaciones financieras. Esta encuesta dividió a la población en 3 estratos, *Estrato 1*: hogares que tienen un ingreso mensual hasta \$ 762.434, *Estrato 2*: hogares que tienen un ingreso mensual entre \$ 762.454 hasta \$1.710.00 CLP, y *Estrato 3*: hogares que tienen un

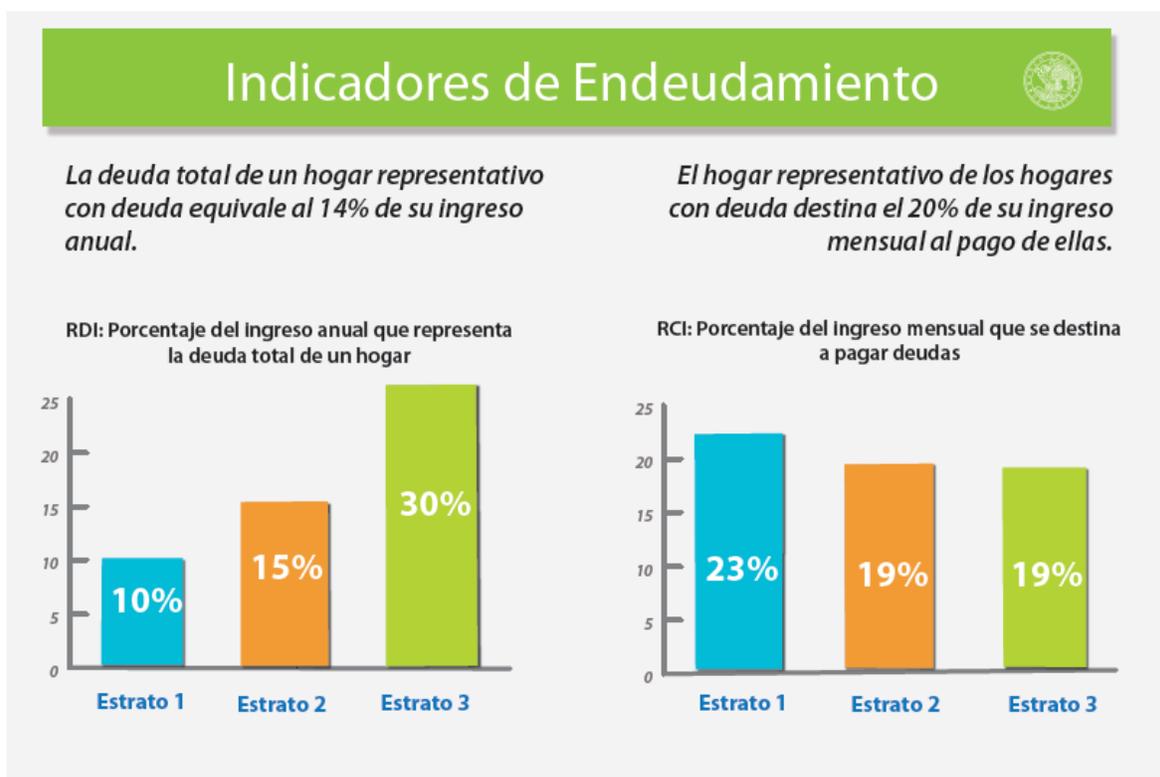
¹ <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/03/28/el-brutal-endeudamiento-de-los-chilenos-y-la-desposicion-salarial/>

² Ley N°20.763 publicada en el Diario Oficial el 18 de julio 2014, artículo 1°. <http://www.dt.gob.cl/consultas/1613/w3-article-60141.html>

ingreso mensual superior a \$ 1.710.833 CLP, correspondiente al 20% más rico de la población.

Como es de esperar el RDI, en los estratos 2 y 3 es mayor que el RDI del estrato 1, esto se explica por el mayor acceso a créditos bancarios u otras instituciones prestamistas. En cuanto al RCI, correspondiente al porcentaje de ingreso mensual que las familias destinan al pago de obligaciones financieras, el resultado es inverso al indicador anterior. Las familias representantes del estrato 1, tienen un mayor porcentaje de deuda que los estratos 2 y 3, lo que señala que los estratos con menor ingreso se endeudan menos en el monto de deuda anual, sin embargo, las cuotas mensuales son más altas respecto a su nivel de ingreso. Lo anterior se puede observar en los siguientes gráficos:

Figura N°1: Indicadores de Endeudamiento



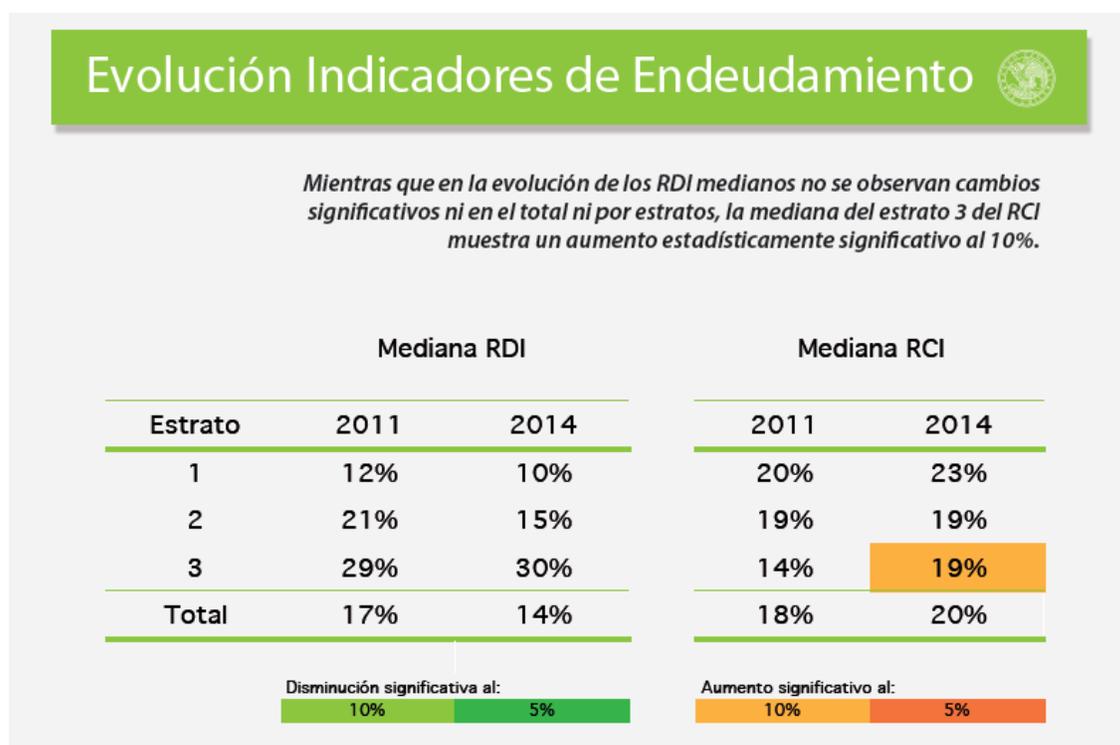
Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

Comparación temporal de indicadores RCI y RDI

Al comparar la deuda total o RDI entre los años 2007, 2011, y 2014, se logran vislumbrar que al año 2014 los estratos 1 y 2 han disminuido su porcentaje de deuda, sin embargo, el estrato 3 ha aumentado en 1 punto porcentual. Si se considera en promedio, la mediana del RDI ha disminuido en un 3%, lo que indica que la deuda adquirida de manera anual ha disminuido entre el año 2007 y 2014. Respecto a la mediana del RCI, en los estratos 1 y 3 se ve un aumento de la deuda mensual, en cambio el estrato 2 mantiene su nivel de deuda.

Al realizar una comparación de la evolución de la mediana de los indicadores RDI e RCI a través de los años 2011 y 2014, transversal a los 3 estratos, se puede analizar que el RDI ha disminuido a través de los años, lo que significa que en términos anuales los chilenos han comenzado a endeudarse menos, sin embargo a nivel mensual, RCI, ha ocurrido a situación inversa, hoy destinan un mayor porcentaje de sus ingresos mensuales a pagar sus obligaciones financieras.

Figura N°2: Evolución Indicadores de endeudamiento



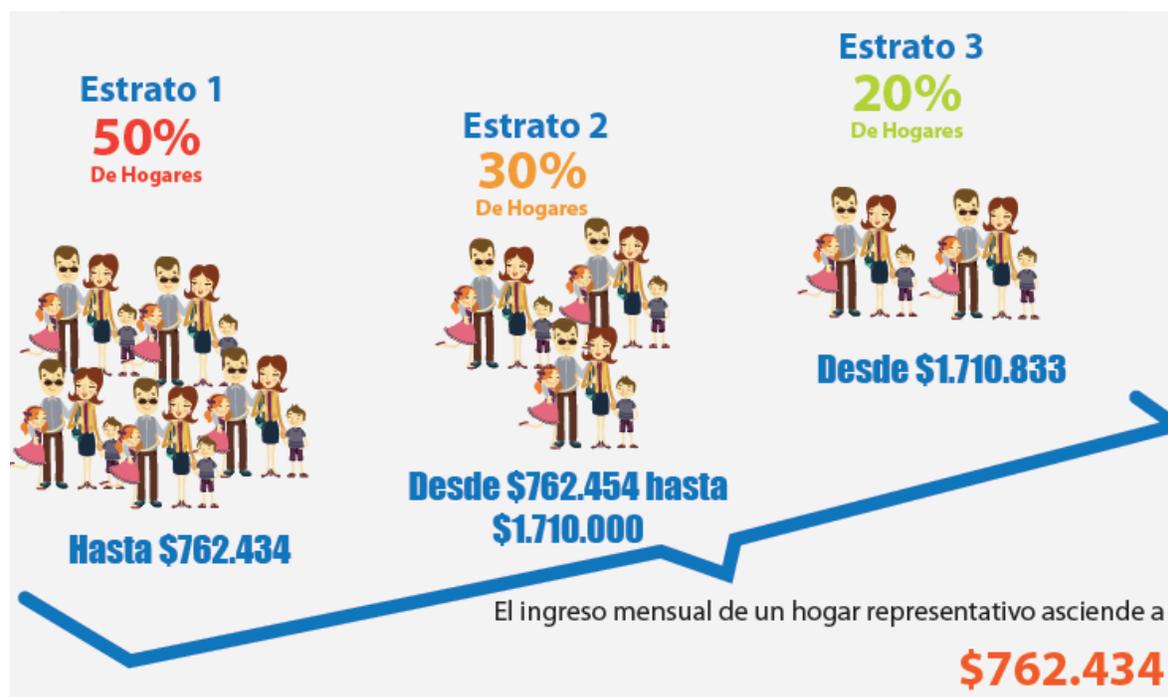
Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

Encuesta Financiera de Hogares (EFH)

La Encuesta Financiera de Hogares (EFH) es una iniciativa del Banco Central de Chile, que se realiza desde el año 2007 y tiene como objetivo generar información detallada del balance financiero de los hogares, permitiendo una comprensión más amplia del comportamiento financiero de los chilenos.

La última versión de la encuesta financiera fue realizada el 2014 por la empresa IPSOS, entre julio 2014 y febrero 2015, la que segmenta a la población chilena en 3 estratos, según su nivel de ingresos mensual por hogar.

Figura N°3: Distribución Estratos Encuesta Financiera de Hogares (EFH) 2014-2015.



* Los valores corresponden al ingreso efectivo de los hogares

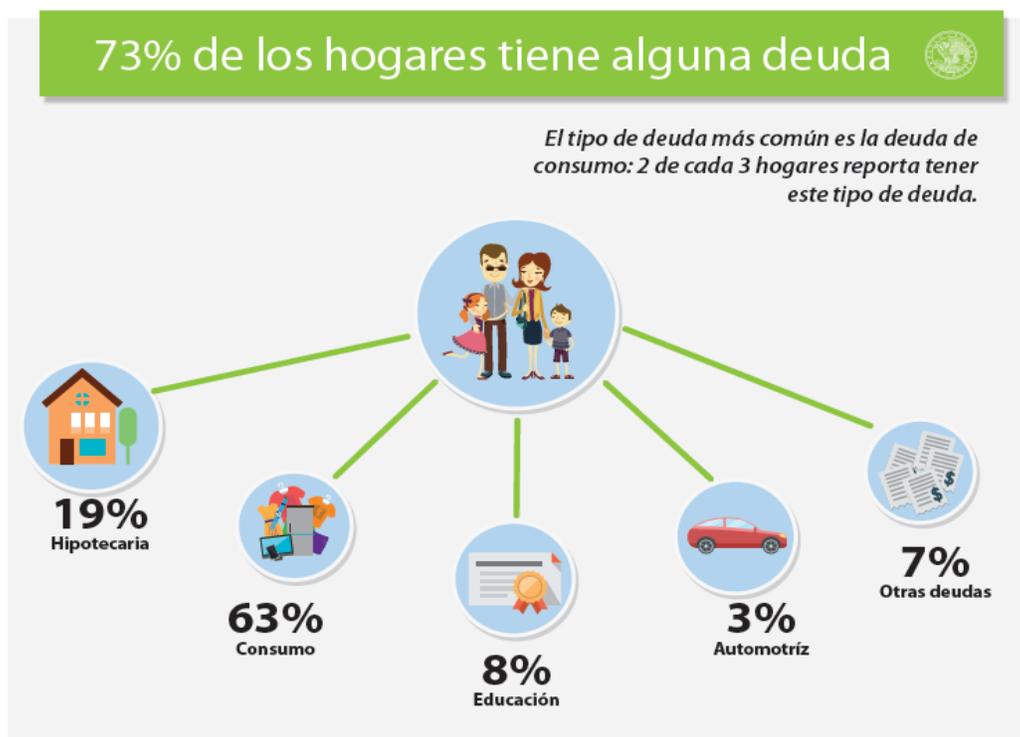
Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

Los estratos distribuyen a la población según sus ingresos, por lo cual tal como se muestra en la figura los estratos corresponden a:

- **Estrato 1:** Son aquellos hogares que tienen un ingreso mensual hasta \$ 762.434, correspondiente al 50% de los hogares.
- **Estrato 2:** Son aquellos hogares que tienen un ingreso mensual entre \$ 762.454 hasta \$1.710.00 CLP, correspondiente al 30% de la población.
- **Estrato 3:** Son aquellos hogares que tienen un ingreso mensual superior a \$ 1.710.833 CLP, correspondiente al 20% más rico de la población.

De la encuesta EFH 2014, se concluyó que el 73% de los hogares cuenta con algún tipo de deuda, ya sea hipotecaria, de consumo, educación, automotriz, u otros, la cual se distribuye según el siguiente gráfico.

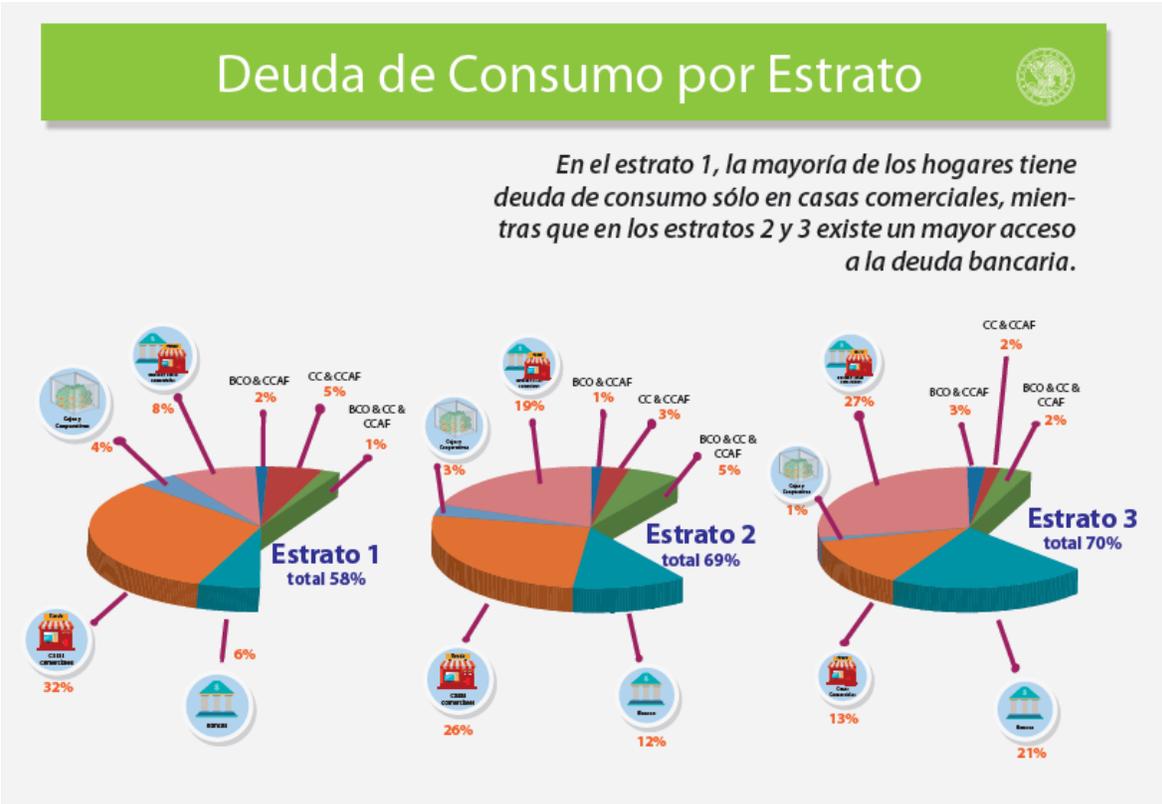
Figura N°4: Distribución de deuda de los Hogares



Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

¿Dónde adquieren deuda de consumo los hogares chilenos?, es una incógnita que nace inmediatamente. Del informe se puede deducir que el estrato 1, son quienes tienen un mayor uso de créditos de consumo obtenidos en casas comerciales, y casi nulo uso de créditos de consumo en entidades bancarias, caso contrario ocurre en los estratos 2 y 3. Esto se explica por los bajos ingresos que obtiene el primer estrato, impidiéndoles acceder a créditos bancarios, por lo cual se han convertido en el segmento objetivo de las casas comerciales que se han incorporado al sistema de préstamo.

Figura N°5: Deuda de Consumo por estrato

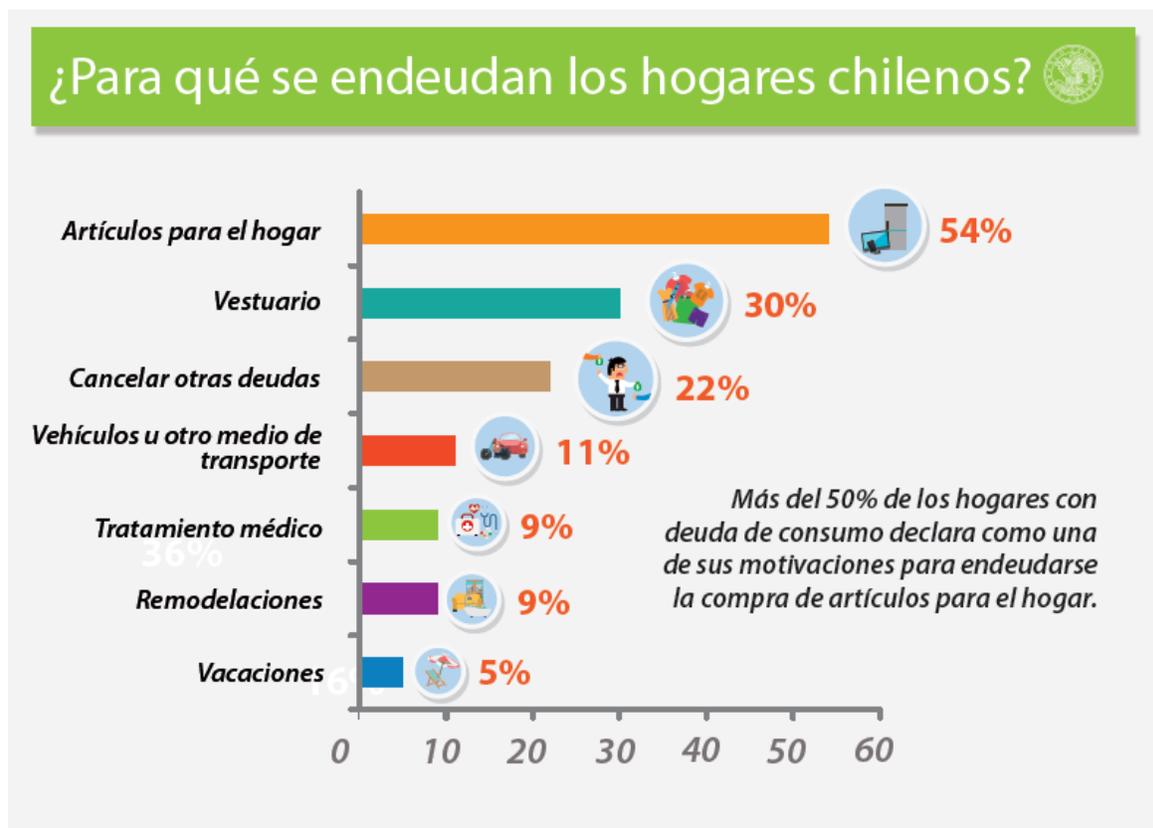


Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

El Banco Central también se cuestiona el *¿para qué se endeudan los chilenos?*, y la respuesta fue que el **54%** corresponden a deudas relacionadas con *artículos para el hogar*, **30%** *deudas relacionadas con compras de vestuario*, y un **22%** *corresponde a la cancelación de otras deudas*. Lo que indica que los chilenos se endeudan precisamente en elementos suntuarios, y que no corresponden a primeras necesidades, como educación,

vivienda, u otros. El desglose de las deudas adquiridas por los chilenos se encuentra en la siguiente figura.

Figura N°6: ¿Para qué se endeudan los hogares chilenos?

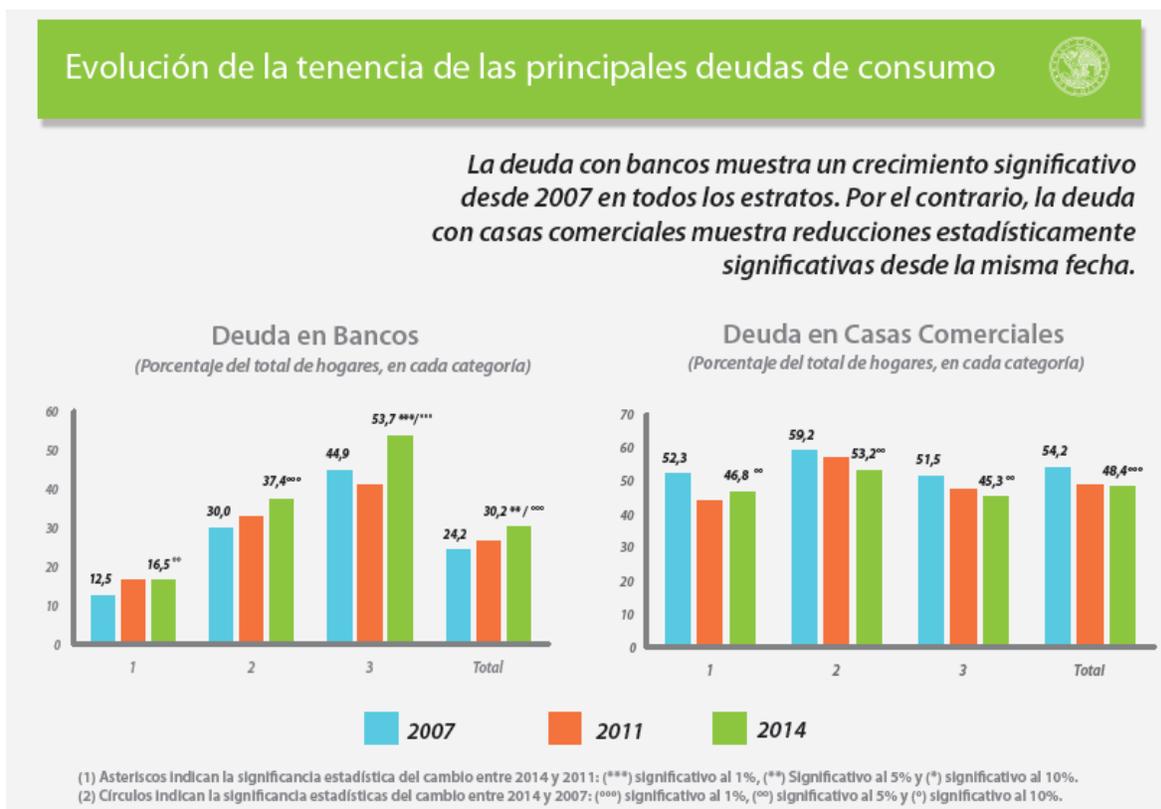


Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

¿Cómo ha evolucionado la obtención de deudas de consumo en los distintos sistemas de préstamo?

Respecto a la evolución de la tenencia de las principales deudas de consumo a través de los años 2007, 2011 y 2014. Se conoce que ha sido sostenida en la obtención de deudas de consumo en bancos. En cuanto a la deuda en casas comerciales, esta ha disminuido en todos los estratos.

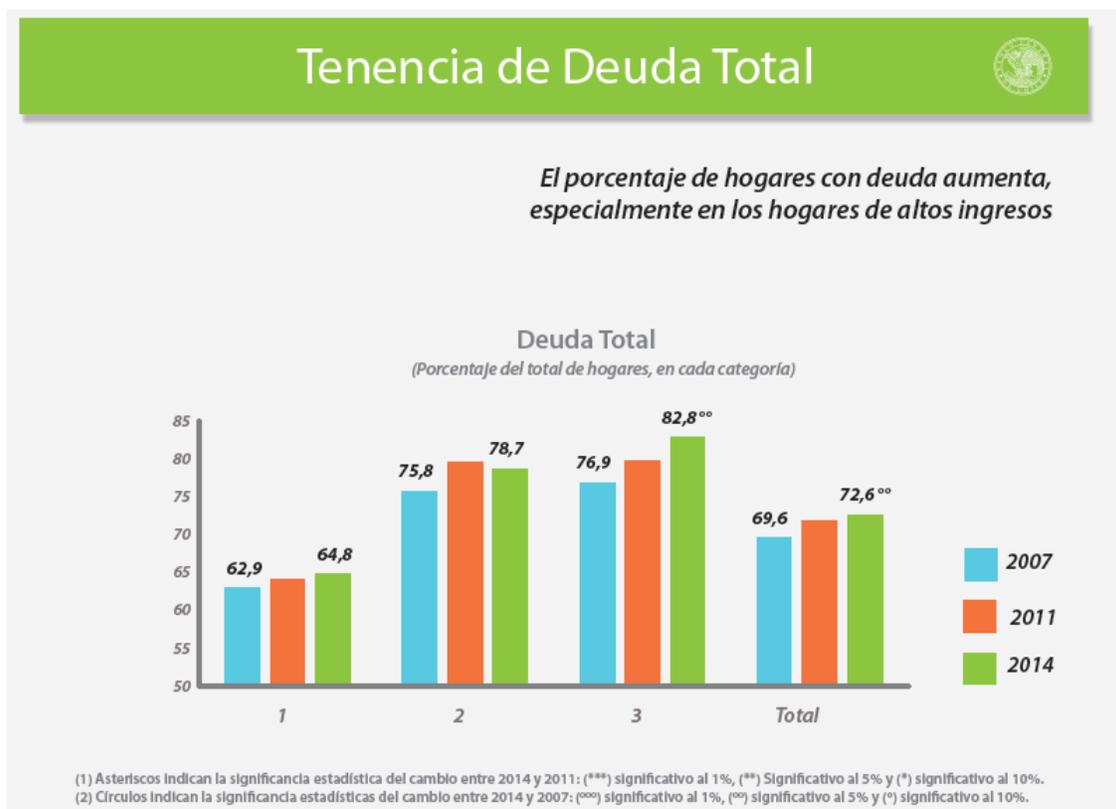
Figura N°7: Evolución de tenencia de las principales deudas de consumo



Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

Finalmente, la última consulta que surge es *¿Cuál ha sido la evolución de los hogares en la tenencia de deuda total?*, El gráfico siguiente muestra que el porcentaje de *hogares con deuda* ha aumentado en todos los estratos a través de los años, sin embargo, ha aumentado significativamente en los estratos con mayor poder adquisitivo.

Figura N°8: Tenencia de deuda total



Fuente: Presentación de Resultados Encuesta Financiera de Hogares 2014, Banco Central.

Distribución salarial de los ingresos de la ocupación Principal

¿Cuánto ganan los chilenos? ¿En qué proporción? Es otra de las grandes interrogantes. Según la encuesta CASEN 2013³, encuesta utilizada para evaluar el impacto de la política social en Chile, la cual a su vez obtiene las tasas de pobreza e indicadores de desigualdad, observó que el 88,2% de los encuestados posee un salario líquido menor a \$700.000 CLP.

Tabla N°1: Cuadro Tramos ingreso Vs N° de entrevistados

Tramos de Ingresos	No.	% Total	% Acumulado
Menor o igual a \$168.000	1.187.285	16,9%	16,9%
\$168.001 - \$260.000	2.371.639	33,7%	50,5%
\$260.001 - \$400.000	1.664.006	23,6%	74,1%
\$400.001 - \$500.000	515.283	7,3%	81,5%
\$500.001 - \$700.000	471.667	6,7%	88,2%
\$700.001 - \$1.000.000	417.900	5,9%	94,1%
\$1.000.001 o más	416.509	5,9%	100,0%
Total	7.044.289	100,0%	-

Fuente: Encuesta CASEN 2013

Se reporta además que el ingreso laboral medio mensual de los chilenos fue de \$ 416.909 CLP, y los ingresos que perciben el 50% de la fuerza laboral activa, solo llega al orden de \$ 260.000 CLP.

Al comparar PIB per cápita de países con valores similares al nuestro, se corrobora que existe un “*Atraso salarial efectivo*”, lo que se ejemplifica con el caso de Croacia, donde el PIB per cápita es menor al que poseía Chile en 2013, pero tenía una media salarial 45% más alta que Chile. Otro ejemplo es Polonia, país que tiene un PIB per cápita muy similar al de Chile, donde su media salarial por paridad de poder de compra es de casi un 47,3% superior al caso

³ Encuesta realizada por el Ministerio de desarrollo social, con una periodicidad bianual o trianual.

chileno. Con ambos países se puede demostrar que el PIB per cápita es un indicador engañoso, si se desea cuantificar el bienestar salarial de los chilenos.

La conclusión de la encuesta CASEN 2013, es que los chilenos se endeudan específicamente porque los salarios no permiten satisfacer las necesidades básicas.

Conclusión Marco Teórico

A través de los diferentes instrumentos e informes se concluye, que existe una gran concentración de deuda en aquellas familias con mayores ingresos. Respecto a los estratos más bajos, su relación con deudas adquiridas ha sido baja en cantidad. Ciertamente la cantidad de hogares que han adquirido deuda ha aumentado en todos los estratos, pero la adquisición de la deuda es distinta según el nivel socioeconómico. Lo que cabe destacar que las deudas adquiridas en la sociedad chilena, suelen ser deudas para artículos suntuarios, según la encuesta EFH, sin embargo, CASEN 2013, por el contrario, señala que el motivo de la adquisición de deuda se debe a que el sueldo no alcanza a cubrir las necesidades básicas.

Respecto al ¿Dónde?, los niveles socioeconómicos más bajos contraen sus deudas con entidades no bancarias, como casas comerciales, cooperativas, o cajas de compensación entre otras, las que entregan “grandes préstamos” a cuotas fijas pequeñas, con largos periodos de devolución, lo que esconde tasas de interés excesivamente altas. Basados en la poca cultura financiera que existe en general en la población chilena, es imposible para estos estratos distinguir entre las buenas alternativas de aquellas que no lo son. Por el contrario, los estratos de más altos ingresos tienen deudas mayores, pero con entidades bancarias establecidas, puesto que tienen mayor acceso a diferentes herramientas bancarias, pudiendo escoger tasas o préstamos que sean mucho más convenientes.

Desde otra perspectiva, el RCI, presenta variaciones según estratos, siendo el Estrato 1, quien posee una razón de deuda más alta que los otros estratos. Esto básicamente quiere decir que son quienes más compromisos financieros poseen a nivel mensual. Lo que de alguna manera es de esperar, puesto que son la población con menor acceso a educación financiera, pudiendo abusar de estos tipos de herramientas, sin tener real conciencia del alcance, obligaciones y derechos de sus compromisos adquiridos.

Lamentablemente los estratos más bajos, están más expuestos a cobros más altos, y de lo cual están absolutamente desprotegidos, puesto que si bien, el riesgo que representan para una casa comercial es alta, y su tasa de interés responde a ello, instituciones financieras o gubernamentales aún no tienen instrumentos efectivos para impedir que los chilenos se

endeuden a un monto mayor del 25% de sus ingresos mensuales, recomendación del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

Hay que considerar que la medición de la pobreza en Chile se mide a través de los ingresos obtenidos, sin embargo, se olvida por completo de las deudas que adquieren las familias. Cuando las deudas sobrepasan la capacidad de pago mensual genera una sensación de frustración, dado que por un lado la sociedad señala que la posición económica es buena, pero la realidad es totalmente contraria. Lo que genera como consecuencia un llamado *stress financiero*, la que se impone como una preocupación constante dentro de los núcleos familiares, generando finalmente una actitud a nivel social.

Definiciones psicológicas

Como anteriormente se mencionó, existen actitudes que pueden llevar a una persona al sobreendeudamiento, para ello se definen las siguientes percepciones, respuestas emocionales que pueden influir en este estudio.

Autoestima

El autoestima se define como un conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia la misma persona (o nosotros mismos), considerando la manera de ser, como las personas se comportan, rasgos del cuerpo o el propio carácter. En síntesis, se define autoestima como *la percepción evaluativa de la misma persona*. La gran relevancia de la autoestima es que corresponde a una mirada introspectiva, determina la manera de actuar, estar y relacionarse con el entorno. Todo lo que emerge de una persona, gestos, miradas, posturas, frases, formas de pensamiento corresponden a la influencia de la autoestima. El concepto de autoestima va desarrollándose poco a poco a lo largo de la vida de una persona, donde cada etapa aporta algún grado de experiencias y sentimientos, que finalmente se concretarán en una sensación general de valía o incapacidad.

Baja Autoestima

La baja autoestima se relaciona con la distorsión del pensamiento propio. Aquellos con baja autoestima poseen una visión errada de lo que realmente creen ser. Por lo general las personas con baja autoestiman desarrollan personalidades extremadamente perfeccionistas respecto a lo que debiesen ser o que debiesen lograr o poseer.

Frustración

La frustración es una respuesta emocional, relacionada con la ira y la decepción, la cual aparece cuando la persona no es capaz de satisfacer su deseo o voluntad. La frustración y esta resistencia a la voluntad (o incumplimiento) son directamente proporcionales, entre más grande sea el deseo y/o voluntad, mayor será la frustración que sentirá el individuo. Las

causas de la frustración pueden ser internas, las cuales provienen desde el mundo interno de la persona, como externa, la cual proviene de dificultades externas del individuo.

Satisfacción e insatisfacción

La satisfacción es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, de tal manera que diversas regiones a nivel cerebral compensan su potencial energético, produciendo una sensación de plenitud e inapetencia extrema. Cuando la satisfacción se acompaña de la seguridad racional, de haber realizado todo aquello que se encontraba dentro de las acciones posibles, y existe una situación de éxito, se genera un estado animoso dentro del funcionamiento mental. En el caso contrario se genera la insatisfacción. Cabe destacar que basado en la naturaleza del ser humano, este dedicará su vida en la búsqueda de nuevas y mejores formas de obtener esta sensación de satisfacción.

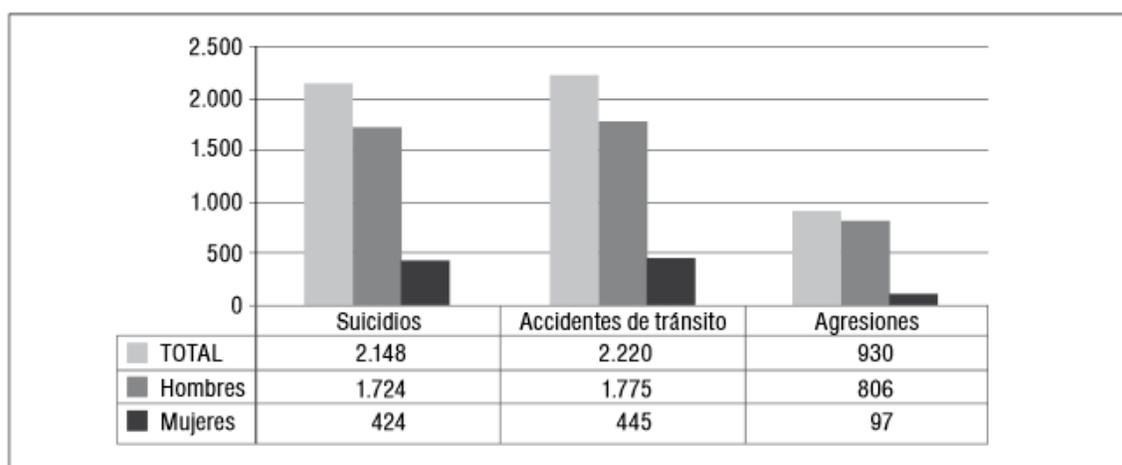
Estado psicológico de Chile

Siguiendo el estudio de aspectos psicológicos en Chile, una de las variables a considerar son las tasas de suicidio que tiene el país, las que en este caso se buscan como un indicador de estado psicológico de la población. Sabemos que el suicidio es una consecuencia de enfermedades psicológicas que una persona no logra superar, lo anterior responde a aspectos internos, como predomios genéticos, o aspectos externos, un ejemplo de esto son los índices de éxito de una sociedad, o aquellas variables que determinan la pertenencia de una persona a un grupo social. La no satisfacción de estos índices, pueden generar en las personas un grado de insatisfacción y frustración de tal manera que se materialicen en enfermedades mentales como la depresión, que finalmente se pueden representar en tasas de suicidio, la que se convierte en un indicador claro de la salud psicológica de una nación.

El centro de políticas públicas UC, genera el 2015 un informe sobre las tasas de suicidio en Chile, las cuales han sido un tema no menor a nivel del ministerio de salud, donde se han reportado un aumento en las tasas de suicidio exponencial en los últimos años. Según el informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en los países miembro desde 1990 las tasas de suicidio han decrecido en promedio en un 20%. Sin embargo, contrario a esta tendencia Chile posee tasas que continúan en aumento, alcanzando un crecimiento de 90% entre los años 1990 y 2011. Esto corresponde al segundo lugar en crecimiento de las tasas de suicidio después de Corea (OCDE, 2014). De esta manera Chile se posiciona entre los países con mayores tasas de suicidio. En el año 2011, Chile pasa del puesto 17 al 13, del informe de la OCDE respecto a los países miembros con mayores tasas de suicidio. Lo anterior es realmente preocupante, puesto que según “WHO Mortality Database”, en Chile las muertes producidas por suicidio se encuentran en igual proporción que las muertes producidas por accidentes de tránsito. El informe *“Suicidio en Chile: Análisis del fenómeno desde los datos médicos legales”* del servicio médico Legal (SML), en el año 2007 de las 6.763 fallecimientos, 2.041 personas fallecieron producto de accidentes de tránsito, lo que equivale al 30,2%, y un total de 1.912 personas fallecieron por lesiones auto infringidas intencionalmente correspondiente al 28,5%, en este contexto se considera como la segunda causa de muerte más recurrente. Si

bien los estudios determinan que los valores obtenidos subestiman el número real de suicidios, se contabiliza que en Chile por año al menos hay 1.500 suicidios, cifra concluyente con el último registro del Informe “*Who Mortality DataBase*”, donde en el año 2009 ya contabilizaba 2.148 suicidios por año.

Figura N°9: Distribución del número de muertes por suicidio, accidentes de tránsito y agresiones según sexo en Chile, 2009.



Fuente: WHO Mortality Database, 2009

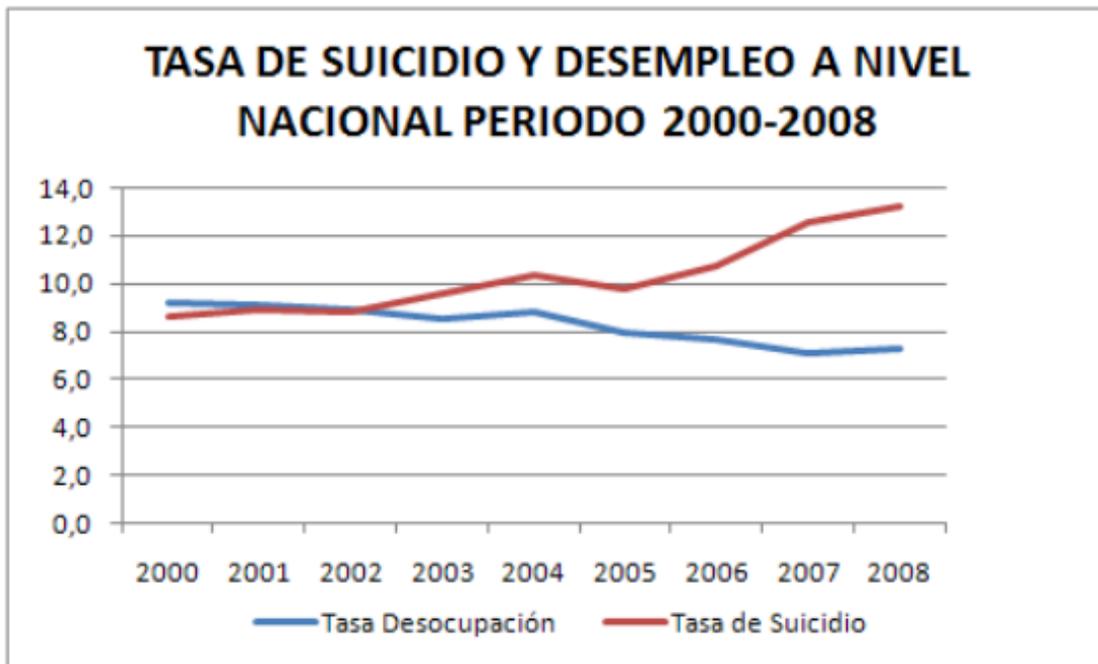
“*Who Mortality Database*” explica como causa probable de los suicidios, es el área de la personalidad, asociado con una alta reactividad emocional, dificultad para manejar altos niveles de angustia y malestar emocional, impulsividad, y problemas para manejar situaciones adversas y generar soluciones adaptativas. En el mismo sentido, el manejo disfuncional de la agresión, una autoestima disminuida y sentimientos de desesperanza e incompetencia son factores de riesgo para la conducta suicida. La mayoría de las personas que realizan una conducta suicida han vivido situaciones estresantes en los últimos meses a nivel interpersonal, laboral, académico o financiero. Es así como un estilo de vida en sobrecarga y estrés contribuye a este tipo de actitudes. Junto a lo anterior núcleos familiares poco inclusivos y con baja capacidad de contención aumentan los riesgos de suicidio.

“Suicidio en Chile: un signo de exclusión”, tesis doctoral realizada y publicada por Dagoberto Duarte Quapper efectuada en el año 2007, describe el fenómeno con una serie de variables, y concluye que el aumento del suicidio en Chile está relacionado con factores sociales, especialmente por los niveles de inequidad que caracteriza a la sociedad chilena, lo que lleva a las personas a acumular sentimientos de rabia y hostilidad, un sentimiento de exclusión de ciertos grupos sociales, a los cuales no logran acceder, ya sea porque no poseen los niveles económicos, educacionales, financieros, etc. Un fenómeno burdo, puede explicarse a través de la marca Apple, puesto que una gran cantidad de la población sin tener los ingresos necesarios, optan por endeudarse en esta tecnología, para pertenecer a un nuevo grupo social, o experimentar pertenencia de algún tipo.

En cuanto a la relación suicidio versus desempleo a nivel nacional, el informe desarrollado por el Servicio Médico Legal (SML) **“Suicidio en Chile 2000-2008”**⁴, determina que existe una relación inversa entre la tasa de suicidios y el desempleo, entre menor es el desempleo, mayor es la tasa de suicidios. Esto puede ser explicado por una fuerte carga laboral conducente a una inestabilidad emocional, seguido por la depresión y actitudes suicidas, en los casos más extremos.

⁴ Estudio realizado a población económicamente activa entre 15 y 65 años.

Figura N°10: Tasa de Suicidio y Desempleo a nivel nacional periodo 2000-2008.



Fuente: “Suicidio en Chile 2000-2008”, Servicio Médico Legal Chile.

Se puede concluir que la tasa de suicidio en Chile es representativo como un indicador de estilo de vida, en los diversos aspectos como laboral, financiero, académico, inclusión social, estabilidad emocional de los núcleos familiares, etc. Lo que expone indicios de un desorden emocional a nivel social provocado por sentimientos de frustración, insatisfacción, desapego, entre otros. Los estudios concluyen que Chile es un país emocionalmente enfermo.

Segmentación socioeconómica en Chile

La asociación de investigación de Mercado (AIM) ha re-definido los niveles socioeconómicos basados en la encuesta CASEN, y en metodologías para la medición de la pobreza. Esta nueva definición considera 2 variables centrales, la primera es el **Ingreso total del hogar** y la segunda el **tamaño del hogar**.

El **ingreso del hogar** es una variable relevante puesto que tiene un **poder predictivo sobre el acceso a bienes y servicios**. Sin embargo, la relación de acceso a bienes y servicios no es tan buen predictor como lo es el ingreso.

El **tamaño del hogar** ejerce una restricción directa sobre el poder adquisitivo de ese grupo familiar. Cuando se incorpora un integrante sin aumentar los ingresos, los gastos básicos aumentan, sin embargo, se generan economías de escala. Existe un aumento de los gastos básicos, pero no es directamente proporcional al ingreso de un nuevo integrante, sino que es reflejado solo como un porcentaje.

Basado en lo anterior existen 10 niveles socioeconómicos que representan a la población chilena, estos a su vez se reorganizan en 7 segmentos operativos. Donde los segmentos “A” corresponden a grupos socioeconómicos de Elite, y el segmento “E” aquellos bajo los niveles de pobreza.

Figura N°11: Segmentación grupos socioeconómicos.



Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado.

La segmentación propuesta por AIM, se basa en una segmentación por ingreso per cápita equivalente. Donde el parámetro de diferenciación entre un grupo socioeconómico y otro se

realiza cuando al comparar 2 hogares de distintos niveles, el ingreso per cápita de uno de ellos es superior al otro al menos en un 62%.

