



Instituto
de la Felicidad
Coca-Cola

**Primer Barómetro de la Felicidad en Chile
Instituto de la Felicidad Coca-Cola
Chile 2011**

www.institutodelafelicidadcoca-cola.cl

Contenido

Visión de Coca-Cola acerca de la felicidad	3
¿Qué es el Instituto de la Felicidad Coca-Cola?	4
¿Por qué estudiar la felicidad?	5
Misión del Instituto de la Felicidad Coca-Cola y labor de su Consejo Asesor	6
La importancia de las personas y sus vínculos	7
¿Políticas públicas para el bienestar?	9
Psicología Positiva y felicidad	11
La satisfacción y la felicidad están en el ámbito colectivo de la sociedad	13
RESULTADOS DE LA PRIMERA MEDICIÓN DE LA FELICIDAD EN CHILE	15
Ficha metodológica del estudio	15
Indicadores y escalas	15
Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener	16
¿Cuántos y cómo son los chilenos más felices?	17
¿Qué tienen en común los chilenos más felices?	18
Los ingresos, la edad y el género no se asocian con el nivel de felicidad de las personas	19
Ingresos y felicidad	19
La felicidad no tiene edad	20
Felicidad y género	21
Factores que se asocian con la felicidad de los chilenos	22
Felicidad y fe	22
Felicidad y relaciones personales	22
Felicidad en pareja	22
El valor de la amistad	24
Pareja, hijos y amigos: los que más importan	25
Satisfacción en el trabajo	26
¿La felicidad influye positivamente en la salud?	28
Frente al espejo: Relación entre felicidad y aceptación	29
El estado de ánimo de los chilenos	30
Valoración de lo cotidiano	31

Visión de Coca-Cola acerca de la felicidad

Una reflexión profunda acerca del significado absoluto de felicidad plantea un desafío que no puede ser abordado desde un solo punto de vista. Si reuníramos todas las conclusiones que actualmente genera el debate acerca de la felicidad, seguramente en lo que habría mayor consenso es en que todos vislumbramos la felicidad cuando logramos un determinado estado de bienestar personal. Y ese estado es subjetivo. El bienestar de cada persona estará relacionado con su ideal de calidad de vida, con sus experiencias pasadas, su edad, su educación, su salud física y mental, el contexto en el que se desenvuelve, su propósito de vida, su visión de futuro, sus relaciones afectivas y, principalmente, por las expectativas que tenga respecto a todo aquello.

La Compañía Coca-Cola se ha propuesto participar en la reflexión acerca de la felicidad mediante varias iniciativas en todo el mundo. En nuestro país, una de ellas es la creación del Instituto de la Felicidad Coca-Cola, que tiene como misión apoyar la investigación y divulgación de las variables que influyen en la felicidad de los chilenos, para contribuir a su bienestar. En este contexto, el Instituto da inicio a sus actividades con la presentación del Primer Barómetro de la Felicidad en Chile, cuyos resultados están basados en una encuesta realizada a más de mil chilenos durante enero de 2011.

En Europa, desde 2007, el Instituto de la Felicidad Coca-Cola ha medido sistemáticamente los factores que determinan la felicidad en la población general, con el propósito de apoyar la gestión del Instituto en varios países. El presente estudio se ha realizado de forma idéntica en España, Italia, Alemania, Francia, Suecia y Reino Unido.

Chile es el primer país de Latinoamérica en lanzar el Instituto de la Felicidad Coca-Cola y, al mismo tiempo, esta es la primera vez que se mide la felicidad en nuestro país en una muestra amplia con estos instrumentos. El Instituto pretende continuar efectuando mediciones periódicas y sistemáticas del nivel de felicidad en el país.

Actualmente gran parte de la población mundial tiene acceso a tecnologías y avances científicos que han simplificado considerablemente la vida en términos prácticos. Las principales economías mundiales se han enriquecido, al mismo tiempo que aumenta la brecha entre pobres y ricos. Sin embargo, nada nos permite afirmar que entre los privilegiados económicamente hay más personas felices que entre los que poseen menos recursos. Ed Diener, profesor emérito de psicología de la Universidad de Illinois, lideró una investigación en la que concluyó que cuando las personas tienen cubiertas sus necesidades básicas, un ingreso adicional no aumenta significativamente su percepción de satisfacción con la vida.

Ante los innumerables cambios sociales, muchos líderes políticos han comprendido que las personas no podemos usar simplemente nuestros ingresos para medir cuán felices somos y han tomado conciencia de ello para repensar la forma de cuantificar los niveles de satisfacción de sus naciones e incorporar esa información a sus políticas públicas. ¿Qué hace feliz a la gente? La tendencia de las investigaciones actuales en materia de felicidad, es determinar la relación de la evaluación que las personas hacen de sus vidas con el grado de satisfacción que sienten en un momento determinado, considerando el contexto económico del país en ese mismo periodo. Y

todo indica que la actitud con que las personas enfrentan sus circunstancias y no las circunstancias por sí mismas, tiene gran importancia en el nivel de felicidad que reportan.

En este contexto, el objetivo de este estudio es medir los niveles de felicidad o satisfacción de los chilenos en diversos ámbitos de sus vidas y luego utilizar esta información para identificar las características de quienes se consideran más felices, reflexionar acerca de sus fortalezas personales y contribuir a la educación de la población en las actitudes y habilidades que contribuyen a ser más positivos. Todo esto para fomentar mejores comunidades, donde se favorezca el valor de la familia y los amigos, los hábitos saludables, el liderazgo, el emprendimiento, el trabajo en equipo y la tolerancia.

¿Qué es el Instituto de la Felicidad Coca-Cola?

Gonzalo Iglesias G.

Gerente General de Coca-Cola de Chile

Es un agrado presentarles el Primer Barómetro de la Felicidad en Chile. Se trata del primer estudio de este tipo realizado en nuestro país, y es el puntapié inicial de las actividades que el Instituto de la Felicidad Coca-Cola realizará localmente.

Esta experiencia, sin precedentes en América Latina, buscará ahondar en las variables que influyen en el bienestar por intermedio de la investigación y divulgación de conocimientos sobre la felicidad. Nuestro fin último, sin ser pretenciosos, es contribuir con la mejora de la calidad de vida de todos los chilenos. Nos parece importante comenzar a hablar más sobre la importancia de la felicidad como país, como sociedad.

La felicidad y la salud psicológica de una sociedad ciertamente inciden en el devenir de una nación. En la Compañía Coca-Cola creemos firmemente que la felicidad, como concepto de bienestar en todas sus dimensiones, debe estar presente en la sociedad, en la lucha para la superación de la pobreza, en las políticas públicas en general. ¿Por qué no seguir, por ejemplo, a naciones como Estados Unidos que ya incluyen el derecho a la felicidad en sus Constituciones o Declaración de Independencia? Incluso más cerca, Brasil en la actualidad trabaja en la aprobación de una enmienda que acuñe el concepto de la felicidad en el párrafo sobre derechos sociales en su Carta Magna.

Como Gerente General de Coca-Cola de Chile, es un honor poner esta plataforma a disposición de especialistas e interesados en la materia, para que en nuestro país se hable, estudie y discuta más acerca de la felicidad y la importancia de contagiarla, todos los días.

¿Por qué estudiar la felicidad?

Carlos M. Romero

Director del Instituto de la Felicidad Coca-Cola

Gerente de Marketing de Coca-Cola de Chile

El progreso de la humanidad, a pasos agigantados en las últimas décadas, junto con el impacto de múltiples fuerzas y tendencias, ha tenido un efecto positivo y negativo en la capacidad del individuo de alcanzar el bienestar. La búsqueda de la felicidad está ligada al bienestar y es un tema importante hoy en la agenda social del mundo y de Chile. Sin embargo, a veces parece una frase sin valor en el sentido de que si la persigues tal vez nunca la puedes alcanzar. En la Compañía Coca-Cola creemos que la felicidad se puede ejercitar y que es un componente indispensable para alcanzar el bienestar integral.

Alcanzar la felicidad ha sido siempre el propósito de la humanidad. Bien lo decía Aristóteles cuando señalaba “La felicidad es el significado y el propósito de la vida. La aspiración y el fin de la existencia humana”.

Asimismo, concordamos con el sicólogo Shawn Achor cuando afirma que “el éxito no nos hace felices, sino que la felicidad conduce al éxito”, y por ello somos muy optimistas ante la búsqueda de respuestas y certezas que nos permitan entender los factores que hay detrás de esa sonrisa en nuestras caras, que es el símbolo más palpable de ser y estar feliz.

Por lo anterior, y entendiendo que el entorno y la cultura condicionan las creencias y comportamientos de los individuos, cuando creamos el Instituto de la Felicidad Coca-Cola en Chile definimos que un objetivo crítico era no sólo medir el nivel de felicidad de los chilenos, sino también descubrir los elementos que influyen a nivel local en la felicidad. La entrega de los resultados arrojados por el Barómetro de la Felicidad en Chile constituye un primer paso en este sentido.

Personalmente, es un placer trabajar con cada uno de los integrantes del Consejo del Instituto de la Felicidad Coca-Cola, porque los he visto aceptar este desafío con profunda alegría y porque nos impulsan intereses comunes, como la pasión por lo que hacemos, el amor por nuestras comunidades y el anhelo de dejar una herencia que beneficie a nuestros hijos y que los inspire a hacer su aporte a Chile.

Tenemos la convicción de que la labor que realizará el Instituto de la Felicidad Coca-Cola crecerá con fuerza desde distintos ámbitos de la investigación. Hoy está naciendo, pero su desarrollo es inminente y ello contribuirá a la construcción de bases para la comprensión e integración de factores que aporten a la felicidad de las personas a través de las políticas públicas del país. Muchos somos los que queremos un Chile feliz, positivo, generador de centros de aprendizaje y catalizador de nuevos desafíos. Con este propósito los invitamos a revisar los factores que contribuyen a nuestra felicidad y a la de quienes nos rodean, para emprender el desafío de repensar lo que debemos decirnos cuando tomamos las decisiones que nos harán felices.

Misión del Instituto de la Felicidad Coca-Cola y labor de su Consejo Asesor

El Instituto de la Felicidad Coca-Cola es una iniciativa de la Compañía Coca-Cola de Chile, cuya misión es fomentar y apoyar la investigación y difusión de conocimientos acerca de la felicidad, para contribuir a mejorar la calidad de vida de los chilenos. Para ello, el Instituto implementará actividades y estudios, como el que se presenta en este documento, que aportarán información a la discusión pública y privada, y que pretenden complementar los diagnósticos a partir de los cuales se diseñan las políticas públicas orientadas a aumentar el bienestar de las comunidades en nuestro país.

Para cumplir con esta misión, se constituyó en 2011 el Consejo Asesor del Instituto de la Felicidad Coca-Cola, que está compuesto por expertos de ámbitos relevantes en nuestro país, quienes han sido llamados a aportar diversas visiones acerca de la felicidad, impulsar su estudio y comunicar las variables que la potencian.