Es así como se definen los 7 niveles socioeconómicos:

Tabla N°2: Definición Nivel socioeconómico AB

Clase Alta (AB)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 21% del gasto de los hogares chilenos (7 veces su peso poblacional)
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 4.386
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	88% vive en grandes ciudades y 67% es metropolitano, concentrándose en 7 comunas
SALUD Y PREVISIÓN	Más del 80% en ISAPRE Jefes/as de hogar con previsión (94%)
EDUCACIÓN	Jefes/as de hogar: Universitaria completa (73%) , incluyendo un 20% con postgrado . Hijos en edad escolar: más del 70% estudia en colegios privados
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 89% trabajan y en su mayoría (76%) profesionales.
TRANSPORTE	La mayoría (86%) tiene vehículo.
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 59 m² Principalmente departamentos (43%) y casas aisladas (39%).
BANCARIZACIÓN	El 94% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	Gran mayoría con banda ancha (91%), TV pagada (90%), celular con contrato (84%) y teléfono fijo (70%).
SERVICIO DOMÉSTICO	73% cuenta con servicio doméstico en cualquier modalidad

Fuente: "AIM", Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°3: Definición Nivel socioeconómico (C1a)

Clase Media Acomodada (C1a)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	<i>Representa el 15% del gasto de los hogares chilenos (3.7 veces su peso poblacional).</i>
INGRESO MENSUAL	<i>Promedio hogar: M\$ 2.070</i>
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	<i>80% vive en grandes ciudades y 54% es metropolitano, concentrándose en 7 comunas.</i>
SALUD Y PREVISIÓN	<i>Más del 60% en ISAPRE.</i> <i>Jefes/as de hogar con previsión (90%).</i>
EDUCACIÓN	<i>Jefes/as de hogar: Universitaria completa (60%), sólo 9% de ellos con postgrado.</i> <i>Hijos en edad escolar: 56% estudia en colegios privados y 35% en subvencionados.</i>
TRABAJO	<i>Jefes/as de hogar: 82% trabajan. La mayoría (61%) profesionales.</i>
TRANSPORTE	<i>La mayoría (79%) tiene vehículo.</i>
VIVIENDA	<i>Superficie promedio per cápita: 45 m²</i> <i>Casas aisladas o pareadas (67%) y departamentos (33%).</i>
BANCARIZACIÓN	<i>El 89% accede a productos bancarios tradicionales.</i>
CONECTIVIDAD	<i>Mayoría con TV pagada (87%), banda ancha (86%), celular con contrato (73%) y teléfono fijo (69%).</i>
SERVICIO DOMÉSTICO	<i>50% cuenta con servicio doméstico en cualquier modalidad</i>

Fuente: "AIM", Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°4: Definición Nivel socioeconómico (C1b)

Clase Media Emergente

(C1b)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 16% del gasto de los hogares chilenos (1.8 veces su peso poblacional)
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 1.374
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	77% vive en grandes ciudades y 44% es metropolitano, concentrándose en 8 comunas
SALUD Y PREVISIÓN	Se distribuye entre FONASA (48%) e ISAPRE (41%) Jefes/as de hogar con previsión (88%)
EDUCACIÓN	Jefes/as de hogar: perfil diverso, 33% universitario y 18% técnico. Hijos en edad escolar: 51% estudia en colegios subvencionados y 29% en privados
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 77% laboralmente activos. En su mayoría, profesionales o técnicos (69%).
TRANSPORTE	La mayoría (66%) tiene vehículo
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 37 m² Más casas pareadas (48%) que aisladas (33%); 19% vive en departamentos (19%).
BANCARIZACIÓN	El 76% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	Mayoría tiene TV pagada (80%) banda ancha (73%), teléfono fijo (60%) y celular con contrato (55%).
SERVICIO DOMÉSTICO	26% cuenta con servicio doméstico en cualquier modalidad

Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°5: Definición Nivel socioeconómico (C2)

Clase Media Típica

(C2)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 18% del gasto de los hogares chilenos (igual que su peso poblacional)
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 810
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	73% vive en grandes ciudades y 44% es metropolitano, con distribución muy dispersa.
SALUD Y PREVISIÓN	La mayoría está en FONASA (70%) . Jefes/as de hogar con previsión (84%).
EDUCACIÓN	Jefes de hogar: perfil diverso, con 13% universitario y 14% técnico. Hijos en edad escolar: 62% estudia en colegios subvencionados y 27% en públicos
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 70% laboralmente activos. Principalmente técnicos, empleados, vendedores y trabajadores calificados (68%).
TRANSPORTE	La mitad (49%) tiene vehículo ; el resto usa principalmente transporte público.
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 33 m² Más casas pareadas (53%) que aisladas (35%); sólo 12% de departamentos.
BANCARIZACIÓN	El 58% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	Mayoría tiene TV pagada (66%) banda ancha (57%), teléfono fijo (52%) y celular con prepago (58%).
SERVICIO DOMÉSTICO	10% cuenta con servicio doméstico en cualquier modalidad

Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°6: Definición Nivel socioeconómico (C3)

Clase Media Baja

(C3)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 18% del gasto de los hogares chilenos (0.6 veces su peso poblacional).
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 503
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	66% vive en grandes ciudades y 36% es metropolitano, con alguna concentración en 10 comunas más periféricas .
SALUD Y PREVISIÓN	La gran mayoría está en FONASA (85%). Jefes/as de hogar con previsión (80%).
EDUCACIÓN	Jefes de hogar: la mayoría (55%) no completó la enseñanza media . Hijos en edad escolar: 54% estudia en colegios subvencionados y 41% en públicos
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 65% laboralmente activos, de ellos, el 81% de manera estable. Principalmente técnicos, empleados, vendedores y trabajadores calificados (72%).
TRANSPORTE	El 32% tiene vehículo; la mayoría usa transporte público .
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 29 m ² Casas tanto pareadas como aisladas (91%); sólo 8% de departamentos.
BANCARIZACIÓN	El 43% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	Mayoría tiene celular prepago (69%) y TV pagada (54%). Es más restringido el acceso a teléfono fijo (42%) y banda ancha (41%).
SERVICIO DOMÉSTICO	4% cuenta con servicio doméstico en cualquier modalidad

Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°7: Definición Nivel socioeconómico (D)

Vulnerables (D)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 9% del gasto de los hogares chilenos (0.4 veces su peso poblacional)
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 307
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	58% vive en grandes ciudades y 28% es metropolitano, concentrándose en 15 comunas más bien periféricas.
SALUD Y PREVISIÓN	91% en FONASA , incluyendo un 41% que está en el nivel bajo de este sistema Jefes/as de hogar con previsión (75%)
EDUCACIÓN	Jefes/as de hogar: la mayoría (63%) no completó la enseñanza media. Hijos en edad escolar: 52% estudia en colegios públicos y 45% en subvencionados
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 60% laboralmente activos; de ellos, el 76% de manera estable. El 40% no está trabajando. Predominan trabajadores calificados (43%) y no calificados (28%).
TRANSPORTE	Mayoría usa el transporte público ; sólo el 22% tiene vehículo.
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 23 m² Casas aisladas o pareadas (91%).
BANCARIZACIÓN	El 36% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	La mayoría tiene celular prepago (75%) y la mitad TV pagada (47%). Acceso minoritario a B. Ancha (33%) y teléfono fijo (28%).
SERVICIO DOMÉSTICO	No tiene

Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado.

Tabla N°8: Definición Nivel socioeconómico (E)

Pobres (E)

PARTICIPACIÓN EN EL GASTO	Representa el 4% del gasto de los hogares chilenos (0.3 veces su peso poblacional).
INGRESO MENSUAL	Promedio hogar: M\$ 158
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	52% vive en grandes ciudades y 21% es metropolitano, algo concentradas en 9 comunas más bien periféricas.
SALUD Y PREVISIÓN	94% en FONASA, incluyendo un 61% que está en el nivel bajo de este sistema. Jefes/as de hogar con previsión (68%).
EDUCACIÓN	Jefes de hogar: la mayoría (69%) no completó la enseñanza media. Hijos en edad escolar: 60% estudia en colegios públicos y 38% en subvencionados.
TRABAJO	Jefes/as de hogar: 55% laboralmente activos; de ellos, el 62% de manera estable. El 45% no está trabajando. Principalmente trabajadores calificados (41%) y no calificados (34%).
TRANSPORTE	Sólo el 17% tiene vehículo; la mayoría usa transporte público.
VIVIENDA	Superficie promedio per cápita: 21 m² Casas aisladas (53%) y pareadas (35%).
BANCARIZACIÓN	El 32% accede a productos bancarios tradicionales.
CONECTIVIDAD	La mayoría tiene celular con prepago (81%). Acceso minoritario a TV pagada (39%), banda ancha (23%) y teléfono fijo (17%).
SERVICIO DOMÉSTICO	No tiene

Fuente: “AIM”, Asociación Investigación de Mercado

Capítulo II

Hipótesis

La sociedad chilena vive económicamente muchas veces la realidad de un grupo socioeconómico mayor al que pertenece según su nivel de ingreso, gracias al acceso indiscriminado al crédito, aumentando el poder adquisitivo de las personas, lo que a su vez genera un aumento en las tasas de endeudamiento. Fenómeno que en la literatura actual no está resuelto, a pesar de ello, los pocos estudios realizados, señalan a la sociedad chilena como una sociedad con una baja autoestima la que lleva a tener comportamientos erráticos en el ámbito financiero con el fin de suplir la necesidad de pertenencia, y la búsqueda incesante y errónea de los conceptos de felicidad y éxito.

Exploración de la Hipótesis

Para poder corroborar la hipótesis, se contemplaron 2 herramientas de investigación de mercado, la primera es un focus group, la cual tiene como objetivo ***“Definir el significado de felicidad y éxito en la sociedad chilena y su relación con el endeudamiento, basado en el nivel socioeconómico al que pertenecen.”*** Posterior a la realización del focus, se determina realizar una encuesta exploratoria que compruebe la hipótesis planteada. La encuesta tiene como objetivo ***“Validar el sobreendeudamiento de la población chilena en bienes y servicios suntuarios como una consecuencia de la búsqueda de la autorrealización y felicidad, según el nivel socioeconómico al que pertenecen.”***

Focus Group

¿Qué es un focus group?

Son modelos de trabajos, técnicas para la obtención y análisis de datos. Los focus group son una herramienta de investigación cualitativa ampliamente difundida en diversos ámbitos de la investigación, ya sea en disciplinas científicas, como también no científicas. La técnica consiste en reunir a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un tema, producto, concepto, situación problemática, es así como los focus group se definen como discusiones, con niveles variables de estructuración, orientadas a un tema particular de interés o relevancia, tanto para el grupo participante como para el grupo investigador.

El focus clásico contempla un grupo de entre 5 a 12 participantes, sentados en un círculo en torno a una mesa, en una sala amplia y cómoda. Los grupos además cuentan con un moderador, quien es el encargado de guiar la interacción del grupo e ir cumpliendo la indagación propuesta. Las preguntas deben ser respondidas en el marco de la interacción entre los participantes del grupo, en una dinámica donde estos se sientan cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones. La duración promedio del focus es de 90 a 120 minutos.

El focus group presentado en esta memoria, tiene como finalidad obtener una base sobre la definición de felicidad y éxito en la sociedad chilena, para así realizar una encuesta exploratoria y poder validar la hipótesis propuesta en este trabajo de titulación.

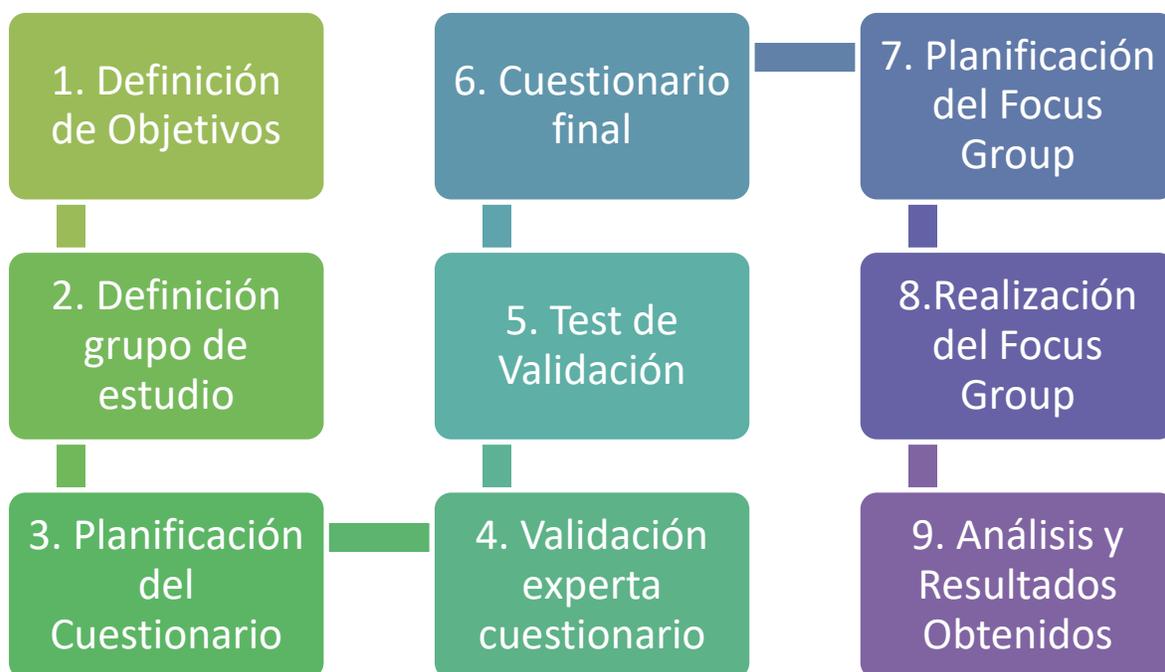
Objetivo del focus group

“Definir el significado de felicidad y éxito en la sociedad chilena y su relación con el endeudamiento, basado en el nivel socioeconómico al que pertenecen.”

Metodología

La metodología del focus group se basa en 7 actividades expuestas en el siguiente diagrama:

Figura N°12: Actividades para el desarrollo de un focus group



Fuente: Elaboración Propia

Definición de Objetivos

El objetivo del focus group es ***“Definir el significado de felicidad y éxito en la sociedad chilena y su relación con el endeudamiento, basado en el nivel socioeconómico al que pertenecen”***, también se puede mencionar que la realización de esta herramienta busca extraer visiones o variables no reconocidas al inicio de la investigación.

Definición de grupo de estudio

La estratificación o definición de grupo de estudio se basa en 2 criterios, el primero la edad y la segunda el nivel socioeconómico.

Edad: se selecciona como edad de estudio, personas mayores y menores a 30 años, esta edad se define según la edad promedio que los jóvenes chilenos logran su independencia económica y dejan sus hogares, para formar los propios. Según estudios de la INJUV, el 38% de los jóvenes de 29 años aún viven con sus padres a pesar de estar graduados (2012)⁵.

Nivel socioeconómico: La estratificación socioeconómica se fundamentó en 2 tipos de agrupaciones, por un lado, la encuesta CASEN 2015, y por el otro la “Asociación de Investigación de Mercado” (AIM). Se consideran los 3 estratos definidos en la encuesta CASEN 2015 para la estratificación de los grupos de estudio del focus group.

Finalmente se obtienen los grupos de estudio, que fueron 4:

- **Grupo 1:** Mayores e iguales a 30 años, Estrato 1, ingreso efectivo mayor o igual a \$ 762.454 CLP
- **Grupo 2:** Menores de 30 años, Estrato 2 y 3, Ingreso efectivo menor o igual a \$ 762.434 CLP
- **Grupo 3:** Menores de 30 años, Estrato 1, ingreso efectivo menor o igual a \$ 762.434 CLP
- **Grupo 4:** Mayores e iguales a 30 años, Estrato 2 y 3, \$ 762.454 CLP.

⁵<http://noticias.universia.cl/en-portada/noticia/2013/06/08/1029230/jovenes-treintaneros-resisten-independizarse.html>

Planificación del cuestionario del Focus Group

Para la planificación del cuestionario se realizaron varias etapas, antes de tener el primer borrador, estas, se describen a continuación:

Etapas 1: Observación y recopilación de antecedentes

En la primera etapa se realiza un ejercicio de observación del medio y recopilación de antecedentes a través de conocidos y cercanos, como también de bibliografía y en específico el libro ***“Ganar Felicidad”*** de Tal Ben-Shahar. Lectura que dio los primeros indicios para la construcción del cuestionario.

Etapas 2: Construcción de la Herramienta

Se genera un bosquejo de 15 preguntas, relacionadas con la definición de la felicidad y éxito de manera individual y visión a nivel sociedad.

Validación experta del cuestionario

Se distribuye el primer bosquejo ante 2 profesionales del área de la psicología para una evaluación experta, para ello se contactó con: Andrés Lucero, Psicólogo Organizacional, y Karla Araya, psicóloga infantil. Lo que dio paso a un cuestionario de 18 preguntas cualitativas, abiertas.

Test de validación del cuestionario

Con el cuestionario validado por la opinión experta se realizaron test de validación con 2 sujetos diferentes basados en la estratificación obtenida en la etapa de definición de grupo de estudio. Las transcripciones de las encuestas realizadas se encuentran en el anexo 2. Posterior a ello, se pone énfasis en aquellas preguntas que enfrentan al encuestado a situaciones hipotéticas como aquellas que dicen: “si hubiese, si existiese...”, puesto que estas preguntas tuvieron mayores problemas con aquellos sujetos de estudio que poseen un menor nivel educacional, no obstante, aquellos estratos que poseían estudios superiores tomaron con

naturalidad las preguntas hipotéticas y más aún, consideraron que eran preguntas importantes con una respuesta compleja.

Cuestionario final

Se generó un cuestionario de 22 preguntas, las cuales corresponden a preguntas abiertas y de selección, la plataforma utilizada para generar este cuestionario fue Google Form, herramienta de google (Anexo 1).

Objetivo: “Definir el significado de felicidad y éxito en la sociedad chilena y su relación con el endeudamiento, basado en el nivel socioeconómico al que pertenecen.”

El cuestionario consta de 22 preguntas, el cuestionario propuesto se expone a continuación:

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta
2. ¿Son felices con sus vidas, familia, trabajo, etc?, ¿Por qué?
3. ¿Qué situaciones a ustedes les da felicidad? ¿Por qué?
4. ¿Qué cosas, como objetos les da felicidad? ¿Por qué?
5. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría? ¿Por qué?
6. Según sus opiniones ¿La felicidad es circunstancial o es un estado permanente? Expliquen su respuesta.
7. Si la felicidad se pudiese crear ¿cómo o qué crearían? ¿Por qué?
8. ¿Creen ustedes que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad? Expliquen sus respuestas
9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?
10. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define la felicidad? ¿Por qué?
11. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué?
12. ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas
13. ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en su puesto de trabajo? Explique sus ideas.
14. ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?
15. ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.
16. Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?
17. ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas
18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas

Preguntas de validación de nivel socioeconómico para focus group:

1. Nivel educacional
 - a. Básica completa
 - b. Básica incompleta
 - c. Media completa
 - d. Media incompleta
 - e. Educación técnica superior completa
 - f. Educación técnica superior incompleta
 - g. Educación Universitaria completa
 - h. Educación Universitaria Incompleta
2. Su previsión de salud es:
 - a. Fonasa
 - b. Isapre
 - c. No pertenece a un sistema de salud
3. Marque aquellos electrodomésticos y/o servicios que posee
 - a. Celular con Plan
 - b. Celular con prepago
 - c. Teléfono fijo
 - d. Internet en casa con banda ancha
4. Su nivel de ingreso familiar se encuentra en el siguiente rango.
 - a. Menor \$ 158.000 CLP
 - b. \$ 158.000 a \$ 307.000 CLP
 - c. \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
 - d. \$ 503.001 a \$ 762.434 CLP
 - e. \$ 762.454 CLP a \$ 810.000 CLP
 - f. \$ 810.001 a \$ 1.374.000 CLP
 - g. \$ 1.374.001 a \$ 1.710.000 CLP
 - h. \$ 1.710.833 a \$ 2.070.000 CLP
 - i. \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP.

Cantidad de focus group a desarrollar

Dado que se quiere encontrar una relación entre la edad y los grupos socioeconómicos en la sociedad chilena, se planteó la realización de 4 focus group, cada uno representaría los 4 grupos de estudio definidos en la etapa “***Definición de grupo de estudio***”:

- **Focus Group 1:** Mayores e iguales a 30 años, Estrato 1, ingreso efectivo mayor o igual a \$ 762.454 CLP.
- **Focus Group 2:** Menores de 30 años, Estrato 2 y 3, Ingreso efectivo menor o igual a \$ 762.434 CLP.
- **Focus Group 3:** Menores de 30 años, Estrato 1, ingreso efectivo menor o igual a \$ 762.434 CLP.
- **Focus Group 4:** Mayores e iguales a 30 años, Estrato 2 y 3, \$ 762.454 CLP.

Metodología del focus group

La convocatoria de los focus en las 4 ocasiones fue a las 18.30 hrs, con un inicio a las 19:00 hrs y un cierre entre las 20:00 o 21:00 hrs.

Al comenzar el focus group se agradece la presencia de los participantes y se da una introducción a la jornada explicando el motivo de la convocatoria, el objetivo del estudio, la metodología que se utilizará en la sesión, y se hace énfasis que no existen preguntas buenas o malas, sino más bien opiniones, se explica también que no es posible que el moderador intervenga en la sesión, sino que se remitirá a realizar la encuesta y a moderar la instancia, junto con lo anterior se explica que las preguntas pueden ser respondidas según ellos consideren más adecuado y según sus interpretaciones. Y que las respuestas entregadas serán anónimas a nivel de estudio.

Resultado Focus group

El análisis del focus group realizado se divide en 2: Análisis de grupos de estudio, análisis de resultados a nivel transversal. El primero corresponde a la búsqueda de correlaciones en los resultados dadas las variables edad y nivel socioeconómico, en el segundo caso el análisis busca encontrar similitudes a nivel grupal, o conclusiones globales de las preguntas propuestas. El método utilizado para analizar las respuestas fue:

1. Transcribir las respuestas de todos los integrantes del focus, en relación con la pregunta expuesta.
2. Como segunda parte, se realiza un análisis de las respuestas más repetidas, para generar un párrafo de estas respuestas, de tal manera poder sintetizar la información.
3. Se vuelve analizar las respuestas, pero desde los párrafos construidos en el paso anterior, con el fin de encontrar los conceptos asociados a las respuestas entregadas. (Anexo 4)
4. Desde el paso anterior se realizan 2 análisis, el primero busca encontrar una correlación entre las respuestas y los grupos de estudio, a lo que se llamó **“Resultados entre grupos de estudio”** y el segundo análisis corresponde a los resultados globales de la pregunta, llamado **“Resultados Transversales”**, buscando

los conceptos más utilizados para responder a la pregunta independiente del grupo consultado.

Resultado entre grupos de estudio

El resultado entre grupos de estudios busca encontrar diferencia entre las respuestas dependiendo del nivel socioeconómico o la edad del grupo encuestado, para ello se analizó cada pregunta según los 4 grupos, los resultados se pueden ver en las siguientes tablas:

Tabla N°9: ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Tranquilidad, familia, equilibrio en distintos ámbitos, hacer lo que nos gusta	<p>Respecto a los conceptos que definen o explican qué es felicidad, se puede decir que los grupos 1,2 y 3 definen que es tranquilidad, así mismo el concepto de equilibrio se encuentra en el grupo 1 y 2, quienes coincidentemente son personas menores a 30 años. Por otro lado el grupo 3 y 4, personas mayores a 30 años, definen la felicidad como el cumplimiento de objetivos, y un estado emocional. La diferencia entre los grupos de estudio reside no en el nivel socioeconómico sino más bien en la edad de los encuestados, por mientras los grupos más jóvenes están más cerca de un concepto de felicidad más abstracto, el grupo 3 y 4, lo definen fuertemente como algo efímero, y en el logro de objetivos.</p>
Grupo 2	Es algo abstracto distinto para cada persona. Estar bien y que las personas cercanas estén bien. Ver un atardecer, comer algo rico, estar con quienes se desea. Son momentos. Es un equilibrio entre lo que se piensa y lo que se vive y lo que se busca para sentirse bien. Tranquilidad, estar relajado aunque hayan problemas, cosas dentro de un control. Levantarme sin dolor, estar en paz y feliz. La felicidad es despertar cada día.	
Grupo 3	Estado emocional, son momentos. Niveles de tranquilidad. Logro de objetivos específicos. Depende de la edad la felicidad se va dando según la edad. Es ver bien a la familia.	
Grupo 4	Son momentos, son procesos, son metas. Cumplimiento de objetivos. Familia, crecer profesionalmente. No hay concepto de felicidad absoluta, no hay felicidad plena. Es algo emocional, es la sumatoria de momentos, pero van cambiando a través del tiempo.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°10: ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?

2. ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿ Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Satisfacción con lo que se hace, con lo que vive, con su pareja, tranquilidad, buen ambiente laboral. Dar tranquilidad a la familia, depende de muchas cosas, cambia en el tiempo.	<p>El aspecto en que los 4 grupos coincidieron es que la felicidad no es algo alcanzable al 100%. En cuanto a las diferencias entre grupos, se puede señalar que los grupos 1 y 2 consideran que la felicidad es algo abstracto y subjetivo pero que son felices en promedio. En el caso de los grupos 3 y 4, aparece nuevamente que la felicidad se encuentra asociada al cumplimiento de metas, pero también se consideran felices en los distintos aspectos de la vida.</p>
Grupo 2	Son felices en promedio. Hay aspectos que no se están completos. Si, pero son procesos de aprendizaje.	
Grupo 3	Se es feliz porque se ha hecho lo que se ha propuesto hacer. Siempre hay tiempos difíciles, pero se hace lo que se gusta. Si, porque se tiene todo lo que se quiere. La felicidad va en la tranquilidad de que la familia esté bien.	
Grupo 4	En promedio si es feliz. Aunque se acepta que no todo es calmo. La felicidad es variable en cada persona, pero se es feliz cuando se tiene un objetivo. No se puede estar 100% feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°11: ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?

3. ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Estar con la familia, amigos, hacer recuerdos. Ver fotografías, gatos, perros.	<p>Respecto a las situaciones que generan felicidad se puede mencionar que indiferente del grupo pertenecientes, todos asocian la felicidad con amigos, familia, animales, hobbies. Sin embargo, el grupo 2 y 4 consideran que ser reconocidos profesionalmente, o lograr objetivos también son situaciones que les da felicidad. No obstante, no hay correlación entre los grupos.</p>
Grupo 2	Estar con mascotas, estar sola. Estar con la pareja, son momentos. Hacer deportes. Que las personas cercanas estén bien. Lograr objetivos que no se pensaban alcanzables. Hacer cosas reconocidas por el mundo. Logros de familiares. Escuchar música, leer un libro nuevo. Que el trabajo sea valorado. Compartir con alguien, una pelota de fútbol, descansar en casa.	
Grupo 3	Compartir con la familia, compartir con gente. Estar tranquila en casa. Salir de la rutina.	
Grupo 4	La felicidad comienza cuando hay un umbral completo, y de ahí hay picks de felicidad. Es variable con el tiempo, hay cosas que antes no se valoraban como ahora. Tener tiempo para hacer lo que se desee. Ver feliz a mi hijo. Ser reconocido en términos laborales. Pueden ser cosas pequeñas como grandes. Salir en bicicleta. Estar con la familia. Cosas simples.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°12: ¿Qué cosas como objetos les da felicidad? ¿Por qué?

4. ¿Qué cosas como objetos, les da felicidad? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	EL teléfono porque comunica, la cama porque es cómoda y pueden descansar. Raqueta de tenis porque energiza. Estabilidad como casa, trabajo. La pelota y jugar futbol.	<p>Los grupos asocian objetos de felicidad aquellos con los que logran un momento de esparcimiento, ya sea un computador, una guitarra, como también la estabilidad. El único grupo que considera que el reconocimiento de logros por otros es algo que les da felicidad es el grupo 3, quienes son mayores a 30 años y con un ingreso efectivo superior o igual a \$ 762.454 CLP.</p>
Grupo 2	Casa, auto, independencia. PC como recuerdo de un ser querido. Tener cosas propias. Jugar Video Juegos. Espacio propio. Mi mascota. Planes. Jugar futbol, tocar guitarra. Compartir con personas. Momentos no hay cosas materiales que entreguen felicidad. Fotos-Momentos.	
Grupo 3	Que los logros sean reconocidos por otros. Comprarse algo nuevo. Hijas. Cuando se logra algo propuesto.	
Grupo 4	Intangible, la familia, la música, vivir nuevas experiencias. Tangible, auto propio, departamento, la guitarra, la bicicleta. Auto-Sensación de libertad. Un libro saber que es algo nuevo. Tabla de surf. Son medios para ser feliz. Cosas suntuarias, mascotas. Todo aquello que ayude al esparcimiento. Abstractas, la tranquilidad, la familia, las mascotas. Cosas que apoyen la felicidad momentánea y en más tiempo como una casa. Estar cerca de la familia.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°13: ¿Si la felicidad se pudiese comprar, ¿Qué comprarían? ¿Por qué?

5. Si la felicidad se pudiese comprar, ¿qué comprarían? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Comprar una nube, porque es apacible. Un computador, o un viaje. Experiencia. Comprar cosas para que los otros fuesen felices.	<p>Respecto a comprar de la felicidad, los grupos 1 y 2, quienes son menores a 30 años, además de comprar viajes o algún objeto, comprarían algo para un tercero, posición que no se encuentra en los grupos 3 y 4. Así mismo estos últimos grupos (Mayores a 30 años), consideran que lo que quisieran comprar es salud. Otra coincidencia importante es que los grupos 2 y 4, consideran como creación de felicidad, el aseguramiento económico de su familia, sin embargo, no existe correlación entre estos grupos.</p>
Grupo 2	Viajes. Comprar algo a seres queridos, asegurar sus vidas. Libros.	
Grupo 3	No morir. Tener salud toda la vida. Retroceder el tiempo. No separarse. Curar enfermedad de un cercano.	
Grupo 4	Asegurar económicamente a la familia. Viajar. Tener un hijo. Salud, dinero y amor. Comprar un departamento. Estudiar fuera del país.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°14: Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta

6. Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Circunstancial. Son momentos y hay muchas cosas que sacan del estado de felicidad. Depende de la edad lo que se considere felicidad.	Respecto a la pregunta si la felicidad es circunstancial o un estado permanente todos los grupos consideran que la felicidad solo es circunstancial, y se expresa a través de momentos. Los grupos 1 y 3, consideran que la felicidad depende de la edad, no obstante, no existe correlación entre los grupos.
Grupo 2	Circunstancial. Son momentos.	
Grupo 3	Circunstancial, porque son momentos.	
Grupo 4	Depende, si es considerada como una línea base donde lo principal está cubierto soy feliz, y sube o baja la felicidad. Es circunstancial. Es un estado permanente, las cosas malas no logran hundir la felicidad. La felicidad depende del tiempo y las cosas que se hagan. Hay 2 tipos de emociones primarias y secundarias, si las primarias están cubiertas eres siempre feliz, y cuando hay secundarias eres más feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°15: Si la felicidad se pudiese crear ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?

7. ¿Si la felicidad se pudiese crear, ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Tener un terreno y hacer una casa, cosechar y tener animales, generar mis propias cosas. Refugio de animales, crear cosas dulces. Crear cosas que generen felicidad a mí y a los demás. Crear un festival de música para que todos sean felices. Un espacio para todos.	<p>Relativo a la creación de felicidad, los grupos más jóvenes (1 y 2), consideran que la creación de la felicidad se podría dar a través de generar un espacio para todos, como un recital de música donde todos pudiesen disfrutar. Se repite que los grupos 3 y 4, quienes tienen una edad superior a los 30 años, considerarían evitar la muerte, o curar una enfermedad. La diferencia de perspectiva puede explicarse solo por el rango de edad de los encuestados.</p>
Grupo 2	Generar un parque de diversiones para mascotas. Cura al sida, diversiones para todos. No haría nada. Tele-transportación. Depende de cada persona, la felicidad de uno no es la misma para el otro.	
Grupo 3	Algo que aboliera el sistema de mercado y tanta injusticia, volver a lo básico. Crear un nuevo país. Paz y amor, consideración y consciencia para crear un mundo mejor. Evitar la muerte de los niños en África por hambre.	
Grupo 4	La felicidad se puede crear y se crea en el día a día es una decisión ser feliz. La felicidad se crea buscando buenos momentos. Encontrar la cura al familiar. No ansiar lo que tiene el resto. Tener metas propias y disfrutarlas. Se crearía una línea base tangible e intangible. Crear aquellas situaciones que haga sentir más cómodo o contento a cada uno.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°16: ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta

8. ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Si cuando te das un gusto. Al pagarlo no. No compras compulsivas no generan expectativas. Pueden o no hacer felicidad. Sí.	<p>Referencia a la pregunta si las compras impulsivas/compulsivas generan felicidad, los 4 grupos coinciden que sí, que si bien no es una felicidad absoluta, si se sienten felices en el momento. Por otro lado, coinciden los grupos 2,3 y 4, que, si no se puede pagar lo comprado, la felicidad es momentánea y posterior a la compra genera frustración o preocupación. En los 2 primeros grupos (2 y 3), coincide que son los grupos de menor ingreso, y en el grupo 4 son aquellos mayores de 30 años con ingresos superiores a los \$ 762.454 CLP. Lo anterior se puede explicar puesto que los grupos 2 y 3 tiene un ingreso reducido, y el grupo 4 tiene un ingreso superior que le permite una mayor proporción de endeudamiento.</p>
Grupo 2	Si se puede sí. Depende si se puede pagar, si generan felicidad momentánea.	
Grupo 3	Si, es un estado de felicidad momentánea. Luego vienen los remordimientos.	
Grupo 4	Quizás dan un pick de felicidad, es un momento. No es felicidad sino satisfacción momentánea. Causan Frustración si no se pueden pagar.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°17: ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?

9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Lograr algo que los demás puedan recordar. Lograr algo propio. Superar una meta, impuesta o no por los demás.	<p>En cuanto a lo que es el éxito, los distintos grupos definieron que la felicidad es el cumplimiento de metas u objetivos propios o impuestos. En el caso de los grupos 1 y 2 el éxito es ser reconocido por los demás. Y para los grupos 3 y 4, el éxito se define como la independencia y el poder de decisión de sus propias vidas. Nuevamente la diferencia entre los grupos y sus respuestas, solo se explica por diferencia de edad por sobre el nivel socioeconómico al que pertenecen.</p>
Grupo 2	Reconocimiento del resto. No se puede ser exitoso en todos los ámbitos. Éxito es hacer planes y cumplirlos.	
Grupo 3	Poder ser independiente y no depender de nada ni nadie. Depende de cada persona, pero puede ser lograr objetivos en la vida, lograr tener algo que satisfagan, poder de decidir las propias cosas. Proponer metas por si mismo. Haber criado a las hijas con las dificultades que se tenían.	
Grupo 4	Es algo paralelo con la felicidad, si las cosas se dan, eres feliz y exitoso. Depende del control que tengas en las cosas. El éxito es cuando se siente bien haciendo lo que hace. El éxito se puede proyectar y seguir siendo algo que no es éxito a nivel personal. El éxito es cumplir objetivos en la vida, pero es algo personal.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°18: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Por qué?

10. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Y por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	La sociedad define tener mucho dinero. Está estereotipado, la clase alta tiene dinero, es feliz, la clase baja no tiene dinero, no es feliz. Depende del tiempo, estereotipos antiguos tienen conceptos distintos o tradicionales de felicidad, hoy la felicidad es más tecnológica. Alcanzar metas tradicionales o estereotipadas.	Según la pregunta cómo la sociedad chilena define la felicidad, todos los grupos coinciden, que es el cumplimiento de un estereotipo, estereotipo de familias de un nivel socioeconómico superior, las cuales tienen una mayor capacidad de adquisición de bienes, los mismos que se pueden presumir. Respecto a las diferencias, los grupos 3 y 4, definen que la felicidad como una competencia invisible con el compañero, amigo, etc. La perspectiva de los grupos 3 y 4, solo puede estar influenciada por la edad de los encuestados.
Grupo 2	Está estereotipada, ser exitoso es tener la familia perfecta, la casa, los hijos, buen colegio, la familia y el perro. La sociedad impone que para ser feliz hay que tener profesión. Hay modelos de felicidad e los comerciales. Y la felicidad está impuesta por etapas de la vida.	
Grupo 3	Se relaciona con cuantas cosas materiales, se compite mucho entre personas.	
Grupo 4	El mercado define una felicidad estereotipada de los años 80. Se mide en cuanto tienes. Hay una competencia, y hay que siempre ganar al resto.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°19: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad el éxito? ¿Por qué?

11. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Según un estándar, ser el mejor en el colegio, la universidad, trabajo, etc. En cantidad de cosas materiales. Está estereotipada. Se es exitoso según la línea de tiempo. Cosas que te puedes comprar. Hay 2 visiones, jóvenes y tradicionales, tener cosas. La más joven es viajar. Pero se mide en cosas materiales.	<p>La respuesta es unánime y no existe diferencia, la sociedad chilena define éxito según un estereotipo, el dinero, y la cantidad de objetos que se pueden adquirir, riqueza.</p>
Grupo 2	Dinero y cosas materiales. El éxito se mide en demostrar al otro lo que se logró.	
Grupo 3	Es un estereotipo, de quien tiene más dinero más cosas tiene y más feliz y exitoso es. Se mide en cuantas cosas materiales puede tener. Se asume que alguien profesional es exitoso en todos sus aspectos, porque puede comprarse todo lo que quiere.	
Grupo 4	Es una definición del mercado. Tener cosas. Ganar, vivir en una competencia con el resto.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°20: ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas

12. ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Si	<p>La pregunta 12, busca reafirmar la pregunta anterior, la cual tiene una respuesta unificada, de que poseer objetos materiales es un sinónimo de éxito.</p>
Grupo 2	Si, el éxito se mide en cosas materiales.	
Grupo 3	Sí. Los futbolistas son el mejor ejemplo.	
Grupo 4	Sí, siempre y cuando sean cosas logradas, cuando es heredado no es tan exitoso. Si, la gente se endeuda porque piensa que así será más exitoso.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°21: ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas

13. ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas.		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Si, pero siempre se espera más, hay aspectos que se pueden seguir mejorando. Se es feliz pero no se sienten exitosos hoy, hay que esperar los resultados futuros. Depende de cada persona, pero sí según sus expectativas.	<p>La pregunta número 13, consulta si se sienten felices y exitosos en sus puestos de trabajo, a esto los grupos 1 y 2, se consideran felices, pero exitosos de vez en cuando, en especial cuando logran metas. Por otro lado, los grupos 3 y 4, sí se consideran felices dado que están tranquilos y realizan las actividades que les son agradables. Nuevamente la única diferencia encontrada es la variable edad.</p>
Grupo 2	Si, se es feliz, pero exitoso de vez en cuando, cuando se logran metas o hay un aprendizaje.	
Grupo 3	Si, porque hago lo que quiero y hay libertad para hacer otras cosas. Si hay tiempo para criar a mi hija tranquilidad. Tranquilidad de estar en casa y hago lo que se desea.	

Grupo 4	Si, se realiza lo que se quiere y se construye el largo plazo. Se encuentra valor a lo que se hace. Se logra hacer cosas que otros no pueden. No, porque no es lo que me gustaría hacer.
----------------	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°22: ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?

14. ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Si, se sentirían más exitosos y felices, siempre que venga como un reconocimiento de un buen trabajo. No necesariamente más exitoso, pero más feliz.	<p>La pregunta 14, consulta que si al aumentar el ingreso en un 65%, se sentirían más felices y exitosos. Se ve claramente una tendencia y diferencia entre grupos, los grupos 1 y 2 consideran que sí, siempre que venga acompañado de un reconocimiento, en otro caso se sentirían felices, pero no exitosos. Los grupos 3 y 4 por su parte, consideran que NO, porque un aumento de sueldo significa un mayor sacrificio respecto al tiempo libre que dispongan. Sí se sentirían exitosos y felices, si los variables tiempo, carga laboral y responsabilidad se mantuviesen igual. Nuevamente la diferencia es en las edades de los encuestados, por un lado, los menores de 30 años privilegian el reconocimiento, los mayores de 30 años consideran el costo-beneficio de su tiempo libre.</p>
Grupo 2	Sí. Se sentirían felices, pero no exitosos. Estarían más tranquilos. Si siempre y cuando sea un reconocimiento.	
Grupo 3	NO, significa que debiese trabajar más y eso es menos tiempo, en caso contrario si sería feliz.	
Grupo 4	Sí, porque es una forma de alcanzar las metas más rápido. NO es directamente proporcional. NO, se pueden hacer más cosas, pero no sería más feliz. Depende si otras variables no cambian, porque si debo intercambiar tiempo libre, ya no me haría feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°23: ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación

15. ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Si se relacionan porque se compra aquellos que no se puede comprar en el momento. Depende del momento al comprar se es feliz, al pagar no se es feliz. Comprar es un momento de felicidad. Son inversamente proporcionales, sería una preocupación. La gente no se endeuda porque es feliz, sino que es algo cultural, la televisión educa a endeudarse. el endeudamiento en si no genera felicidad.	<p>Respecto a la relación entre el endeudamiento y la felicidad, los grupos 1, 3 y 4, consideran que la sociedad chilena, se endeudan pensando en que serán más felices al adquirir ese objeto que anhelan. Y los grupos 1,2 y 4, consideran que la felicidad y el endeudamiento son inversamente proporcionales, que si bien se es feliz en el momento de la compra, al momento de pagar comienza la preocupación y la frustración.</p>
Grupo 2	Inversamente proporcional. Tener deudas es incómodo y no se es feliz. Hay casos y casos, casos que con deudas siguen siendo felices.	
Grupo 3	Si, la gente piensa que comprando más cosas se es más feliz. Pero no se dan cuenta que luego están muy endeudados.	
Grupo 4	Si lo gastado es menor a la satisfacción hay una relación positiva. Nos endeudamos para mantener un nivel. El endeudamiento no hace feliz a las personas.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°24: Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?

16. Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Sentirse exitoso. El medio te pinta exitoso y te hace comprar, hasta que llegan las deudas. El sistema simplifica las cosas, dice que el dinero es felicidad, dado que da libertad para hacer cosas. El endeudamiento comienza desde los estudios universitarios.	<p>Al consultar sobre las razones del excesivo consumismo en Chile, se puede ver que los grupos 1,2 y 3 consideran que en Chile existe un acceso al crédito indiscriminado, por lo cual es muy fácil comprar algo en pequeñas cuotas. Los grupos 1,3 y 4, también consideran que el sistema neoliberal, capitalista en el cual está inserta la sociedad chilena es un gran enemigo, y finalmente los mismos grupos señalan que los medios de difusión y comunicación generan necesidades inexistentes. La gran diferencia que se logra observar entre grupos es que aquellos grupos mayores de 30 años o con un ingreso superior logran ver el problema desde afuera, sin embargo, el grupo 2 correspondiente a un menor ingreso y una edad menor a los 30 años, solo culpa a la cultura, o las prioridades sin poder dar una opinión sistémica del problema propuesto.</p>
Grupo 2	Hay situaciones que llevan a endeudarse, ej. Estudiar. Es fácil endeudarse en Chile, no hay cultura. Malas prioridades.	
Grupo 3	La publicidad, genera necesidades inexistentes. Facilidades de dar crédito. Que la gente compra sin necesidad. Las tarjetas aguantan mucho. El sistema capitalista.	
Grupo 4	Cumplir con estándares exigidos. Una sociedad “aspiracional” que se ha convertido en una droga. El mercado es el culpable de crear necesidades. Medios de Comunicación.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°25: ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas

17. ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	NO. El éxito trae felicidad, pero la felicidad no trae al éxito precisamente. Cumplir una meta hace sentir exitoso, pero no necesariamente feliz.	<p>La pregunta 17, hace referencia si la felicidad y el éxito se contraponen, donde los grupos 1,2 y 3, señalan que no, que hay una relación directa entre felicidad y éxito. Por otro lado los grupos 2 y 4 consideran que depende y puede haber ocasiones que se contraponen. No existe relación entre los grupos y sus respuestas.</p>
Grupo 2	Sí. Cuando ser exitoso se sobrepuso al ser feliz. Depende del punto de vista. No, si hay éxito se es feliz.	
Grupo 3	No deberían contraponerse, pero existen casos como las estrellas de Hollywood. No se contrapone porque el éxito trae felicidad.	
Grupo 4	Sí, pero depende de lo que se considere exitoso, para el resto o para uno mismo. Depende cuanto se sacrificó para ser exitoso.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°26: ¿A qué atribuyen ustedes el aumento progresivo de trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas

18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas		Resultados entre grupos de estudio
Grupo 1	Trabajar en cosas que no le gustan. Depende del concepto de felicidad para cada persona. Demasiadas cargas, deudas, trabajo, etc. No valorar las cosas de la vida. No saber el centro de su vida. Las prioridades de las personas, hay una sensación que todos te estafan o embaucan.	<p>Al preguntar sobre las razones del aumento de suicidios y enfermedades mentales, los 4 grupos consideran que el no trabajar en algo que sea del agrado, la cantidad de horas excesivas de trabajo y las exigencias del entorno son los principales culpables. Los grupos 1,2 y 4 consideran que las</p>

Grupo 2	Exceso de trabajo, el sistema que te impone ciertos estándares de felicidad, que no todos pueden lograr. Falta de comunicación, admitir que se necesita ayuda. El internet es una nueva capa de comunicación y de generar una pantalla. No hay suficiente tiempo para hacer cosas que realmente sea interesantes para las personas. Especialistas en el tema son caros y es un tema tabú.	<p>necesidades básicas o estereotipos por lograr, no están cubiertas y/o logradas lo que generan insatisfacción. Los grupos 3 y 4 consideran además que la autoexigencia, la rutina y la inmediatez son los grandes causantes de estas cifras. La diferencia solo se puede explicar por la variable edad.</p>
Grupo 3	Son muchas horas de trabajo. Intentar ser éxito en ámbitos materiales y no darse tiempo para sí mismo. Autoexigencia. La rutina.	
Grupo 4	Las necesidades básicas no están cubiertas, hay que endeudarse para tener cierto nivel de satisfacción. Bombardeo de la inmediatez. Mezcla de medios, estado proteccionista. Frustración de no tener todo lo que se quiere. Injusticias de vivir, jornadas largas de trabajo, no encontrar trabajo, tener familias grandes, expectativas del medio.	

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión Resultados entre grupos de estudio

Respecto a la definición de felicidad no existe correlación de los conceptos entre las respuestas y el nivel socioeconómico, más bien la diferencia reside en la edad de los encuestados. Mientras los más jóvenes definen la felicidad como la tranquilidad y el equilibrio, los grupos mayores a 30 años definen la felicidad como el cumplimiento de objetivos y lo reconocen como un estado emocional. Así mismo cuando se consulta sobre su felicidad en distintos aspectos, los grupos más jóvenes se definen felices por conceptos abstractos como la tranquilidad, y los grupos mayores, reconocen ser felices dado que han alcanzado sus objetivos. ***Cabe destacar que los 4 grupos definen la felicidad completa como algo inalcanzable, y que más bien corresponde a momentos.***

Respecto a la pregunta N°5, la cual consulta sobre comprar felicidad, los grupos más jóvenes consideran viajes u objetos, como artefactos que les generarían felicidad y además tienen el concepto de comprar felicidad para un tercero. Por otro lado, los grupos mayores a 30 años comprarían bienestar físico, salud.