Los consejeros del Instituto son Carolina Dell 'Oro, filósofa; Pablo González, coordinador del informe nacional de desarrollo humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Claudio Ibáñez, director ejecutivo de Enhancing People – Instituto Chileno de Psicología Positiva; Juan Pedro Pinochet, director ejecutivo de Un Techo para Chile; y Carlos Romero, gerente de Marketing de Coca-Cola de Chile.

La labor del Consejo es apoyar al Instituto en las actividades que realice para divulgar los factores que fomentan la felicidad entre las personas. Asimismo, y desde su experiencia y ámbito profesional, los consejeros promoverán la incorporación de la felicidad en las políticas públicas, el mundo del trabajo, la educación y la familia.

La importancia de las personas y sus vínculos

Carolina Dell’Oro

Filósofa de la Pontificia Universidad Católica de Chile

Dell’Oro Asociados

La felicidad es uno de los temas centrales de la vida humana. ¿Quién no quiere ser feliz? ¿Quién no se ha preguntado qué es ser feliz? El deseo de ser felices es el gran llamado interior de todo ser humano, es un anhelo fundamental que, a diferencia de lo que ocurría hace algunas décadas, hoy se aborda desde un mirada social y personal, incluso se lo considera un elemento constitutivo a la hora de evaluar el desarrollo de los países.

Actualmente estamos viviendo un cambio de época que ha permitido espacios para que los grandes paradigmas se cuestionen y den paso a nuevas miradas. La preeminencia del racionalismo y los grandes modelos sociales y políticos que rigieron el siglo XX, sin duda ya no responden a las nuevas necesidades del mundo de hoy y están dando paso a la revalorización de las personas por sobre los sistemas. Vemos cómo la voz de las personas se levanta y presenciamos movimientos sociales alrededor del mundo dispuestos a poner de relieve sus aspiraciones y necesidades.

En la actualidad todos tienen opinión y se manifiestan a través de los más diversos canales. Así, afloran con la fuerza del magma volcánico los grandes temas de la vida personal: el amor, la felicidad, el dolor, la ilusión, entre otros.

La felicidad es un concepto complejo y difícil de definir, ligado a nuestra concepción de la vida y del ser humano, a los tiempos que vivimos y sus influencias sociales. Hoy pareciera que estamos aproximándonos a una nueva mirada de la felicidad, que no la reduce a la satisfacción de necesidades materiales, sino que incluye también otra dimensión fundamental de la existencia: la emocional. La dimensión emocional es un tema que abre todo un camino de desarrollo y plenitud que hasta ahora ha sido el gran ausente en el análisis de la felicidad humana.

Al mismo tiempo, no podemos dejar de lado en el análisis de la felicidad otra dimensión que es la trascendental, aquella que implica la capacidad de salir de sí para ir al encuentro del otro, de generar vínculos y tener un eco en otros. Desde esta perspectiva surge una gran verdad: que los vínculos de calidad, en los distintos ámbitos del ser humano —familia, amigos, trabajo—, son factores determinantes de una vida feliz o no feliz.

¿Quién puede lograr sentirse feliz si no se siente valorado por los demás? ¿Quién está exento de la necesidad de afecto desde la primera infancia hasta los últimos días de su vida? ¿Cómo se puede ser feliz sin el cultivo de emociones positivas en su propia existencia?

Por esto, no es raro encontrar en este Barómetro una relación directa entre felicidad y vínculos humanos, entre los cuales se destacan los familiares y de amistad, porque en la familia y entre los amigos se da de mejor modo el encuentro personal y constituyen el lugar privilegiado de entrega sincera de sí mismo, el ámbito donde podemos volcar nuestro ser a los otros de manera radical. Por ello, una sociedad que promueve la felicidad debe favorecer el desarrollo de un ser humano con vínculos de calidad. No es casual que los vínculos sean tan importantes. Aquellas

personas que tienen un vivo sentido de la presencia de los otros en su vida, quienes hacen de su vida una continua conversación, están más satisfechos con ella. Las personas felices, además de tener resueltas sus necesidades básicas, cultivan una actitud positiva y hacen de su vida una tarea compartida; en definitiva, no enfrentan el desafío de su vida solos.

Me parece que el hombre actual intuye que el individualismo no hace más que abortar su propio proyecto personal, que la trascendencia al otro es su propia felicidad y eso supone la conquista del ser. Por todo lo anterior, y en el contexto de los resultados del Primer Barómetro de la Felicidad, propongo ver la vida como una red social real, no sólo virtual, reconociendo el anhelo humano de generar vínculos de calidad, mirándonos unos a otros y esculpiendo nuestras biografías en común.

¿Políticas públicas para el bienestar?

Pablo González

Coordinador del informe nacional de desarrollo humano

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD

Profesor adjunto del departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile

Según el pensamiento económico tradicional, las políticas públicas serían buenas si el valor presente de los beneficios monetarios excede los costos, o en otras palabras si aumentan el PGB. Este criterio suele promover políticas públicas ciegas a todo lo que no es valor monetario, sea esto sustentabilidad del desarrollo, libertades y derechos fundamentales, seguridad humana, reconocimiento, igualdad, solidaridad e integración social, entre otros. La racionalidad predominante sólo ha tratado estos componentes centrales del desarrollo como “externalidades”.

Entre las iniciativas que han venido abogando por ampliar la mirada, los informes de desarrollo humano del PNUD¹ han sido pioneros, pues desde 1990 —año en que se realizó el primer reporte mundial, y 1996 el primer informe nacional— han colocado al centro del debate al ser humano y sus libertades para desarrollar los proyectos que deseen. Por su lado, la OCDE² —organización creada por los países desarrollados para compartir mejores prácticas y promover la cooperación para el desarrollo económico y a la cual se integró recientemente Chile— se ha hecho eco de ese informe y hoy propugna la inclusión de mediciones directas del bienestar de la población en las encuestas de hogares de sus países miembros. En la misma línea, recientemente el presidente de Francia convocó la comisión Stiglitz, que hace un llamado a los gobiernos a enriquecer las mediciones económicas tradicionales.