Cuando se consulta sobre la creación de la felicidad, la diferencia de edades de los encuestados vuelve hacerse presente, mientras los más jóvenes consideran que la felicidad se podría crear, generando un espacio para los “demás” y hacer un buen momento, los grupos 3 y 4, consideran la evasión de la muerte o la cura de una enfermedad.

Al definir el concepto de felicidad en la sociedad chilena, se evidencia nuevamente una distinción entre edades, si bien todos definen que la sociedad considera la felicidad como algo estereotipado, los grupos 3 y 4, ***definen que existe un concepto de felicidad asociado a la competencia entre sus pares.***

El éxito es otra definición que genera diferencia entre los encuestados, mientras que los grupos 1 y 2, ***consideran que ser exitosos es obtener el reconocimiento de los demás***, los mayores de 30 años ***definen como éxito, la independencia y la libertad que poseen para decidir el curso de su vida.***

Con relación a si los encuestados se sienten felices y exitosos con sus puestos de trabajo, vuelven a existir diferencia entre los grupos, los menores a 30 años se definen como felices, pero no exitosos puesto que no han cumplido sus metas. Y Los grupos 3 y 4, si se consideren felices y exitosos.

La pregunta N°14, pone a los participantes en la situación de un aumento de ingreso en un 65% y si esto afectaría sus niveles de felicidad y éxito, los grupos más jóvenes responden que ambos niveles se verían aumentados, mientras que los grupos de mayor edad, consideran que no, puesto que un aumento de salario aumenta la carga laboral, y reduce el tiempo libre.

Se puede concluir finalmente que no existe correlación entre las perspectivas de definición de felicidad y éxito entre los niveles socioeconómico, sino más bien la diferencia de las respuestas está definida por la edad de los encuestados.

Resultado Transversales

Los resultados Transversales, busca encontrar similitudes entre las respuestas dependiendo del nivel socioeconómico o la edad del grupo encuestado, para ello se analizó cada pregunta según los 4 grupos, los resultados se pueden ver en las siguientes tablas expuestas:

Tabla N°27: ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta		Resultados Transversales
Grupo 1	Tranquilidad, familia, equilibrio en distintos ámbitos, hacer lo que nos gusta.	<p>La felicidad es definida como la tranquilidad, el equilibrio, y el bienestar de la familia. Cabe destacar que todos los grupos definen la felicidad como momentos, no es un estado permanente. Y, además, se considera que la felicidad se relaciona fuertemente con el logro de metas u objetivos</p>
Grupo 2	Es algo abstracto distinto para cada persona. Estar bien y que las personas cercanas estén bien. Ver un atardecer, comer algo rico, estar con quienes se desea. Son momentos. Es un equilibrio entre lo que se piensa y lo que se vive y lo que se busca para sentirse bien. Tranquilidad, estar relajado, aunque haya problemas, cosas dentro de un control. Levantarme sin dolor, estar en paz y feliz. La felicidad es despertar cada día.	
Grupo 3	Estado emocional, son momentos. Niveles de tranquilidad. Logro de objetivos específicos. Depende de la edad la felicidad se va dando según la edad. Es ver bien a la familia.	
Grupo 4	Son momentos, son procesos, son metas. Cumplimiento de objetivos. Familia, crecer profesionalmente. No hay concepto de felicidad absoluta, no hay felicidad plena. Es algo emocional, es la sumatoria de momentos, pero van cambiando a través del tiempo.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°28: ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?

2. ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Satisfacción con lo que se hace, con lo que vive, con su pareja, tranquilidad, buen ambiente laboral. Dar tranquilidad a la familia, depende de muchas cosas, cambia en el tiempo.	<p>Los distintos grupos consideran que sí son felices, las razones son variadas entre ellas: Hay satisfacción cuando se hace lo que se desea, cuando existe tranquilidad en la familia. Se considera además que la felicidad es variable, depende de diversos factores y no existe la felicidad al 100%. Al igual que la pregunta anterior determinan la felicidad como el cumplimiento de metas u objetivos logrados.</p>
Grupo 2	Son felices en promedio. Hay aspectos que no se están completos. Sí, pero son procesos de aprendizaje.	
Grupo 3	Se es feliz porque se ha hecho lo que se ha propuesto hacer. Siempre hay tiempos difíciles, pero se hace lo que se gusta. Sí, porque se tiene todo lo que se quiere. La felicidad va en la tranquilidad de que la familia esté bien.	
Grupo 4	En promedio si es feliz. Aunque se acepta que no todo es calmo. La felicidad es variable en cada persona, pero se es feliz cuando se tiene un objetivo. No se puede estar 100% feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°29: ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?

3. ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Estar con la familia, amigos, hacer recuerdos. Ver fotografías, gatos, perros.	<p>En términos generales las situaciones que dan felicidad a los 4 grupos son: Compartir con la familia, amigos, las mascotas, hacer hobbies como: leer, escuchar música, hacer deportes, etc. Ser reconocidos por los demás en términos laborales.</p>
Grupo 2	Estar con mascotas, estar sola. Estar con la pareja, son momentos. Hacer deportes. Que las personas cercanas estén bien. Lograr objetivos que no se pensaban alcanzables. Hacer cosas reconocidas por el mundo. Logros de familiares. Escuchar música, leer un libro nuevo. Que el trabajo sea valorado. Compartir con alguien. una pelota de futbol, descansar en casa.	
Grupo 3	Compartir con la familia, compartir con gente. Estar tranquila en casa. Salir de la rutina.	
Grupo 4	La felicidad comienza cuando hay un umbral completo, y de ahí hay picks de felicidad. Es variable con el tiempo, hay cosas que antes no se valoraban como ahora. Tener tiempo para hacer lo que se desee. Ver feliz a mi hijo. Ser reconocido en términos laborales. Pueden ser cosas pequeñas como grandes. Salir en bicicleta. Estar con la familia. Cosas simples.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°30: ¿Qué cosas como objetos les da felicidad? ¿Por qué?

4. ¿Qué cosas como objetos, les da felicidad? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	EL teléfono porque comunica, la cama porque es cómoda y pueden descansar. Raqueta de tenis porque energiza. Estabilidad como casa, trabajo. La pelota y jugar futbol.	<p>En cuanto a los objetos que les dan felicidad, las respuestas se focalizan en objetos físicos que conllevan un significado más profundo, por ejemplo, el teléfono, dado que ayuda acercar a las personas, cualquier objeto que apoye el esparcimiento, como: raqueta de tenis, pelota de fútbol, una computadora, guitarra, bicicleta. También hay sensaciones más permanentes como la posesión de una vivienda, dado que evoca tranquilidad y/o un vehículo que genera la sensación de independencia.</p>
Grupo 2	Casa, auto, independencia. PC como recuerdo de un ser querido. Tener cosas propias. Jugar Video Juegos. Espacio propio. Mi mascota. Planes. Jugar futbol, tocar guitarra. Compartir con personas. Momentos no hay cosas materiales que entreguen felicidad. Fotos-Momentos.	
Grupo 3	Que los logros sean reconocidos por otros. Comprarse algo nuevo. Hijas. Cuando se logra algo propuesto.	
Grupo 4	Intangible, la familia, la música, vivir nuevas experiencias. Tangible, auto propio, departamento, la guitarra, la bicicleta. Auto-Sensación de libertad. Un libro saber que es algo nuevo. Tabla de surf. Son medios para ser feliz. Cosas suntuarias, mascotas. Todo aquello que ayude al esparcimiento. Abstractas, la tranquilidad, la familia, las mascotas. Cosas que apoyen la felicidad momentánea y en más tiempo como una casa. Estar cerca de la familia.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°31: ¿Si la felicidad se pudiese comprar, ¿Qué comprarían? ¿Por qué?

5. Si la felicidad se pudiese comprar, ¿qué comprarían? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Comprar una nube, porque es apacible. Un computador, o un viaje. Experiencia. Comprar cosas para que los otros fuesen felices.	<p>Respecto a la pregunta si la felicidad se pudiese comprar, los entrevistados en su mayoría determinan que los viajes y vivir nuevas experiencias, son aquellas que más le interesarían y consideran que comprarían para ser felices. Por otro lado, alternativas que también surgieron, fueron: comprar algo para los seres queridos, sin especificar el qué, asegurar económicamente a los cercanos, y poder comprar salud para el resto de la vida.</p>
Grupo 2	Viajes. Comprar algo a seres queridos, asegurar sus vidas. Libros.	
Grupo 3	No morir. Tener salud toda la vida. Retroceder el tiempo. No separarse. Curar enfermedad de un cercano.	
Grupo 4	Asegurar económicamente a la familia. Viajar. Tener un hijo. Salud, dinero y amor. Comprar un departamento. Estudiar fuera del país.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°32: Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta

6. Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta		Resultados Transversales
Grupo 1	Circunstancial. Son momentos y hay muchas cosas que sacan del estado de felicidad. Depende de la edad lo que se considere felicidad.	<p>La mayoría de los entrevistados consideran la felicidad como un estado circunstancial, que se constituye de momentos. También se considera que el concepto de felicidad va cambiando con el</p>
Grupo 2	Circunstancial. Son momentos.	

Grupo 3	Circunstancial, porque son momentos.	tiempo y que vamos cambiando este concepto a medida que las personas crecen
Grupo 4	Depende, si es considerada como una línea base donde lo principal está cubierto soy feliz, y sube o baja la felicidad. Es circunstancial. Es un estado permanente, las cosas malas no logran hundir la felicidad. La felicidad depende del tiempo y las cosas que se hagan. Hay 2 tipos de emociones primarias y secundarias, si las primarias están cubiertas eres siempre feliz, y cuando hay secundarias eres más feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°33: Si la felicidad se pudiese crear ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?

7. ¿Si la felicidad se pudiese crear, ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?		
		Resultados Transversales
Grupo 1	Tener un terreno y hacer una casa, cosechar y tener animales, generar mis propias cosas. Refugio de animales, crear cosas dulces. Crear cosas que generen felicidad a mí y a los demás. Crear un festival de música para que todos sean felices. Un espacio para todos.	Respecto a la pregunta número 7 las personas, crearían su felicidad a través de un espacio propio que los hiciera sentirse bien, la búsqueda de buenos momentos. Un espacio para los demás como un festival de música, un parque de diversiones. Y también parque de diversiones o refugio para las mascotas.
Grupo 2	Generar un parque de diversiones para mascotas. Cura al sida, diversiones para todos. No haría nada. Tele-transportación. Depende de cada persona, la felicidad de uno no es la misma para el otro.	

Grupo 3	Algo que aboliera el sistema de mercado y tanta injusticia, volver a lo básico. Crear un nuevo país. Paz y amor, consideración y consciencia para crear un mundo mejor. Evitar la muerte de los niños en África por hambre.
Grupo 4	La felicidad se puede crear y se crea en el día a día es una decisión ser feliz. La felicidad se crea buscando buenos momentos. Encontrar la cura al familiar. No ansiar lo que tiene el resto. Tener metas propias y disfrutarlas. Se crearía una línea base tangible e intangible. Crear aquellas situaciones que haga sentir más cómodo o contento a cada uno.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°34: ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta

8. ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta		Resultados Transversales
Grupo 1	Si cuando te das un gusto. Al pagarlo no. No compras compulsivas no generan expectativas. Pueden o no hacer felicidad. Sí.	<p>La mayoría de los entrevistados consideran que las compras compulsivas o impulsivas si generan felicidad, aunque sea momentánea. También describen que esta felicidad es momentánea, sobre todo, si se tendrán dificultades para pagar.</p>
Grupo 2	Si se puede sí. Depende si se puede pagar, si generan felicidad momentánea.	
Grupo 3	Si, es un estado de felicidad momentánea. Luego vienen los remordimientos.	

Grupo 4	Quizás dan un pick de felicidad, es un momento. No es felicidad sino satisfacción momentánea. Causan Frustración si no se pueden pagar.	
----------------	---	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°35: ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?

9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Lograr algo que los demás puedan recordar. Lograr algo propio. Superar una meta, impuesta o no por los demás.	<p>Se puede concluir de la pregunta número nueve, que el éxito se define como el reconocimiento personal desde el exterior, y el cumplimiento de metas propias o impuestas.</p>
Grupo 2	Reconocimiento del resto. No se puede ser exitoso en todos los ámbitos. Éxito es hacer planes y cumplirlos.	
Grupo 3	Poder ser independiente y no depender de nada ni nadie. Depende de cada persona, pero puede ser lograr objetivos en la vida, lograr tener algo que satisfagan, poder de decidir las propias cosas. Proponer metas por sí mismo. Haber criado a las hijas con las dificultades que se tenían.	
Grupo 4	Es algo paralelo con la felicidad, si las cosas se dan, eres feliz y exitoso. Depende del control que tengas en las cosas. El éxito es cuando se siente bien haciendo lo que hace. El éxito se puede proyectar y seguir siendo algo que no es éxito a nivel personal. El éxito es cumplir objetivos en la vida, pero es algo personal.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°36: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Por qué?

10. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Y por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	La sociedad define tener mucho dinero. Está estereotipado, la clase alta tiene dinero, es feliz, la clase baja no tiene dinero, no es feliz. Depende del tiempo, estereotipos antiguos tienen conceptos distintos o tradicionales de felicidad, hoy la felicidad es más tecnológica. Alcanzar metas tradicionales o estereotipadas.	<p>La felicidad según la sociedad chilena se define en la obtención de dinero o objetos suntuarios. Junto con lo anterior se observa que existe competencia entre los pares, dándose el fenómeno de "tener" para ganarle al resto. Finalmente se considera que la felicidad está estereotipada, por la felicidad de las clases más altas de la sociedad, las cuales se caracterizan por poseer, autos, casa, familia, hijos, perro, etc.</p>
Grupo 2	Está estereotipada, ser exitoso es tener la familia perfecta, la casa, los hijos, buen colegio, la familia y el perro. La sociedad impone que para ser feliz hay que tener profesión. Hay modelos de felicidad e los comerciales. Y la felicidad está impuesta por etapas de la vida.	
Grupo 3	Se relaciona con cuantas cosas materiales, se compite mucho entre personas.	
Grupo 4	El mercado define una felicidad estereotipada de los años 80. Se mide en cuanto tienes. Hay una competencia, y hay que siempre ganar al resto.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°37: ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad el éxito? ¿Por qué?

11. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Según un estándar, ser el mejor en el colegio, la universidad, trabajo, etc. En cantidad de cosas materiales. Está estereotipada. Se es exitoso según la línea de tiempo. Cosas que te puedes comprar. Hay 2 visiones, jóvenes y tradicionales, tener cosas. La más joven es viajar. Pero se mide en cosas materiales.	El éxito según la sociedad es concebido, como la cantidad de cosas materiales que se puede obtener, también la cantidad de dinero, y seguir el estereotipo. Ganarle al resto en diversos aspectos.
Grupo 2	Dinero y cosas materiales. El éxito se mide en demostrar al otro lo que se logró.	
Grupo 3	Es un estereotipo, de quien tiene más dinero más cosas tiene y más feliz y exitoso es. Se mide en cuantas cosas materiales puede tener. Se asume que alguien profesional es exitoso en todos sus aspectos, porque puede comprarse todo lo que quiere.	
Grupo 4	Es una definición del mercado. Tener cosas. Ganar, vivir en una competencia con el resto.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°38: ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas

12. ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas		Resultados Transversales
Grupo 1	Si	Independiente del grupo de estudio, todos coincidieron que el poseer objetos suntuarios es un sinónimo de éxito.
Grupo 2	Si, el éxito se mide en cosas materiales.	
Grupo 3	Sí. Los futbolistas son el mejor ejemplo.	
Grupo 4	Sí, siempre y cuando sean cosas logradas, cuando es heredado no es tan exitoso. Si, la gente se endeuda porque piensa que así será más exitoso.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°39: ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas

13. ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas.		Resultados Transversales
Grupo 1	Sí, pero siempre se espera más, hay aspectos que se pueden seguir mejorando. Se es feliz pero no se sienten exitosos hoy, hay que esperar los resultados futuros. Depende de cada persona, pero sí según sus expectativas.	En general todos se consideraron felices y exitosos con su vida y trabajo, la explicación es porque realizan actividades que quieren. Algunos menos contentos se definieron como felices, pero no exitosos, porque o no están haciendo lo que quieren o bien esperan ver los frutos de su trabajo para sentirse exitoso.
Grupo 2	Si, se es feliz, pero exitoso de vez en cuando, cuando se logran metas o hay un aprendizaje.	
Grupo 3	Sí, porque hago lo que quiero y hay libertad para hacer otras cosas. Si hay tiempo para criar a mi hija tranquilidad. Tranquilidad de estar en casa y hago lo que se desea.	

Grupo 4	Si, se realiza lo que se quiere y se construye el largo plazo. Se encuentra valor a lo que se hace. Se logra hacer cosas que otros no pueden. No, porque no es lo que me gustaría hacer.
----------------	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°40: ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?

14. ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?		Resultados Transversales
Grupo 1	Si, se sentirían más exitosos y felices, siempre que venga como un reconocimiento de un buen trabajo. No necesariamente más exitoso, pero más feliz.	<p>La mayoría de los entrevistados consideraron que si serían más felices si aumentan sus ingresos. Otro grupo menor consideró que no se sentiría más exitoso, pero si más feliz, y otro grupo dijo que en realidad no serían más felices puesto que un aumento de sueldo significaría más responsabilidades y menos tiempo libre para dedicarlo a actividades propias.</p>
Grupo 2	Sí. Se sentirían felices, pero no exitosos. Estarían más tranquilos. Si siempre y cuando sea un reconocimiento.	
Grupo 3	NO, significa que debiese trabajar más y eso es menos tiempo, en caso contrario si sería feliz.	
Grupo 4	Sí, porque es una forma de alcanzar las metas más rápido. NO es directamente proporcional. NO, se pueden hacer más cosas, pero no sería más feliz. Depende si otras variables no cambian, porque si debo intercambiar tiempo libre, ya no me haría feliz.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°41: ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.

15. ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.		Resultados Transversales
Grupo 1	Si se relacionan porque se compra aquellos que no se puede comprar en el momento. Depende del momento al comprar se es feliz, al pagar no se es feliz. Comprar es un momento de felicidad. Son inversamente proporcionales, sería una preocupación. La gente no se endeuda porque es feliz, sino que es algo cultural, la televisión educa a endeudarse. el endeudamiento en si no genera felicidad.	<p>En cuanto a la relación entre el endeudamiento y la felicidad, la respuesta se divide en 2 grupos, por un lado, los asistentes dicen que hay una relación inversa, donde entre más endeudado menos feliz se es. Y otro grupo considera que la gente se endeuda puesto que cree que comprando será más feliz.</p>
Grupo 2	Inversamente proporcional. Tener deudas es incómodo y no se es feliz. Hay casos y casos, casos que con deudas siguen siendo felices.	
Grupo 3	Si, la gente piensa que comprando más cosas se es más feliz. Pero no se dan cuenta que luego están muy endeudados.	
Grupo 4	Si lo gastado es menor a la satisfacción hay una relación positiva. Nos endeudamos para mantener un nivel. El endeudamiento no hace feliz a las personas.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°42: Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?

16. Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?		Resultados Transversales
Grupo 1	Sentirse exitoso. El medio te pinta exitoso y te hace comprar, hasta que llegan las deudas. El sistema simplifica las cosas, dice que el dinero es felicidad, dado que da libertad para hacer cosas. El endeudamiento comienza desde los estudios universitarios.	<p>El excesivo consumismo en Chile se atribuye principalmente a los medios, quienes muestran a alguien exitoso como alguien que puede comprar todo lo que quiere. La publicidad y medios de comunicación crean necesidades inexistentes, sumado a la facilidad de endeudamiento con las tarjetas de crédito.</p>
Grupo 2	Hay situaciones que llevan a endeudarse, ej. Estudiar. Es fácil endeudarse en Chile, no hay cultura. Malas prioridades.	
Grupo 3	La publicidad, genera necesidades inexistentes. Facilidades de dar crédito. Que la gente compra sin necesidad. Las tarjetas aguantan mucho. El sistema capitalista.	
Grupo 4	Cumplir con estándares exigidos. Una sociedad “aspiracional” que se ha convertido en una droga. El mercado es el culpable de crear necesidades. Medios de Comunicación.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°43: ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas

17. ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas		Resultados Transversales
Grupo 1	No. El éxito trae felicidad, pero la felicidad no trae al éxito precisamente. Cumplir una meta hace sentir exitoso, pero no necesariamente feliz.	<p>Los resultados en esta oportunidad se encuentran claramente divididos en 2 puntos de vista, quienes creen que la felicidad no se contrapone al éxito y viceversa, y aquellos que creen que el éxito se puede conseguir sin felicidad y en ese caso, si sería contradictorio.</p>
Grupo 2	Sí. Cuando ser exitoso se sobrepuso al ser feliz. Depende del punto de vista. No, si hay éxito se es feliz.	
Grupo 3	No deberían contraponerse, pero existen casos como las estrellas de Hollywood. No se contrapone porque el éxito trae felicidad.	
Grupo 4	Sí, pero depende de lo que se considere exitoso, para el resto o para uno mismo. Depende cuanto se sacrificó para ser exitoso.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°44: ¿A qué atribuyen ustedes el aumento progresivo de trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas

18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas		Resultados Transversales
Grupo 1	Trabajar en cosas que no le gustan. Depende del concepto de felicidad para cada persona. Demasiadas cargas, deudas, trabajo, etc. No valorar las cosas de la vida. No saber el centro de su vida. Las prioridades de las personas, hay una sensación que todos te estafan o embaucan.	<p>Las explicaciones o suposiciones del aumento de trastornos de salud mental y suicidios en Chile se dirigen a excesivas horas de trabajos, demasiadas responsabilidades, familias numerosas, realización de trabajos que no agradan, deudas, etc. Vivir sin tiempo para hacer las cosas que son interesantes para cada persona, se menciona también la exigencia de ser exitosos en ámbitos materiales. Además, se imponen ciertos estándares para ser feliz, y que no todos pueden cumplir generando frustración.</p>
Grupo 2	Exceso de trabajo, el sistema que te impone ciertos estándares de felicidad, que no todos pueden lograr. Falta de comunicación, admitir que se necesita ayuda. El internet es una nueva capa de comunicación y de generar una pantalla. No hay suficiente tiempo para hacer cosas que realmente sea interesantes para las personas. Especialistas en el tema son caros y es un tema tabú.	
Grupo 3	Son muchas horas de trabajo. Intentar ser éxito en ámbitos materiales y no darse tiempo para sí mismo. Autoexigencia. La rutina.	
Grupo 4	Las necesidades básicas no están cubiertas, hay que endeudarse para tener cierto nivel de satisfacción. Bombardeo de la inmediatez. Mezcla de medios, estado proteccionista. Frustración de no tener todo lo que se quiere. Injusticias de vivir, jornadas largas de trabajo, no encontrar trabajo, tener familias grandes, expectativas del medio.	

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión Resultados Transversales

La felicidad es definida por todos los grupos como momentos y no como un estado permanente, además está fuertemente relacionado con el logro de metas y objetivos.

Respecto a si los encuestados se sienten felices en sus vidas, *todos consideran que en promedio se sienten felices, pero la felicidad es algo inalcanzable.* Así mismo las situaciones que entregan felicidad es: compartir con la familia, amigos, estar con las mascotas, hacer deportes o hobbies, como también ser reconocidos en términos laborales.

Las cosas que dan felicidad como objetos, *están relacionadas con una segunda lectura*, al consultar que objetos les da felicidad, la mayor parte de los encuestados nombró al menos un objeto, el cual se relacionaba con alguna sensación, tales como libertad, tranquilidad, independencia, etc.

Otra de las grandes conclusiones que llegaron los encuestados independientes de su nivel socioeconómico y edad, es que *la felicidad es un estado circunstancial, que se constituye de momentos felices.*

Al consultar sobre las compras compulsivas/impulsivas y su provocación de felicidad, todos los grupos coinciden que sí, son momentos que generan felicidad, aunque sea momentánea. *De esta respuesta se puede extraer que la felicidad es considerada de manera inconsciente como la compra de objetos, o sea es posible comprar momentos de felicidad.*

La felicidad definida por la sociedad chilena *es la obtención de dinero, objetos suntuarios, con el objeto de “ganar” una competencia invisible entre los pares. Además, se considera que la felicidad está “empaquetada”, los medios de comunicación o sociedad imponen que la felicidad solo se puede lograr, si se cumplen ciertas etapas, o se obtienen ciertos objetos.*

Al definir el éxito, *los encuestados señalan que es el reconocimiento, tanto personal como del exterior y el cumplimiento de metas propias o impuestas por el medio.* Al responder como la sociedad define el éxito, los grupos coinciden es que es concebido como *la cantidad*

de objetos suntuarios obtenidos, la cantidad de dinero, lo que permiten ganar esta competencia “invisible” con los pares.

La pregunta N° 15, consulta si existe una relación entre la felicidad y el endeudamiento, donde los encuestados consideran que sí existe una relación, la gente se endeuda porque piensa que así podrán ser felices, pero este sentimiento se diluye al momento de cancelar lo adeudado. La respuesta de este comportamiento es explicado, por los medios, la publicidad y las facilidades para endeudarse a través de créditos bancarios o de casas comerciales.

Otra respuesta relevante, es que la mayor parte de los encuestados considera que el éxito es paralelo a la felicidad, y que los conceptos no debiesen contraponerse, de hecho, se menciona, “*si soy exitoso, soy o seré feliz*”. Condiciones que no son estrictas.

En conclusión, en Chile los conceptos de felicidad y éxito están definidas por el logro de metas y objetivos. Así mismo se asume que la felicidad es algo inalcanzable, por lo que se define como algo circunstancial, constituido por momentos. De esta manera, existe una relación entre los objetos suntuarios, la felicidad y el éxito, puesto que, al consultar sobre objetos de felicidad, todos los encuestados mencionaron un objeto que les traía felicidad, y creen firmemente que las personas que se endeudan consideran que están obteniendo felicidad y/o éxito.

En cuanto a la definición de éxito, se define como el cumplimiento de metas impuestas o autoimpuestas, y se caracterizan, por la cantidad de riqueza que se puede obtener, y así competir con lo que poseen sus pares.

También es evidente que las personas consideran que el éxito les traerá felicidad, lo que puede explicar el comportamiento consumista que existe en Chile, como una búsqueda incesante de felicidad y éxito.

Análisis de encuestas relacionadas con el consumo y la felicidad

Distintos Autores han realizado estudios sobre la felicidad medida a través de la jerarquización de Maslow, tales como el estudio realizado por “Terry F. Pettijohn II and Teery F. PerrrJohn” Titulado *Perceived Happiness of college Students measured by Maslow’s Hierarchy of Needs*”, estudio del año 1996, donde se realizó una encuesta a 150 estudiantes universitarios, para validar la correlación de Maslow con las variables más importantes que definieron el concepto de felicidad. El estudio define que la felicidad es un *estado psicológico saludable*, la que surge de una condición humana normal, cuando las personas están relajadas, y se reconocen a sí mismos en un estado de felicidad. Por otro lado, Myers y Diener (1995), concluyen que la edad, la raza, el género y el estatus socioeconómico no son predictores de felicidad. De hecho, se encontró que las personas felices, tienden a ser personas optimistas, con un alto autoestima, tienen control sobre sí mismos, y mantienen estrechas relaciones con sus pares (en general están casados), y tienen una alta fé religiosa. Wilson en 1967, sugiere que hay 3 tipos de necesidades importantes para definir felicidad: necesidades fisiológicas (comida, abrigo), necesidad de búsqueda de placer (estimulación y acción), y adquisición de necesidades secundarias (afecto, aceptación, estatus, logro, y auto-realización). Otro autor, Diener en 1984, señala que las variables importantes que promueven la felicidad son el amor, el matrimonio, sexo, niños, ejercicio, salud, amigos, educación, trabajo, ingresos, reconocimiento, éxito, independencia, valoración personal, y participación en la comunidad.

Indistintamente del investigador estudiado, todos concluyen que la felicidad está basada en necesidades básicas, como secundarias. Por ende, la medición de jerarquización de Maslow es una buena aproximación para conocer si la sociedad chilena ha alcanzado o no la felicidad.

La jerarquización de Maslow contempla: niveles de necesidades fisiológicas, de seguridad, amor y estima. Acorde a esto, después de satisfacer estas necesidades, la felicidad sería alcanzada.

La segunda interrogante que se desea dilucidar es como el nivel de ingresos per-cápita o familiar influye en la felicidad de las personas o de un grupo. En este contexto, la bibliografía

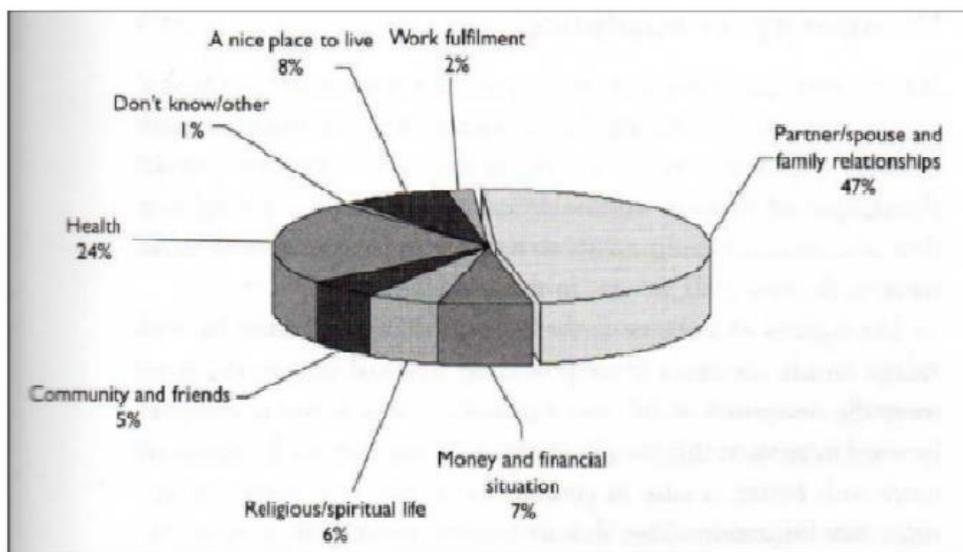
encontrada señala, que la mayor parte de estos estudios relacionan positivamente los ingresos con la felicidad. Pero también se ha descubierto que desde cierto nivel de ingresos la relación llega a ser débil o en ciertos casos casi inexistentes. En países desarrollados, donde se reportan altas tasas de ingresos per cápita, no se reportan necesariamente altos niveles de felicidad. Frey and stutzer 2002, p75, establece “Income provides happiness at low levels of development, but once a certain threshold has been passed, income has little or no effect on happiness”.

Otra inquietud que nace de lo citado anteriormente es: ¿Por qué compramos? O más bien ¿Qué compramos? Es así como el paper titulado “consumption and Happiness: How do they relate?”, escrito por Karen Farías Proschele, propone que las decisiones de compra entre un producto u otro, está basado en factores personales, donde muchas veces este factor está influido por la publicidad, estrategias de Marketing en la televisión, internet, radio, etc. Los cuales intentan satisfacer nuestros deseos y/o necesidades personales. Adallah (2009) señala que “we are constantly bombarded with messages from advertisers and marketers, all pushing the idea that buying this or that new product will make us happier”. La autora del paper, se pregunta finalmente, ¿estas compras mejoran nuestra vida o nos hace más felices que antes? Es de esta manera se da paso atrás y la pregunta es: ¿Qué es el Consumo? ¿Cuál es su definición? Dutt (2006), define consumo como “*Driving Force of the economy, providing people with the incentive to expend their time and energy to obtain more and better things*”. Paul Ikin (Fide Assadourian, 2010) define de una manera diferente el concepto de consumo: *Consumo es una orientación cultural en el cual la aspiración final de los seres humano comienza con los conceptos de posesión, el uso y el incremento de servicios y bienes, con el objeto de ser feliz y exitoso.*

Investigaciones del tema muestran que los bienes materiales y el dinero explican un pequeño porcentaje de la felicidad en las personas, contrario al porcentaje que se da a las relaciones de familia y con los pares, los cuales contribuyen con un mayor porcentaje. *New Economics Foundation*, realizó un estudio online en Europa el cual buscaba comparar la satisfacción con los niveles de consumismo. Uno de los resultados obtenidos es que *no existe relación entre el consumo y la felicidad*. La explicación a estas estadísticas está dada porque una vez que las necesidades básicas son satisfechas, nuestros niveles de consumo no necesariamente

se transforman en mayores niveles de felicidad. Jackson (2009) explica, "Having more of something usually provides less additional satisfaction", Argyle en 2000 discutió la idea "that people tend to compare themselves with others who are richer, which leads to a continuous dissatisfaction".

Figura N°14: Factores que influyen el bienestar (felicidad).



Fuente: Jackson 2009.

Para conocer que es lo que lleva a un sujeto a comprar o adquirir un bien o servicio, se encontró que Tajan Lautiainen en su trabajo de titulación "*Factor affecting consumers buying decisión in the selection of a coffe Brand*" define que hay 3 grandes factores que influyen en el comportamiento de compra de las personas, el primero es el **factor social**: estos están compuestos por grupos de referencia, familia, rol y estatus.

Grupos de referencia: si bien cada individuo es una persona única, este mismo se encuentra dentro de un grupo, el cual se convierte en un grupo de referencia, donde esta influencia en la imagen que tienen las personas de sí mismos, afectando el estilo de vida, hábitos y comportamientos, en general estos grupos de referencia están conformados, por la familia, amigos cercanos, vecindario, compañeros de trabajo y otras personas asociadas al consumo.

Es así como estos grupos aspiracionales son grupos donde un consumidor aspira a pertenecer y ser parte de ese grupo en un futuro.

Los miembros de la familia pueden influenciar el consumo individual y su comportamiento. Una familia forma un medio ambiente para un individuo a adquirir valor, desarrollar y formar la personalidad. Esto está relacionado con el consumo, puesto que si una familia entrega valor a una marca, y el hijo crece dentro de esa familia, una vez que sea adulto lo más probable es que vuelva a comprar de esa marca puesto que tiene una concepción de valor en esa marca. Junto con lo anterior, no hay que olvidar que los individuos juegan diferentes roles en sus vidas. Cada rol consiste en una actividad y actitud esperada que un individuo debe desarrollar según su entorno.

El estatus social refleja la posición de los individuos basado en las cosas que poseen, el dinero, la riqueza, la educación o la ocupación. En muchas sociedades el estatus es muy importante y las personas desean la admiración de los otros. La posición social puede ser obtenida a partir de una vida exitosa, o haciendo dinero. Es por esto mismo que las diferentes marcas tienen productos que reflejan el rol y estatus social de las personas.

Factores personales: El comportamiento de las personas también depende de su edad, ciclo de vida, ocupación, economía, estilo de vida, personalidad y concepción de sí mismo. Los consumidores cambian durante su vida los productos dependiendo de su edad y la etapa de su vida. La edad se relaciona con los gustos en la comida, ropa, recreación y decoración. Además, el medio ambiente, valores, estilos de vida, hobbies y hábitos de consumo durante la vida.

En conclusión, existen diversos estudios que buscan probar la hipótesis de Maslow, desde un punto de vista u otro. Lo que es claro es que la felicidad se logra satisfaciendo necesidades, ya sean fisiológicas o primarias, para posteriormente satisfacer las necesidades de autoestima y autorrealización, o secundarias. Y más aún, los autores plantean abiertamente que el comportamiento de compra guarda relación con esta búsqueda incesante del logro de felicidad.

Encuesta Exploratoria

El presente estudio busca ***“Validar el sobreendeudamiento de la población chilena en bienes y servicios suntuarios como una consecuencia de la búsqueda de la autorrealización y felicidad, según el nivel socioeconómico al que pertenecen”***

Basado en los resultados de los focus group se pudo concluir que la felicidad es un estado circunstancial para la sociedad chilena y que ésta no se considera feliz. Además, el éxito está determinado por la obtención de bienes materiales. Con lo anterior se plantea realizar una encuesta exploratoria que valide la información obtenida, validando a su vez, el sobreendeudamiento en bienes y servicios suntuarios, como consecuencia de la búsqueda de la autorrealización y felicidad.

Hipótesis: ¿Los altos niveles de consumo en Chile, explican la necesidad de satisfacer necesidades de felicidad y autorrealización, según su nivel socioeconómico?

Objetivo: ***“Validar el sobreendeudamiento de la población chilena en bienes y servicios suntuarios como consecuencia de la búsqueda de autorrealización y felicidad, según el nivel socioeconómico al que pertenecen”***

Localización zona geográfica: V región de Valparaíso. La localización de esta encuesta se realizará entre la ciudad de Valparaíso y Viña del Mar, quienes poseen una socio-cultura heterogénea, la que es muy favorable para la extrapolación a nivel país.

Instrumento “cuestionario”: El cuestionario es realizado a través de la plataforma Google Form, la cual permite una fácil distribución digital, y genera una tabulación inmediata de las respuestas.

Tipo de preguntas: Las preguntas que realizará la encuesta, son principalmente de 3 tipos, dicotómicas, aquellas de elección múltiples, y escala Likert.

Población de estudio: Como anteriormente se mencionó, la encuesta se desarrolló en la Región de Valparaíso, específicamente en las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, para ello se requirió determinar ciertas características de la población a estudiar:

- Edad: Mayor a 20 años, se considera que la independencia económica comienza cuando una persona comienza su mayoría de edad.
- Género: Indiferente, para la exploración no es un atributo determinante.
- Nivel Socioeconómico: Indiferente, se busca la mayor heterogeneidad.

Basado en las proyecciones de la población realizadas por el INE⁶, desarrollados durante el 2014, señala que para el 2017 la población mayor de 20 años, en las ciudades de Viña del mar y Valparaíso, será igual a 472.413 personas.

Tamaño de la muestra: El tipo de muestreo será probabilístico, específicamente aleatorio simple, el cual enumera elementos de una población y luego se seleccionan n elementos al azar, donde n es el tamaño de la muestra.

Para determinar el valor “n”, se deben considerar diversos factores los cuales entregarán seguridad que el tamaño de la muestra es representativo.

- a) Nivel de confianza $(1 - \alpha)$: corresponde a la probabilidad que el parámetro que se busca se encuentre en cierto nivel de confianza. En esta encuesta se considera que un nivel de confianza de (90% $\alpha = 1,65$).
- b) Error muestral: corresponde al error aceptable para mantener la representatividad de la encuesta, en este caso 10%.
- c) Valor p : Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, según la literatura este valor suele ser $0,5 = p = q$.

Fórmula:

Si la población es finita, es decir se conoce el total de la población y se desea saber cuántos del total se tendrá que encuestar para que la respuesta del instrumento sea válida, el tamaño muestral debería ser al menos 68 personas encuestadas.

⁶ INE: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/demograficas_vitales.php

Metodología: Para ello, la encuesta se construyó considerando los niveles de satisfacción de necesidades según la teoría de Maslow, en una segunda etapa la validación de endeudamiento y en una tercera, el cruce entre felicidad, éxito y consumo.

Nivel 1: Identificación Nivel socioeconómico y datos demográficos

Preguntas para caracterizar el nivel socioeconómico de los encuestados.

Nivel 2: Primera escala en la pirámide de Maslow

Las preguntas en el segundo nivel están orientadas al cumplimiento de la primera escala en la pirámide de Maslow, llamada necesidades fisiológicas. Las preguntas buscan conocer si existe insatisfacción en las primeras etapas de las necesidades fisiológicas.

Nivel 3: Segunda escala en la pirámide de Maslow

La tercera parte de las preguntas están orientadas a verificar si las necesidades de seguridad se encuentran cubiertas o no. Se busca, nuevamente, necesidades insatisfechas.

Nivel 4: Tercera escala en la pirámide de Maslow

Las cuartas etapas de las preguntas están orientadas a responder si las necesidades de afiliación se encuentran cumplidas. Logrando así verificar niveles de satisfacción personal en las personas respecto a sus pares.

Nivel 5: Cuarta escala en la pirámide de Maslow

El quinto nivel de preguntas está orientado a verificar la existencia de niveles de satisfacción o insatisfacción en la necesidad de reconocimiento.

Nivel 6: Quinta escala en la pirámide de Maslow

El sexto nivel de preguntas busca conocer niveles de autorrealización de las personas encuestadas.

Nivel 7: Identificación de endeudamiento.

Preguntas orientadas a identificar existencia de endeudamiento y/o sobre-endeudamiento y su grado.

Nivel 8: Verificación de conceptos de felicidad, éxito y endeudamiento

El octavo nivel de la encuesta busca validar los inputs obtenidos del focus group realizado.

Al dividir la encuesta en niveles de la pirámide de Maslow es posible analizar en qué nivel se encuentra la sociedad chilena a su vez es posible verificar los niveles de endeudamiento y la relación que tienen con la felicidad y el éxito.

Cuestionario:

Nivel 1: Identificación Nivel socioeconómico y datos demográficos.

1. Edad
2. Nivel educacional
 - a. Básica incompleta
 - b. Básica completa
 - c. Media incompleta
 - d. Media completa
 - e. Técnico profesional incompleta
 - f. Técnico profesional completa
 - g. Universitario completa
 - h. Universitario incompleto
 - i. Post grado incompleto
 - j. Post grado completo
3. Su previsión de salud es:
 - a. Fonasa
 - b. Isapre
 - c. No pertenezco a ningún sistema de salud
4. Respecto a su vivienda:
 - a. Arrienda
 - b. Es propia con pago de dividendo
 - c. Es propia sin pago de dividendo
 - d. Vive con un familiar/amigo, pero no paga por concepto de alojamiento
 - e. Otro
 - f.

5. Su vivienda posee una superficie (tamaño) igual a:
- a. Menor a
 - b. 21 mts²
 - c. 22 mts² a 43 mts²
 - d. 44 mts² a 65 mts²
 - e. 66 mts² a 87 mts²
 - f. 88 mts² a 109 mts²
 - g. 110 mts² a 131 mts²
 - h. 132 mts² a 153 mts²
 - i. 154 mts² a 175 mtrs²
 - j. 176 mts² a 197 mts²
 - k. 198 mts² a 219 mts²
 - l. 220 mts² a 241 mts²
 - m. Mayor a 242 mts²
6. ¿Cuántas personas viven en su hogar?
- a. 1 a 2 personas
 - b. 3 a 4 personas
 - c. 5 a 6 personas
 - d. 7 a 8 personas
 - e. Sobre 9 personas
7. Su nivel de ingreso familiar se encuentra en el siguiente rango. (Corresponde a la suma de todos los ingresos de las personas que viven en el hogar)
- a. Menor \$ 158.000 CLP
 - b. \$ 158.000 a \$ 307.000 CLP
 - c. \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
 - d. \$ 503.001 a \$ 762.434 CLP
 - e. \$ 762.454 CLP a \$ 810.000 CLP
 - f. \$ 810.001 a \$ 1.374.000 CLP
 - g. \$ 1.374.001 a \$ 1.710.000 CLP
 - h. \$ 1.710.833 a \$ 2.070.000 CLP
 - i. \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP
 - j. Mayor a \$ 4.387.000 CLP

Nivel 2: Primera escala en la pirámide de Maslow, necesidades fisiológicas.

8. Basado en su jornada laboral y/o diaria ¿Cuántas comidas logra consumir al día?
- a. 2
 - b. 3
 - c. 4
 - d. Más de 5
9. ¿Cuántas horas usted logra descansar durante la noche?
- a. Menos de 3 horas
 - b. 4 a 5 horas

- c. 6 a 8 horas
 - d. Más de 8 horas
10. ¿Usted se encuentra diagnosticado con alguna de estas enfermedades?
- a. Resistencia a la insulina
 - b. Hipertensión
 - c. Diabetes
 - d. Migraña o jaqueca
 - e. Colon irritable
 - f. No poseo ninguna de estas enfermedades
 - g. Otras

Nivel 3: Segunda escala en la pirámide de Maslow, Necesidades de Seguridad.

11. ¿Usted actualmente se encuentra trabajando?
- a. Si
 - b. No
 - c. Me encuentro pensionado/jubilado
12. Usted se siente estresado en su puesto de trabajo o dentro de su núcleo familiar/amigos:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
13. Usted destina parte de su sueldo al ahorro personal:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
14. ¿Posee un vehículo propio?
- a. Si
 - b. No

Nivel 4: Tercera escala en la pirámide de Maslow, Necesidades de afiliación.

15. ¿Su estado civil es?
- a. Soltero
 - b. Casado
 - c. Viudo

- d. Divorciado
- 16. La relación con sus padres, hermanos e hijos es:
 - a. Muy buena
 - b. Buena
 - c. Ni buena ni mala
 - d. Mala
 - e. Muy mala
- 17. ¿De su núcleo de amigos, cuántos consideraría los más cercanos?
 - a. Entre 1 a 4 amigos
 - b. Entre 5 a 7 amigos
 - c. Más de 8 amigos
 - d. No tengo amigos, pero si tengo muchos conocidos

Nivel 5: Cuarta escala en la pirámide de Maslow, necesidad de reconocimiento.

- 18. En su grupo de amigos/familia, usted se siente considerado e integrado:
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
- 19. Usted es una persona exitosa:
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
- 20. Usted es una persona feliz:
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
- 21. Usted es una persona independiente:
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca

Nivel 6: Quinta escala en la pirámide de Maslow, necesidad de autorrealización.

22. Usted ha podido desarrollar sus talentos durante su vida:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
23. Usted puede expresar sus ideas y conocimientos de manera libre:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
24. Usted ha logrado las metas que se ha propuesto:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca

Preguntas de Endeudamiento

25. ¿Tiene tarjeta de crédito de algún banco, tienda comercial o supermercado?
- a. Si
 - b. No
26. ¿Actualmente usted está pagando algún préstamo (crédito) a su nombre?
- a. Si
 - b. No
27. ¿En alguna oportunidad ha tenido que pasar por el proceso de DICOM?
- a. Si
 - b. No
28. En el caso que usted adquiriera o ha adquirido algún préstamo bancario y/o comercial ¿Cuál es o sería la principal razón por la cual tomaría o ha tomado un crédito y/o préstamo? Puede marcar más de una alternativa.
- a. Para solucionar problemas imprevistos o de emergencia
 - b. Para pagar educación
 - c. Para gastos de entrenamiento y/o ocio
 - d. Para aprovechar una oportunidad de negocio
 - e. Para adquirir algún bien o servicio (auto, casa, etc.)