¿Qué diferencia puede hacer, en la práctica, reconocer que el dinero o el crecimiento económico no bastan para alcanzar la felicidad u otros objetivos relevantes? En una reciente conferencia sobre medición del bienestar³, Jon Clifton, de Gallup⁴, reportó que Egipto y Túnez venían mostrando un aumento de la insatisfacción medido por los indicadores de bienestar que recoge esa organización. Ninguna medición económica tradicional habría mostrado los signos de lo que se estaba incubando⁵. Claro, la insatisfacción no basta para predecir cambios de este tipo, y los gobiernos autoritarios pueden utilizar esa información sólo para endurecer la represión.

Las sociedades democráticas, en cambio, pueden sacar provecho de esta información en beneficio de sus ciudadanos. El buen funcionamiento de las personas depende de una serie de condiciones externas (oportunidades de empleo, estabilidad en el ingreso, capital social y vínculos entre las personas, participación y aceptación de la diversidad, condiciones de la vivienda y del barrio, respeto a las libertades fundamentales, entre otras) e internas, que dependen en parte de las condiciones externas previas, como las oportunidades de educación y salud, el capital

¹ PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, www.undp.org

² OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, www.oecd.org

³ <http://mfps.inegi.org.mx/>

⁴ www.gallup.com

⁵ En el caso de Egipto el porcentaje de satisfechos cayó de 29% en 2005 a 11% en 2009, mientras el PGB per cápita crecía en casi un tercio (<http://mfps.inegi.org.mx/Presentas/Dia2/Sesion4/JonClifton.pdf>).

psicológico acumulado y otros activos que las personas pueden movilizar. En ambas condiciones las políticas públicas pueden incidir.

En esta línea, la New Economics Foundation⁶ del Reino Unido plantea que se pueden utilizar indicadores de bienestar subjetivo en cada momento del ciclo de las políticas públicas. En el diagnóstico, para priorizar objetivos y evaluar mejor las alternativas, establecer nuevas metas e identificar grupos de la población que requieren atención. En la formulación de prioridades, para tener más evidencia y tipos de beneficios para justificar la acción. En el diseño y la implementación, para desarrollar nuevos criterios para el diseño y evaluación ex ante y para guiar la implementación. Y, por último, en el monitoreo y evaluación, para estimar y comparar los impactos de las políticas.

Bután, un pequeño reino budista de Asia, ha ido más lejos, creando el índice de felicidad interna bruta, que ha reemplazado al tradicional PGB en la orientación de su estrategia de desarrollo y sus políticas públicas. La experiencia de ese país y la de otros que adopten en forma seria una nueva y renovada mirada, nos permitirán ir aprendiendo las respuestas a las preguntas planteadas.

La medición del bienestar es un primer paso para introducir este tema en las decisiones políticas, que es coincidente con la mirada a la subjetividad que han promovido los informes nacionales de desarrollo humano. Por ejemplo, la importancia de las relaciones que aparece en el Barómetro está alineada con el llamado de los informes nacionales de desarrollo humano de 1998 y 2000 a favor de políticas públicas que fortalezcan el entramado social. La satisfacción laboral es un llamado de atención a las empresas, en la línea de los informes nacionales de desarrollo humano 2009 y 2010, para que generen mejores políticas de recursos humanos. En este sentido, el Barómetro es una invitación a los chilenos y chilenas a reflexionar sobre nuestras políticas públicas, nuestras organizaciones y nuestras vidas. Y, en momentos en que nos imaginamos ser un país desarrollado en pocos años, esta es una invitación a reflexionar sobre los fines del desarrollo y a deliberar sobre el tipo de sociedad que queremos construir.

⁶ www.neweconomics.org

Psicología Positiva y felicidad

Claudio Ibáñez

Psicólogo

Director Ejecutivo Enhancing People - Instituto Chileno de Psicología Positiva

La felicidad es central en todas las culturas, núcleo clave de las religiones, objeto de reflexiones filosóficas y oferta central de la literatura de autoayuda. Si nos interrogamos sucesivamente acerca del porqué de nuestros actos, concluiremos que, finalmente, lo que queremos alcanzar es la felicidad. La felicidad, decía Aristóteles, es el bien supremo.

La ciencia psicológica, sin embargo, tradicionalmente enfocada en los problemas, trastornos y déficits, comenzó recién a finales del siglo XX a ocuparse de la felicidad. El impulsor ha sido Martin E.P. Seligman, actual director del Centro de Psicología Positiva de la Universidad de Pensilvania y fundador del movimiento que se conoce hoy como Psicología Positiva⁷.

El objetivo de la Psicología Positiva es generar conocimientos acerca del lado luminoso de las personas, sustentados en una sólida base de evidencias empíricas. Es por esto que “la Psicología Positiva trata de adaptar lo mejor del método científico a fin de descubrir “cómo, por qué y bajo qué condiciones las emociones positivas, los rasgos positivos de carácter y las instituciones que los hacen posible, florecen”⁸.

Para la Psicología Positiva, la felicidad es la experiencia frecuente y abundante de estados emocionales positivos por sobre los negativos. No se trata de ausencia de emociones negativas sino que del predominio de emociones positivas por sobre las negativas⁹. Con esta definición operacional de un concepto tan inasible, se ha podido medir la felicidad, formular hipótesis y reunir evidencias para despejar, por ejemplo, de qué depende la felicidad y cuál es la importancia que tiene para las personas, los grupos y la sociedad en general.

Una de las creencias más extendidas es que la felicidad es un resultado, es decir, un estado emocional que se produce cuando alcanzamos algo (como un título profesional), ejecutamos un determinado comportamiento (como ir al cine) o cuando nos ocurre un acontecimiento positivo (como el nacimiento de un hijo). Si bien esto es cierto, lo que se desconocía es que existe una poderosa relación inversa: que la felicidad conduce a los buenos resultados¹⁰. Uno de los grandes hallazgos de la Psicología Positiva ha sido descubrir que las personas más felices viven más, gozan de mejor salud, son más productivas, obtienen mejores resultados, disfrutan de mejores relaciones y son más generosas. Este descubrimiento, que va contra nuestras creencias habituales, se puede expresar de la siguiente manera: ocúpate primero de ser feliz y todo lo demás vendrá por añadidura.

⁷ Seligman, M.E.P. and Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.

⁸ Seligman, M.E.P., Steen T., Park N., and Peterson C. (2005). Positive psychology progress. Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60, 410-421.

⁹ Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness*. N.Y. The Penguin Press.

¹⁰ Lyubomirsky, S., King, L., Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success?. *Psychological Bulletin*, 131, 803-855.

En la misma línea, vale la pena preguntarse si ser feliz depende más de factores genéticos o de las circunstancias que nos toca vivir. Los resultados de las investigaciones que comparan el nivel de felicidad entre mellizos idénticos que han sido criados en hogares diferentes, y el de hijos adoptivos respecto a sus padres biológicos, muestran que alrededor del 50% del nivel de felicidad se explica por factores genéticos. Este porcentaje puede parecer alto, pero debemos ponerlo en perspectiva, ya que el factor genético influye sólo en la mitad de nuestro nivel de felicidad.

Al mismo tiempo, probablemente una de las creencias más extendidas es que la felicidad depende de las circunstancias, es decir, de aquellos factores geográficos, demográficos, familiares y personales, pasados y presentes que rodean a la persona, pero que no son consustanciales a ella.

Cuando se compara el nivel de felicidad de personas sanas con el de personas enfermas; el de personas hermosas con el nivel de felicidad de las que no lo son tanto; de solteros con la felicidad de los casados; de los creyentes con los no creyentes; de los que viven en países tropicales con el nivel de felicidad de los habitantes de países nórdicos, los resultados son altamente consistentes. Sin embargo, el resultado más notorio es que el impacto que tienen sobre ella es más bien marginal, ya que, tomadas en conjunto, las circunstancias no explican más del 10% de la variación en el nivel de felicidad de las personas¹¹. Esto es una muy buena noticia, ya que muchas de nuestras circunstancias en la vida no dependen de nosotros o, definitivamente, no es posible cambiarlas.

Así, pensar que la felicidad está genéticamente determinada o creer que ella depende de las circunstancias, es sólo un espejismo. En realidad, un 40% de la felicidad está en nuestras propias manos, ya que depende de actividades que hacemos o dejamos de hacer y del tipo de pensamientos que cobijamos en nuestra mente. Por ello, el gran desafío –y parte importante del esfuerzo de la Psicología Positiva- apunta hoy a descubrir qué estrategias y herramientas cognitivas y conductuales son las que ejercen mayor impacto en el nivel de felicidad de las personas¹² y traspasarlas a la comunidad a través de programas educativos y de entrenamiento, para incrementar los niveles de emociones positivas tanto en los individuos, como en los equipos y las comunidades.

La meta de la Psicología Positiva es mucho más que lograr que las personas se sientan bien. En palabras de Seligman “la meta de la Psicología Positiva es aumentar el florecimiento en la vida de las personas y en el planeta... Lograr esta meta comienza por preguntar qué nos hace realmente felices”¹³.

¹¹ Lyubomirsky, S., Sheldon, K., Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: the architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9, 111-131.

¹² Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness*. N.Y. The Penguin Press.

¹³ Seligman, M.E.P. (2011) *Flourish*. N.Y. Free Press..

La satisfacción y la felicidad están en el ámbito colectivo de la sociedad

Juan Pedro Pinochet

Director Ejecutivo de Un Techo para Chile

La importancia de este Primer Barómetro de la Felicidad en Chile, no son sus datos en sí mismos, sino la variación que sus indicadores tendrán en el tiempo. Con esto en mente, ahora debemos pensar en cómo influiremos para que estos cambios sean positivos, cómo contribuiremos a educar a las personas en torno a estos temas. A mí, en lo personal, me interesa influir en las personas en situación de pobreza, me impulsa pensar en que debemos educarlos en los valores que fomentan la satisfacción personal y no en el valor del consumo. Porque la felicidad no es tener cosas, sino valorar el esfuerzo que hemos hecho por obtenerlas.

Para llegar a ser una sociedad más feliz, debemos dejar de ser aspiracionales. Qué potente saber que los ingresos no garantizan la felicidad, en cambio el amor y la entrega social nos generan una satisfacción más profunda y duradera. Esta visión reafirma y le da valor a otros aspectos de nuestras vidas, a cosas positivas como tener la posibilidad de comer junto a nuestros hijos o de compartir un café con un amigo.

Todos hemos experimentado una satisfacción efímera cuando compramos algo, tan breve que probablemente disfrutamos más tiempo con la fantasía de tenerlo. Ser capaces de reconocer esto nos permitirá ejercitarnos a diario valores como la austeridad, el agradecimiento, el esfuerzo y también fomentará en nosotros una visión más positiva de nuestro futuro. Reforzar estos valores y actitudes, además de mirar nuestras fortalezas y dejar de fijarnos en nuestras debilidades, nos permite enfrentar de mejor manera la adversidad, los momentos en que falta el trabajo o combatimos una enfermedad.