- f. Para salir de vacaciones
- g. Otro

Felicidad vs Consumo

29. ¿Qué es para usted la felicidad? Puede marcar más de una alternativa.
- a. Tranquilidad
 - b. Equilibrio
 - c. Cumplimiento de objetivos
 - d. Un estado emocional
 - e. Otro
30. ¿Qué situaciones nombradas a continuación le dan felicidad? Puede marcar más de una alternativa.
- a. Estar con amigos
 - b. Estar con la familia
 - c. Estar con mascotas y/o animales
 - d. Realización de Hobbies
 - e. Reconocimiento profesional
 - f. Logro de objetivos
 - g. Otro
31. ¿Qué cosas a usted le da felicidad? Puede escoger más de una alternativa.
- a. Electrónica (computador, videojuegos)
 - b. Música (instrumentos eléctricos)
 - c. Estabilidad económica
 - d. Reconocimiento de logros
 - e. Leer
 - f. Otros
32. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?
- a. Un viaje por el mundo
 - b. Un regalo para alguien apreciado
 - c. Salud
 - d. Estabilidad económica para el grupo familiar
 - e. Otro
33. Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad:
- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Algunas veces
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
34. ¿Qué es para usted el éxito? Puede marcar más de una alternativa.
- a. Lograr la felicidad

- b. Cumplimiento de metas y objetivos propios e impuestos
 - c. Reconocimiento por sus pares
 - d. Independencia
 - e. Poder de decisión en su vida
 - f. Otro
35. ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad?
- a. Cumplimiento de estereotipos (estudiar, trabajar, casarse, tener hijos, tener casa, tener auto, etc)
 - b. Adquirir bienes y poder compartirlo con familiares y amigos
 - c. Competencia invisible con el compañero, amigo, familiar, etc.
 - d. Otro
36. ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?
- a. Cumpliendo estereotipo de familia, trabajo, etc.
 - b. Poseyendo dinero (riqueza)
 - c. Adquisición de bienes y servicios
 - d. Otro
37. ¿Cree usted que si aumentan sus ingresos en un 65% sería más feliz y exitoso?
- a. Si
 - b. No
38. Según su opinión ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?
- a. Lograr sentirse exitoso
 - b. Lograr sentirse felices
 - c. Sentir libertad para hacer y/o comprar bienes o servicios
 - d. Cumplimiento de necesidades básicas como, estudios, salud, etc.
 - e. La publicidad persuade a las personas para que se endeuden
 - f. Cumplir estándares exigidos por la sociedad
 - g. Envidia con el entorno

Metodología de la encuesta

La encuesta exploratoria fue realizada a través de la plataforma Google Drive (Anexo N°5), donde el periodo de realización de la encuesta comenzó el lunes 09 de octubre al domingo 15 de octubre, 2017. La metodología de difusión de la encuesta fue a través de plataformas sociales de internet, las que cumplían con características necesarias para ser consideradas como válidas. Estas características fueron: grupos sociales que tuvieran participantes exclusivos de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, donde los participantes tuvieran una edad superior a los 20 años. Se consideraron en especial grupos de venta por internet, dado que estos grupos poseen una gran heterogeneidad, tanto socioeconómica como de edad entre sus participantes. También se distribuyeron las encuestas aquellas personas cercanas y que cumplían con las características esenciales, ser mayor a 20 años y vivir en la ciudad de Valparaíso o Viña del Mar.

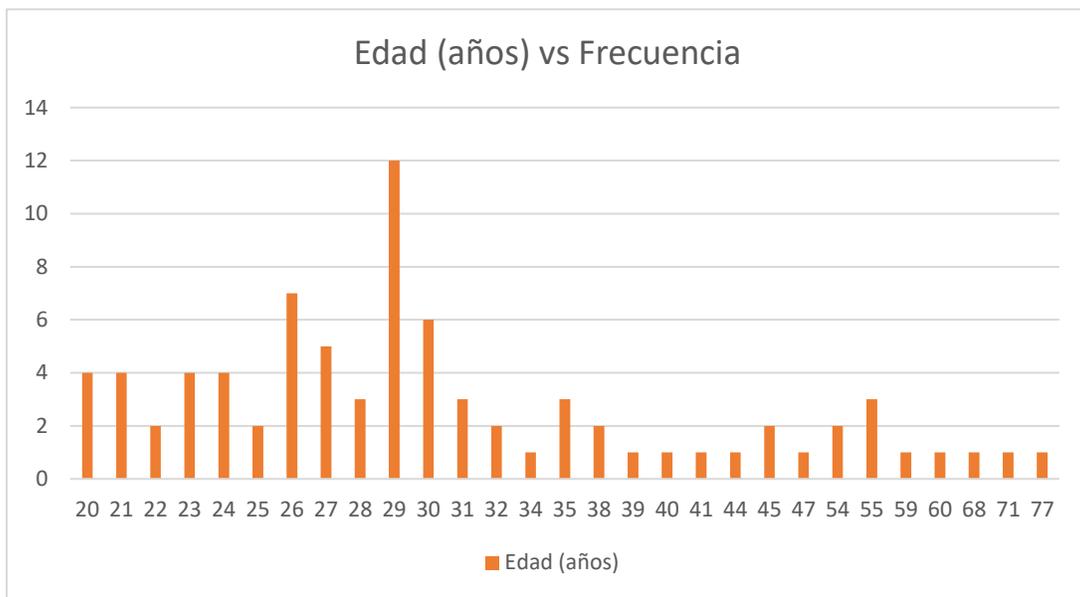
Análisis encuesta exploratoria

La cantidad de encuestas logradas son 88, de las cuales solo 81 encuestas cumplen con los requerimientos mínimos impuestos en este estudio. Lo que significa que la encuesta tiene un error de 7,95%.

Edad

En relación con la edad de los encuestados, se puede observar que hay una gran variabilidad, puesto que la edad de los encuestados va desde los 20 años a los 77 años, siendo la edad con mayor frecuencia los 29 años, seguido de los 26 años, y posteriormente aquellos que poseen 30 años.

Figura N°15: Gráfico de edad vs Frecuencia

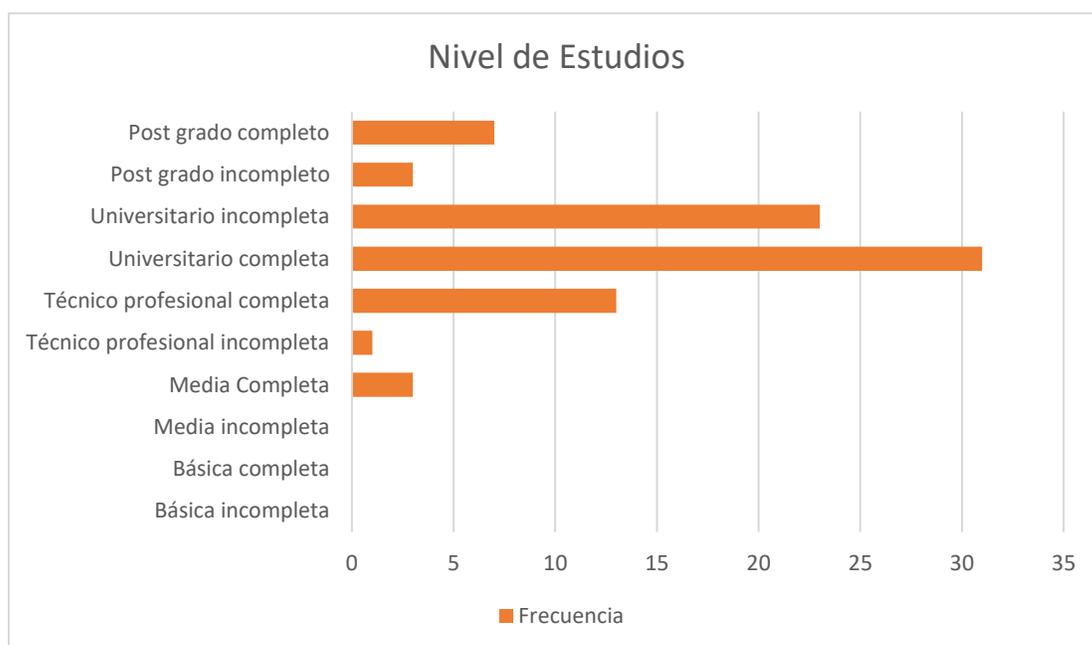


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Nivel de Estudios

El nivel de estudios de los encuestados se concentra, en frecuencia acumulada, en aquellos que han realizado estudios a nivel Universitario, ya sea que posean, una educación completa como incompleta, de la misma manera la tercera mayor frecuencia se encuentra en aquellos encuestados que cuentan con educación Técnica completa.

Figura N°16: Nivel de Estudios

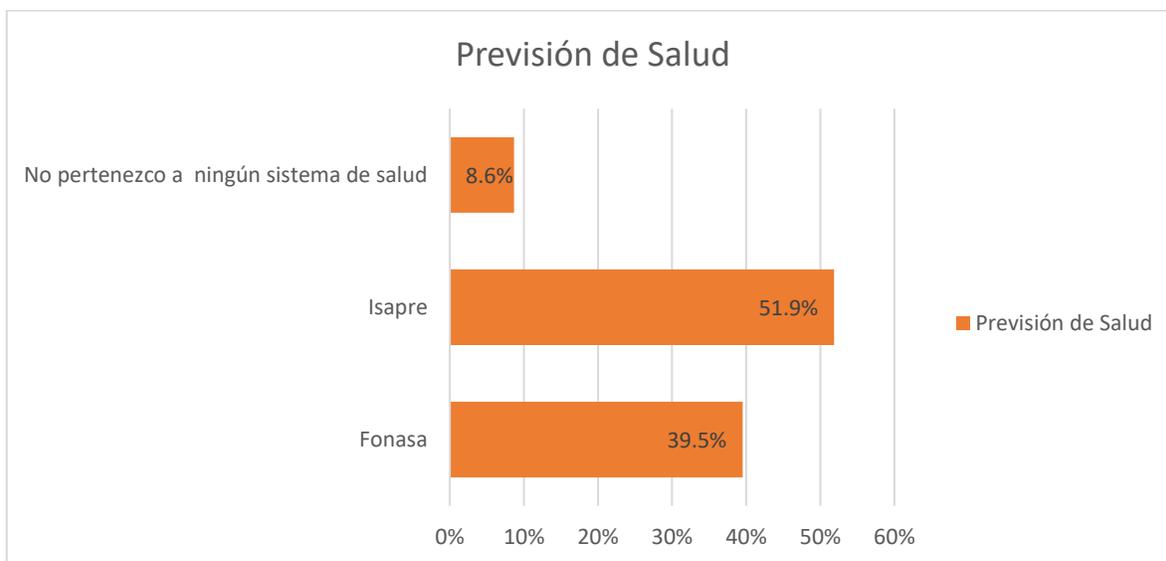


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Previsión de Salud

La previsión de salud de los porteños y viñamarinos, se distribuyen entre Isapre y Fonasa, donde se concentra el 91,4% de los encuestados.

Figura N°17: Previsión de Salud

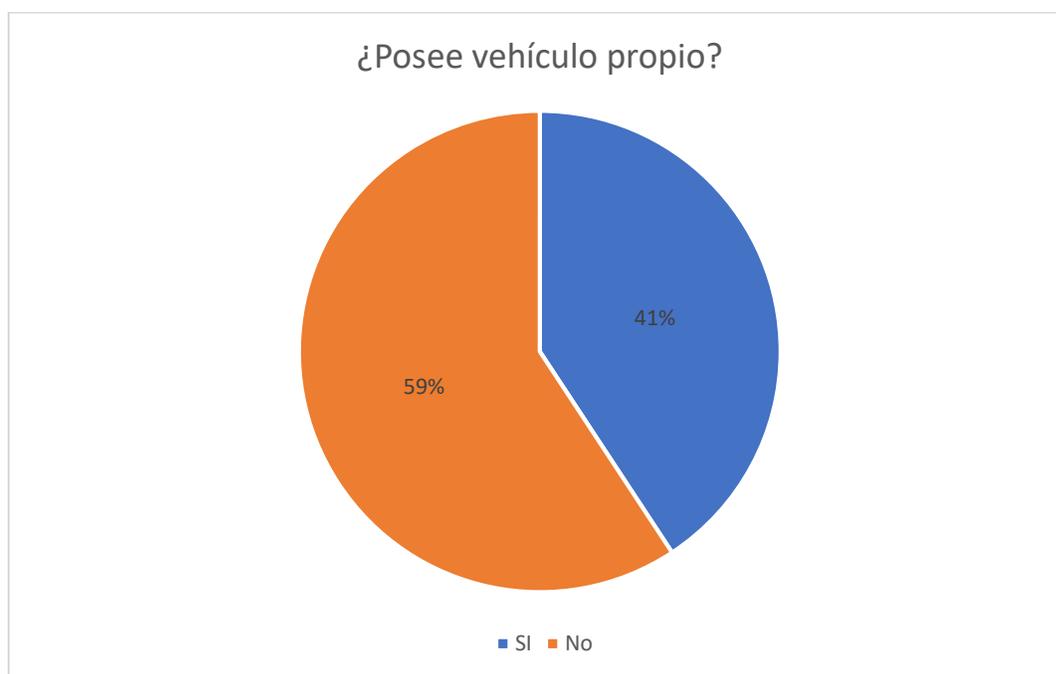


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Vehículo Propio

Según la consulta de la pertinencia de vehículo propio, se puede observar que el 41% posee vehículo propio en comparación con un 59% que carece de este bien.

Figura N°18: Vehículo propio



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Vivienda Propia

En referencia a la consulta de la vivienda propia se puede extraer que más del 40% arrienda la vivienda donde vive, y un 28% vive en la casa de algún familiar/amigo, que les permite ahorrar el gasto por este concepto.

Figura N°19: Vivienda Propia

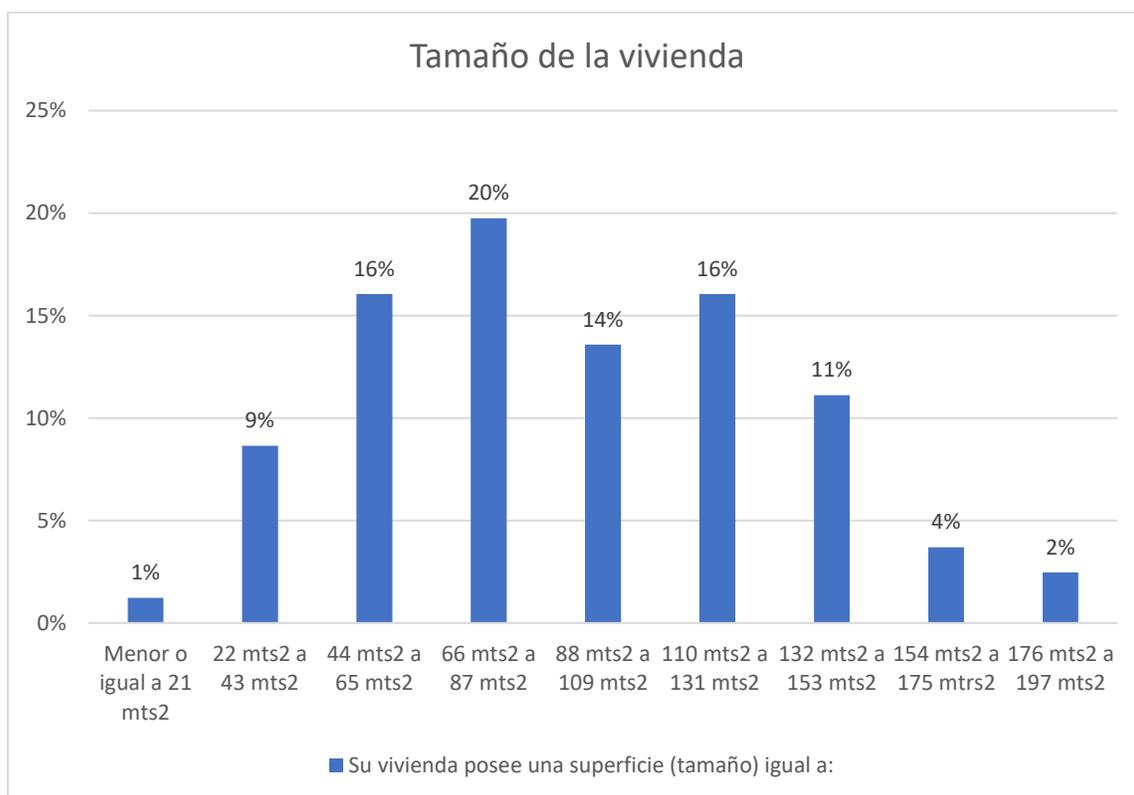


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Tamaño de Vivienda

Atendiendo a la pregunta del tamaño de la vivienda un 20% declara que vive en una superficie entre 66 y 87 mts², un 16% corresponde a viviendas de 44 a 65 mts² y un 16% señala que vive en un espacio de entre 110 y 131 mts².

Figura N°20: *Tamaño de vivienda*

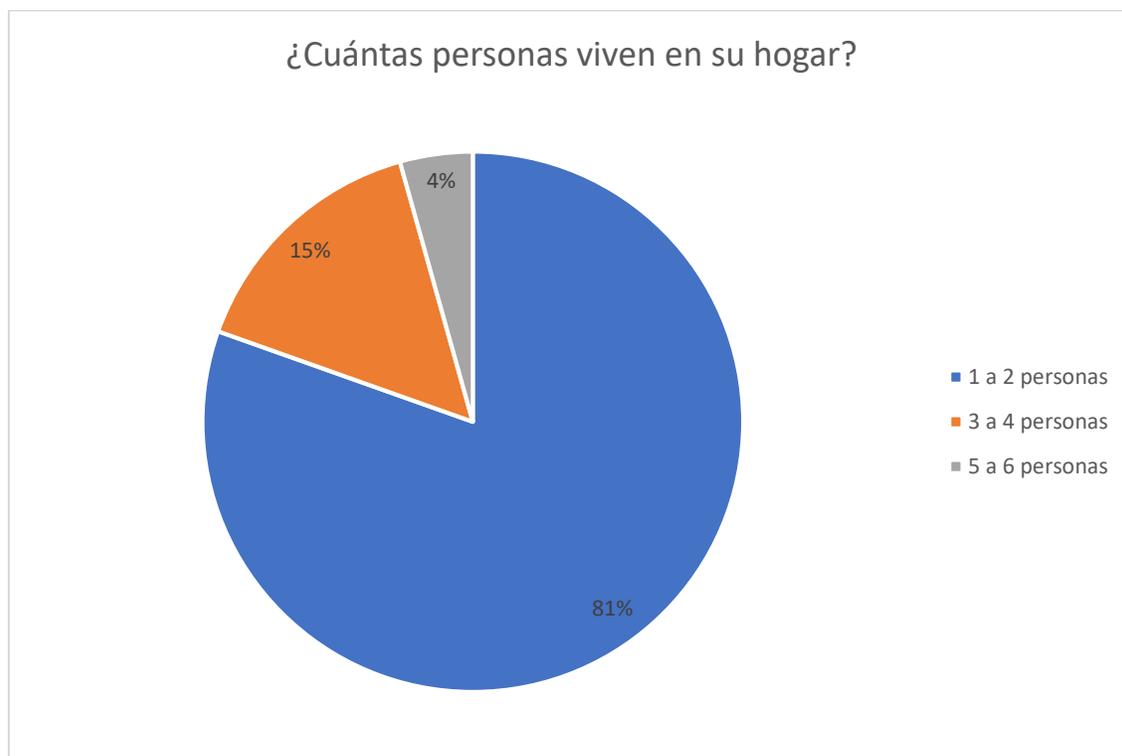


Fuente: *Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.*

Tamaño de los hogares

La encuesta realizada señala que el 81% constituye su hogar con 1 o 2 personas. Y un 15% con 3 a 4 personas.

Figura N°21: *Tamaño de los Hogares*

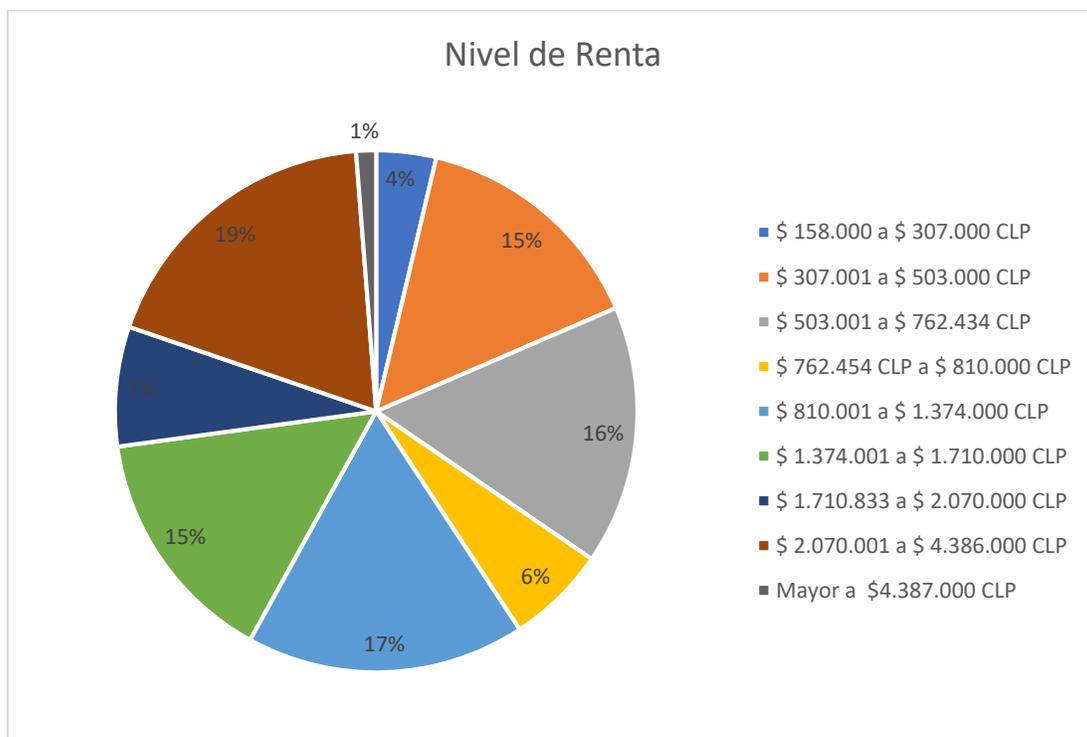


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Niveles de Renta

El nivel de renta se distribuye en un 41% en aquellas familias un ingreso familiar menor a \$ 810.000 CLP, y un 59% con un ingreso familiar entre \$810.001 CLP y \$ 4.387.000 CLP.

Figura N°22: Nivel de renta

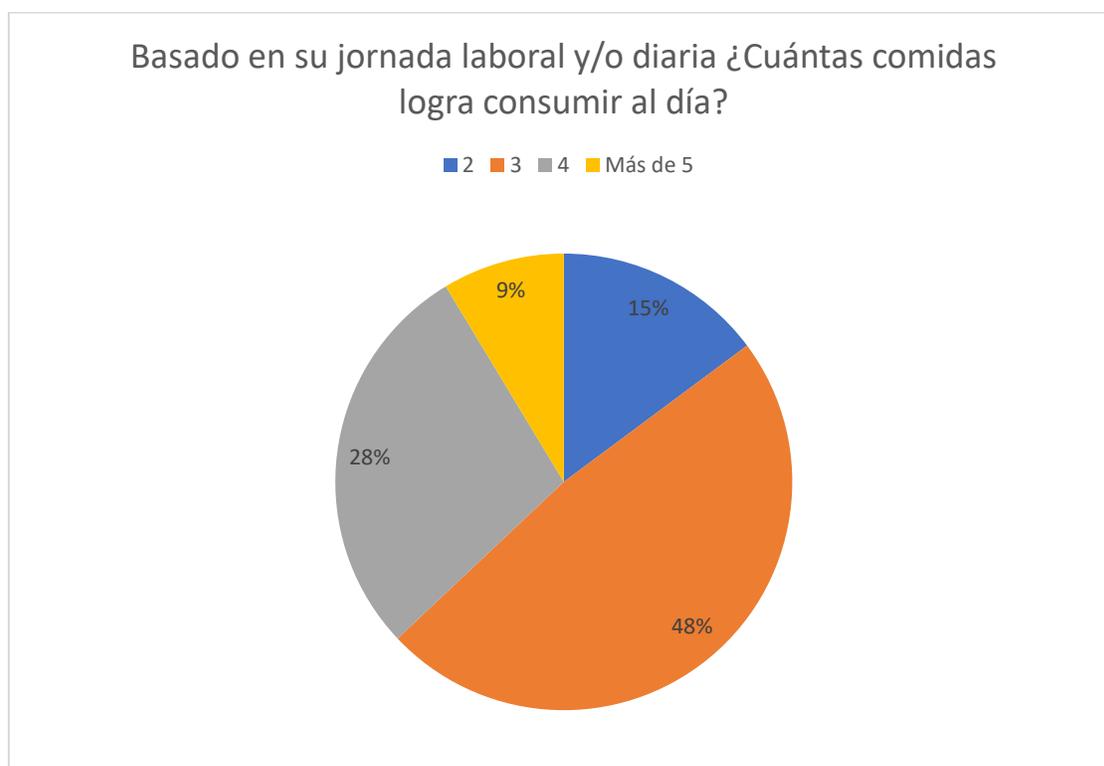


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Cantidad de alimentos ingeridos diariamente

Según la consulta realizada sobre la cantidad de alimentos ingeridos en el día el 63% de los participantes señalan que diariamente consumen entre 2 y 3 comidas.

Figura N°23: Cantidad de alimentos ingeridos en el día

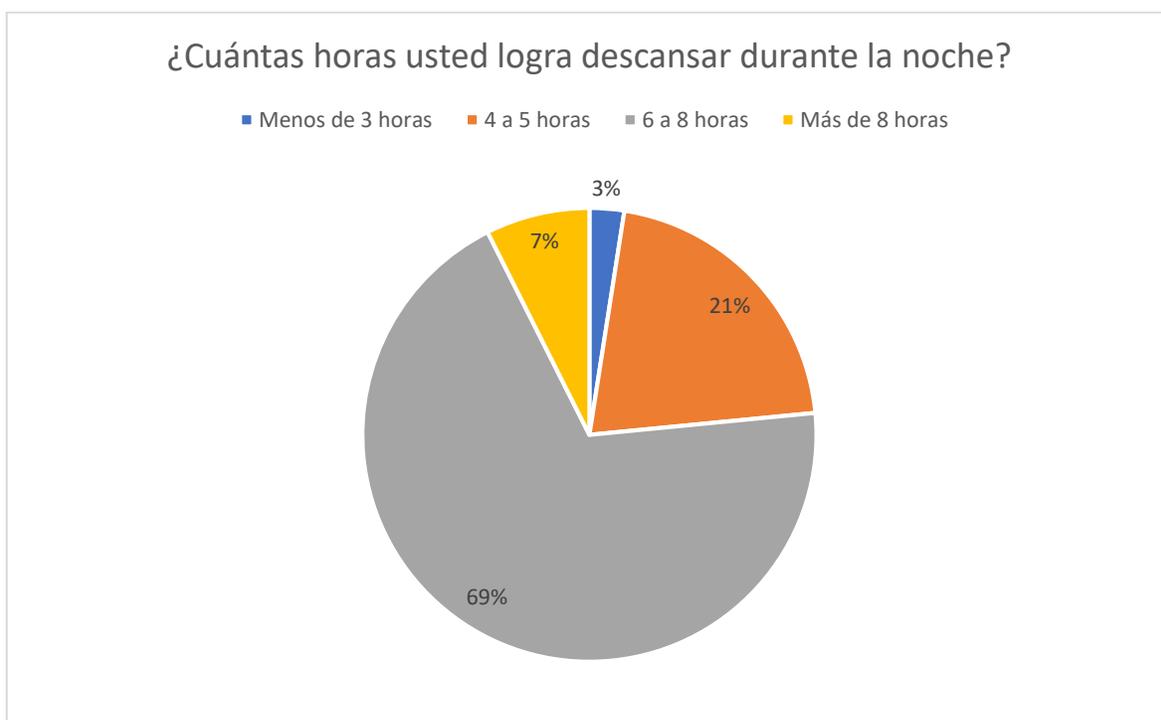


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Horas de Descanso

El 76% de los encuestados duermen entre 6 y más de 8 horas diarias. Considerando que las horas apropiadas para descansar son alrededor de 8 horas, se puede decir que en general se satisfacen de manera correcta las necesidades de descanso.

Figura N°24: Horas de descanso



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Enfermedades

Analizando la muestra se puede reconocer que la proporcionalidad entre personas que poseen una enfermedad crónica y quienes se encuentran en un estado de salud normal o saludable es de un 49% versus un 51%. Y en relación con las enfermedades que poseen una mayor frecuencia se encuentra, el colon irritable, la migraña o jaqueca, y la resistencia a la insulina. Enfermedades relacionadas estrechamente con el stress y estilos de vida agitadas.

Figura N°25: Enfermedades

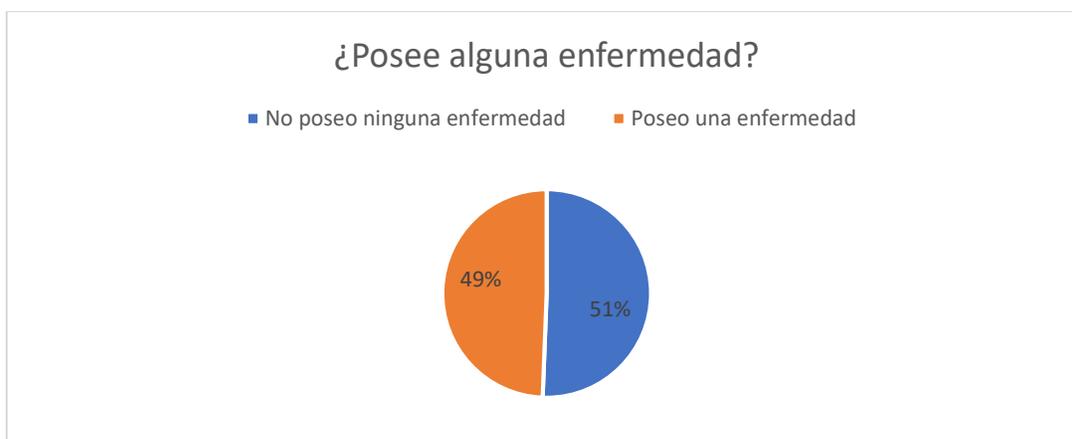


Figura N°26: Tipos de enfermedades

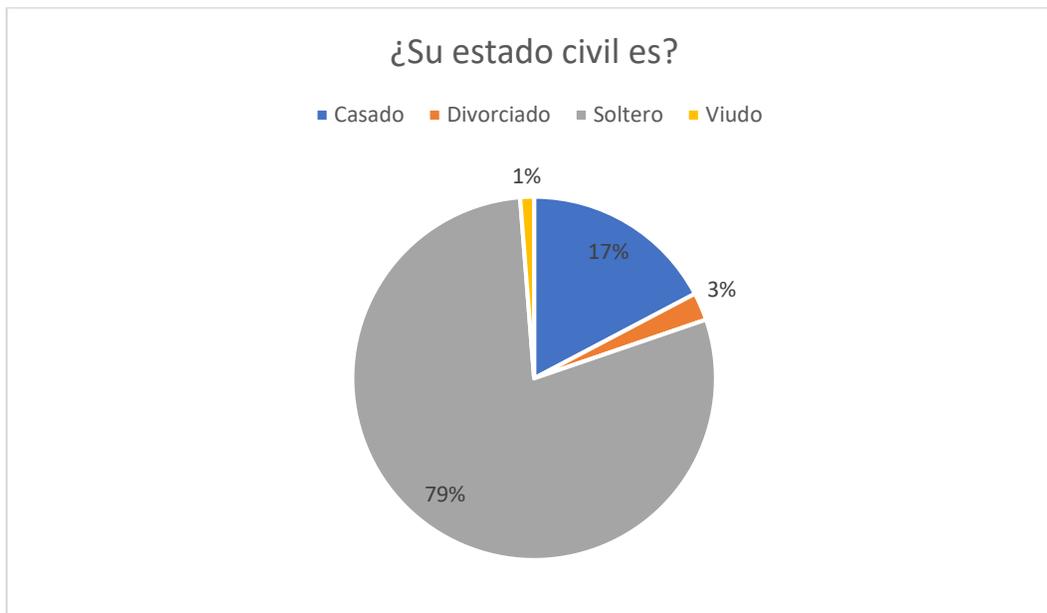


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Estado Civil

Respecto al estado civil de los encuestados un 79% se encuentra soltero y un 17% casado.

Figura N°27: Estado Civil

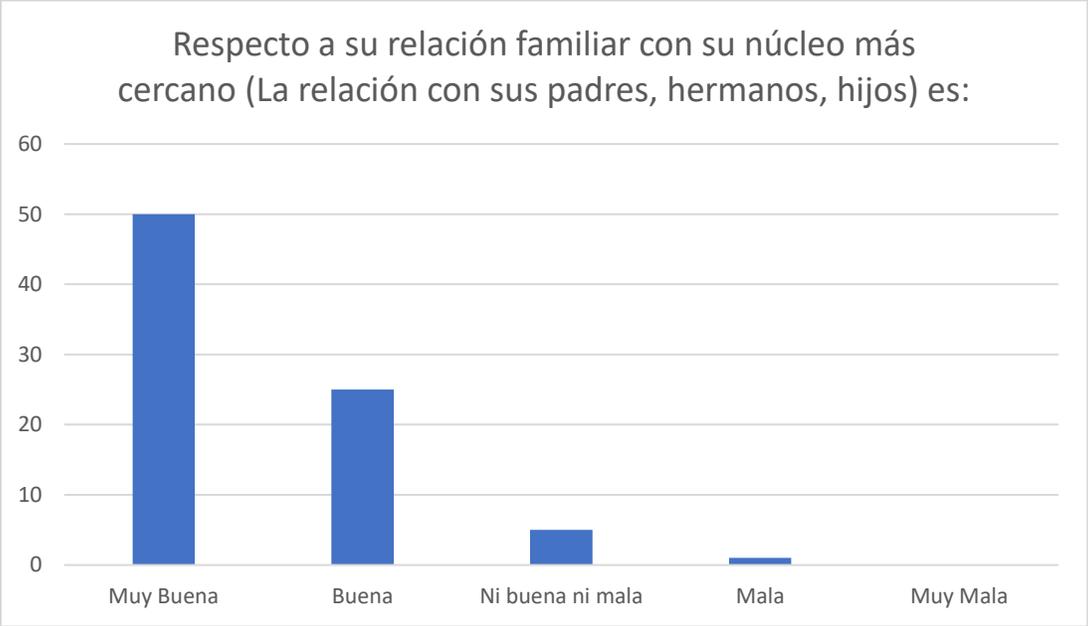


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Relación con el círculo más cercano

En cuanto a la relación con el círculo más cercano, la muestra señala que la relación es “buena o muy buena”. Lo que plantea que la existencia de un círculo interno cercano y necesario para satisfacer necesidades de pertenencia se cumplen dentro de la muestra representativa.

Figura N°28: Relación con el círculo más cercano

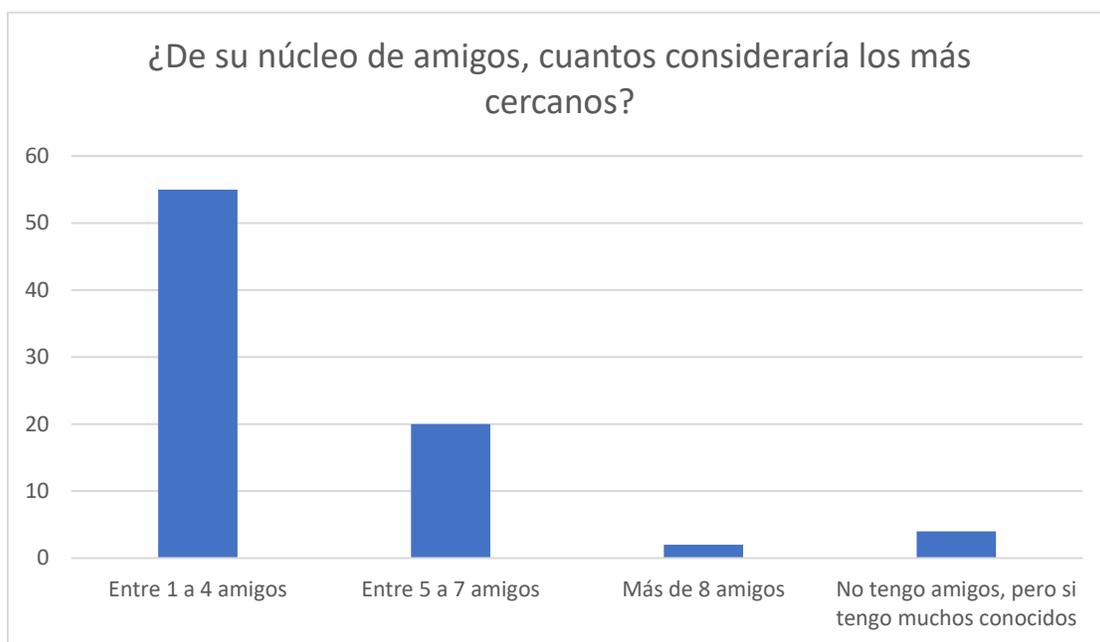


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Núcleo de Amigos

Al consultar la cantidad de amigos cercanos que poseían, el gran porcentaje se concentró en la opción entre 1 a 4 amigos. Lo que es coherente con encuestas realizadas en Chile, donde concluyeron que los chilenos no poseen más de 4 amigos cercanos.

Figura N°29: Núcleo de amigos

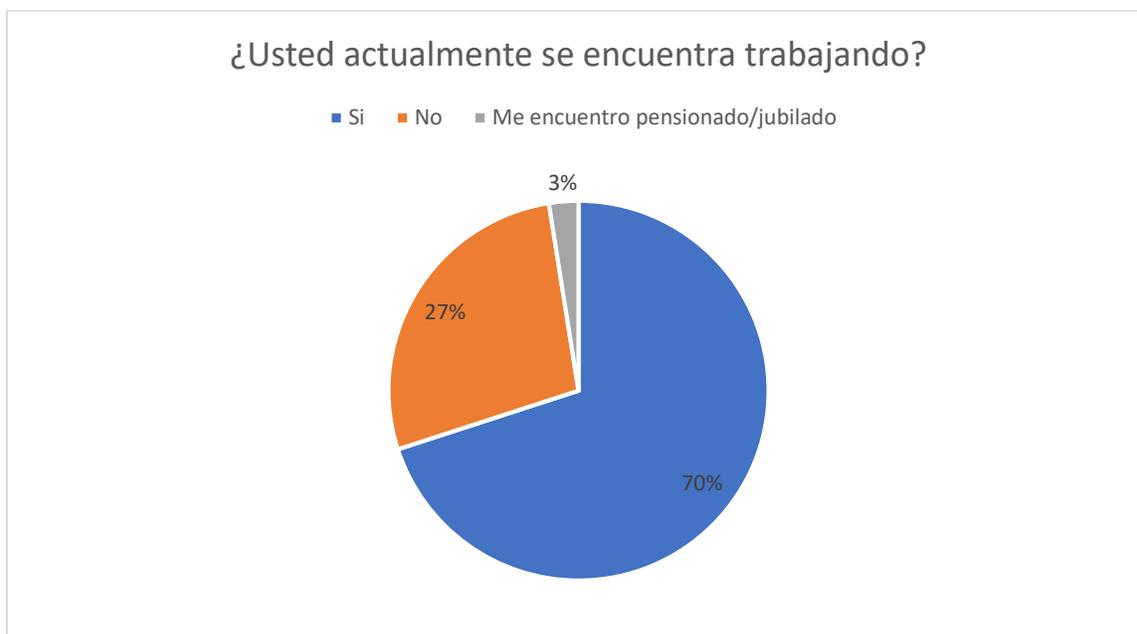


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Situación Laboral

La situación laboral de los encuestados muestra que un 70% se encuentra trabajando, sin embargo, un 27% no posee un trabajo.

Figura N°30: Situación Laboral

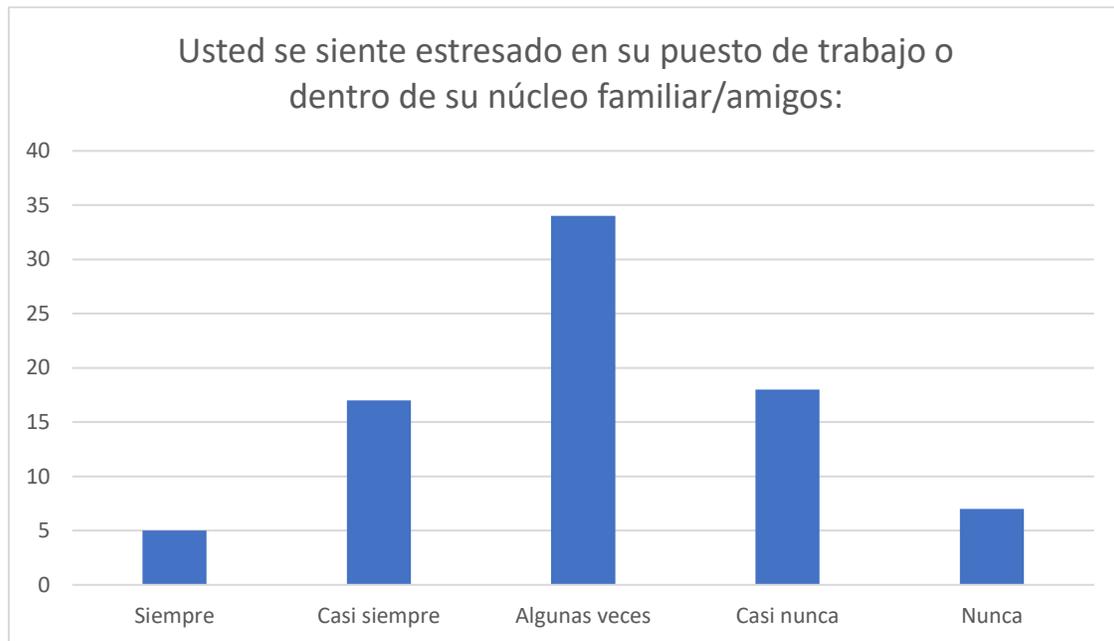


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria.

Stress

Los niveles de estrés en los cuales los encuestados se han sentido sometidos, tanto en el ámbito laboral como su núcleo familiar/amigos, es expresado como un sentimiento que se da “Algunas Veces” lo que muestra que la mayoría de los encuestados ha sentido o siente normalmente estrés en su trabajo o núcleo cercano.

Figura N°31: *Stress*

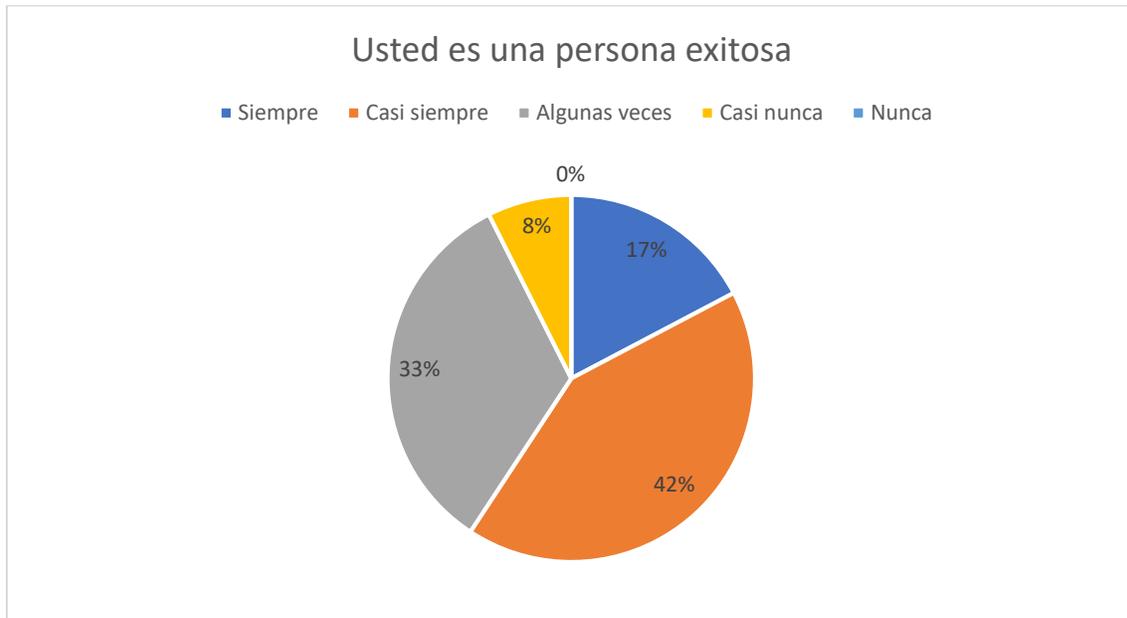
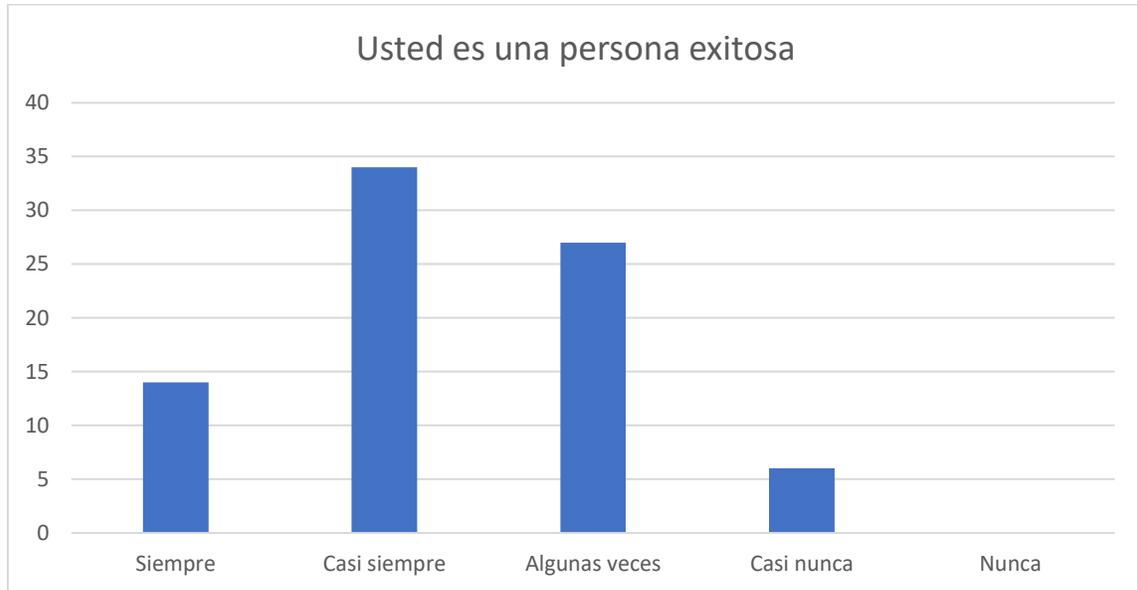


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Éxito

Al medir el sentimiento o la percepción propia del éxito, se puede señalar el 92% de los encuestados se ha sentido exitoso “alguna vez”.