Estoy convencido de que la satisfacción personal se logra con el desprendimiento de sí mismo. Yo trabajo en la fundación Un techo para Chile porque quiero entregarme a otros a través de mi desempeño profesional y por eso sé que unir el sentido de vida con nuestro desarrollo laboral nos ayuda a ser más felices. El valor de ser solidarios entre pares, como una manera de darnos a los otros, debería ser practicado en todos los contextos sociales, porque en la medida en que haya más participación ciudadana, nuestra sociedad mejorará su calidad de vida.

A diferencia del resto de Latinoamérica, nuestro país ha sido capaz de superar la pobreza extrema y cuenta con una sólida institucionalidad que da continuidad a los programas sociales. Esto nos permite plantear nuevos objetivos, para lo cual es necesario demandar a los gobiernos que se proyecten en una nueva dirección. Actualmente, al elaborar e implementar sus políticas públicas, los gobiernos deben transmitir que de la situación de pobreza no se puede salir en forma individual, sino que en forma colectiva. En los campamentos chilenos hay ejemplos de que los proyectos colectivos ayudan a las personas a superarse, porque la organización promueve una mejor calidad de vida y las historias de sacrificio y logro alimentan un destino común.

Asimismo, las políticas públicas deben dejar de ser asistencialistas y, junto con mejorar la educación y el sistema de salud, entregar herramientas para que las personas en situación de pobreza mejoren sus ingresos. Las políticas públicas deben estar enfocadas en enseñar a ser felices con lo que se tiene, con lo que se logra, porque así como nuestra sociedad ha dejado de ser

austera, también espera mucha ayuda y permite que las personas en situación de pobreza estén esperando. Esta actitud se debe combatir con programas que premien los logros, los esfuerzos. A eso debe apuntar el Estado para conseguir mayor desarrollo social y comunidades más satisfechas con sus vidas.

Por último, para ser más felices es importante tener una visión positiva del futuro, porque eso influye notoriamente en todos los ámbitos de nuestras vidas. Si reviso mi día, todos los días, y extraigo las cosas buenas y agradezco por eso, estoy ejercitando el músculo que me permite sostener una visión positiva del futuro, aun cuando nos veamos enfrentados a la falta de trabajo o a cualquier tipo de carencias.

El desafío, entonces, es influir y educar a las personas menos favorecidas, para que puedan cambiar su situación de manera permanente, para que puedan comprometerse con su propio destino a través de la solidaridad entre pares y reconfortarse con las metas alcanzadas producto de su esfuerzo y sacrificio.

RESULTADOS DE LA PRIMERA MEDICIÓN DE LA FELICIDAD EN CHILE

Ficha metodológica del estudio

Universo:	Personas entre 16 y 60 años que residen en Chile.
Técnica de levantamiento de datos:	Metodología CAWI y PAPI.
Fecha:	Trabajo de campo realizado en enero de 2011.
Muestra:	Representativa a nivel nacional, 1.045 entrevistas.
Error muestral:	3%, para un nivel de confianza del 95%.
Instituto de Investigación	Millward Brown – Cadem Advertising Chile.

En la página web www.institutodelafelicidadcoca-coca.cl se puede acceder la información del estudio completo.

Indicadores y escalas

El reto de medir la felicidad puede ser abordado de varios modos. Una de las vías más directas e intuitivamente válidas es preguntar a la gente directamente. Esto se viene haciendo hace décadas y ha arrojado resultados muy sólidos. En el caso de este estudio, se aplicaron tres tipos de escalas en las encuestas realizadas a las personas: Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener, Escala de la Felicidad Subjetiva de Sonja Lyubomirsky y el Índice Coca-Cola de Felicidad, aportado por el Instituto de la Felicidad Coca-Cola para la investigación. Todas las escalas aplicadas entregan resultados muy similares y no hubo diferencias significativas en los datos entregados por ellas. Para los objetivos de divulgación de este Primer Barómetro en Chile, usaremos en esta publicación los resultados arrojados por la Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener.

Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener

Entre las distintas medidas existentes para determinar el bienestar entre las personas, sin duda una de las más conocidas y empleadas es la Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener¹⁴, que está centrada en la percepción de felicidad o felicidad subjetiva. Esta escala consiste en un instrumento de autoinforme en el que se pide a los participantes que utilicen una puntuación de 1 (mínimo) a 7 (máximo) para responder a estas cinco preguntas:

- En la mayoría de los sentidos mi vida se acerca a mi ideal.
- Las condiciones de mi vida son excelentes.
- Estoy satisfecho/a con mi vida.
- Hasta ahora he conseguido las cosas más importantes que quiero en la vida.
- Si tuviera que vivir mi vida de nuevo, no cambiaría nada.

Las respuestas para cada pregunta se puntúan de la siguiente manera:

Totalmente de acuerdo = 7

Bastante de acuerdo = 6

Algo de acuerdo = 5

Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 4

Algo en desacuerdo = 3

Bastante en desacuerdo = 2

Totalmente en desacuerdo = 1

Para obtener la puntuación total de la escala de Diener debe sumarse la puntuación de cada una de las cinco preguntas. Por tanto, una persona que haya respondido “totalmente de acuerdo” en las cinco preguntas, tendrá una puntuación global de 35 puntos. Por el contrario, una persona que haya respondido “totalmente en desacuerdo” en las cinco preguntas, tendrá una puntuación global de 5 puntos.

¹⁴ Diener, E. et al. (1985): The Satisfaction with Life Scale. Journal of Personality Assessment, 49, 71-75.