Figura N°32: Éxito

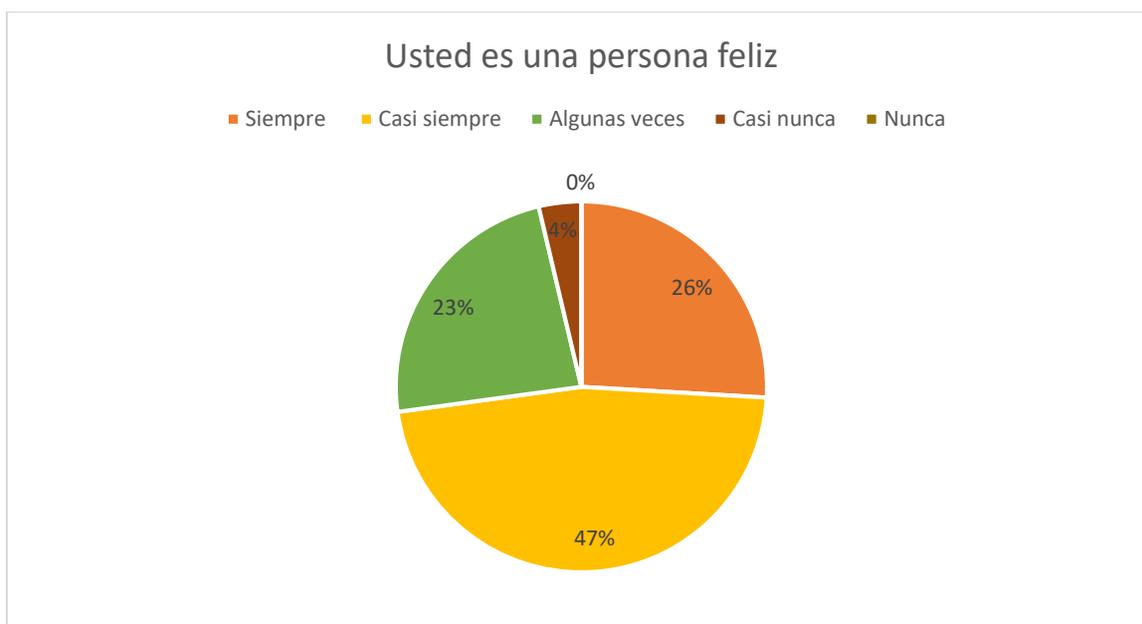


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Felicidad

Al consultar respecto a la percepción de felicidad más del 70% considera que “Algunas veces” se han sentido felices. Siendo la opción con mayor frecuencia, 47%, “casi siempre”.

Figura N°33: Felicidad

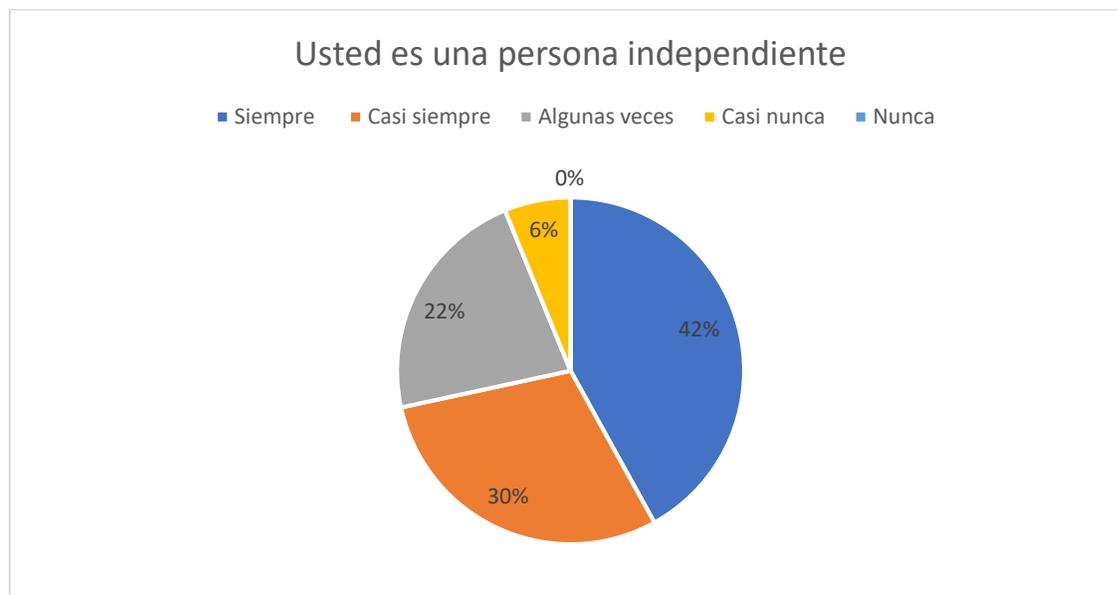
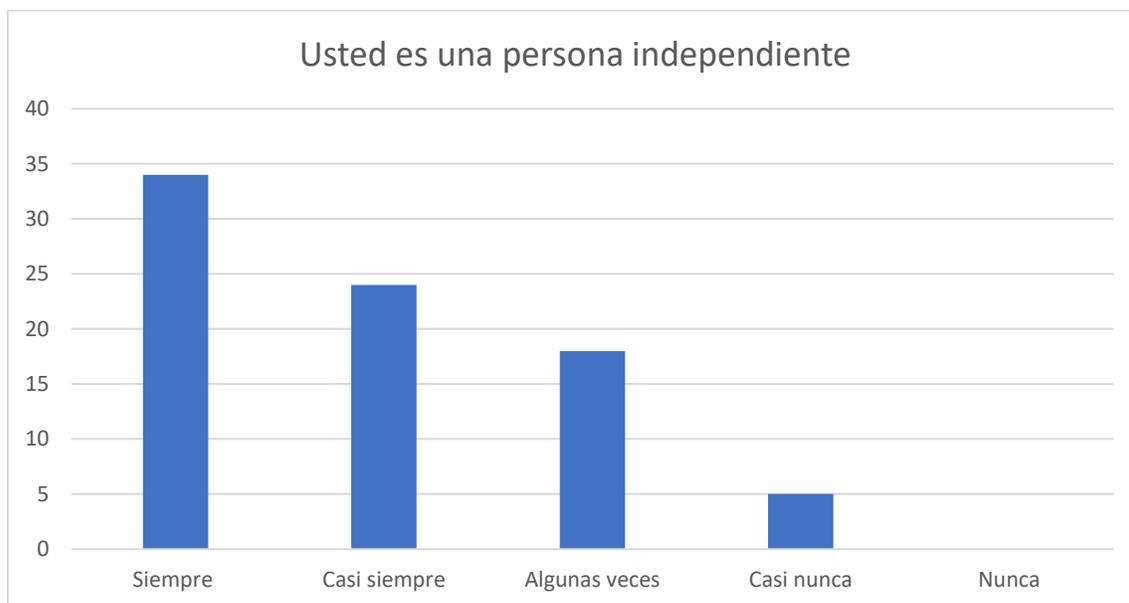


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Independencia

Respecto a la independencia de las personas el 42% de los encuestados se consideran absolutamente independientes.

Figura N°34: Independencia



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Desarrollo de Talentos

La consulta ¿Usted ha podido desarrollar sus talentos durante su vida? un número mayor al 50% de los encuestados señalan que han desarrollado sus talentos al menos “algunas veces”.

Figura N°35: Desarrollo de talentos

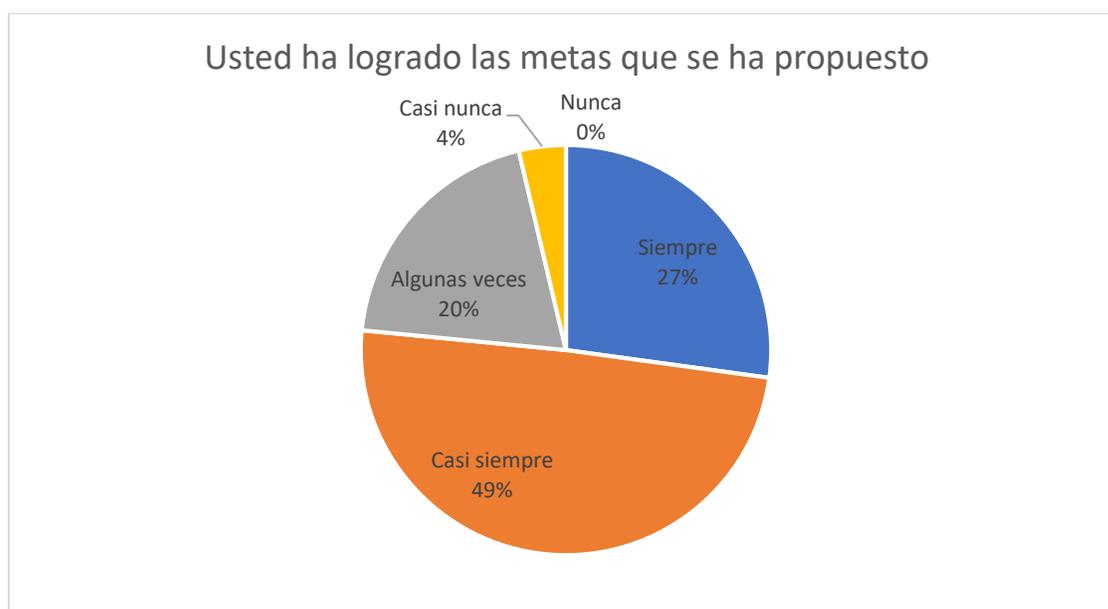
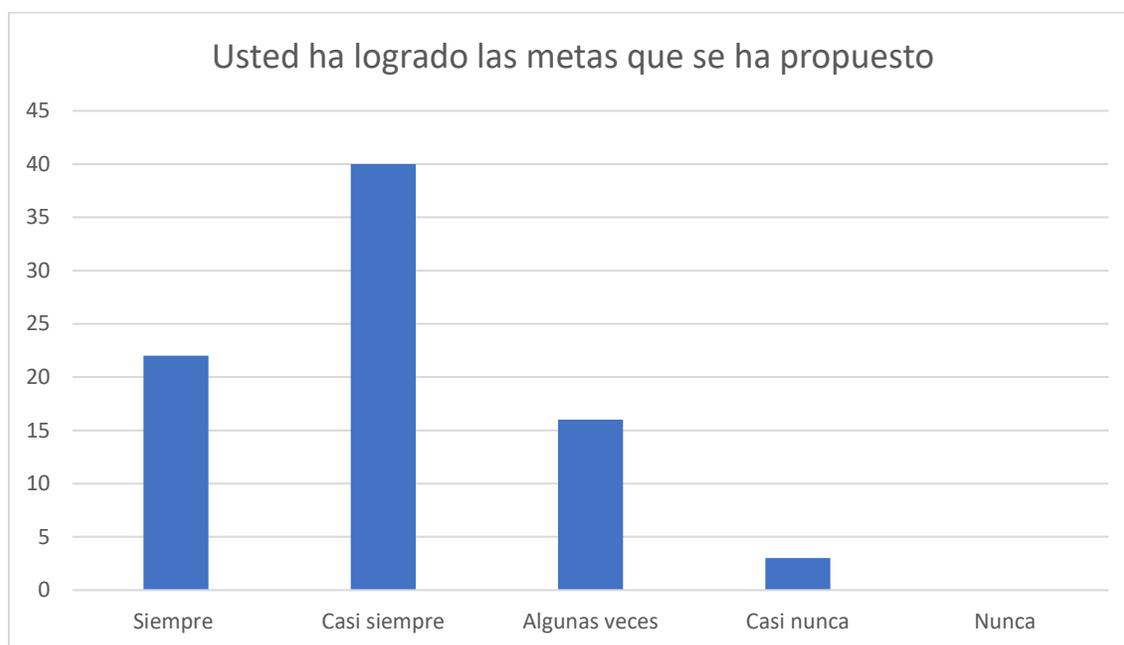


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Metas Propuestas

La respuesta de los encuestados a que, si habían logrado sus “metas propuestas”, un 90% respondió que “Casi siempre, siempre y algunas veces” habían cumplido sus metas.

Figura N°36: Metas Propuestas

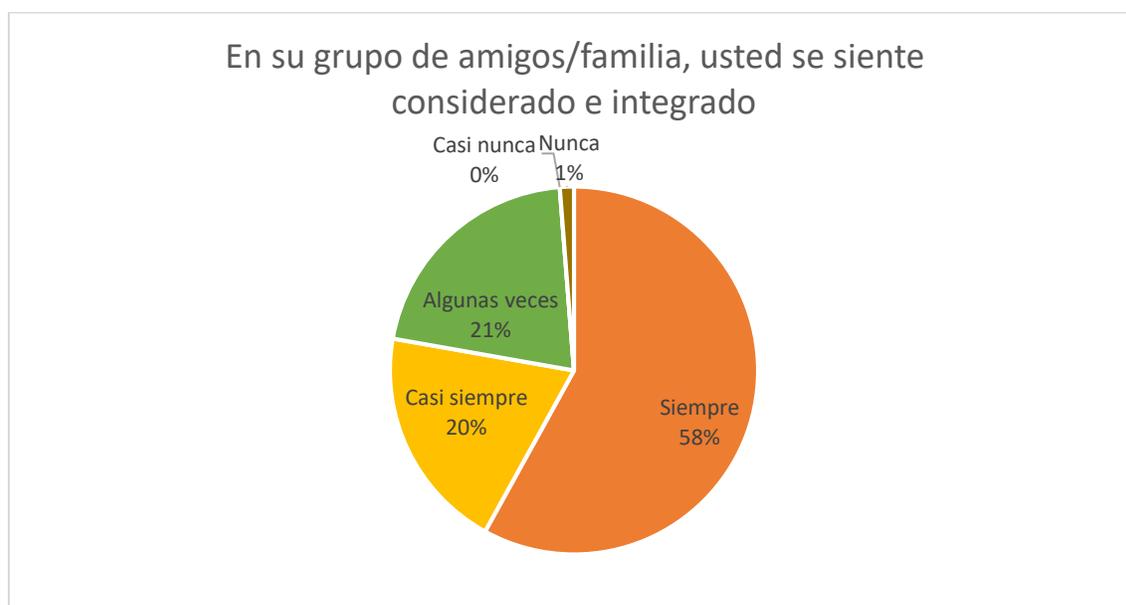
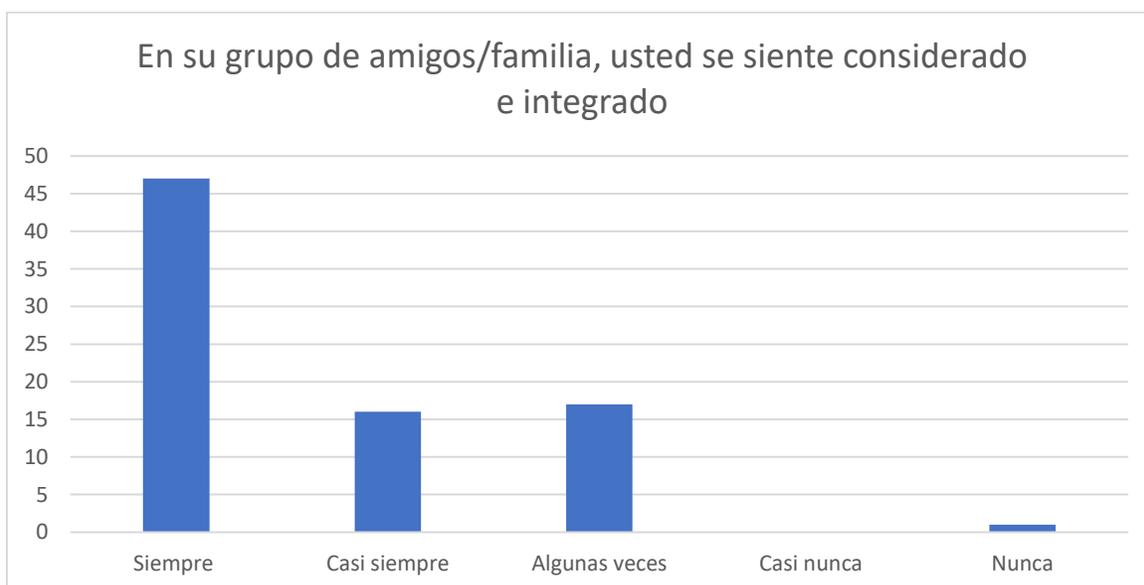


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Integración en su núcleo familiar

La integración que sienten las personas en relación con sus amigos y familia responde a que un 58% de los encuestados considera que siempre es integrado o considerado dentro de su núcleo de amigos y/o familia.

Figura N°37: En su grupo de amigos/familia, usted se siente considerado e integrado

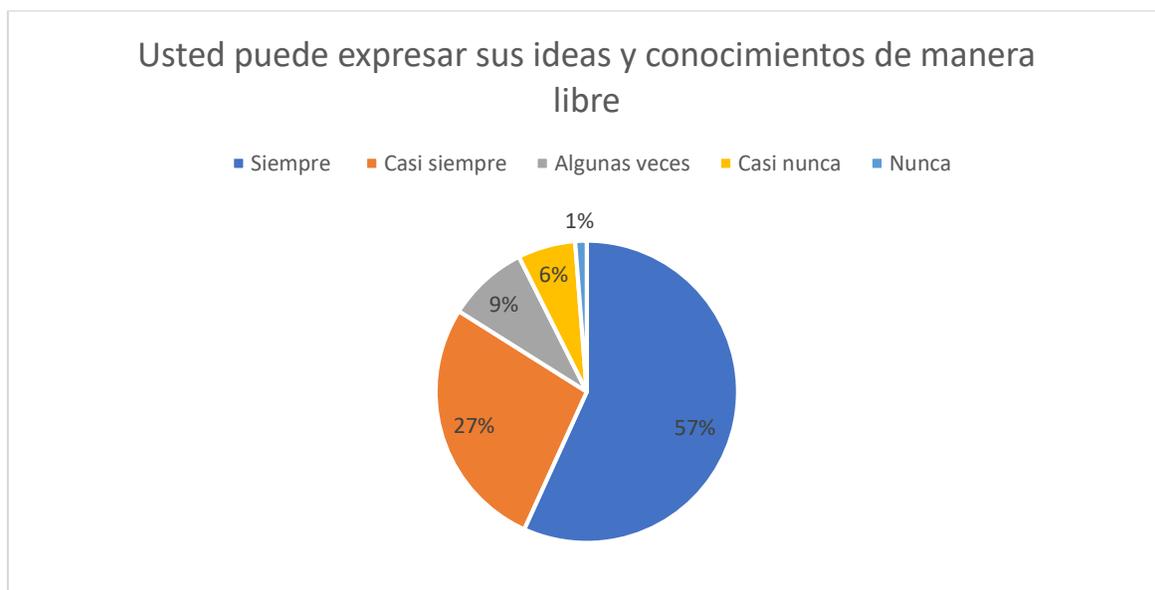


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Expresar libremente las ideas

Con relación a poder expresar las ideas y conocimientos de manera libre, más del 50% señala que “siempre”, puede expresar sus ideas y conocimientos de manera libre.

Figura N°38: *Usted puede expresar sus ideas y conocimientos de manera libre*

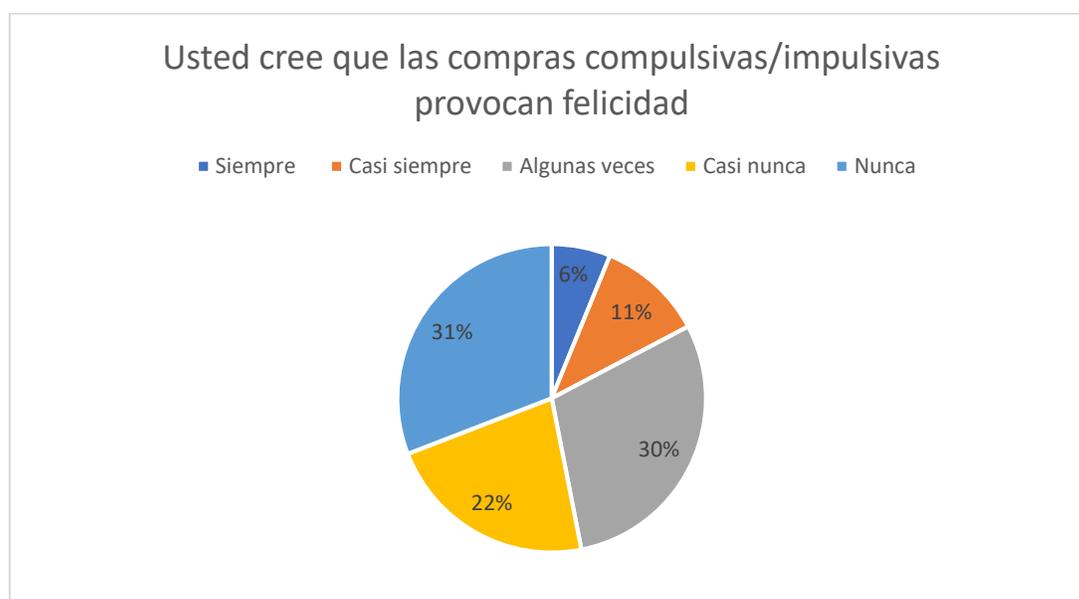
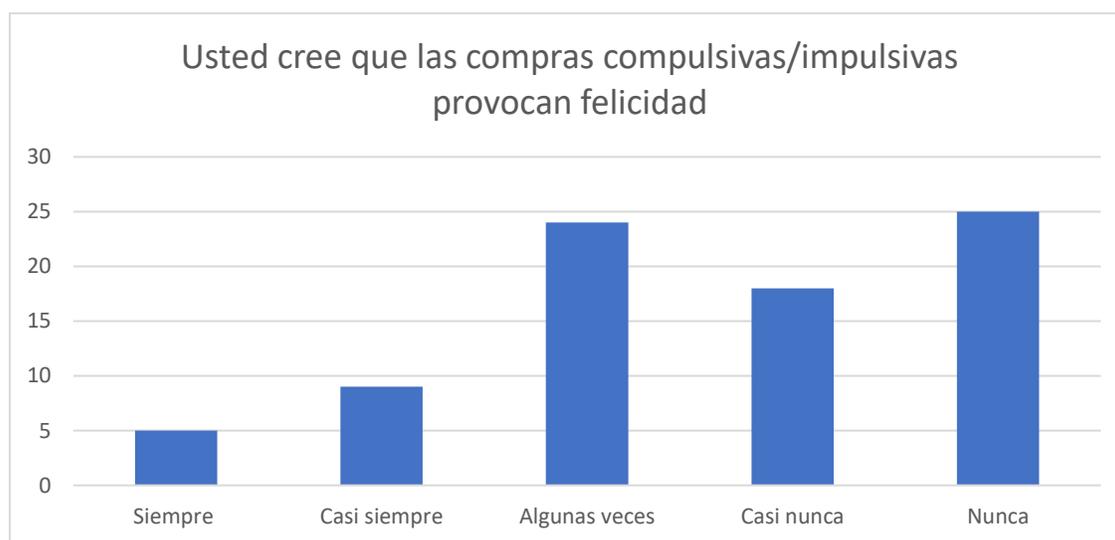


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Compras Compulsivas/impulsivas provocan felicidad

Sobre la relación de las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad, las respuestas están divididas. El 58% señala que al menos “alguna vez” han sentido que las compras compulsivas e impulsivas se relacionan con la felicidad, mientras que el 31% señala que no existe relación alguna.

Figura N°39: Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad



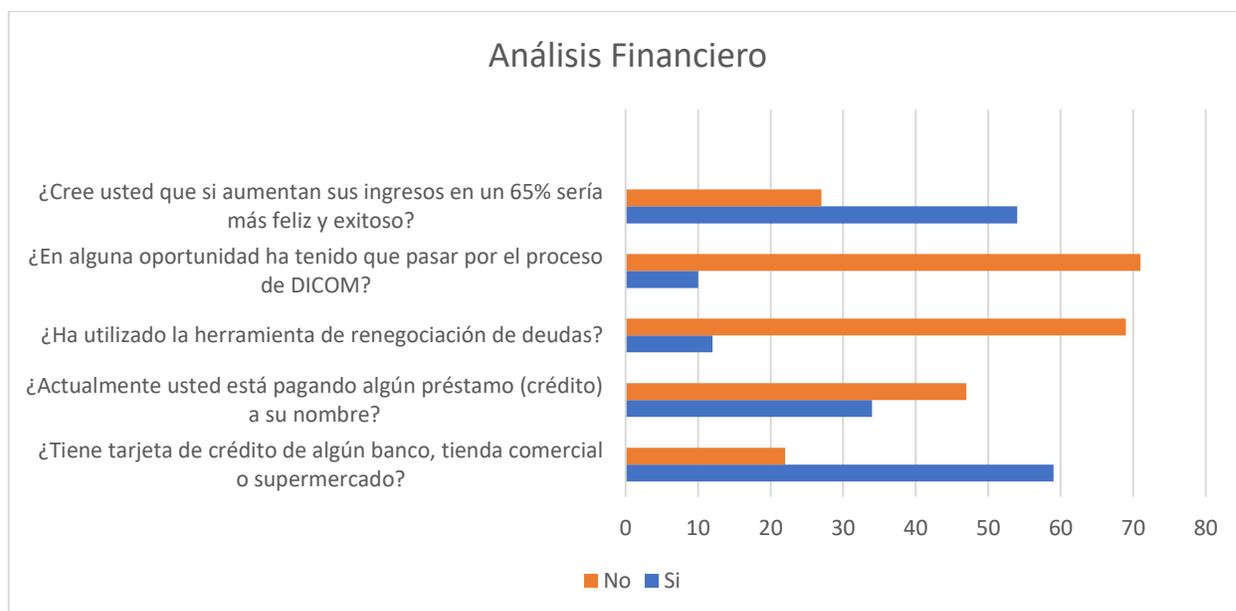
Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Análisis Financiero

En cuanto a la sección financiera, se realizaron diversas consultas, relacionadas con el aumento de remuneración, procesos de DICOM, herramientas de negociación, préstamos, y uso de tarjeta de crédito. La consulta, ¿Cree usted que, si aumentan sus ingresos en un 65%, sería más feliz y exitoso?, la tendencia se muestra clara, más de 50 encuestados (más de un 50%) considera que su felicidad aumentaría al aumentar sus ingresos. La segunda consulta, es relativa a conocer si el encuestado ha tenido vivenciado procesos de DICOM, donde el 90% señala que nunca se ha encontrado en las listas de DICOM. La tercera consulta, hace referencia al uso de herramientas de renegociación, donde cerca del 90% señala que nunca ha utilizado estas herramientas. La pregunta, si los encuestados han pedido algún préstamo a su nombre, el mayor porcentaje señala que no han utilizado esta herramienta bancaria, sin embargo, destaca que la proporcionalidad entre quienes si han solicitado un préstamo y quienes no, es muy cercana a un 50%.

La última consulta de esta sección es conocer si los encuestados poseen alguna tarjeta comercial, el 75% de los encuestados señalan que si poseen tarjetas comerciales.

Figura N°40: Análisis financiero

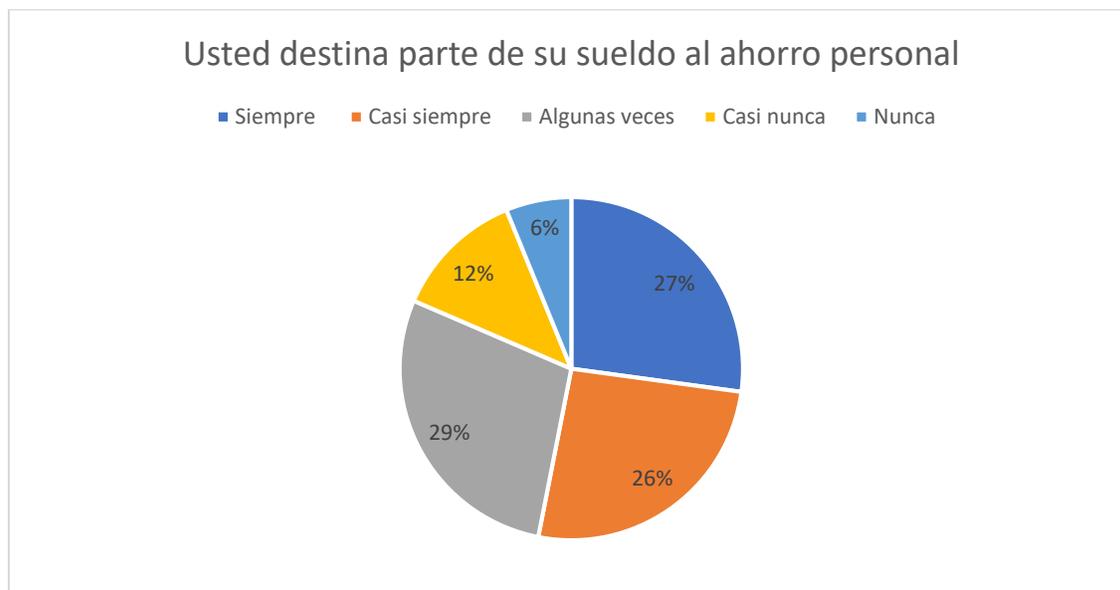


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Ahorro

Otra inquietud que se generaba es si las personas destinan parte de su sueldo al ahorro personal, donde solo un 27% de los encuestados ahorran “siempre”.

Figura N°41: *Usted destina parte de su sueldo al ahorro*

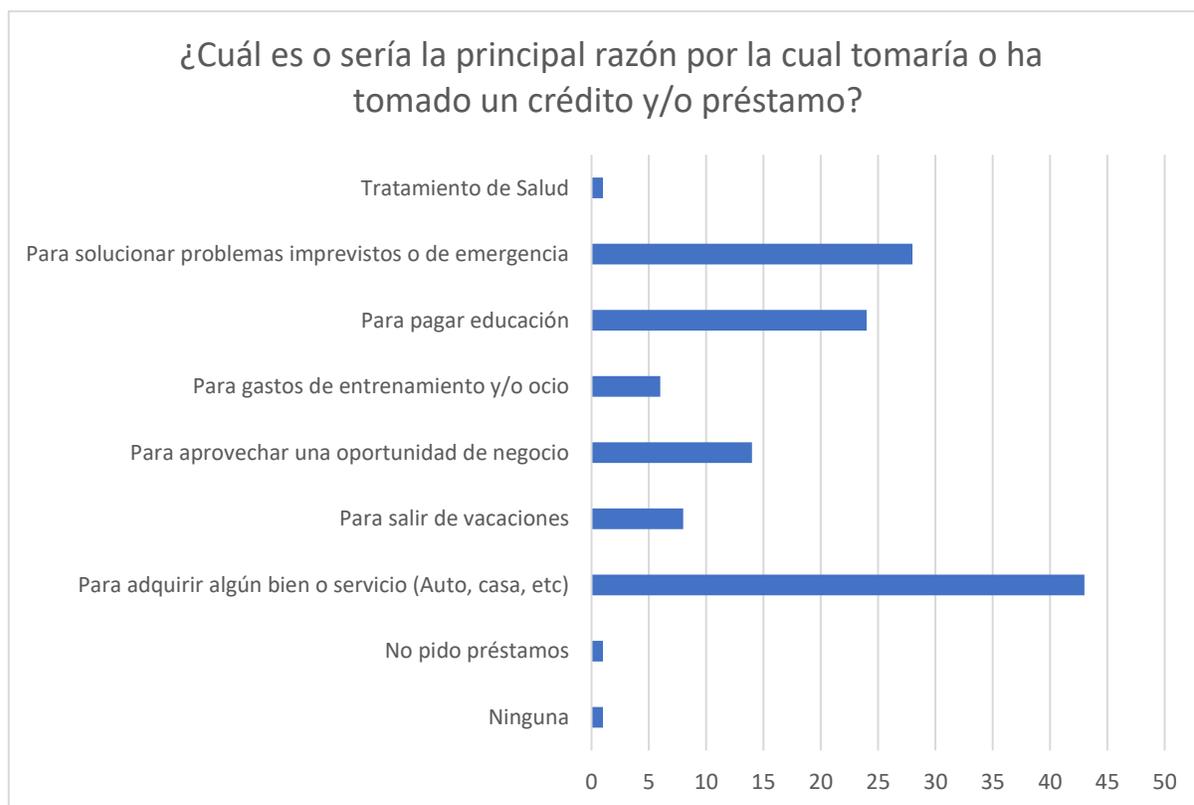


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Motivos de un préstamo

Entre los motivos que existen para tomar un crédito, la mayor frecuencia se concentró en la opción “para adquirir un bien o servicio (automóvil, casa, etc.)”, y la segunda opción con mayor frecuencia, se encuentra “para solucionar problemas imprevistos o de emergencia”.

Figura N°42: ¿Cuál es o sería la principal razón por la cual tomaría o ha tomado un crédito y/o préstamo?

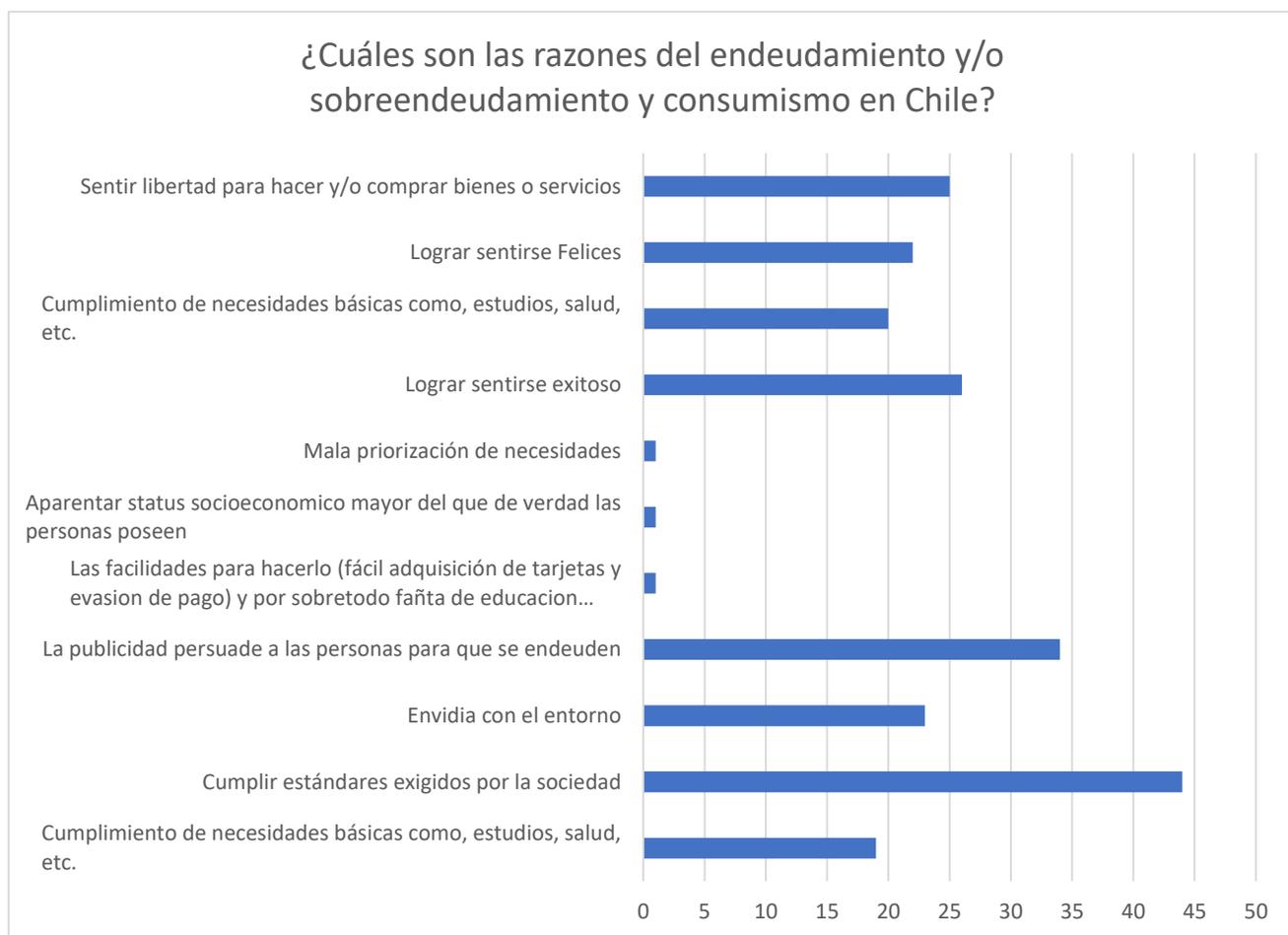


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Razones de consumismo

Al analizar las razones del endeudamiento, sobreendeudamiento y consumismo en Chile, principalmente es el cumplimiento de estándares exigidos por la sociedad, el efecto de la persuasión que ejerce la publicidad en el consumo. Sin embargo, no hay que dejar fuera que se considera que el consumismo se da por la búsqueda de la felicidad, el éxito, la libertad de comprar bienes y servicios, como también la envidia.

Figura N°43: ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?

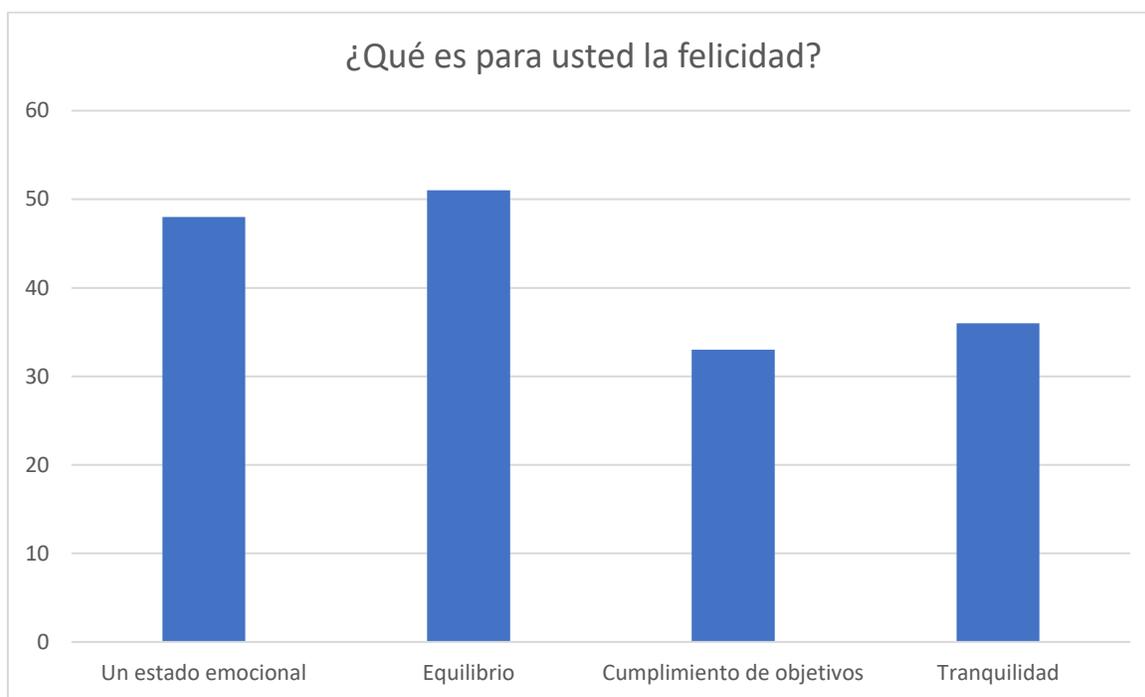


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Significado de Felicidad

Frente a la consulta ¿Qué es la felicidad para usted?, los encuestados la definen como “equilibrio” y un “estado emocional”, seguido de “tranquilidad”, y “cumplimiento de objetivos”.

Figura N°44: ¿Qué es la felicidad para usted?



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Situaciones que dan felicidad

Al consultar sobre situaciones que entregan felicidad, las opciones más frecuentes que se encontraron son: “Estar con amigos”, “Estar con la familia”, “Realización de Hobbies”, las otras situaciones que dan felicidad y fueron escogidas: “Estar con mascotas y/o animales”, “logro de objetivos”, “Realización de Hobbies” y “Reconocimiento personal”.

Figura N°45: Situaciones que dan felicidad

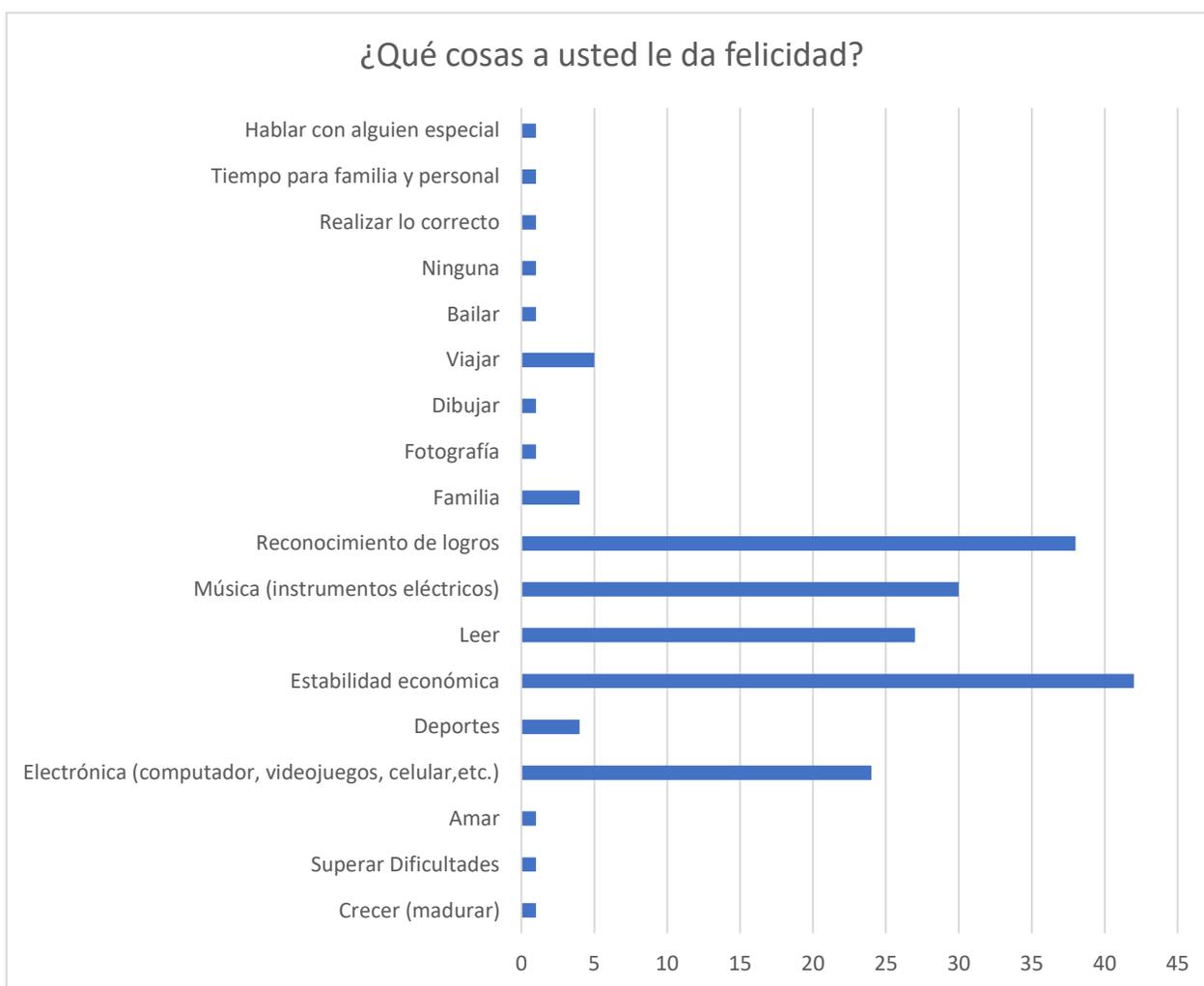


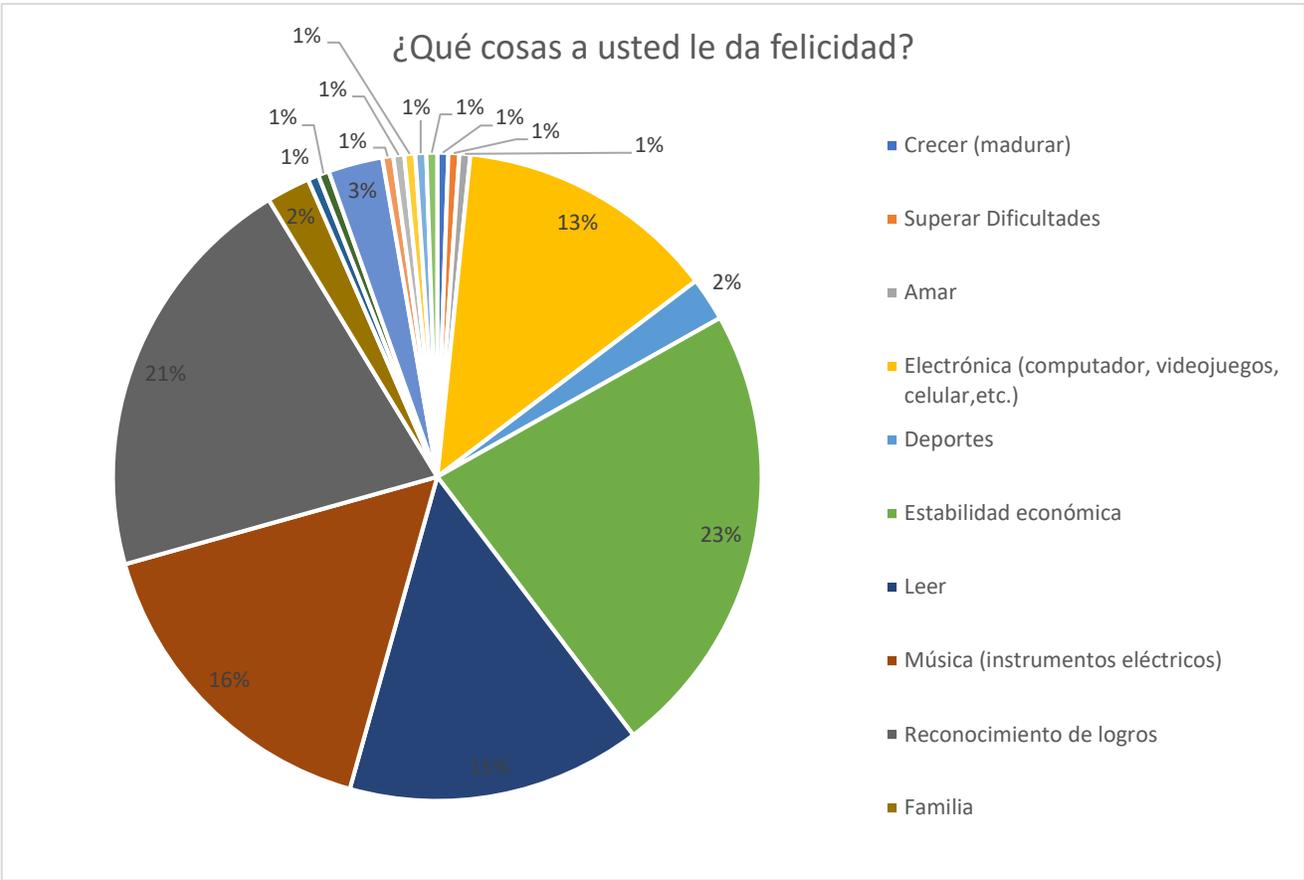
Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Qué cosas dan felicidad?

Al preguntar qué cosas dan felicidad, los ítems que obtuvieron una alta frecuencia fueron “reconocimiento de logros”, “música (instrumentos electrónicos)”,” leer”,” Electrónica (computador, videojuegos, celular, etc.)”, y el ítem que tuvo mayor frecuencia fue el logro de la “estabilidad económica”.

Figura N°46: ¿Qué cosas a usted le da felicidad?



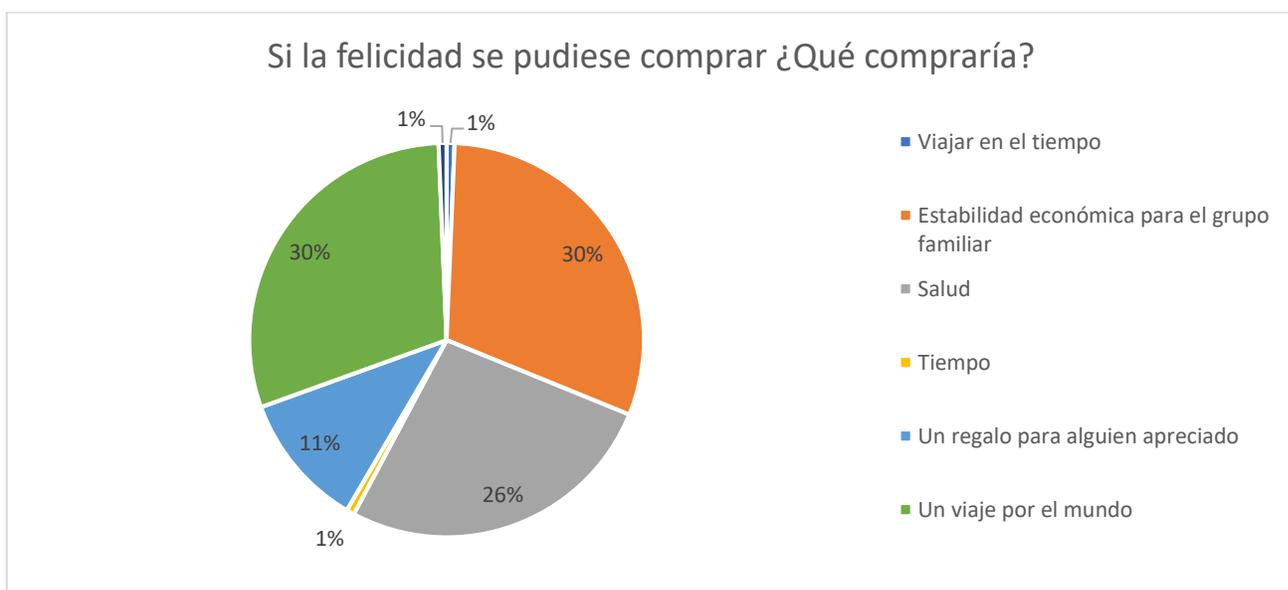
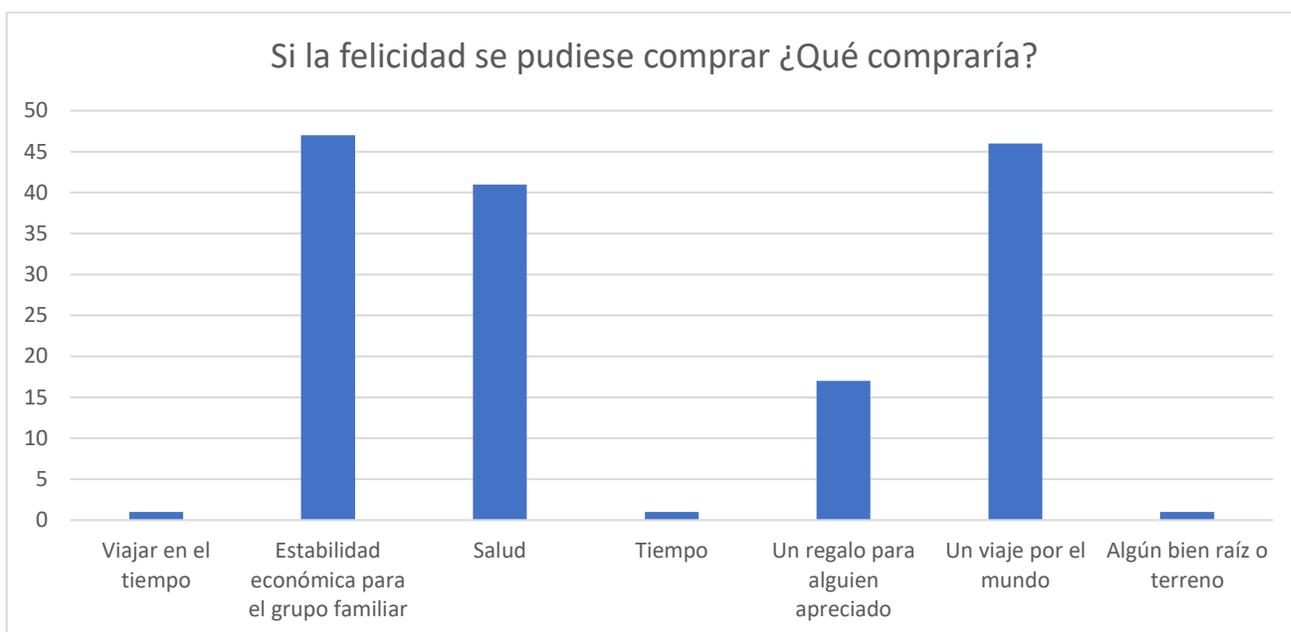


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Comprando felicidad

La pregunta, si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?, más del 30% de los encuestados señalan “Estabilidad económica para el grupo familiar”, un “viaje por el mundo”, y finalmente la tercera tendencia hace relación con la “salud”.

Figura N°47: Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?

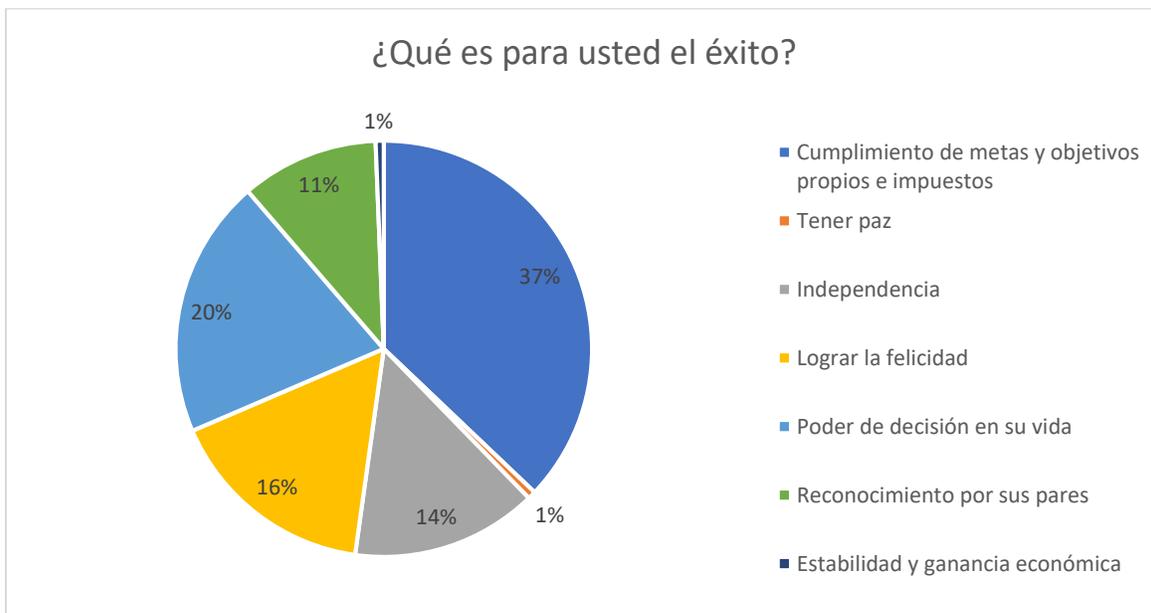
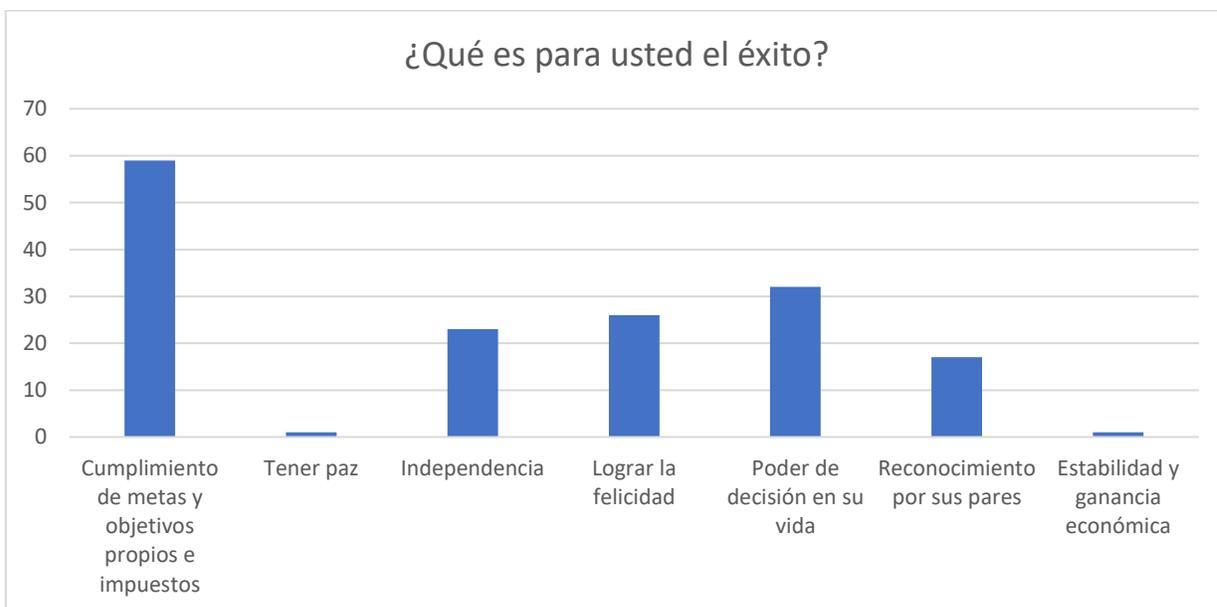


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Significado del éxito

En esta pregunta, se busca conocer la percepción del éxito de las personas encuestadas. La cual resultó ser “el cumplimiento de metas y objetivos propios e impuesto”, con un 37%,

Figura N°48: ¿Qué es para usted el éxito?

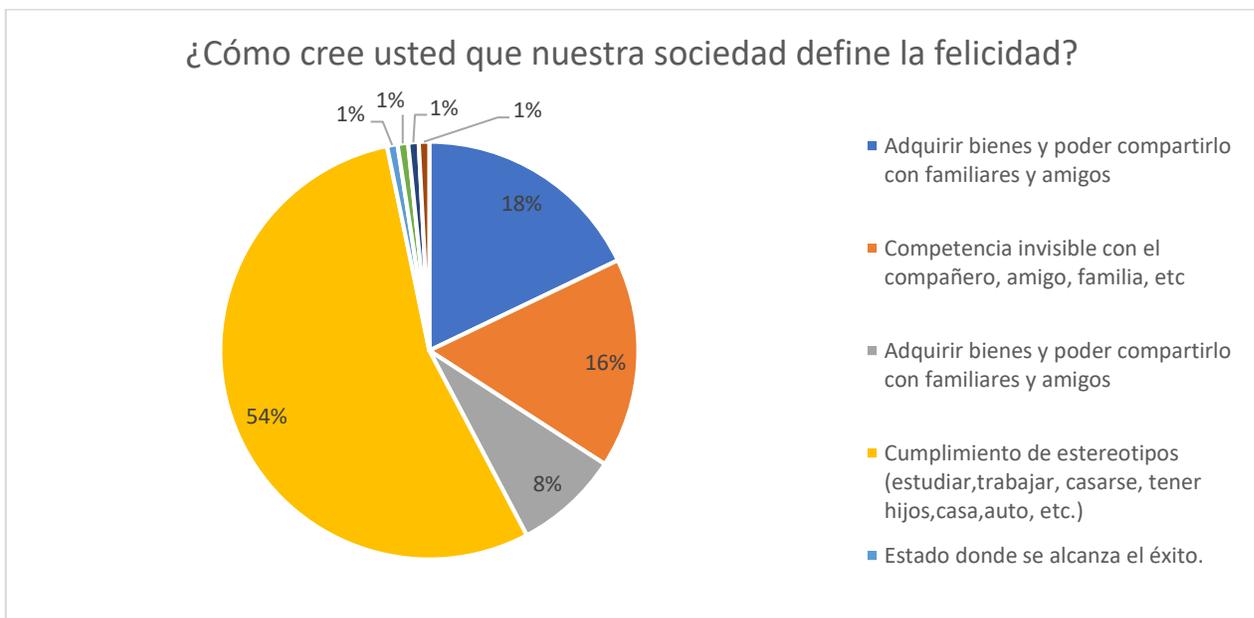
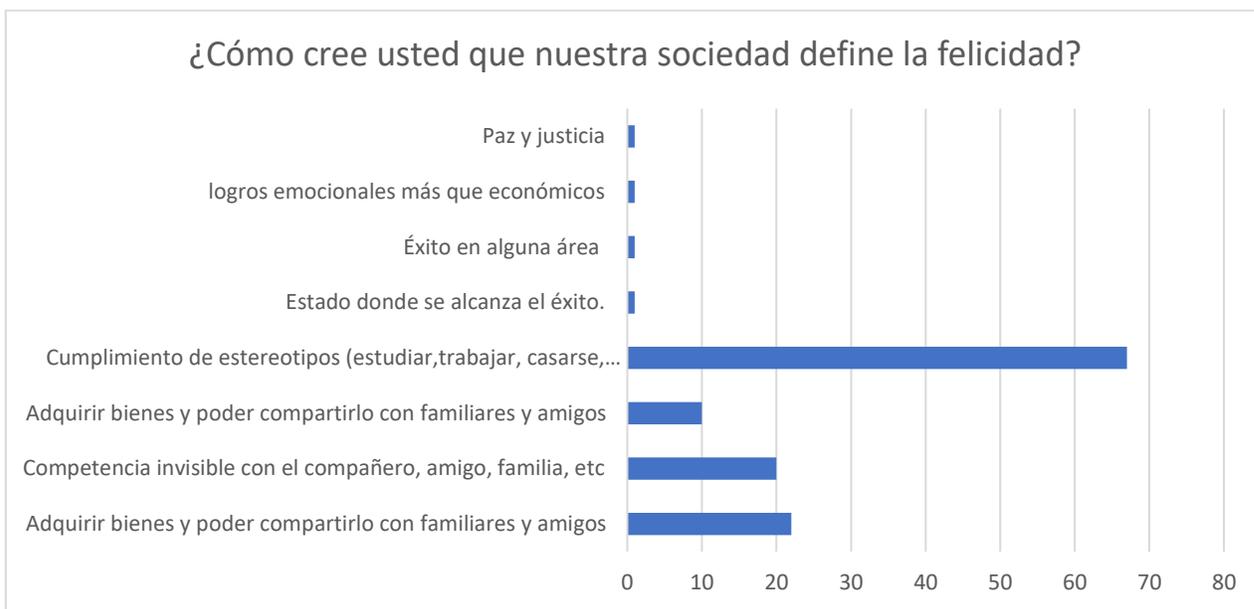


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

La sociedad define felicidad

Nuevamente, al consultar cual es la percepción de los encuestados respecto a la felicidad desde la mirada de la sociedad la opción “Cumplimientos de Estereotipos (trabajar, estudiar, casarse, tener hijos, auto, casa, etc)”, es aquella con mayor frecuencia.

Figura N°49: ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad?

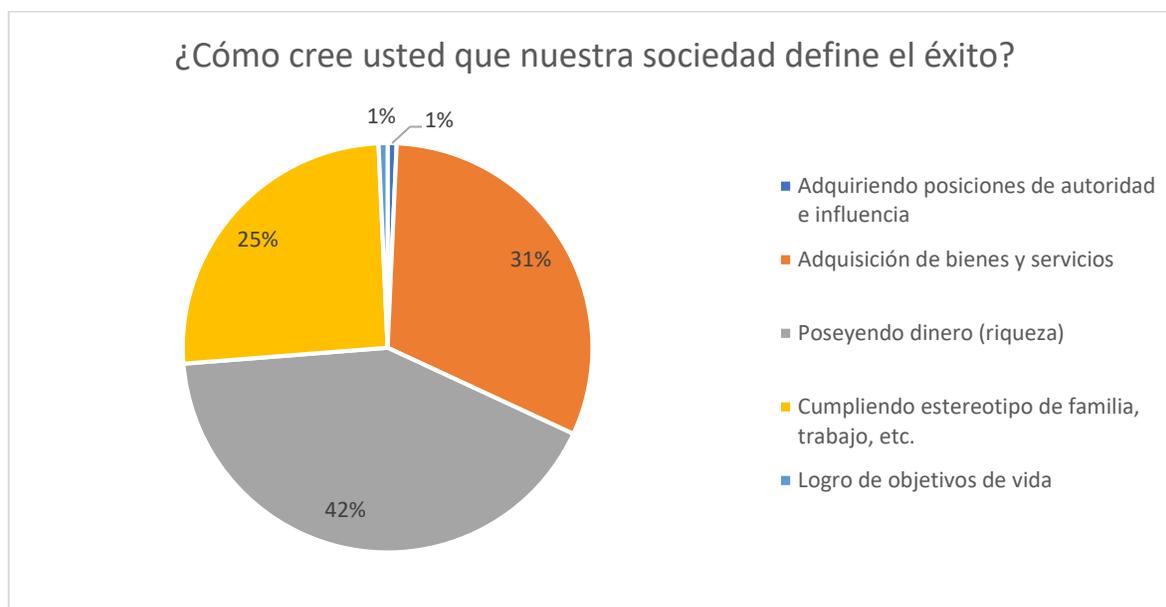
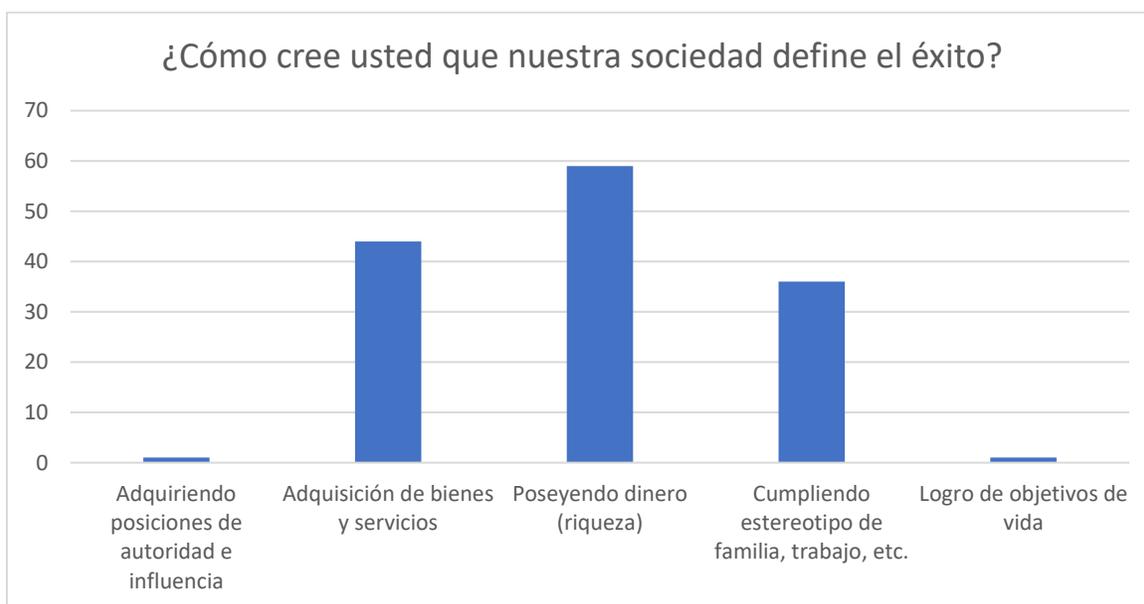


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

La sociedad define éxito

Al hacer esta pregunta ¿cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?, las respuestas con mayor frecuencia son: “Poseyendo dinero (riqueza)”, “Adquisición de bienes y servicios”, “Cumplimiento de estereotipos de familia, trabajo, etc.”

Figura N°50: ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Conclusiones parciales encuesta exploratoria

En esta sección la encuesta exploratoria se analiza a través de los niveles definidos en la sección anterior (nivel 1: Demografía, Nivel 2: Primera escala de Maslow, etc.). De esta manera se examinan los diversos niveles de Maslow en términos generales, según lo extraído de las respuestas de la encuesta, posterior a ello se analiza el endeudamiento, la felicidad vs el consumo y el éxito vs el consumo.

Nivel 1: Identificación Nivel socioeconómico y datos demográficos.

Los datos demográficos están relacionados con la edad, nivel educacional, previsión de salud, vivienda, cantidad de personas que viven en el hogar, y nivel de ingresos.

Respecto a la muestra estudiada, como se comentó en el análisis individual representa una gran variedad de edades siendo el rango desde 20 años a los 77 años, concentrándose la frecuencia más alta en los 29 años.

Al examinar el nivel de estudios (académicos) de los encuestados, la muestra presenta una mayor frecuencia en aquellos que han alcanzado estudios universitarios, completos e incompletos, la tercera mayor frecuencia se presenta con aquellos, que poseen estudios técnicos profesionales completos.

Referente a la previsión de salud de los encuestados señalan que poseen Isapre o Fonasa sumando ambas alternativas el 91,4% de los encuestados poseen algún tipo de previsión, y tan solo un 8,6% de los encuestados no pertenecen a ningún sistema de salud.

En consideración a la vivienda el 44% de los encuestados no cuenta con vivienda propia, sino más bien arrienda y un 28% de los encuestados viven con algún familiar/amigo no incurriendo en gastos asociados al arriendo de un inmueble. Al consultar sobre el tamaño del hogar (números de integrantes) un 81% responde que en su hogar viven entre 1 y 2 personas y el tamaño físico de la propiedad es entre 66 a 87 mts² o bien entre 110 mts² a 131 mts². Finalmente, el nivel de ingresos familiar se distribuye en 2 etapas, quienes ganan menos que \$ 810.000 CLP (41%) y quienes ganan sobre \$ 810.001 CLP (59%).

Nivel 2: Primera escala en la pirámide de Maslow, necesidades fisiológicas.

El primer nivel de Maslow quiere verificar si las necesidades fisiológicas consideradas como básicas están satisfechas. Para ello se consideró estudiar en la encuesta exploratoria: la cantidad de alimentos consumidos al día, horas de descanso y el padecimiento de enfermedades relacionadas con el stress.

Al consultar sobre la cantidad de alimentos ingeridos al día el 63% de los encuestados señalan que consumen entre 2 y 3 comidas al día. Logran dormir entre 6 y más de 8 horas diarias. Y alrededor de un 49% posee algún tipo de enfermedad crónicas, entre ellas las con mayor frecuencia se encuentran colon irritable, migraña o jaqueca, y resistencia a la insulina.

Con lo anterior se concluye que la primera escala de Maslow, solo se logra de manera muy parcial. Dado que el estado de salud de la muestra no es razonable considerando que el rango de mayor frecuencia es de 29 años. Y por otro lado la ingesta de alimentos está muy lejos de cumplir los estándares indicado por la OMS.

Nivel 3: Segunda escala en la pirámide de Maslow, Necesidades de Seguridad

El segundo nivel de la pirámide de Maslow hace referencia a las necesidades de seguridad, por lo cual en la encuesta se consultó, si la persona se encontraba trabajando, si se sentía estresado en su núcleo familiar o de amistades, si ahorra parte de su sueldo, y si posee vehículo propio. La encuesta señala que el 70% de los encuestados posee trabajo y un 27% se encuentra desempleado. En cuanto al nivel de stress la mayoría de los encuestados se ha sentido “algunas veces” estresado dentro de su entorno laboral o bien dentro de su núcleo cercano. Al consultar respecto al ahorro personal, solo el 27% de los encuestado “siempre” ahorra o tiene un hábito de ahorro. Así mismo, un 43% de los encuestados afirma que posee un vehículo propio.

Al igual que la escala anterior, se observa que la segunda escala de Maslow se logra de manera parcial, por un lado, un gran porcentaje posee un trabajo, y por el otro la capacidad de ahorro solo se constituye alrededor de un tercio del total de la población, lo que claramente genera una contradicción, los encuestados viven en el presente, pero no tienen concepto de

seguridad futura. Además, el grupo declara que “algunas veces” se ha sentido estresado, ya sea en su núcleo familiar o laboral.

Nivel 4: Tercera escala en la pirámide de Maslow, Necesidades de afiliación.

La tercera escala en la pirámide de Maslow, llamada necesidad de afiliación está orientada al logro de niveles de satisfacción personal, respecto a sus pares. Para ello se realizaron consultas relacionadas con el estado civil del encuestado, relación con los padres, amigos/familia y número de amigos considerado como los más cercanos. La mayoría de los encuestados se encuentran solteros (70%). Al consultar respecto a la relación con su familia, hermanos e hijos, el gran porcentaje respondió que poseen una “buena o muy buena” relación. Por último, la pregunta final hacía relación a la cantidad de amigos considerados los más cercanos, siendo un número entregado entre 1 y 4.

Continuando con el análisis de las escalas anteriores, la tercera escala de afiliación muestra que también se logra de manera parcial, si bien los chilenos logran tener buenos círculos familiares, no se comprometen con sus respectivas parejas, y tienen un círculo de confianza pequeño, pero dentro de los parámetros normales, según estudios realizados por la encuesta nacional bicentenario, realizada por la UC y CfK, Adimark (2006).

Nivel 5: Cuarta escala en la pirámide de Maslow, necesidad de reconocimiento.

El quinto nivel de preguntas está orientado a verificar la existencia de niveles de satisfacción o insatisfacción en la necesidad de reconocimiento. Por lo que se hicieron preguntas correlacionadas con el sentimiento de integración en los grupos cercanos (familia/amigos), percepción de éxito, felicidad e independencia.

Solo el 58% de los encuestados señala que “siempre” logra sentirse integrado dentro de su núcleo cercano. Y solo un 17% logra sentirse “siempre” exitoso. En cuanto a la felicidad un 26% de los encuestados “siempre” se sienten felices. Respecto al sentimiento de independencia, un 42% de los encuestados se considera independiente.

El nivel de reconocimiento, se presenta como una necesidad absolutamente incompleta. En ningún caso, la muestra estudiada, señala una tendencia al cumplimiento satisfactorio de la

necesidad de reconocimiento, y lo que es mayor, solo un cuarto de la muestra “Siempre” se siente feliz, y solo alrededor de un sexto de los encuestados, se siente exitoso.

Nivel 6: Quinta escala en la pirámide de Maslow, necesidad de autorrealización.

Para conocer el nivel de autorrealización de los encuestados, se consultó si las personas habían podido desarrollar sus talentos durante su vida, donde solo el 32% de los encuestados señalan que “siempre” han podido desarrollar sus talentos, un 37% que “casi siempre” y un 26% “algunas veces”.

En consideración, a la oportunidad de expresar las ideas y conocimientos de manera libre, un 57% señala que ha podido desarrollar “siempre sus ideas” y un 27% “casi siempre”. Lo que indica que el grupo encuestado es escuchado dentro de su entorno.

Finalmente, la última consulta relacionada a la autorrealización busca conocer si las metas que las personas se han propuesto se han podido concretar. En este sentido el 27% de los encuestados señalan que “siempre” han podido lograr sus metas propuestas, un 49% casi “siempre”, y un 20% “algunas veces”.

Al parecer la autorrealización también es un nivel de Maslow, que se logra de manera insatisfactoria, en el que solo un 30% de los encuestados logra obtener en plenitud.

Endeudamiento

El análisis del endeudamiento permitirá conocer el estado financiero real de las familias chilenas, para ello se realizó un set de preguntas con el objeto de conocer la realidad financiera de las personas encuestadas.

La primera consulta se enfoca en conocer la capacidad crediticia de las personas, para ello se preguntó sobre la pertenencia de tarjetas de crédito comerciales, un 74% afirmaron que poseían estas tarjetas. La segunda consulta es conocer si han pagado un préstamo (crédito) a su nombre, en este caso la tendencia fue mayor aquellos que no han pagado créditos a su nombre. Una tercera pregunta sobre el endeudamiento hace relación si han tenido dificultades para poder hacer el pago efectivo de sus compromisos crediticios, para ello se consultó si han

estado alguna vez en DICOM, en la cual solo el 12 % de los encuestados contestó que sí ha estado en DICOM. Por último, se consulta cual es el motivo del endeudamiento, donde la mayor parte de los encuestados señalan que el principal motivo del endeudamiento es la adquisición de un bien o servicio (auto, casa, etc.), y en segundo lugar dar solución algún problema imprevisto o de emergencia.

Con lo anterior es posible concluir, que los chilenos tienen acceso a diferentes fuentes de financiamiento, donde solo un porcentaje pequeño ha estado en condiciones de morosidad, así mismo, la motivación del endeudamiento se basa principalmente en la adquisición de bienes y servicios.

Felicidad vs Consumo

La última parte de la encuesta busca relacionar la felicidad con el consumo. Para ello se examinó ¿Qué es la felicidad?, donde las respuestas con mayor frecuencia se enfocaron, en que la felicidad se define como el equilibrio, un estado emocional, la tranquilidad y el cumplimiento de objetivos. Una segunda pregunta se relacionaba con que situaciones les daban felicidad, en esta consulta las respuestas fueron diversas, principalmente estar con la familia es aquella situación que da más felicidad con un 22%, sin embargo también se encuentra estar con amigos, realización de hobbies, reconocimiento profesional, logro de objetivos, y estar con las mascotas. Una tercera pregunta, busca conocer que “Cosas”, dan felicidad, en este contexto la estabilidad económica es la “cosa” que más felicidad entrega a las personas, con un 23%, posterior a ello el “amar” con un 21%, crecer o madurar, superar dificultades, y los artículos electrónicos, fueron las “Cosas” que más felicidad entregan a las personas. Una cuarta pregunta, indaga en la “compra de felicidad”, donde el 30% de los encuestados señalan que si pudieran comprar felicidad esta sería a través de la “compra” de la estabilidad económica para el grupo familiar y un viaje por el mundo. Una quinta pregunta busca crear una reflexión en los encuestados, donde se consulta si las compras compulsivas/impulsivas generan felicidad, un 31% señala que una compra impulsiva, “nunca” generan felicidad, un 30% dice que “algunas veces”, y un 22 % dice que “nunca” generan felicidad. La última consulta busca conocer como la sociedad define la felicidad, un 54% concluye que la definición de felicidad es el “cumplimiento de estereotipos” como:

estudiar, trabajar, casarse, tener hijos, casa, autos, etc., como también la “adquisición de bienes y poder compartirlo con familia y amigos”.

Respecto a la felicidad y el consumo es posible ver que la felicidad se define como el cumplimiento de estereotipos, y que por lo tanto tienen más relación con el exterior que con la introspección de las personas. También se establece en gran medida que la felicidad, se fundamenta en la estabilidad económica, estando en el mismo lugar que relaciones humanas como la familia y amigos. Cabe destacar una inflexión en la definición de felicidad, al consultar que es felicidad, las personas la señalan como un equilibrio, un estado de tranquilidad, pero, por otro lado, al consultar que situaciones y cosas dan felicidad, la mayor parte de las respuestas hacen relación a la estabilidad económica.

Éxito Vs Consumo

En esta última y final sección se analiza al concepto de éxito y su relación con el consumo. La primera consulta, es definir el éxito, con lo cual las personas definen el éxito como “cumplimiento de metas y objetivos propios e impuestos”, en una segunda bajada se establece el éxito como “el poder de decisión en su vida”, y en tercer lugar es el “logro de felicidad”. Al poner a los encuestados en una posición más lejana, esto quiere decir que se les consultó ¿Cómo ellos creen que la sociedad define el éxito?, la respuesta con mayor porcentaje, 42%, fue “poseyendo dinero (riqueza)”, un 31%, señalan que “adquiriendo bienes y servicios”, y un 25% “cumpliendo estereotipos de familia y trabajo”. Una tercera pregunta obliga nuevamente a realizar una reflexión en los encuestados, donde se consulta si un aumento de ingresos en un 65% generarían un aumento en el sentimiento de éxito y felicidad. Alrededor de un 67% respondió que sí. La cuarta pregunta sigue la lógica de la anterior y busca obtener una segunda reflexión, la pregunta procura explicar las razones de consumismo y endeudamiento o sobre endeudamiento en Chile, los encuestados señalan que la mayor razón es el “cumplimiento de estereotipos”, seguido de la “persuasión que genera la publicidad en las personas”, “lograr sentirse exitoso”, y la “envidia”, son las razones que los encuestados atribuyen al consumismo y endeudamiento de los chilenos.

La conclusión a la relación entre el consumismo y el éxito es que ambas tienen una estrecha relación. Los chilenos relacionan el éxito como la obtención de bienes y servicios, donde el

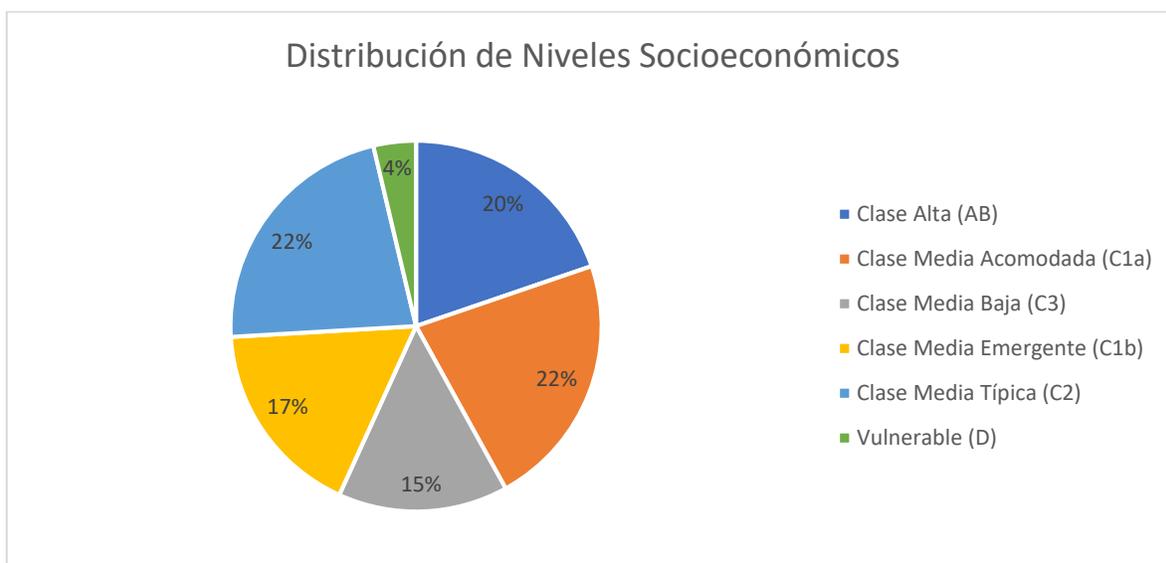
éxito se convierte en algo tangible, comparable, obtenible, a través de un aumento en la capacidad crediticia, trabajo o cualquier fuente donde puedan obtener una mayor capacidad adquisitiva. Es interesante ver que tanto la visión interna como la externa (hacia sí mismo, hacia la sociedad), tienen un mismo foco, obtención de riqueza, y donde el concepto de felicidad se posiciona en una tercera posición.

Análisis encuesta exploratoria según nivel socioeconómico

En la siguiente sección se busca comprobar la hipótesis planteada al comienzo del presente trabajo de título, la cual procura verificar si ¿Los altos niveles de consumo en Chile, explican la necesidad de satisfacer necesidades de felicidad y autorrealización, según su nivel socioeconómico? Para lo cual se volvió a revisar la encuesta, pero esta vez basado en los niveles socioeconómicos encuestados.

La distribución en niveles socioeconómicos fue principalmente en una proporción promedio del 20%, lo que se muestra en la siguiente figura:

Figura N°51: Distribución de niveles socioeconómicos estudiados

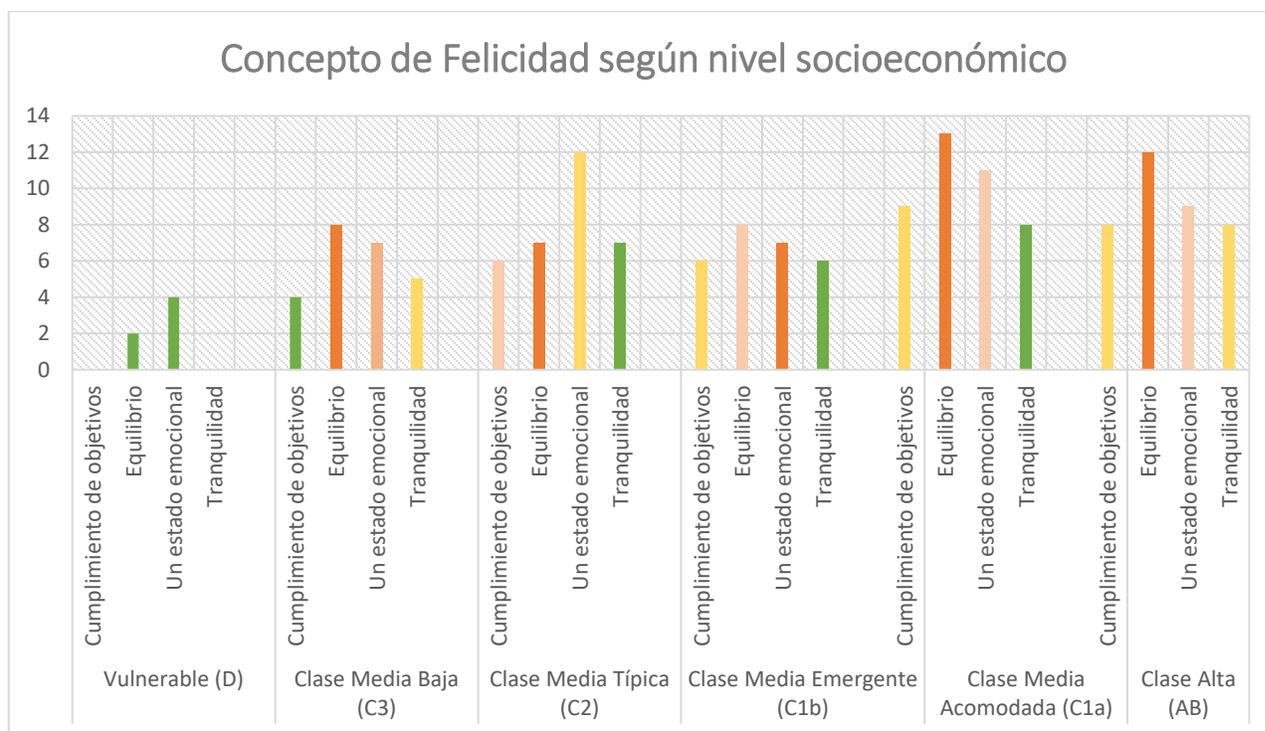


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Qué es para usted la felicidad?, según nivel socioeconómico

Al analizar esta pregunta según nivel socioeconómico es posible ver que en el caso del nivel socioeconómico Vulnerable (D), establecen que para ellos la felicidad es solo un estado emocional, de esta misma manera lo definen la Clase media Típica (C2). Sin embargo, la clase media baja (C3). Clase Media emergente (C1b), Clase media acomodada (C1a), y Clase Alta (AB) definen la felicidad como un estado de “equilibrio”.

Figura N°52: ¿Qué es para usted la felicidad? Según nivel socioeconómico.

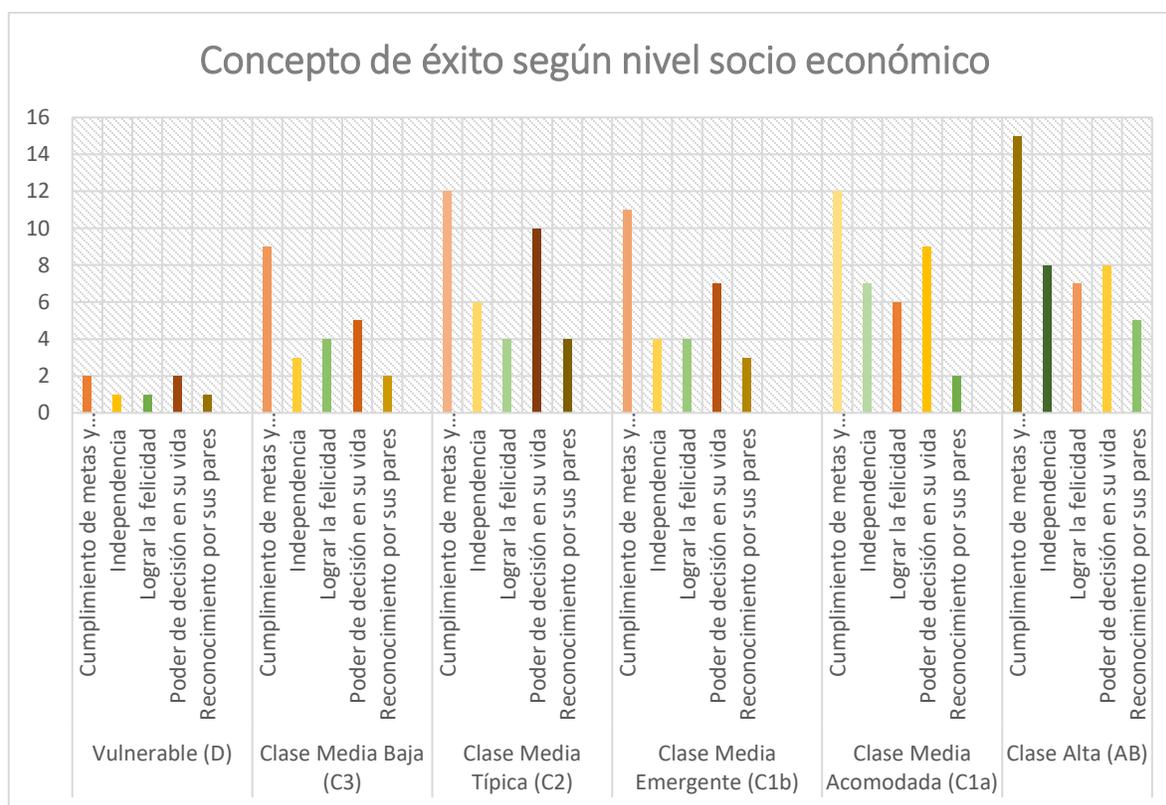


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Qué es para usted el éxito?, según nivel socioeconómico

Al estudiar el concepto de éxito según nivel socioeconómico, se puede observar que los seis niveles estudiados comparten de manera unánime el concepto de éxito. Donde todos ven que el éxito se basa en el cumplimiento de metas y objetivos propios e impuestos, como también en el poder de decisión en la vida. La diferencia se marca en el tercer concepto con mayor frecuencia de respuestas. En el nivel más vulnerable (D) los conceptos de independencia, logro de felicidad y reconociendo de pares tienen la misma ponderación, mientras que la clase media baja (C3) considera que el logro de la felicidad es un indicador de éxito. Para las clases restantes la “independencia” es un concepto de éxito sobre el logro de la felicidad o en su mismo nivel.

Figura N°53: ¿Qué es para usted el éxito? Según nivel socioeconómico.



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad?, según nivel socioeconómico.

Al analizar la definición de felicidad desde un punto de vista más externo como lo es la sociedad, se logran apreciar las diferentes visiones entre clases sociales. El nivel más vulnerable define la felicidad como el “poder adquirir bienes y servicios para compartirlo con sus pares”, como también el “cumplimiento de estereotipos”, este último concepto se marca como una tendencia en todas las otras clases sociales.

Figura N°54: ¿cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad? Según nivel socioeconómico.

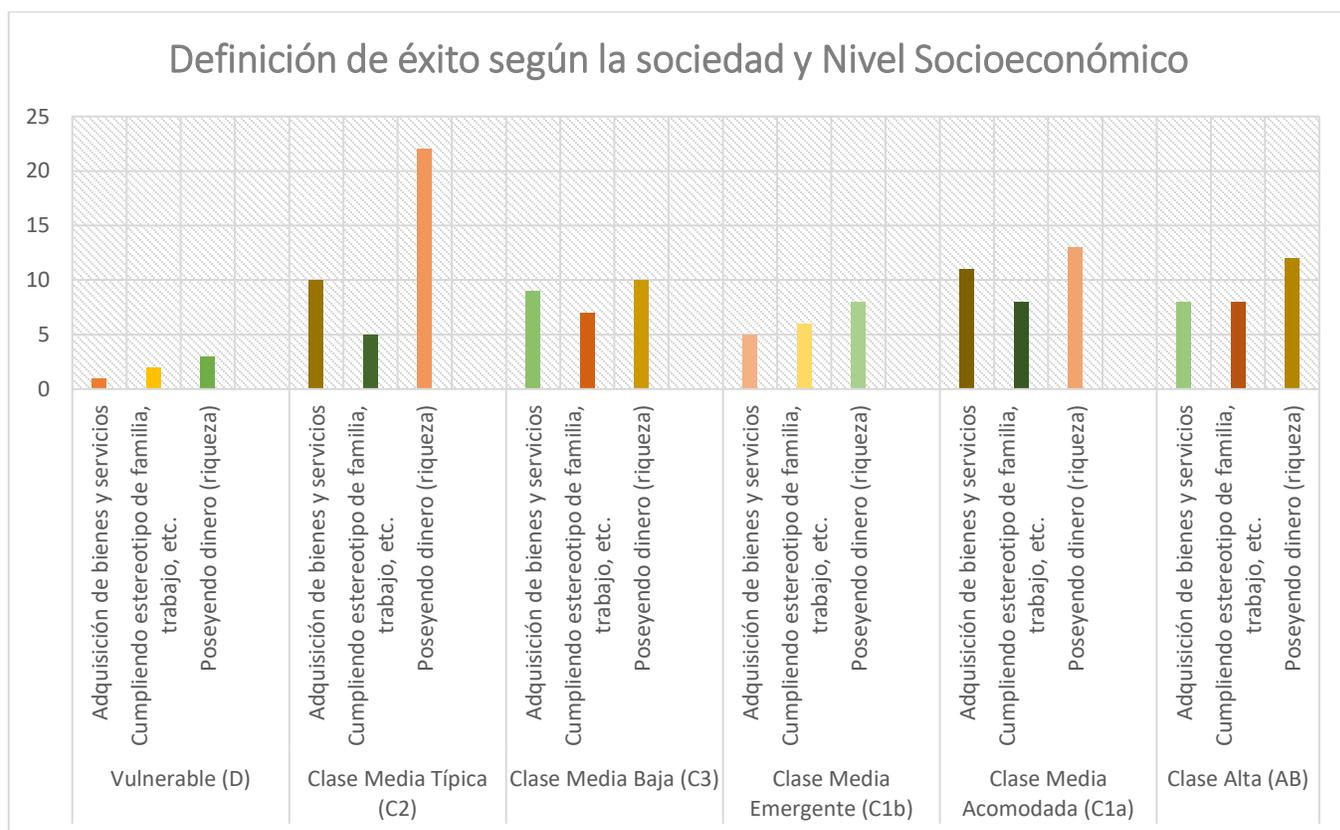


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito?, según nivel socioeconómico.