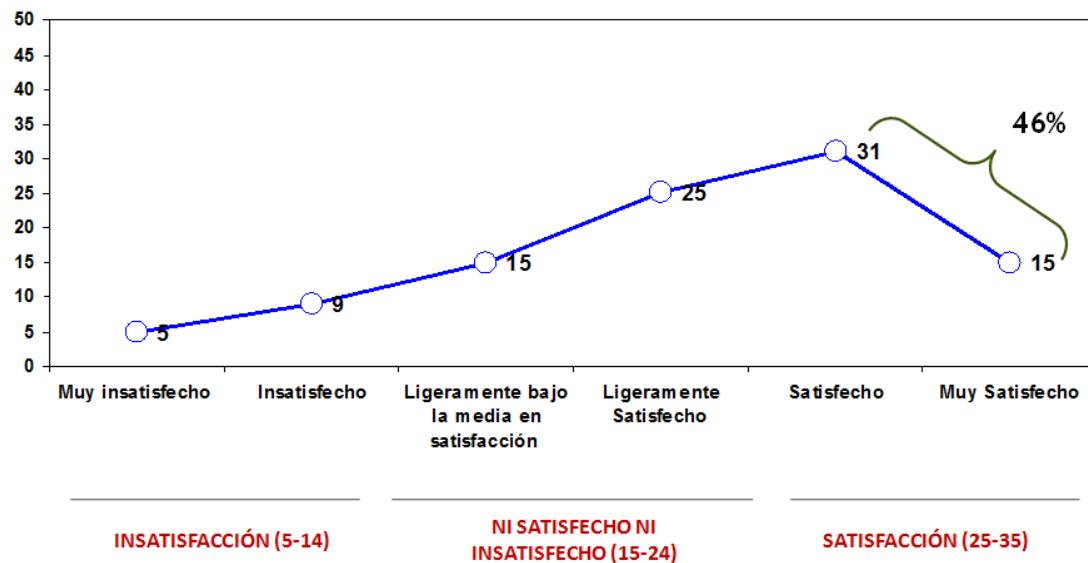
¿Cuántos y cómo son los chilenos más felices?

La mayoría de los chilenos reporta un nivel de felicidad superior al promedio, tanto si sus respuestas fueron medidas con Escala de Satisfacción con la Vida de Diener como con la Escala de la Felicidad Subjetiva de Lyubomirsky o el Índice Coca-Cola de Felicidad¹⁵. Este resultado es coherente con investigaciones existentes que demuestran que en general el desempeño de las 3 escalas es equivalente. Todas ellas muestran un comportamiento similar de la población en cuanto a la distribución de los datos que las personas reportan.

En esta primera medición realizada en Chile, se estudiaron algunos factores para explorar su grado de relación con el nivel de felicidad de las personas. Algunos de ellos no mostraron ninguna relación con la felicidad y otros reflejaron una relación significativa. Entre todos los factores analizados se seleccionaron los siguientes para la elaboración de este Barómetro:

- Ingresos
- Edad
- Género
- Fe religiosa
- Relaciones de pareja
- Relaciones de amistad
- Salud y aceptación del cuerpo
- Satisfacción con el trabajo
- Valoración de lo cotidiano

Los chilenos y la felicidad según la Escala de Satisfacción con la Vida de Ed Diener



¹⁵ Ver página 17, Indicadores y escalas.

Los resultados de este estudio demuestran que el 46% de los chilenos se considera muy feliz con su vida. No se encontraron diferencias significativas entre los niveles de satisfacción declarados y las variables de género, ingresos y edad. Las mayores diferencias entre las respuestas de los encuestados responden a otras variables tan diversas como la salud emocional, los lazos afectivos, la satisfacción con sus relaciones sexuales, un trabajo estimulante, la aceptación física y la calidad de su tiempo de ocio.

Las conclusiones generales de esta investigación no nos permiten entregar una receta para ser feliz, sin embargo hacen posible identificar las características de los chilenos que se consideran más felices, lo cual es relevante porque entregan pistas acerca de los rasgos individuales positivos que comparten quienes reconocen mayores niveles de bienestar personal, y también demuestran que los aspectos que inciden en menor medida en su felicidad son los factores económicos personales, los ingresos del hogar y la percepción de la situación económica nacional.

¿Qué tienen en común los chilenos más felices?

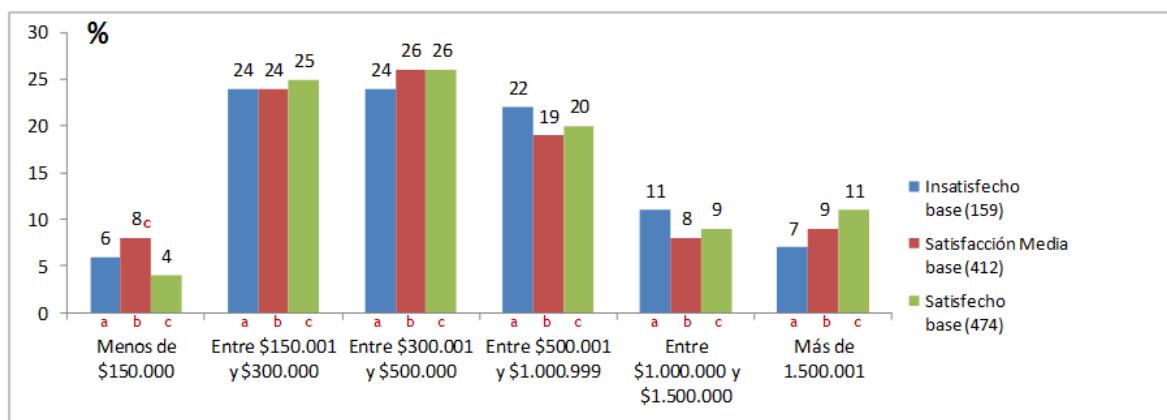
- Tienen una buena salud emocional.
- Para ellos es natural y común demostrar afecto.
- Celebran las festividades, por ejemplo sus cumpleaños.
- Practican algún hobby y se permiten algunos gustos.
- Están satisfechos con su trabajo y su tiempo libre.
- Tienen pareja.
- Tienen relaciones sexuales con regularidad.
- Están satisfechos con su aspecto físico y su salud.
- Creen en algo que los trasciende.
- Se divierten compartiendo con otras personas y se reúnen con sus amigos frecuentemente.
- Son menos sedentarios y hacen más deportes en grupo.
- Pasan menos tiempo interactuando en las redes sociales.