Al revisar la definición de éxito como sociedad, se repiten conceptos de manera transversal en las distintas clases sociales. Las seis responden que el éxito se define como la “posesión de dinero (riqueza)”, y se refuerza con el concepto de “adquisición de bienes y servicios”. Al parecer la mirada de éxito a través de la posesión de objetos es unánime y transversal en la sociedad chilena.

Figura N°55: ¿cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito? Según nivel socioeconómico.



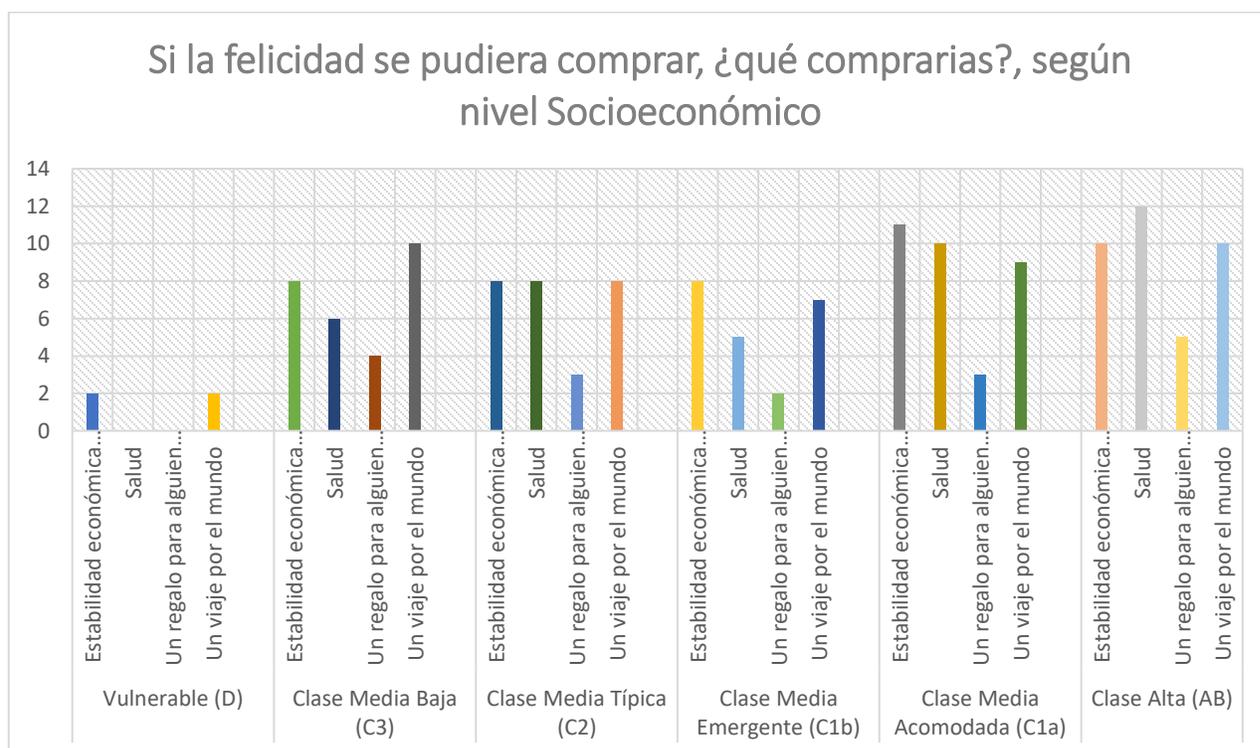
Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría?, según nivel socioeconómico.

Al igual que los análisis anteriores, la clase vulnerable (D), es quienes poseen una respuesta más precaria, sin embargo, señalan que su preferencia es obtener un viaje por el mundo, y la estabilidad económica de su grupo familiar. Esta tendencia se sigue repitiendo en las otras clases sociales, donde la estabilidad económica y un viaje por el mundo son los conceptos más importantes para comprar felicidad. Es importante enfatizar que solo en la clase alta (AB), la compra de salud es un concepto con una mayor frecuencia, así mismo en la clase media acomodada, donde la salud aparece como segunda opción.

Se destaca en este análisis que la felicidad en la sociedad chilena se compra o al menos existe ese concepto, y se dejan de lado conceptos fundamentales como la salud del grupo familiar o bien entregar algo a alguien.

Figura N°56: Si la felicidad se pudiera comprar, ¿qué comprarías? Según nivel socioeconómico.

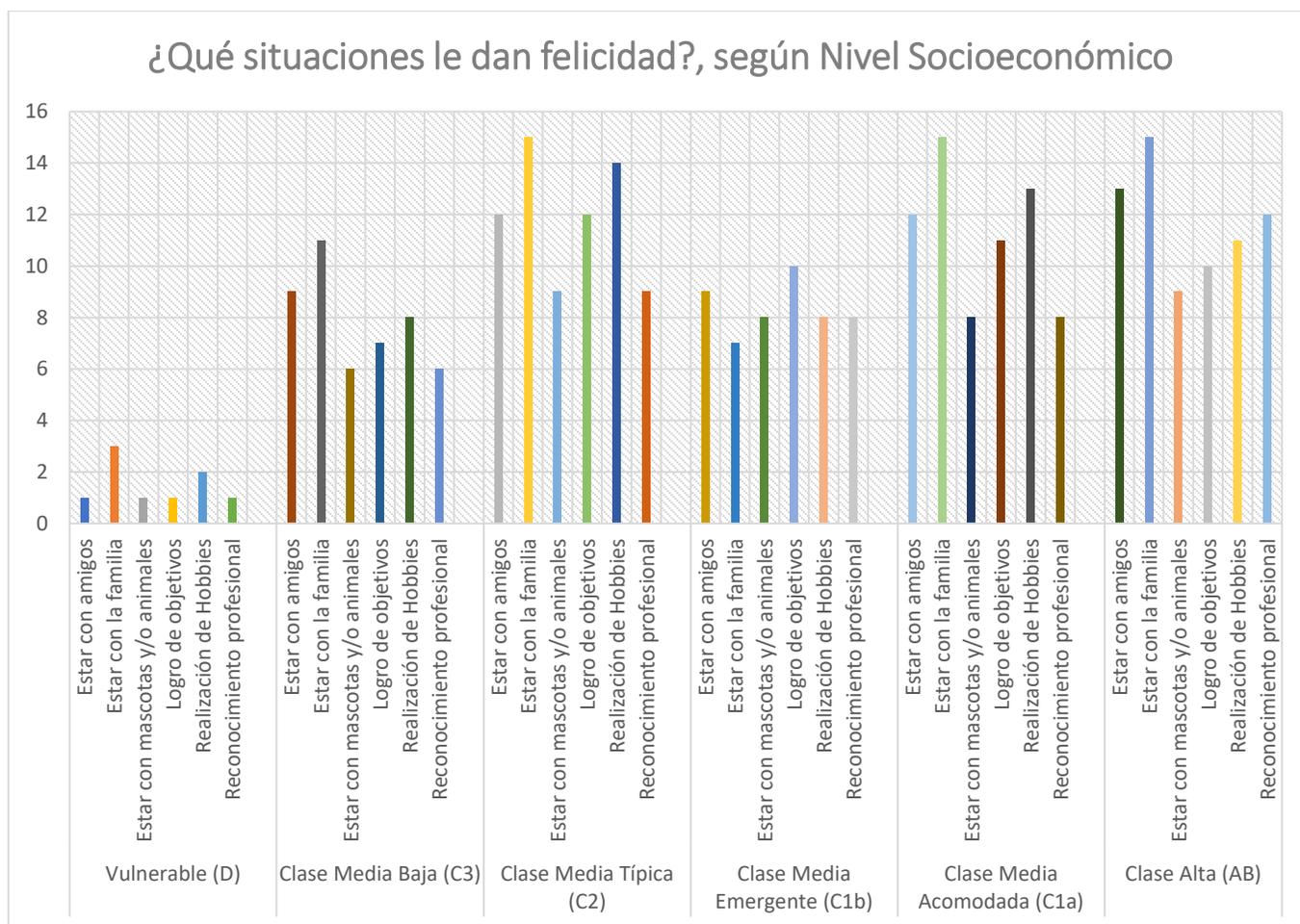


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Qué situaciones le dan felicidad?, según nivel socioeconómico

Al revisar las situaciones que dan felicidad, las distintas clases sociales vuelven a converger en que “estar con la familia” y “el logro de objetivos”, es la situación que más felicidad le da. Se repite en algunos casos, “el estar con amigos”, “la realización de hobbies” y el “reconocimiento personal”. Sin embargo, en estos casos no se logra vislumbrar una tendencia o correlación.

Figura N°57: ¿Qué situaciones le dan felicidad?, Según nivel socioeconómico.

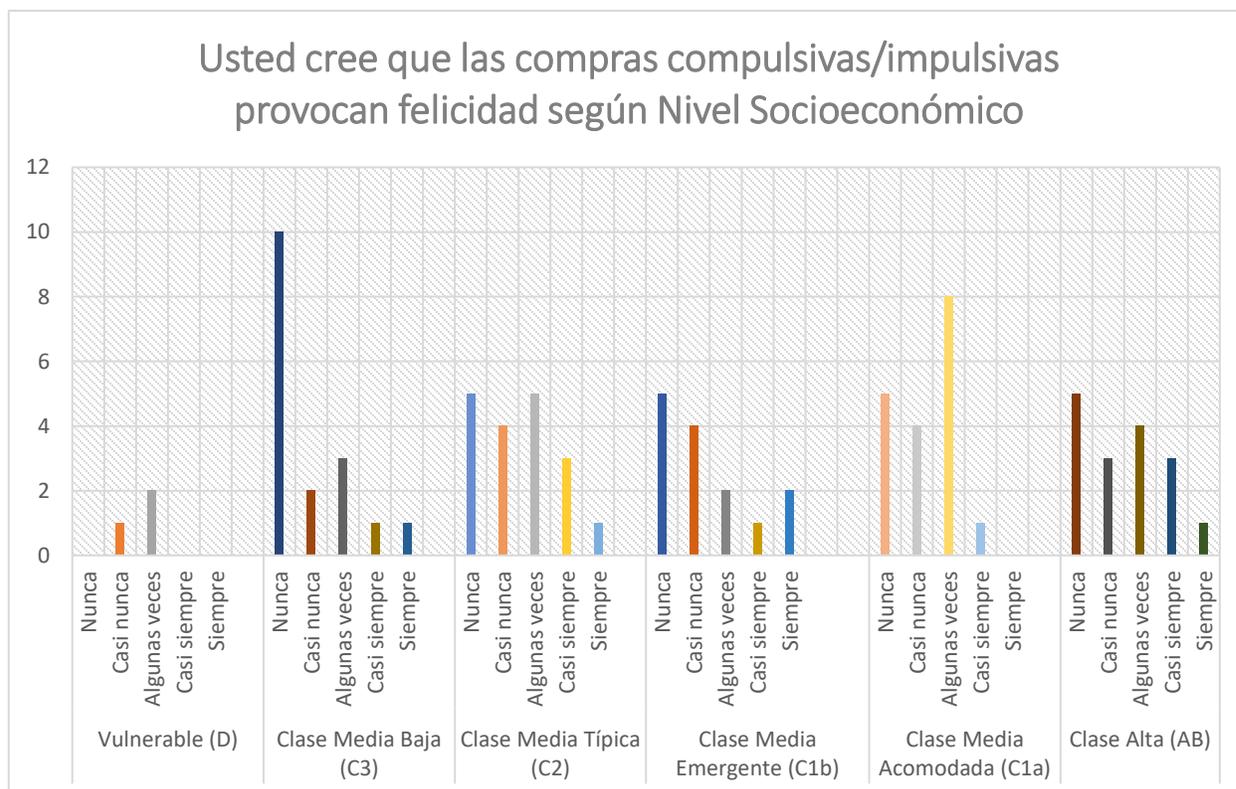


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?, según nivel socioeconómico.

Todas las clases sociales concuerdan que las compras compulsivas/impulsivas no generan felicidad. Así mismo existe una clara tendencia a que “algunas veces” estas compras si provocan felicidad en las personas. Esta conducta se logra observar, en la clase alta (AB), y también en la clase media acomodada (C1a), clase media típica (C2) y Clase media baja (C3).

Figura N°58 ¿Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?, Según nivel socioeconómico.

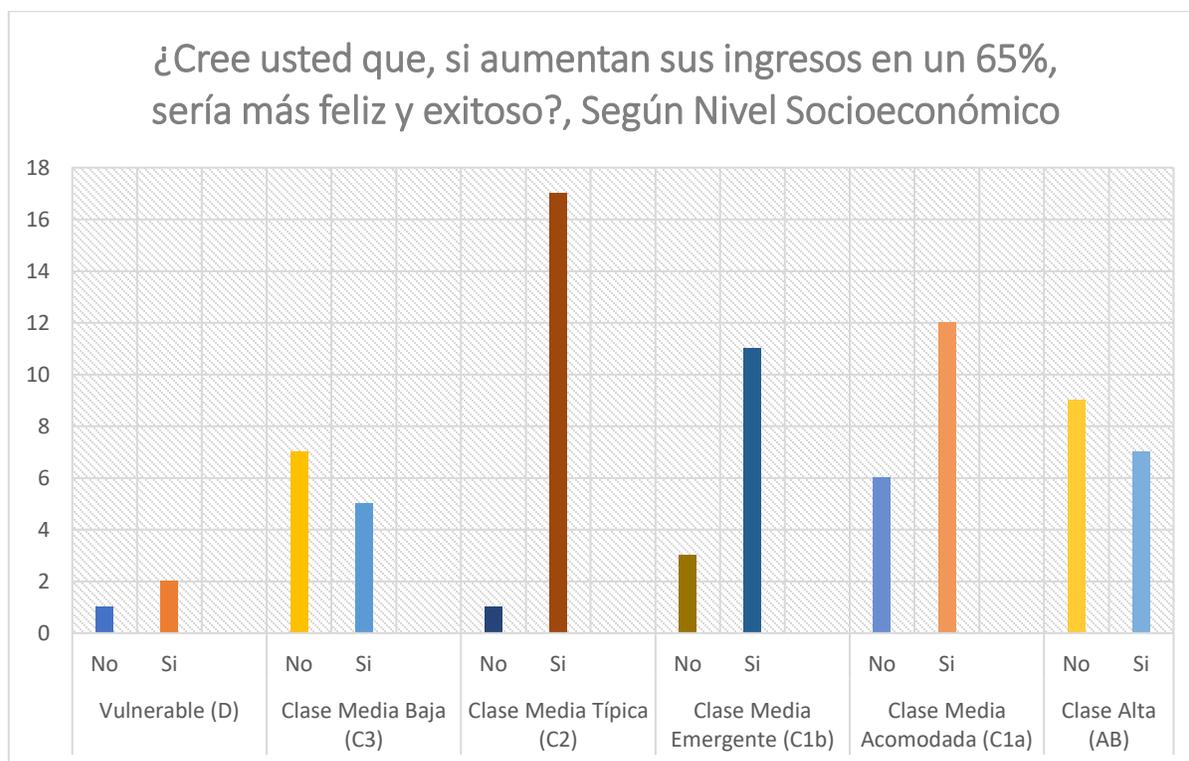


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

¿Cree usted que, si aumentan sus ingresos en un 65%, sería más feliz y exitoso?, según nivel socioeconómico.

Respecto a esta consulta solo la clase alta (AB) y la clase media baja (C3), concuerdan que un aumento en la renta no significaría un aumento de felicidad ni éxito, no obstante, las cuatro clases restantes tiene una respuesta unánime, ellos creen fehacientemente que un aumento en la remuneración de un 65% generarían mayores estados de felicidad y éxito. Esto puede ser consecuencia de las evoluciones de las mismas clases. En el caso de la clase alta, la cual ha llegado al tope de su adquisición de riqueza, puede evidenciar que, aunque posea más riquezas su felicidad no aumenta, y en el caso de la clase media bajan (c3), suponiendo que hubo una movilidad desde la clase vulnerable (D), ellos han experimentado el aumento monetario vs el aumento de felicidad y éxito, evidenciando que no guardan una relación directa.

Figura N°59 ¿Cree usted que, si aumentan sus ingresos en un 65% sería más feliz y exitoso?, Según nivel socioeconómico.

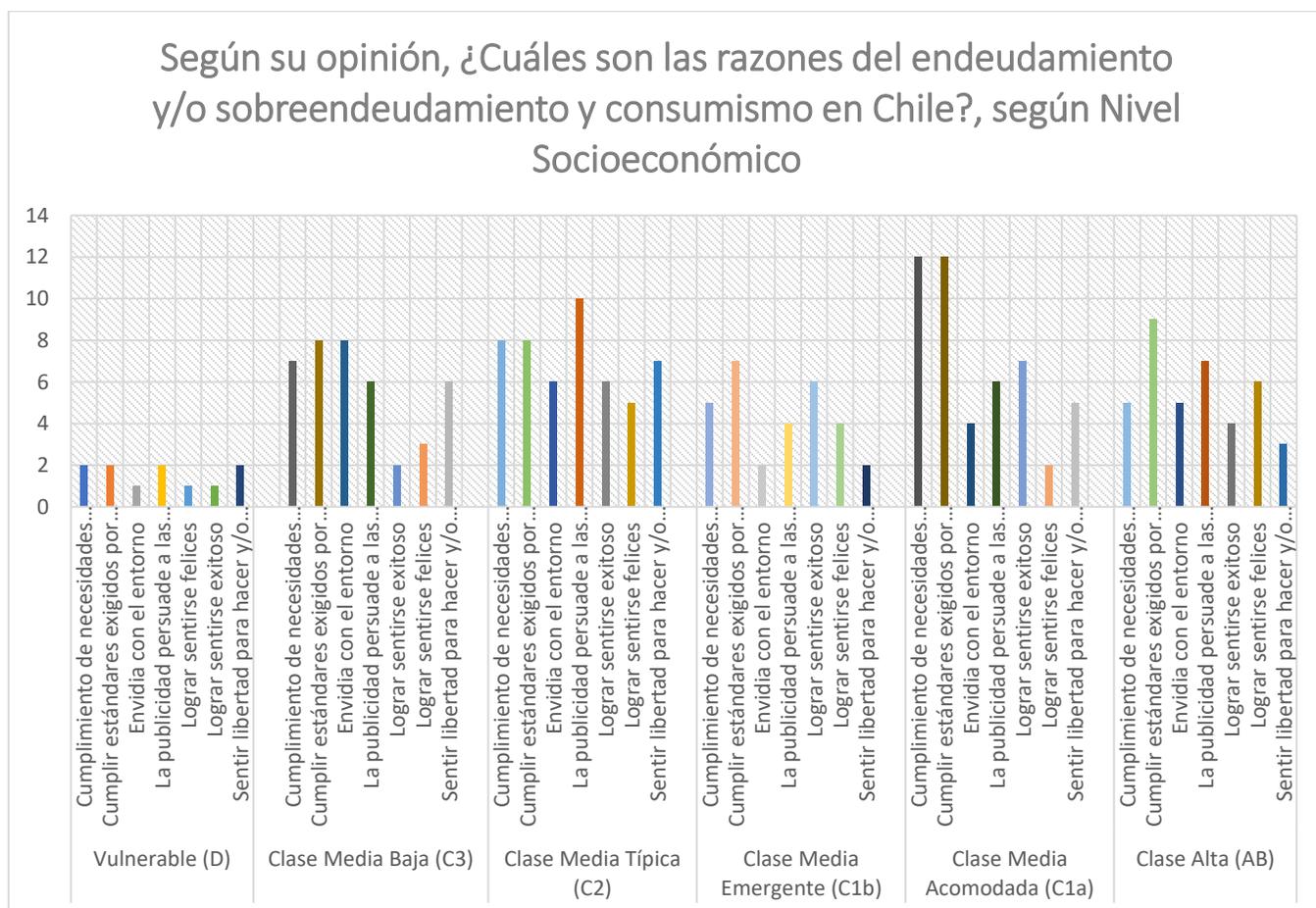


Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Según su opinión, ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?, según nivel socioeconómico.

El grupo más vulnerable marca la tendencia para todas las clases sociales, y señala que las razones de endeudamiento son el “cumplimiento de necesidades básicas, como educación, y salud”, “el cumplimiento de estereotipos”, “la influencia de la publicidad y sentir la libertad de adquirir bienes y servicios”. Cabe destacar que “la envidia” con el entorno también es un factor de endeudamiento y consumismo en el país.

Figura N°60 Según su opinión, ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile?, Según nivel socioeconómico.



Fuente: Propia, Análisis Encuesta Exploratoria

Conclusiones

La presente memoria logra validar que *“el sobreendeudamiento de la población chilena en bienes y servicios suntuarios es una consecuencia de la búsqueda de la autorrealización y felicidad” sin embargo, invalida la estratificación del nivel socioeconómico.*

A través de distintos análisis, focus group y encuesta exploratoria se logró definir éxito y felicidad para la sociedad chilena las cuales están fuertemente ligadas a la obtención de bienes, como también se logró explorar sus niveles de satisfacción. Principalmente la insatisfacción de los niveles de Maslow, en los grupos socioeconómicos y la tergiversación de los conceptos de éxito y felicidad responderían a la situación de endeudamiento o sobre endeudamiento como una consecuencia de la búsqueda de autorrealización, felicidad y éxito.

Ahondando un poco en los resultados de las herramientas, se logra observar que las conclusiones del focus fueron tajantes, *no existe relación con el nivel socioeconómico y las definiciones de éxito y felicidad*, al contrario, independiente del nivel socioeconómico los encuestados señalaron que *“la felicidad completa es algo inalcanzable y más bien corresponde a momentos”*. Al consultar como la sociedad chilena define felicidad, los estratos convergen que la felicidad para la sociedad *es la obtención de dinero, objetos suntuarios, con el objetivo de “ganar” una competencia invisible entre sus pares. Además, consideran que la felicidad está “empaquetada”, los medios de comunicación o la misma sociedad impone que la felicidad solo se puede lograr si se cumplen ciertas etapas, o se obtienen ciertos objetos.*

También se definió el concepto de éxito. Las respuestas se dividen por edad, y no así por estratos socioeconómicos, aquellos menores de 30 años definen el éxito, como el reconocimiento de los demás, y los mayores de 30 años, como la “independencia” y “la libertad para poder definir el curso de su vida”. Al responder ¿cómo la sociedad define el éxito?, los grupos coinciden que se mide según *“la cantidad de objetos suntuarios obtenidos”, “la cantidad de dinero”, y aquello que permita ganar una competencia “invisible” con sus pares.*

Una vez definidos los conceptos básicos se desarrolló la encuesta exploratoria, la que tenía por hipótesis *¿Los altos niveles de consumo en Chile, explican la necesidad de satisfacer necesidades de felicidad y autorrealización, según su nivel socioeconómico?*

El análisis de esta encuesta exploratoria se realizó en 3 etapas, la primera estudio demográfico, la segunda estudio individual y la tercera, según nivel socioeconómico. Es importante destacar que al igual que los resultados del focus group, los resultados de la encuesta exploratoria no variaban con la agrupación de nivel socioeconómicos sino más bien con la edad y a su vez, las conclusiones se repiten transversalmente, en el focus group, encuesta exploratoria y diversos análisis realizados. *Se concluye que el comportamiento y/o definición de consumo, la felicidad, éxito y autorrealización no es una variable de la estratificación de niveles socioeconómico, sino más bien puede ser una variable dependiente del tiempo.*

El primer análisis se enfocó en estudiar la demografía de los encuestados donde la mayor proporción de los encuestados bordean los 29 años, aún cuando la distribución etaria fue desde los 20 a los 77 años, por otro lado, los encuestados no contaban en su mayor proporción con viviendas propias, su nivel de ingresos era menor a \$ 800.000 CLP (41%), lo que es coherente con lo que se señalaba en la encuesta CASEN 2013. Y la distribución de niveles socioeconómicos estudiados bordeaba el 20% por estrato.

Respecto a los niveles de satisfacción de Maslow en todos sus niveles la respuesta es precaria, ninguna escala logra completarse en su totalidad. Las necesidades fisiológicas de Maslow se presentan de manera incompleta, ejemplos claros son la cantidad promedio de comidas ingeridas en el día, las cuales no superan tres comidas diarias cuando la OMS señala que lo óptimo son cuatro comidas al día. Así mismo, el 50% de los encuestados, declara que padece de una enfermedad crónica relacionadas con el estrés. En cuanto a la satisfacción de necesidades de seguridad, se observó que no existe un hábito de ahorro, solo un tercio de la población entrevistada “siempre ahorra”, por lo que en términos de seguridad la situación es inestable, dado que sin ahorros y frente a una situación de emergencia, no cuentan con otra opción que endeudarse, exponiéndose a una situación de vulnerabilidad financiera. Así mismo, el análisis de la necesidad de afiliación mostró que los encuestados tenían buenas

relaciones intrafamiliares, pero, contaban con un grupo muy menor de amigos cercanos. Las necesidades de reconocimiento también están parcialmente satisfechas, solo un 58% logra sentirse integrado “siempre”, exitoso un “17%”, feliz “26%” e independiente un “42%”. Siguiendo la misma lógica, las respuestas de las necesidades de autorrealización presentan bajos niveles de satisfacción. ***Lo anterior da un claro aviso que en la sociedad chilena no ha logrado cubrir sus necesidades básicas ni menos aquellas más complejas.***

Referente al nivel de endeudamiento, la mayor parte de los encuestados poseían tarjetas de crédito, pero no poseían préstamos a su nombre, así mismo un pequeño porcentaje había caído en DICOM en alguna oportunidad.

La tercera parte del análisis busca enfrentar las variables, felicidad, éxito y consumo dependiendo del nivel socioeconómico. Respecto a la felicidad y el consumo es posible ver que la felicidad se define como el cumplimiento de estereotipos, y que por lo tanto tienen más relación con el exterior que con la introspección de las personas. También se establece en gran medida que la felicidad, se fundamenta en la estabilidad económica, estando al mismo lugar que relaciones humanas como la familia y amigos.

Por último, se analizó el concepto de éxito y su relación con el consumo. Los resultados obtenidos son muy similares a los de felicidad vs consumo, el éxito se define como el cumplimiento de metas y objetivos propios e impuestos, el poder de decisión en la vida y en una tercera opción el “logro de la felicidad”. Así mismo se cree que la sociedad define el éxito, como una posesión de riqueza y bienes, cumplimiento de estereotipos y se cree firmemente que el endeudamiento es consecuencia del cumplimiento de estos mismos como también la influencia de la publicidad. Al igual que la felicidad, el éxito es una variable dependiente fuertemente del medio, más que el desarrollo personal de las personas.

La conclusión es que Chile tiene una definición de éxito y felicidad estrechamente ligada a la adquisición de bienes y servicios, posesión de dinero o el perseguir estereotipos impuestos por la publicidad o la misma sociedad. Donde a su vez se confabulan los bajos niveles de satisfacción de necesidades, de esta manera, se propone la felicidad, el éxito y la autorrealización como conceptos adquiribles por una tarjeta de crédito, volviéndose en algo tangible y comparable, la cual solo es obtenible, a través de un aumento en la capacidad

crediticia, trabajo o cualquier fuente donde puedan obtener una mayor capacidad adquisitiva, olvidando por completo recursos tan importantes como el bienestar y el desarrollo personal, al parecer la sociedad se olvida por completo de valores fundamentales como el amor, la familia, el tiempo, todos aquellos que no tienen un valor monetario, hemos perdido como sociedad la verdadera esencia de vivir una vida plena que no dependa de lo material, sino que dependa solamente de nosotros mismos.

Bibliografía

- Encuesta online sobre el endeudamiento en los españoles: <http://www.asgeco.org/encuesta.html>
- <http://www.psicologia-online.com/autoayuda/autoestima/autosuperacion.shtml>
- http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/02/140218_china_economia_crisis_jp
- Escala de Rosemberg (mecanismo que permite medir el grado de autoestima)
- <http://www.latercera.com/noticia/nacional/2014/03/680-570030-9-chile-es-el-pais-ocde-con-mas-desigualdad-de-ingresos-y-el-que-mas-lo-ha.shtml>
- Aumento sostenido del Suicidio en Chile: un tema pendiente, Facultad de Medicina, Pontifica Universidad Católica de Chile.
- Servicio médico Legal (SML) “*Suicidio en Chile 2000-2008*”
- <http://www.loshijosdemafalda.cl/products/el-endeudamiento-en-chile-y-sus-causas/>
- <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/03/28/el-brutal-endeudamiento-de-los-chilenos-y-la-desposesion-salarial/>
- <http://www.latercera.com/noticia/negocios/2015/11/655-657472-9-banco-central-un-73-de-los-hogares-chilenos-tiene-alguna-deuda.shtml>
- <http://www.t13.cl/noticia/nacional/cuantos-amigos-aseguran-tener-chilenos-2015>
- INE: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/demograficas_vitales.php
- “Terry F. Pettijohn II and Teery F. PerrrJohn”- Perceived Happiness of college Students measured by Maslow’s Hierarchy of Needs” (2006)
- “Myers y Diener” (1995)
- Frey and stutzer 2002, p75, - “Income provides happiness at low levels of development, but once a certain threshold has been passed, income has little or no effect on happiness”.
- Karen Farías Proschele - “consumption and Happiness: How do they relate?”
- Tajan Lautiainen - “*Factor affecting consumers buying decisión in the selection of a coffe Brand*”.

Anexos

Anexos N°1: Cuestionario Focus Group

Encuesta Felicidad y Éxito

<https://docs.google.com/forms/d/1LLJ9c1fF5y-3hxjd2CmzcKmU5j675...>

Encuesta Felicidad y Éxito

La siguiente encuesta busca conocer sus opiniones respecto a la felicidad y el éxito, no existen respuestas ni buenas ni malas. La presente encuesta consta de 22 preguntas, la mayoría de ellas corresponden a preguntas abiertas, donde deben contestar aquello que consideran que responde a la pregunta.

*Required

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? explique su respuesta *

2. ¿Son felices con sus vidas, familia, trabajo, etc?, ¿Por qué? *

3. ¿Qué situaciones a ustedes les dan felicidad? ¿Por qué? *

4. ¿Qué cosas a ustedes les dan felicidad? ¿Por qué? *

5. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué comprarían? ¿Por qué? *

6. Según sus opiniones ¿La felicidad es circunstancial o es un estado permanente? Expliquen sus respuestas. *

7. Si la felicidad se pudiese crear ¿cómo ustedes crearían su felicidad? ¿Por qué?

8. ¿Creen ustedes que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad? Expliquen sus respuestas *

9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué? *

10. **¿Cómo creen ustedes, que nuestra sociedad define la felicidad? ¿Por qué? ***

11. **¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué? ***

12. **¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas. ***

13. **¿Ustedes se sienten exitosos y felices en su puesto de trabajo?, justifique ***

14. **¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué? ***

15. **¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación. ***

16. **Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile? ***

17. **¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Explique su respuesta ***

18. **¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios en Chile? Expliquen sus respuestas ***

19. Estudios que usted ha completado **Mark only one oval.*

- Básica Completa
- Básica Incompleta
- Media Completa
- Media Incompleta
- Educación Técnica Superior Completa
- Educación Universitaria Completa
- Educación Universitaria Incompleta
- Other: _____

20. A cual sistema de salud usted poseen: **Mark only one oval.*

- Fonasa
- Isapre
- No pertenezco a un sistema de salud
- Other: _____

21. Marquen aquellos electrodomésticos y/o servicios que posee: **Tick all that apply.*

- Celular con plan
- Celular con prepago
- Teléfono fijo
- Internet en casa (Banda Ancha)

22. Ingreso familiar se encuentra entre: **Mark only one oval.*

- Menor a \$ 158.000 CLP
- \$ 158.001 a \$ 307.000 CLP
- \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
- \$ 503.001 a \$ 762.434 CLP
- \$ 762.454 a \$ 801.000 CLP
- \$ 801.001 a \$ 1.374.000 CLP
- \$ 1.374.001 a \$ 1.710.000 CLP
- \$ 1.710.833 a \$ 2.070.000 CLP
- \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP
- Igual o superior a \$ 4.386.001 CLP

Anexo N°2: Test Focus Group

Test 1: Transcripción

Sujeto 1:

Encuesta Felicidad y Éxito- Personal- Web

La siguiente encuesta busca conocer sus opiniones respecto a la felicidad y el éxito, no existen respuestas ni buenas ni malas. La presente encuesta consta de 22 preguntas, la mayoría de ellas corresponden a preguntas abiertas, donde deben contestar aquello que consideran que responde a la pregunta.

1. ¿Qué es para usted la felicidad?

Para mí la felicidad estar bien en todos los ámbitos en la vida, por ejemplo, estar bien económicamente, familiarmente, y no llegar a tener esa idea de “vivir para trabajar”, sino que hacer diferentes cosas, no solo trabajar, no tener una vida monótona.

2. ¿Es feliz con su vida, familia, trabajo, etc?, ¿Por qué?

Yo creo que soy feliz, y en todos los ámbitos que dije anteriormente, en el trabajo, en mi vida amorosa, hago lo que quiero en mi tiempo libre.

3. ¿Qué situaciones a usted le dá felicidad?

Me da felicidad, ver a otras personas felices con lo que hago.

4. ¿Qué cosas le dá felicidad?

Me da felicidad cuando cocino para mucha gente y ellos lo disfrutas, o cuando hago algo, no sé, en algún ámbito, que le sirve a otra persona.

5. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría? ¿Por qué?

Compraría, un campo, para hacer asado y juntar personas.

6. ¿La felicidad es circunstancial (es sólo un momento) o es un estado permanente? Explique su respuesta.

Es ambas, uno debería estar feliz siempre, pero hay momento cuando la felicidad aumenta, por ejemplo, cuando en mi caso alguien disfruta lo que hago.

7. Si la felicidad se pudiese crear ¿cómo crearía su felicidad?

Yo crearía mi felicidad cocinando.

Int: ¿Por qué?

Por qué más que cocinando, cocinando para otras personas, o gente, porque a ellos también les da gusto comer.

8. ¿Cree usted que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?

Sí, hay veces que uno se quiere dar un lujo o un gusto, y más que estar pensando, en que sí puedo o no, hay veces que uno debería darse el lujo y no pensar. Ya que uno está en esta vida para disfrutarla.

9. ¿Qué es para usted el éxito?

El éxito para mí, es lograr de una muy buena forma algo que me plantee.

Int. Algo más? Quiere explicar algo? Un ejemplo?

Por ejemplo ser exitoso, sería entregar un gran trabajo en tu equipo de trabajo, por ejemplo ser éxito es sacar primer lugar en alguna competencia.

10. ¿Cómo cree que nuestra sociedad definiría la felicidad? ¿Por qué?

Yo creo que la sociedad en este tiempo, ve la felicidad como algo que se compra, más allá de que todo sea por dinero, ellos prefieren, ese pick de felicidad que da al comprarse una tele, o un auto. En vez de tener felicidad en otro ámbito.

11. ¿Cómo cree que nuestra sociedad define el éxito? ¿por qué?

Yo creo que la sociedad define éxito, a quien tiene más dinero y no es a quien es exitoso en otros ámbitos, sino que lo ven en la forma económica.

12. ¿Cree que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrolle su idea.

Yo creo que para mucha gente, pero no para todas, el tener muchas cosas, o lo ve como ser exitoso y no necesariamente es así.

13. ¿Usted se siente exitoso y feliz en su puesto de trabajo?, justifique

No, desempeñarme de buena forma es un éxito para mí, y más en algo que me guste.

14. ¿Cree que si aumentan sus ingresos en un 65% será más feliz y exitoso? ¿Por qué?

Creo que en los tiempos de hoy, el que te aumente el sueldo en algo, quiere decir que eres exitoso en tu trabajo, por ende aumentaría tu nivel de éxito, y bueno el nivel de felicidad también, pero no sé si tanto. Hay cosas que te hacen feliz que no necesita que te suban el sueldo.

15. ¿Qué relación hay entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad actual? Explique eventualmente la relación.

Bueno, mucha, ya que el endeudamiento en Chile es bastante, y yo pienso que el endeudamiento va en sentirse más contento con las cosas que tiene. Por ejemplo tener una tele muy muy grande teniendo bajos ingresos.

16. Según tu opinión ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?

Yo creo que la razón principal del endeudamiento es demostrar el éxito, que no necesariamente uno tiene a nivel económico a los demás.

17. El éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Explique su respuesta

Yo creo que el éxito y felicidad no siempre van de la mano, pero son muy pocas veces, muchas veces cuando uno es exitoso, es feliz, ya que ese éxito le da felicidad a ti y a los demás, pero muchas veces ese éxito le da envidia o rencor a los demás.

18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios?

Yo creo que, los trastornos mentales y suicidios en este tiempo van de la mano, no tan solo no tener éxito felicidad, en el ámbito del dinero. Sino que lo toman muy apecho, es como la sociedad les hace ver que si no felices de tal forma, o no tienen dinero para comprarse el plasma de última generación no debiesen vivir.

19. Estudios que usted ha completado:

(Marque aquella opción que corresponda)

- Básica Completa
- Básica Incompleta
- Media Completa
- Media Incompleta
- Educación Técnica Superior Completa
- Educación Universitaria Completa
- Educación Universitaria Incompleta X

20. A cual sistema de salud usted pertenece es:

- Fonasa
- Isapre
- No pertenezco a ningún sistema de salud

21. Marque aquellos electrodomésticos y/o servicios que posee

(Marque aquellas opciones que corresponda).

- Celular con plan
- Celular con prepago
- Teléfono fijo
- Internet en casa (Banda Ancha)

22. Ingreso familiar se encuentra entre:

(Marque aquella opción que corresponda)

- Menor a \$ 158.000 CLP
- \$ 158.000 a \$ 307-000 CLP
- \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
- \$ 503.001 a \$ 810.000 CLP

- \$ 801.001 a \$ 1.374.000 CLP
- \$ 1.374.001 a \$ 2.070.000 CLP
- \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP
- Igual o superior a \$ 4.386.001 CLP

Encuesta Felicidad y Éxito- Personal- Web

Sujeto 2:

La siguiente encuesta busca conocer sus opiniones respecto a la felicidad y el éxito, no existen respuestas ni buenas ni malas. La presente encuesta consta de 22 preguntas, la mayoría de ellas corresponden a preguntas abiertas, donde deben contestar aquello que consideran que responde a la pregunta.

1. ¿Qué es para usted la felicidad?

La felicidad es sentirse bien con uno mismo y con los demás, como con los hijos.

2. ¿Es feliz con su vida, familia, trabajo, etc?, ¿Por qué?

No no me siento feliz, no tuve una familia bien constituido y por eso, en general las cosas funcionan mal, por ello no soy feliz.

3. ¿Qué situaciones a usted le dá felicidad?

Estar con mi hijos y mi mamá.

4. ¿Qué cosas le dá felicidad?

El dinero. Con plata se compran huevos.

5. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría? ¿Por qué?

Compraría una familia que fuera felices, donde todos fuésemos felices. Porque en general en una familia bien constituida, se llega acuerdo, a entenderse el uno con el otro, a no herirse, y más que nada apoyarse. Saberse entender, respetarse, como todo eso.

6. ¿La felicidad es circunstancial (es sólo un momento) o es un estado permanente? Explique su respuesta.

No creo que la felicidad sea corta, todo va en una familia bien constituida, cuando hay una unión y una comprensión entre hermanos, hijos, la felicidad larga, teniendo esa familia.

7. Si la felicidad se pudiese crear ¿cómo crearía su felicidad? ¿Por qué?

Crearía una familia bien constituida.

8. ¿Cree usted que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad?

No. Ni comprar mucho ni comprar menos da felicidad comprar. Pero si lo vemos en el momento. Sí. Nos da felicidad.

9. ¿Qué es para usted el éxito? ¿Por qué?

Es sentirse grande, importante, segura. Porque con éxito o si has tenido con éxito en algo, trabajo, persona, te sientes bien como persona, te sientes importante. Que te consideran.

10. ¿Cómo cree que nuestra sociedad definiría la felicidad? ¿Por qué?

Ay, la sociedad hoy en día, piensan que todo lo que se compran o material es felicidad. La sociedad está loca!! La gente de esta sociedad vive es otra, viven de apariencia, la poca plata que tienen la invierten en objetos que realmente no son importantes.

11. ¿Cómo cree que nuestra sociedad define el éxito? ¿por qué?

La sociedad hoy dice que éxito, le llama tener autos, todo material, grandes casas, con piscina, autos, gastar dinero en ropa cara, etc.

12. ¿Cree que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrolle su idea.

Para ellos sí, es un éxito, pero no a toda la sociedad. Sino que hay grupos que piensan igual que yo.

13. ¿Usted se siente exitoso y feliz en su puesto de trabajo?, justifique

No sé si éxito. En mi caso es aprender cosas que no sabía, pero no es un éxito.

14. ¿Cree que si aumentan sus ingresos en un 65% será más feliz y exitoso? ¿Por qué?

No sería feliz ni exitoso. Pero si me ayudaría económicamente, vivir más desahogada, en eso me ayudaría.

15. ¿Qué relación hay entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad actual? Explique eventualmente la relación.

La gente se endeuda pensando que va a encontrar la felicidad y no es así. La felicidad es trabajar, comprar un computador por ejemplo es un extra, si sobra dinero. La gente se endeuda porque quiere aparentar lo que no son.

16. Según tu opinión ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?

La gente en un nivel más bajo muchas veces tiene que endeudando porque sus sueldos son muy bajos. Pero ahora si ellos se endeudan, a pesar que les alcanza el dinero con lo que ganan, y se siguen endeudando para tener una casa con mayor UF o un auto, ahí se van sobre endeudando más y más.

17. El éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Explique su respuesta

El éxito se construye con tu esfuerzo, trabajando bien, y la felicidad te la da un poco el éxito, porque te sientes bien teniendo éxito.

18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios?

La gente se lleva a trastornar por consumir, por una sociedad que no quiere ser menos que el otros. Donde una sociedad que se endeuda porque el otro tiene más que el otro, entonces se endeudan tanto que llegan a pensar en el suicidio.

19. Estudios que usted ha completado:

(Marque aquella opción que corresponda)

- a. Básica Completa
- b. Básica Incompleta
- c. Media Completa
- d. Media Incompleta
- e. Educación Técnica Superior Completa

- f. Educación Universitaria Completa
- g. Educación Universitaria Incompleta

20. A cual sistema de salud usted pertenece es:

- h. Fonasa
- i. Isapre
- j. No pertenezco a ningún sistema de salud

21. Marque aquellos electrodomésticos y/o servicios que posee

(Marque aquellas opciones que corresponda).

- k. Celular con plan
- l. Celular con prepago
- m. Teléfono fijo
- n. Internet en casa (Banda Ancha)

22. Ingreso familiar se encuentra entre:

(Marque aquella opción que corresponda)

- o. Menor a \$ 158.000 CLP
- p. \$ 158.000 a \$ 307.000 CLP
- q. \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
- r. \$ 503.001 a \$ 810.000 CLP
- s. \$ 801.001 a \$ 1.374.000 CLP
- t. \$ 1.374.001 a \$ 2.070.000 CLP
- u. \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP
- v. Igual o superior a \$ 4.386.001 CLP

Anexo N°3: Resumen focus group por grupo encuestado

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta	
Grupo 1	Tranquilidad, familia, equilibrio en distintos ámbitos, hacer lo que nos gusta
Grupo 2	Es algo abstracto distinto para cada persona. Estar bien y que las personas cercanas estén bien. Ver un atardecer, comer algo rico, estar con quienes se desea. Son momentos. Es un equilibrio entre lo que se piensa y lo que se vive y lo que se busca para sentirse bien. Tranquilidad, estar relajado aunque hayan problemas, cosas dentro de un control. Levantarme sin dolor, estar en paz y feliz. La felicidad es despertar cada día.
Grupo 3	Estado emocional, son momentos. Niveles de tranquilidad. Logro de objetivos específicos. Depende de la edad la felicidad se va dando según la edad. Es ver bien a la familia.
Grupo 4	Son momentos, son procesos, son metas. Cumplimiento de objetivos. Familia, crecer profesionalmente. No hay concepto de felicidad absoluta, no hay felicidad plena. Es algo emocional, es la sumatoria de momentos, pero van cambiando a través del tiempo.

2. ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿Por qué?	

Grupo 1	Satisfacción con lo que se hace, con lo que vive, con su pareja, tranquilidad, buen ambiente laboral. Dar tranquilidad a la familia, depende de muchas cosas, cambia en el tiempo.
Grupo 2	Son felices en promedio. Hay aspectos que no se están completos. Sí, pero son procesos de aprendizaje.
Grupo 3	Se es feliz porque se ha hecho lo que se ha propuesto hacer. Siempre hay tiempos difíciles pero se hace lo que se gusta. Si, porque se tiene todo lo que se quiere. La felicidad va en la tranquilidad de que la familia esté bien.
Grupo 4	En promedio si es feliz. Aunque se acepta que no todo es calma. La felicidad es variable en cada persona, pero se es feliz cuando se tiene un objetivo. No se puede estar 100% feliz.

3. ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?	
Grupo 1	Estar con la familia, amigos, hacer recuerdos. Ver fotografías, gatos, perros.
Grupo 2	Estar con mascotas, estar sola. Estar con la pareja, son momentos. Hacer deportes. Que las personas cercanas estén bien. Lograr objetivos que no se pensaban alcanzables. Hacer cosas reconocidas por el mundo. Logros de familiares. Escuchar música, leer un libro nuevo. Que el trabajo sea valorado. Compartir con alguien, una pelota de futbol, descansar en casa.
Grupo 3	Compartir con la familia, compartir con gente. Estar tranquila en casa. Salir de la rutina.
Grupo 4	La felicidad comienza cuando hay un umbral completo, y de ahí hay picks de felicidad. Es variable con el tiempo, hay cosas que antes no se valoraban como ahora. Tener tiempo para hacer lo que se desee. Ver feliz a mi hijo. Ser reconocido en términos laborales. Pueden ser

	cosas pequeñas como grandes. Salir en bicicleta. Estar con la familia. Cosas simples.
--	---

4. ¿Qué cosas como objetos, les da felicidad? ¿Por qué?	
Grupo 1	EL teléfono porque comunica, la cama porque es cómoda y pueden descansar. Raqueta de tenis porque energiza. Estabilidad como casa, trabajo. La pelota y jugar futbol.
Grupo 2	Casa, auto, independencia. PC como recuerdo de un ser querido. Tener cosas propias. Jugar Video Juegos. Espacio propio. Mi mascota. Planes. Jugar futbol, tocar guitarra. Compartir con personas. Momentos no hay cosas materiales que entreguen felicidad. Fotos-Momentos.
Grupo 3	Que los logros sean reconocidos por otros. Comprarse algo nuevo. Hijas. Cuando se logra algo propuesto.
Grupo 4	Intangible, la familia, la música, vivir nuevas experiencias. Tangible, auto propio, departamento, la guitarra, la bicicleta. Auto-Sensación de libertad. Un libro saber que es algo nuevo. Tabla de surf. Son medios para ser feliz. Cosas suntuarias, mascotas. Todo aquello que ayude al esparcimiento. Abstractas, la tranquilidad, la familia, las mascotas. Cosas que apoyen la felicidad momentánea y en mas tiempo como una casa. Estar cerca de la familia.

5. Si la felicidad se pudiese comprar, ¿que comprarían? ¿Por qué?	
Grupo 1	Comprar una nube, porque es apacible. Un computador, o un viaje. Experiencia. Comprar cosas para que los otros fuesen felices.

Grupo 2	Viajes. Comprar algo a seres queridos, asegurar sus vidas. Libros.
Grupo 3	No morir. Tener salud toda la vida. Retroceder el tiempo. No separarse. Curar enfermedad de un cercano.
Grupo 4	Asegurar económicamente a la familia. Viajar. Tener un hijo. Salud, dinero y amor. Comprar un departamento. Estudiar fuera del país.

6. Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta	
Grupo 1	Circunstancial. Son momentos y hay muchas cosas que sacan del estado de felicidad. Depende de la edad lo que se considere felicidad.
Grupo 2	Circunstancial. Son momentos.
Grupo 3	Circunstancial, porque son momentos.
Grupo 4	Depende, si es considerada como una línea base donde lo principal está cubierto soy feliz, y sube o baja la felicidad. Es circunstancial. Es un estado permanente, las cosas malas no logran hundir la felicidad. La felicidad depende del tiempo y las cosas que se hagan. Hay 2 tipos de emociones primarias y secundarias, si las primarias están cubiertas eres siempre feliz, y cuando hay secundarias eres más feliz.

7. ¿Si la felicidad se pudiese crear, ¿Cómo o qué la crearían? ¿Por qué?	
Grupo 1	Tener un terreno y hacer una casa, cosechar y tener animales, generar mis propias cosas. Refugio de animales, crear cosas dulces. Crear cosas que generen felicidad a mí y a los demás. Crear un festival de música para que todos sean felices. Un espacio para todos.

Grupo 2	Generar un parque de diversiones para mascotas. Cura al sida, diversiones para todos. No haría nada. Tele-transportación. Depende de cada persona, la felicidad de uno no es la misma para el otro.
Grupo 3	Algo que aboliera el sistema de mercado y tanta injusticia, volver a lo básico. Crear un nuevo país. Paz y amor, consideración y consciencia para crear un mundo mejor. Evitar la muerte de los niños en África por hambre.
Grupo 4	La felicidad se puede crear y se crea en el día a día es una decisión ser feliz. La felicidad se crea buscando buenos momentos. Encontrar la cura al familiar. No ansiar lo que tiene el resto. Tener metas propias y disfrutarlas. Se crearía una línea base tangible intangible. Crear aquellas situaciones que haga sentir más cómodo o contento a cada uno.

8. ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta	
Grupo 1	Si cuando te das un gusto. Al pagarlo no. No compras compulsivas no generan expectativas. Pueden o no hacer felicidad. Sí.
Grupo 2	Si se puede sí. Depende si se puede pagar, si generan felicidad momentánea.
Grupo 3	Sí, es un estado de felicidad momentánea. Luego vienen los remordimientos.
Grupo 4	Quizás dan un pick de felicidad, es un momento. No es felicidad sino satisfacción momentánea. Causan Frustración si no se pueden pagar.

9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?	
Grupo 1	Lograr algo que los demás puedan recordar. Lograr algo propio. Superar una meta, impuesta o no por los demás.
Grupo 2	Reconocimiento del resto. No se puede ser exitoso en todos los ámbitos. Éxito es hacer planes y cumplirlos.
Grupo 3	Poder ser independiente y no depender de nada ni nadie. Depende de cada persona, pero puede ser lograr objetivos en la vida, lograr tener algo que satisfagan, poder de decidir las propias cosas. Proponer metas por si mismo. Haber criado a las hijas con las dificultades que se tenían.
Grupo 4	Es algo paralelo con la felicidad, si las cosas se dan, eres feliz y exitoso. Depende del control que tengas en las cosas. El éxito es cuando se siente bien haciendo lo que hace. El éxito se puede proyectar y seguir siendo algo que no es éxito a nivel personal. El éxito es cumplir objetivos en la vida, pero es algo personal.

10. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Y por qué?	
Grupo 1	La sociedad define tener mucho dinero. Está estereotipado, la clase alta tiene dinero, es feliz, la clase baja no tiene dinero, no es feliz. Depende del tiempo, estereotipos antiguos tienen conceptos distintos o tradicionales de felicidad, hoy la felicidad es más tecnológica. Alcanzar metas tradicionales o estereotipadas.
Grupo 2	está estereotipada, ser exitoso es tener la familia perfecta, la casa, los hijos, buen colegio, la familia y el perro. La sociedad impone que para ser feliz hay que tener profesión. Hay modelos de felicidad e los comerciales. Y la felicidad está impuesta por etapas de la vida.

Grupo 3	Se relaciona con cuantas cosas materiales, se compite mucho entre personas.
Grupo 4	El mercado define una felicidad estereotipada de los años 80. Se mide en cuanto tienes. Hay una competencia, y hay que siempre ganar al resto.

11. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué?	
Grupo 1	Según un estándar, ser el mejor en el colegio, la universidad, trabajo, etc. En cantidad de cosas materiales. Está estereotipada. Se es exitoso según la línea de tiempo. Cosas que te puedes comprar. Hay 2 visiones, jóvenes y tradicionales, tener cosas. La más joven es viajar. Pero se mide en cosas materiales.
Grupo 2	Dinero y cosas materiales. El éxito se mide en demostrar al otro lo que se logró.
Grupo 3	Es un estereotipo, de quien tiene más dinero más cosas tiene y más feliz y exitoso es. Se mide en cuantas cosas materiales puede tener. Se asume que alguien profesional es exitoso en todos sus aspectos, porque puede comprarse todo lo que quiere.
Grupo 4	Es una definición del mercado. Tener cosas. Ganar, vivir en una competencia con el resto.

12. ¿Creen que poseer bienes "Cosas" es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas	
Grupo 1	Si
Grupo 2	Si, el éxito se mide en cosas materiales.
Grupo 3	Sí. Los futbolistas son el mejor ejemplo.
Grupo 4	Sí, siempre y cuando sean cosas logradas, cuando es heredado no es tan exitoso. Si, la gente se endeuda porque piensa que así será más exitoso.

13. ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en su puesto de trabajo? Explique sus ideas.	
--	--

Grupo 1	Si, pero siempre se espera más, hay aspectos que se pueden seguir mejorando. Se es feliz pero no se sienten exitosos hoy, hay que esperar los resultados futuros. Depende de cada persona, pero sí según sus expectativas.
Grupo 2	Si, se es feliz, pero exitoso de vez en cuando, cuando se logran metas o hay un aprendizaje.
Grupo 3	Sí, porque hago lo que quiero y hay libertad para hacer otras cosas. Si hay tiempo para criar a mi hija tranquilidad. Tranquilidad de estar en casa y hago lo que se desea.
Grupo 4	Si, se realiza lo que se quiere y se construye el largo plazo. Se encuentra valor a lo que se hace. Se logra hacer cosas que otros no pueden. No, porque no es lo que me gustaría hacer.

14. ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?	
Grupo 1	Si, se sentirían más exitosos y felices, siempre que venga como un reconocimiento de un buen trabajo. No necesariamente más exitoso, pero más feliz.
Grupo 2	Sí. Se sentirían felices pero no exitosos. Estarían más tranquilos. Si siempre y cuando sea un reconocimiento.
Grupo 3	NO, significa que debiese trabajar más y eso es menos tiempo, en caso contrario si sería feliz.
Grupo 4	Sí, porque es una forma de alcanzar las metas más rápido. NO es directamente proporcional. NO, se pueden hacer más cosas, pero no sería más feliz. Depende si otras variables no cambian, porque si debo intercambiar tiempo libre, ya no me haría feliz.

<p>15. ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.</p>	
<p>Grupo 1</p>	<p>Si se relacionan porque se compra aquellos que no se puede comprar en el momento. Depende del momento al comprar se es feliz, al pagar no se es feliz. Comprar es un momento de felicidad. Son inversamente proporcionales, sería una preocupación. La gente no se endeuda porque es feliz, sino que es algo cultural, la televisión educa a endeudarse. El endeudamiento en si no genera felicidad.</p>
<p>Grupo 2</p>	<p>Inversamente proporcional. Tener deudas es incómodo y no se es feliz. Hay casos y casos, casos que con deudas siguen siendo felices.</p>
<p>Grupo 3</p>	<p>Si, la gente piensa que comprando más cosas se es más feliz. Pero no se dan cuenta que luego están muy endeudados.</p>
<p>Grupo 4</p>	<p>Si lo gastado es menor a la satisfacción hay una relación positiva. Nos endeudamos para mantener un nivel. El endeudamiento no hace feliz a las personas.</p>

<p>16. Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?</p>	
<p>Grupo 1</p>	<p>Sentirse exitoso. El medio te pinta exitoso y te hace comprar, hasta que llegan las deudas. El sistema simplifica las cosas, dice que el dinero es felicidad, dado que da libertad para hacer cosas. El endeudamiento comienza desde los estudios universitarios.</p>

Grupo 2	Hay situaciones que llevan a endeudarse, ej. Estudiar. Es fácil endeudarse en Chile, no hay cultura. Malas prioridades.
Grupo 3	La publicidad, genera necesidades inexistentes. Facilidades de dar crédito. Que la gente compra sin necesidad. Las tarjetas aguantan mucho. El sistema capitalista.
Grupo 4	Cumplir con estándares exigidos. Una sociedad aspiracional que se ha convertido en una droga. El mercado es el culpable de crear necesidades. Medios de Comunicación.

17. ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas	
Grupo 1	NO. El éxito trae felicidad, pero la felicidad no trae al éxito precisamente. Cumplir una meta hace sentir exitoso, pero no necesariamente feliz.
Grupo 2	Sí. Cuando ser exitoso se sobrepuso al ser feliz. Depende del punto de vista. No, si hay éxito se es feliz.
Grupo 3	No deberían contraponerse, pero existen casos como las estrellas de Hollywood. No se contraponen porque el éxito trae felicidad.
Grupo 4	Sí, pero depende de lo que se considere exitoso, para el resto o para uno mismo. Depende cuanto se sacrificó para ser exitoso.

<p>18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas</p>	
<p>Grupo 1</p>	<p>Trabajar en cosas que no le gustan. Depende del concepto de felicidad para cada persona. Demasiadas cargas, deudas, trabajo, etc. No valorar las cosas de la vida. No saber el centro de su vida. Las prioridades de las personas, hay una sensación que todos te estafan o embaucan.</p>
<p>Grupo 2</p>	<p>Exceso de trabajo, el sistema que te impone ciertos estándares de felicidad, que no todos pueden lograr. Falta de comunicación, admitir que se necesita ayuda. El internet es una nueva capa de comunicación y de generar una pantalla. No hay suficiente tiempo para hacer cosas que realmente sea interesantes para las personas. Especialistas en el tema son caros y es un tema tabú.</p>
<p>Grupo 3</p>	<p>Son muchas horas de trabajo. Intentar ser éxito en ámbitos materiales y no darse tiempo para sí mismo. Auto-exigencia. La rutina.</p>
<p>Grupo 4</p>	<p>Las necesidades básicas no están cubiertas, hay que endeudarse para tener cierto nivel de satisfacción. Bombardeo de la inmediatez. Mezcla de medios, estado proteccionista. Frustración de no tener todo lo que se quiere. Injusticias de vivir, jornadas largas de trabajo, no encontrar trabajo, tener familias grandes, expectativas del medio.</p>

Anexo N°4: Análisis de conceptos

1. ¿Qué es para ustedes la felicidad? Explique su respuesta		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Tranquilidad, familia, equilibrio en distintos ámbitos, hacer lo que	Tranquilidad	Familia esté bien	Equilibrio	Hacer lo que se desee		
Grupo 2	Es algo abstracto distinto para cada persona. Estar bien y que las personas cercanas estén bien. Ver un atardecer, comer algo rico, estar con quienes se desea. Son momentos. Es un equilibrio entre lo que se piensa y lo que se vive y lo que se busca para sentirse bien. Tranquilidad, estar relajado aunque hayan problemas, cosas dentro de un control. Levantarme sin dolor, estar en paz y feliz. La felicidad es despertar cada día.	Subjetivo	Que los cercanos estén bien	Momentos	Equilibrio	Tranquilidad	Tener cosas bajo control
Grupo 3	Estado emocional, son momentos. Niveles de tranquilidad. Logro de objetivos específicos. Depende de la edad la felicidad se va dando según la edad. Es ver bien a la familia.	Estado emocional	Tranquilidad	Logro de Objetivos	Estar bien en familia		
Grupo 4	Son momentos, son procesos, son metas. Cumplimiento de objetivos. Familia, crecer profesionalmente. No hay concepto de felicidad absoluta, no hay felicidad plena. Es algo emocional, es la sumatoria de momentos, pero van cambiando a través del tiempo.	Momentos	Cumplimiento de objetivos	NO existe la felicidad absoluta	Estado emocional		

2. ¿Son felices con sus vidas, trabajo, familia, etc.? ¿ Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Satisfacción con lo que se hace, con lo que vive, con su pareja, tranquilidad, buen ambiente laboral. Dar tranquilidad a la familia, depende de muchas cosas, cambia en el tiempo.	Satisfacción con lo que se hace (términos laborales), vida, pareja, etc.	Tranquilidad con la familia	Depende de muchos factores	Aspecto cambiante con el tiempo		
Grupo 2	Son felices en promedio. Hay aspectos que no se están completos	Son felices en promedio	No se puede ser feliz en todos los aspectos				
Grupo 3	Se es feliz porque se ha hecho lo que se ha propuesto hacer. Siempre hay tiempos difíciles pero se hace lo que se gusta. Si, porque se tiene todo lo que se quiere. La felicidad va en la tranquilidad de que la familia esté bien.	Se es feliz porque se han cumplido Metas	Si, aunque hayan momentos difíciles	Se hace lo que se quiere	Se está tranquilo cuando la familia está bien		
Grupo 4	En promedio si es feliz. Aunque se acepta que no todo es calma. La felicidad es variable en cada persona, pero se es feliz cuando se tiene un objetivo. No se puede estar 100% feliz.	En promedio si	Felicidad es variable en cada persona	Se es feliz cuando se logran objetivos	No se puede ser feliz 100%		

3. ¿Qué situaciones les da felicidad? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Estar con la familia, amigos, hacer recuerdos. Ver fotografías, gatos, perros.	Familia	Amigos	Ver fotografías (recuerdos)	Animales (Mascotas)		
Grupo 2	Estar con mascotas, estar sola. Estar con la pareja, son momentos. Hacer deportes. Que las personas cercanas estén bien. Lograr objetivos que no se pensaban alcanzables. Hacer cosas reconocidas por el mundo. Logros de familiares. Escuchar música, leer un libro nuevo. Que el trabajo sea valorado. Compartir con alguien. una pelota de futbol, descansar en casa.	Animales (mascotas)	Hobbies (leer, escuchar música, hacer deporte)	Compartir con amigos	Personas cercanas estén bien	Lograr objetivos	Hacer Cosas reconocidas por los demás
Grupo 3	Compartir con la familia, compartir con gente. Estar tranquila en casa. Salir de la rutina.	Compartir en familia	Compartir con amigos	Estar Tranquila en casa	Salir de la rutina		
Grupo 4	La felicidad comienza cuando hay un umbral completo, y de ahí hay picks de felicidad. Es variable con el tiempo, hay cosas que antes no se valoraban como ahora. Tener tiempo para hacer lo que se desee. Ver feliz a mi hijo. Ser reconocido en términos laborales. Pueden ser cosas pequeñas como grandes. Salir en bicicleta. Estar con la familia. Cosas simples.	Tener tiempo para hacer lo que se desee	Estar con familia	Ser reconocido en términos laborales	Hacer deportes (Bicicleta)		

4. ¿Qué cosas como objetos, les da felicidad? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	EL teléfono porque comunica, la cama porque es cómoda y pueden descansar. Raqueta de tenis porque energiza. Estabilidad como casa, trabajo. La pelota y jugar futbol.	Teléfono (comunica)	Cama (comodidad y descanso)	Raqueta de tenis (energía)	Estabilidad en el trabajo y hogar	Jugar Fútbol	
Grupo 2	Casa, auto, independencia. PC como recuerdo de un ser querido. Tener cosas propias. Jugar Video Juegos. Espacio propio. Mi mascota. Planes. Jugar futbol, tocar guitarra. Compartir con personas. Momentos no hay cosas materiales que entreguen felicidad. Fotos-Momentos.	Casa (tranquilidad) Auto (Independencia)	Momentos (fotografías)	Computador (recuerdo ser querido)	Cosas Propias	Jugar Video Juegos, tocar guitarra	Compartir con personas
Grupo 3	Que los logros sean reconocidos por otros. Comprarse algo nuevo. Hijas. Cuando se logra algo propuesto.	Reconocimiento de logros por otros	Comprarse algo nuevo	Hijas	Logro de un objetivo		
Grupo 4	Intangible, la familia, la música, vivir nuevas experiencias. Tangible, auto propio, departamento, la guitarra, la bicicleta. Auto-Sensación de libertad. Un libro saber que es algo nuevo. Tabla de surf. Son medios para ser feliz. Cosas suntuarias, mascotas. Todo aquello que ayude al esparcimiento. Abstractas, la tranquilidad, la familia, las mascotas. Cosas que apoyen la felicidad momentánea y en mas tiempo como una casa. estar cerca de la familia.	Familia	Vivir nuevas experiencias	Casa (tranquilidad) Auto (Independencia)	Guitarra, bicicleta	Objetos que ayuden al esparcimiento	

5. Si la felicidad se pudiese comprar, ¿qué comprarían? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Comprar una nube, porque es apacible. Un computador, o un viaje. Experiencia. Comprar cosas para que los otros fuesen felices.	Una Nube, apacible	Un computador	Viaje (Experiencia)	Comprar algo para que todos fuesen felices		
Grupo 2	Viajes. Comprar algo a seres queridos, asegurar sus vidas. Libros.	Viajes	Comprar algo para seres queridos	Asegurar la vida de los cercanos	Comprar libros		
Grupo 3	No morir. Tener salud toda la vida. Retroceder el tiempo. No separarse. Curar enfermedad de un cercano.	No morir	Salud para toda la vida	Retroceder en el tiempo	No separarse	Curar la enfermedad de un cercano	
Grupo 4	Asegurar económicamente a la familia. Viajar. Tener un hijo. Salud, dinero y amor. Comprar un departamento. Estudiar fuera del país.	Asegurar económicamente la vida de un familiar	viajes	Salud, amor y dinero	Un Departamento	Estudiar fuera del país	

6. Según sus opiniones ¿La felicidad es algo circunstancial o un estado permanente? Explique su respuesta							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Circunstancial. Son momentos y hay muchas cosas que sacan del estado de felicidad. Depende de la edad lo que se considere felicidad.	Circunstancial	Momentos	Depende de la edad			
Grupo 2	Circunstancial. Son momentos.	Circunstancial	Momentos				
Grupo 3	Circunstancial, porque son momentos.	Circunstancial	Momentos	Depende de la edad			
Grupo 4	Depende, si es considerada como una línea base donde lo principal está cubierto soy feliz, y sube o baja la felicidad. Es circunstancial. Es un estado permanente, las cosas malas no logran hundir la felicidad. La felicidad depende del tiempo y las cosas que se hagan. Hay 2 tipos de emociones primarias y secundarias, si las primarias están cubiertas eres siempre feliz, y cuando hay secundarias eres más feliz.	Circunstancial	Depende de mi necesidades básicas	estado permanente			

7. ¿Si la felicidad se pudiese crear, ¿Cómo o qué crearían? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	tener un terreno y hacer una casa, cosechar y tener animales, generar mis propias cosas. Refugio de animales, crear cosas dulces. Crear cosas que generen felicidad a mi y a los demás. Crear un festival de música para que todos sean felices. Un espacio para todos.	Un terreno, hacer una casa y cosechar y criar animales	refugio de animales	cosas dulces	cosas que generen felicidad propia y a los demás	Festival de música para todos	Un espacio para todos
Grupo 2	Generar un parque de diversiones para mascotas. Cura al sida, diversiones para todos. No haría nada. teletransportación.. Depende de cada persona, la felicidad de uno no es la misma para el otro.	Parque de Diversiones para mascotas	Cura al sida	Diversiones para todo	No harían nada	Depende de cada persona, porque la felicidad es subjetiva	
Grupo 3	Algo que aboliera el sistema de mercado y tanta injusticia, volver a lo básico. Crear un nuevo país. Paz y amor, consideración y consciencia para crear un mundo mejor. Evitar la muerte de los niños en África por hambre.	Abolición del sistema de mercado y la injusticia	Crear un nuevo país	Paz, amor y consideración a los demás	Evitar la muerte de los niños en África		
Grupo 4	La felicidad se puede crear y se crea en el día a día es una decisión ser feliz. La felicidad se crea buscando buenos momentos. Encontrar la cura al familiar. No ansiar lo que tiene el resto. Tener metas propias y disfrutarlas. Se crearía una línea base tangible intangible. Crear aquellas situaciones que haga sentir más cómodo o contento a cada uno.	Es una decisión propia ser feliz no se crea	Buscando buenos momentos	Curar a un familiar	No ansiar lo que tiene el resto	Tener metas propias y disfrutarlas	

8. ¿Creen ustedes que las compras impulsivas/compulsivas provocan felicidad? Explique su respuesta							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Si cuando te das un gusto. Al pagarlo no. No compras compulsivas no generan expectativas. Pueden o no hacer felicidad. Sí.	Si, Para darse un gusto	No, Compras compulsivas no generan expectativas	Si, aunque puede o no dar felicidad			
Grupo 2	Si se puede si. Depende si se puede pagar, si generan felicidad momentánea.	Si	Depende del costo y como pagarlo	Generan felicidad momentánea			
Grupo 3	Si, es un estado de felicidad momentánea. Luego vienen los remordimientos.	Si, Generan felicidad momentánea	Si y no, pagarlo no genera felicidad				
Grupo 4	Quizás dan un pick de felicidad, es un momento. No es felicidad sino satisfacción momentánea. Causan Frustración si no se pueden pagar.	Si, Generan felicidad momentánea	No es felicidad, sino satisfacción momentánea	Si no se puede pagar, es una felicidad momentánea y luego genera frustración			

9. ¿Qué es para ustedes el éxito? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Lograr algo que los demás puedan recordar. Lograr algo propio. Superar una meta, impuesta o no por los demás.	Hacer algo que los demás puedan recordar	Lograr algo propio	Cumplimiento de metas, propias o impuestas			
Grupo 2	reconocimiento del resto. No se puede ser exitoso en todos los ámbitos. Éxito es hacer planes y cumplirlos.	Reconocimiento del resto	Cumplimiento de metas, propias o impuestas				
Grupo 3	poder ser independiente y no depender de nada ni nadie. Depende de cada persona, pero puede ser lograr objetivos en la vida, lograr tener algo que satisfagan, poder de decidir las propias cosas. Proponer metas por si mismo. Haber criado a las hijas con las dificultades que se tenían.	Poder son independiente en diversos ámbitos	Logro de objetivos	Poder decidir	Haber criado a hijas a pesar de las dificultades		
Grupo 4	Es algo paralelo con la felicidad, si las cosas se dan, eres feliz y exitoso. Depende del control que tengas en las cosas. El éxito es cuando se siente bien haciendo lo que hace. El éxito se puede proyectar y seguir siendo algo que no es éxito a nivel personal. El éxito es cumplir objetivos en la vida, pero es algo personal.	Algo paralelo a la felicidad	Si se es exitoso se es feliz	Haciendo lo que se desea hacer	El éxito se puede proyectar y no ser cierto	cumplir objetivos en la vida, pero de manera personal	

10. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define felicidad? ¿Y por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	La sociedad define tener mucho dinero. Está estereotipado, la clase alta tiene dinero, es feliz, la clase baja no tiene dinero, no es feliz. Depende del tiempo, estereotipos antiguos tienen conceptos distintos o tradicionales de felicidad, hoy la felicidad es más tecnológica. Alcanzar metas tradicionales o estereotipadas.	Tener dinero	Cumplir un estereotipo de clase alta.	Depende de la edad, hay estereotipos viejos y nuevos			
Grupo 2	está estereotipada, ser exitoso es tener la familia perfecta, la casa, los hijos, buen colegio, la familia y el perro. La sociedad impone que para ser feliz hay que tener profesión. Hay modelos de felicidad e los comerciales. Y la felicidad está impuesta por etapas de la vida.	Cumplir un estereotipo de clase alta.	Se impone para ser feliz, tener profesión	Lo que muestra los comerciales	Hay felicidades impuestas según etapas de la vida		
Grupo 3	Se relaciona con cuantas cosas materiales, se compite mucho entre personas.	Se relaciona fuertemente con lo que se posee materialmente	Ganar al otro (competir)				
Grupo 4	El mercado define una felicidad estereotipada de los años 80. Se mide en cuanto tienes. Hay una competencia, y hay que siempre ganar al resto.	Cumplir un estereotipo de clase alta.	Se mide en cuanto tienes	Ganar al resto			

11. ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad define el éxito? ¿Por qué?		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Según un estándar, ser el mejor en el colegio, la universidad, trabajo, etc. En cantidad de cosas materiales. Está estereotipada. Se es exitoso según la línea de tiempo. Cosas que te puedes comprar. Hay 2 visiones, jóvenes y tradicionales, tener cosas. La más joven es viajar. Pero se mide en cosas materiales.	Según un estándar, está estereotipada.	Hay diferentes éxitos según la edad	Cantidad de cosas materiales que se pueden comprar			
Grupo 2	Dinero y cosas materiales. El éxito se mide en demostrar al otro lo que se logró.	Dinero	Cosas Materiales	Demostrar al otro lo que se logró o consiguió			
Grupo 3	Es un estereotipo, de quien tiene más dinero más cosas tiene y más feliz y exitoso es. Se mide en cuantas cosas materiales puede tener. Se asume que alguien profesional es exitoso en todos sus aspectos, porque puede comprarse todo lo que quiere.	Estereotipo, quien es más adinerado, es más feliz y exitoso	Cosas materiales que se pueden tener	Se asume que un profesional es exitoso en todos los aspectos, puede comprar			
Grupo 4	Es una definición del mercado. Tener cosas. Ganar, vivir en una competencia con el resto.	Definición del mercado	Tener cosas	Ganarle al resto			

12. ¿Creen que poseer bienes “Cosas” es un sinónimo o una característica de éxito para la sociedad chilena? Desarrollen sus ideas							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Si						
Grupo 2	Si, el éxito se mide en cosas materiales.						
Grupo 3	Si. Los futbolistas son el mejor ejemplo.						
Grupo 4	Si, siempre y cuando sean cosas logradas, cuando es heredado no es tan exitoso. Si, la gente se endeuda porque piensa que así será más exitoso.						

13. ¿Ustedes se sienten exitosos y felices en sus puestos de trabajo? Explique sus ideas.							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Si, pero siempre se espera más, hay aspectos que se pueden seguir mejorando. Se es feliz pero no se sienten exitosos hoy, hay que esperar los resultados futuros. Depende de cada persona, pero sí según sus expectativas.	Si, pero siempre se puede más.	Feliz, pero no exitoso.	Feliz, pero espera ver el fruto de su esfuerzo	Depende de cada persona, pero si, según sus expectativas.		
Grupo 2	Si, se es feliz, pero exitoso de vez en cuando, cuando se logran metas o hay un aprendizaje.	Si, de vez en cuando. Cuando se logran metas					
Grupo 3	Si, porque hago lo que quiero y hay libertad para hacer otras cosas. Si hay tiempo para criar a mi hija tranquilidad. Tranquilidad de estar en casa y hago lo que se desea.	Si, porque se hace lo que se quiere.	Si porque pudo criar a sus hijas.	Si porque se siente tranquila y hace lo que quiere			
Grupo 4	Si, se realiza lo que se quiere y se construye el largo plazo. Se encuentra valor a lo que se hace. Se logra hacer cosas que otros no pueden. No, porque no es lo que me gustaría hacer.	Si, porque se siente tranquila y hace lo que quiere.	No porque no es lo que le gusta				

14. ¿Creen ustedes que si aumentan sus ingresos en un 65% serían más felices y exitosos? ¿Por qué?							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Si, se sentirían más exitoso y feliz, siempre que venga como un reconocimiento de un buen trabajo. No necesariamente más exitoso, pero más feliz.	Si. Siempre y cuando venga del reconocimiento de un buen trabajo.	No necesariamente exitoso, pero si feliz				
Grupo 2	Si. Se sentirían felices pero no exitosos. Estarían más tranquilos. Si siempre y cuando sea un reconocimiento.	Si feliz, pero no exitoso.	Más tranquilo	Si, siempre y cuando sea un reconocimiento			
Grupo 3	NO, significa que debiese trabajar más y eso es menos tiempo, en caso contrario si sería feliz.	NO. Porque significa trabajar más y tener menos tiempo.	Si, si es que todo se mantuviese igual. (no aumentar carga laboral)				
Grupo 4	Si, porque es una forma de alcanzar las metas más rápido. NO es directamente proporcional. NO, se pueden hacer más cosas, pero no sería mas feliz. Depende si otras variables no cambian, porque si debo intercambiar tiempo libre, ya no me haría feliz.	Si, forma de alcanzar las metas más rápido.	Si, pero no se sentiría feliz de manera proporcional.	Se pueden hacer más cosas, pero no sería más feliz.	Si, si no es un intercambio de tiempo libre vs tiempo laboral		

15. ¿Qué relación si es que la hubiese, usted cree que existe entre la felicidad y el endeudamiento en nuestra sociedad chilena? Explique eventualmente la relación.							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Si se relacionan porque se compra aquellos que no se puede comprar en el momento. Depende del momento al comprar se es feliz, al pagar no se es feliz. Comprar es un momento de felicidad. Son inversamente proporcional, sería una preocupación. La gente no se endeuda porque es feliz, sino que es algo cultural, la televisión educa a endeudarse. el endeudamiento en si no genera felicidad.	Si se relacionan, se endeudan por cosas que no pueden tener en el momento	Al comprar se es feliz, al pagar no se es feliz	Es inversamente proporcional, es una preocupación	La gente no se endeuda por ser feliz, sino que es algo cultural	La televisión educa a endeudarse	El endeudarse en si no genera felicidad
Grupo 2	Inversamente proporcional. Tener deudas es incomodo y no se es feliz. Hay casos y casos, casos que con deudas siguen siendo felices.	Inversamente proporcional	Tener deudas es incómodo y no se relaciona con la felicidad	hay casos que personas con deudas siguen siendo felices			
Grupo 3	Si, la gente piensa que comprando más cosas se es más feliz. Pero no se dan cuenta que luego están muy endeudados.	Si, la gente piensa que comprando será más feliz					
Grupo 4	Si lo gastado es menor a la satisfacción hay una relación positiva. Nos endeudamos para mantener un nivel. El endeudamiento no hace feliz a las personas.	Si siempre que lo gastado sea menor a la satisfacción entregada.	Nos endeudamos para mantener un nivel	El endeudamiento no hace feliz a las personas			

16. Según sus opiniones ¿Cuáles son las razones del endeudamiento/sobreendeudamiento y consumismo en Chile?							
		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Sentirse exitoso. El medio te pinta exitoso y te hace comprar, hasta que llegan las deudas. El sistema simplifica las cosas, dice que el dinero es felicidad, dado que da libertad para hacer cosas. El endeudamiento comienza desde los estudios universitarios.	Sentirse exitoso	El medio muestra aquel que es exitoso el que puede comprar mucho, sin importar su salud financiera	El sistema simplifica el mundo, y dice que el dinero es felicidad dado que da libertad de hacer todo lo que se propone	El endeudamiento comienza con los estudios Universitarios		
Grupo 2	Hay situaciones que llevan a endeudarse, ej. Estudiar. Es fácil endeudarse en Chile, no hay cultura. Malas prioridades.	Hay situaciones que llevan a endeudarse	Es fácil endeudarse en Chile, no hay cultura	Malas prioridades			
Grupo 3	La publicidad, genera necesidades inexistentes. Facilidades de dar crédito. Que la gente compra sin necesidad. Las tarjetas aguantan mucho. El sistema capitalista.	La publicidad, genera necesidades inexistentes	Facilidades de crédito	La gente compra sin necesidad	Las tarjetas de crédito aguantan mucho	El sistema capitalista	
Grupo 4	Cumplir con estándares exigidos. Una sociedad aspiracional que se ha convertido en una droga. El mercado es el culpable de crear necesidades. Medios de Comunicación.	Cumplir estándares exigidos	una sociedad aspiracional	el mercado es el culpable de crear necesidades	Medios de Comunicación		

17. ¿Creen ustedes que el éxito se contrapone con el concepto de felicidad? Expliquen sus respuestas		Conceptos Asociados					
Grupo 1	NO. El éxito trae felicidad, pero la felicidad no trae al éxito precisamente. Cumplir una meta hace sentir exitoso, pero no necesariamente feliz.	El éxito trae felicidad pero no necesariamente se da al contrario					
Grupo 2	Si. Cuando ser exitoso se sobrepuso al ser feliz. Depende del punto de vista. No, si hay éxito se es feliz.	Si, Cuando ser éxito se contrapone a ser feliz.	No, si hay éxito se es feliz				
Grupo 3	No deberían contraponerse, pero existen casos como las estrellas de Hollywood. No se contrapone porque el éxito trae felicidad.	No deberían contraponerse, pero hay casos especiales.	No se contrapone				
Grupo 4	Si, pero depende de lo que se considere exitoso, para el resto o para uno mismo. Depende cuanto se sacrificó para ser exitoso.	Si, pero depende de lo que se considere exitoso.	Depende de lo que se sacrificó para ser exitoso				

18. ¿A que le atribuye usted el aumento progresivo de los trastornos de salud mental y suicidios? Expliquen sus respuestas

		Conceptos Asociados					
Grupo 1	Trabajar en cosas que no le gustan. Depende del concepto de felicidad para cada persona. Demasiadas cargas, deudas, trabajo, etc. No valorar las cosas de la vida. No saber el centro de su vida. Las prioridades de las personas, hay una sensación que todos te estafan o embaucan.	Trabajar en cosas que no agradan	Depende del concepto de felicidad de cada persona	Demasiadas cargas, deudas, trabajo, etc.	No valorar las cosas que se tienen en la vida.	No conocer el centro de la vida.	Las prioridades, y sensaciones de engaño.
Grupo 2	Exceso de trabajo, el sistema que te impone ciertos estándares de felicidad, que no todos pueden lograr. Falta de comunicación, admitir que se necesita ayuda. El internet es una nueva capa de comunicación y de generar una pantalla. No hay suficiente tiempo para hacer cosas que realmente sea interesantes para las personas. Especialistas en el tema son caros y es un tema tabú.	Exceso de trabajo	El sistema impone ciertos estándares de felicidad, que no todos pueden lograr	falta de comunicación, no aceptar ayuda.	Internet es una capa nueva para no comunicarnos y generar pantallas.	No hay tiempo para hacer las cosas que realmente interesan	Los especialistas en los temas son caros y es un tema tabú.
Grupo 3	Son muchas horas de trabajo. Intentar ser éxito en ámbitos materiales y no darse tiempo para si mismo. Auto-exigencia. La rutina.	Muchas horas en el trabajo	Intentar ser exitoso en ámbitos materiales y no darse tiempo para si mismo	Auto-exigencia	rutina		
Grupo 4	Las necesidades básicas no están cubiertas, hay que endeudarse para tener cierto nivel de satisfacción. Bombardeo de la inmediatez. Mezcla de medios, estado proteccionista. Frustración de no tener todo lo que se quiere. Injusticias de vivir, jornadas largas de trabajo, no encontrar trabajo, tener familias grandes, expectativas del medio.	Necesidades básicas no cubiertas, hay que endeudarse para tener cierto nivel de satisfacción	Bombardeo de la inmediatez	Mezcla de medios y estado proteccionista	Frustración de no tener todo lo que se quiere	Injusticia de vivir en un país que no asegura nada	Muchas horas de trabajo, no poder encontrar uno, grandes familias. Expectativas del medio

Anexo N°5: Encuesta exploratoria – Google form

10/11/2017

Encuesta de percepción

Encuesta de percepción

La siguiente encuesta es parte de un estudio para el desarrollo de una memoria de pregrado. Donde se busca conocer los factores que nos generan felicidad y aquellos que nos generan preocupaciones. Te invito a ser parte de este estudio. Recordamos que la encuesta es totalmente anónima, siéntete libre de ser lo más honesto posible. No tomará más de 5 minutos.

*Required

1. Edad *

2. Estudios *

Mark only one oval.

- Básica incompleta
- Básica completa
- Media incompleta
- Media completa
- Técnico profesional incompleta
- Técnico profesional completa
- Universitario completa
- Universitario incompleta
- Post grado incompleto
- Post grado completo

3. Su previsión de salud es: *

Mark only one oval.

- Fonasa
- Isapre
- No pertenezco a ningún sistema de salud

4. ¿Posee vehículo propio?

Mark only one oval.

- SI
- No

https://docs.google.com/forms/d/1UUyWg-kHxP_RG5ohjq6v7LE0mR5QfoBFpXTbTpVc5ZQ/edit

1/8

5. Respecto a su vivienda: **Mark only one oval.*

- Arrenda
- Es propia con pago de dividendo
- Es propia sin pago de dividendo
- Vive con un familiar/amigo, pero no paga por concepto de alojamiento
- Other: _____

6. Su vivienda posee una superficie (tamaño) igual a: **Mark only one oval.*

- Menor o igual a 21 mts²
- 22 mts² a 43 mts²
- 44 mts² a 65 mts²
- 66 mts² a 87 mts²
- 88 mts² a 109 mts²
- 110 mts² a 131 mts²
- 132 mts² a 153 mts²
- 154 mts² a 175 mtrs²
- 176 mts² a 197 mts²
- 198 mts² a 219 mts²
- 220 mts² a 241 mts²
- Mayor a 242 mts²

7. ¿Cuántas personas viven en su hogar? **Mark only one oval.*

- 1 a 2 personas
- 3 a 4 personas
- 5 a 6 personas
- 7 a 8 personas
- Sobre 9 personas

8. Su nivel de ingreso familiar se encuentra en el siguiente rango : *

Corresponde a la suma de todos los ingresos de las personas que viven en el hogar
Mark only one oval.

- Menor \$ 158.000 CLP
- \$ 158.000 a \$ 307.000 CLP
- \$ 307.001 a \$ 503.000 CLP
- \$ 503.001 a \$ 762.434 CLP
- \$ 762.454 CLP a \$ 810.000 CLP
- \$ 810.001 a \$ 1.374.000 CLP
- \$ 1.374.001 a \$ 1.710.000 CLP
- \$ 1.710.833 a \$ 2.070.000 CLP
- \$ 2.070.001 a \$ 4.386.000 CLP
- Mayor a \$4.387.000 CLP

Bienestar Personal

Queremos saber si los chilenos logramos descansar lo suficiente, estamos sanos, podemos estar en familia, somos felices, etc.

9. Basado en su jornada laboral y/o diaria ¿Cuántas comidas logra consumir al día? *

Mark only one oval.

- 2
- 3
- 4
- Más de 5

10. ¿Cuántas horas usted logra descansar durante la noche? *

Mark only one oval.

- Menos de 3 horas
- 4 a 5 horas
- 6 a 8 horas
- Más de 8 horas

11. ¿Usted se encuentra diagnosticado con alguna de estas enfermedades? *

Puede responder más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Resistencia a la insulina
- Hipertensión
- Diabetes
- Migraña o jaqueca
- Colon irritable
- No poseo ninguna de estas enfermedades
- Other: _____

12. ¿Su estado civil es?

Mark only one oval.

- Soltero
- Casado
- Viudo
- Divorciado

13. Respecto a su relación familiar con su núcleo más cercano. *

Mark only one oval per row.

	Muy buena	Buena	Ni buena ni mala	Mala	Muy mala
La relación con sus padres, hermanos, hijos es:	<input type="radio"/>				

14. ¿De su núcleo de amigos, cuantos consideraría los más cercanos? *

Mark only one oval.

- Entre 1 a 4 amigos
- Entre 5 a 7 amigos
- Más de 8 amigos
- No tengo amigos, pero si tengo muchos conocidos

Bienestar en relación con el entorno

En esta sección queremos conocer si los chilenos nos sentimos cómodos en los distintos aspectos que tenemos en la vida, como trabajo, amigos, familia, y la opinión respecto a otros factores que influyen nuestro bienestar. Usted debe responder según crea que es más correcto.

15. ¿Usted actualmente se encuentra trabajando?

Mark only one oval.

- Si
- No
- Me encuentro pensionado/jubilado

16. *

Mark only one oval per row.

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Usted se siente estresado en su puesto de trabajo o dentro de su núcleo familiar/amigos	<input type="radio"/>				
Usted es una persona exitosa	<input type="radio"/>				
Usted es una persona feliz	<input type="radio"/>				
Usted es una persona independiente	<input type="radio"/>				
Usted ha podido desarrollar sus talentos durante su vida	<input type="radio"/>				
Usted ha logrado las metas que se ha propuesto	<input type="radio"/>				
En su grupo de amigos/familia, usted se siente considerado e integrado	<input type="radio"/>				
Usted puede expresar sus ideas y conocimientos de manera libre	<input type="radio"/>				
Usted cree que las compras compulsivas/impulsivas provocan felicidad	<input type="radio"/>				

Mundo financiero de Chile

En esta sección queremos conocer si los chilenos conocemos y utilizamos los distintos servicios financieros que se pueden encontrar en el mercado.

17. Esta sección busca responder algunas preguntas de manera afirmativa o negativa. *

Mark only one oval per row.

	Si	No
¿Tiene tarjeta de crédito de algún banco, tienda comercial o supermercado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Actualmente usted está pagando algún préstamo (crédito) a su nombre?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Alguna vez ha tenido que aplazar el pago de alguna cuota?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Ha utilizado la herramienta de renegociación de deudas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿En alguna oportunidad ha tenido que pasar por el proceso de DICOM?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cree usted que si aumentan sus ingresos en un 65% sería más feliz y exitoso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. *

Mark only one oval per row.

	Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Usted destina parte de su sueldo al ahorro personal	<input type="radio"/>				

19. En el caso que usted adquiriera o ha adquirido algún préstamo bancario y/o comercial ¿Cuál es o sería la principal razón por la cual tomaría o ha tomado un crédito y/o préstamo?

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Para solucionar problemas imprevistos o de emergencia
- Para pagar educación
- Para gastos de entrenamiento y/o ocio
- Para aprovechar una oportunidad de negocio
- Para adquirir algún bien o servicio (Auto, casa, etc)
- Para salir de vacaciones
- Other: _____

20. Según su opinión ¿Cuáles son las razones del endeudamiento y/o sobreendeudamiento y consumismo en Chile? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Lograr sentirse exitoso
- Lograr sentirse felices
- Sentir libertad para hacer y/o comprar bienes o servicios
- Cumplimiento de necesidades básicas como, estudios, salud, etc.
- La publicidad persuade a las personas para que se endeuden
- Cumplir estándares exigidos por la sociedad
- Envidia con el entorno
- Other: _____

Felicidad y éxito

En esta sección queremos estudiar que significa la felicidad y el éxito para los chilenos, como también como perciben que el entorno les da significado.

21. ¿Qué es para usted la felicidad? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Tranquilidad
- Equilibrio
- Cumplimiento de objetivos
- Un estado emocional
- Other: _____

22. ¿Qué situaciones nombradas a continuación, le dan felicidad? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Estar con amigos
- Estar con la familia
- Estar con mascotas y/o animales
- Realización de Hobbies
- Reconocimiento profesional
- Logro de objetivos
- Other: _____

23. ¿Qué cosas a usted le da felicidad? *

Puede escoger más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Electrónica (computador, videojuegos, celular, etc)
- Música (instrumentos eléctricos)
- Estabilidad económica
- Reconocimiento de logros
- Leer
- Other: _____

24. Si la felicidad se pudiese comprar ¿Qué compraría? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Un viaje por el mundo
- Un regalo para alguien apreciado
- Salud
- Estabilidad económica para el grupo familiar
- Other: _____

25. ¿Qué es para usted el éxito? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Lograr la felicidad
- Cumplimiento de metas y objetivos propios e impuestos
- Reconocimiento por sus pares
- Independencia
- Poder de decisión en su vida
- Other: _____

26. ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define la felicidad? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Cumplimiento de estereotipos (estudiar, trabajar, casarse, tener hijos, tener casa, tener auto, etc)
- Adquirir bienes y poder compartirlo con familiares y amigos
- Competencia invisible con el compañero, amigo, familiar, etc.
- Other: _____

27. ¿Cómo cree usted que nuestra sociedad define el éxito? *

Puede marcar más de una alternativa.

Tick all that apply.

- Cumpliendo estereotipo de familia, trabajo, etc.
- Poseyendo dinero (riqueza)
- Adquisición de bienes y servicios
- Other: _____

¡Muchas gracias por tu tiempo!

Powered by
 Google Forms