Los ingresos, la edad y el género no se asocian con el nivel de felicidad de las personas

Ingresos y felicidad

El presente estudio permitió concluir que los ingresos tienen poco que ver con el nivel de felicidad que reconocen las personas. Este resultado es coherente con múltiples investigaciones que evidencian que el dinero, una vez cubiertos ciertos niveles de necesidades básicas, impacta marginalmente en la felicidad. En general, en muchos países el PIB y las condiciones materiales de vida han mejorado, sin embargo estos incrementos no han arrastrado al alza los niveles de felicidad.

El Barómetro muestra que el ingreso individual o del hogar no es un factor relevante para las personas cuando declaran lo satisfechos que están con sus vidas. No se observaron diferencias significativas en relación a la felicidad o infelicidad de las personas y el dinero que ganan o poseen.

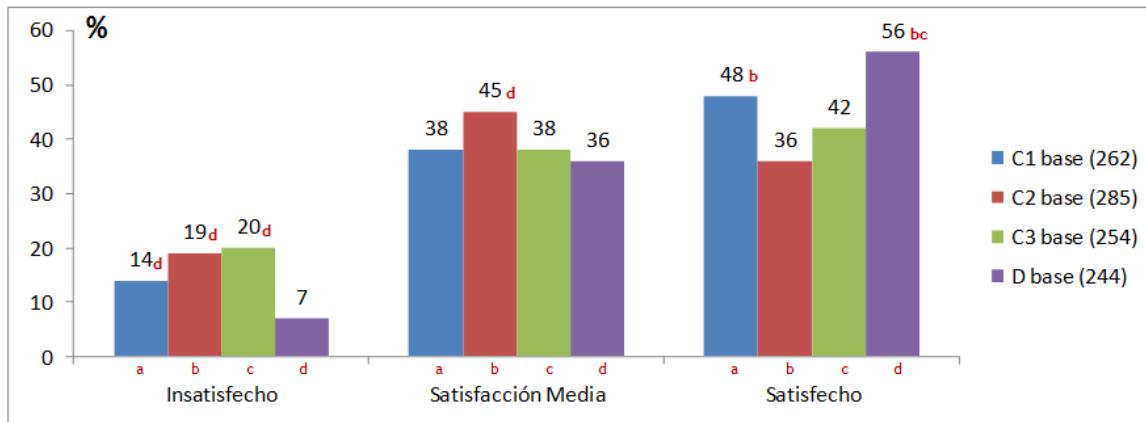


a b c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Quienes tienen una visión positiva respecto a su propio bienestar se sienten menos afectados por el contexto económico del país y también piensan que su entorno cercano no será vulnerable a sus consecuencias. Además, son más optimistas ante el desafío de emprender nuevos proyectos económicos y su visión del futuro es positiva.

Por su parte, aquellos que declaran bajos niveles de satisfacción con sus vidas también indican que el sueldo que reciben no les alcanza para llegar a fin de mes, están más preocupados por la situación económica del país y se sienten más afectados por ella. Las personas que pertenecen a los grupos socioeconómicos C2 y C3 son quienes se declaran menos satisfechos, lo que se asocia al estrés de la clase media chilena que siente la presión de mantener un nivel de

ingresos que les permita acceder a un determinado estándar de vida.



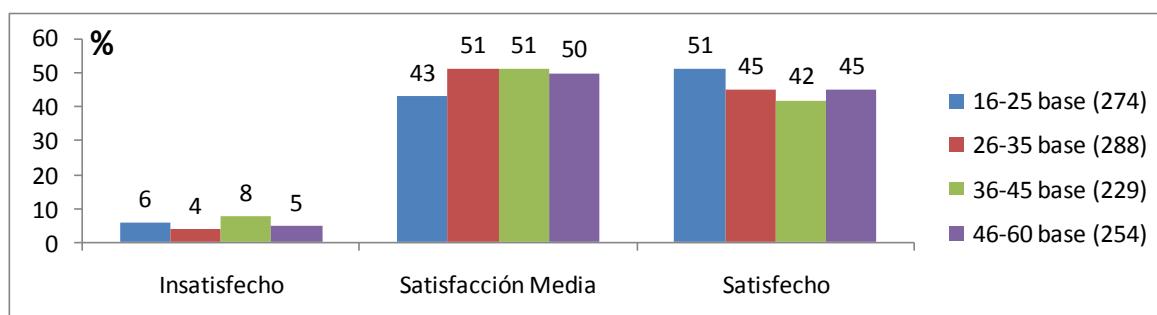
a b c d Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

La felicidad no tiene edad

En este estudio se encuestó a chilenos entre los 16 y los 60 años y los resultados indican que no existen diferencias asociadas a la edad y a una alta o baja percepción de satisfacción personal. Sin embargo, los jóvenes parecen estar algo más felices que las personas de segmentos de mayor edad.

Sólo en el segmento entre los 36 y los 45 años se percibe una diferencia significativa en los niveles de satisfacción reportados por las personas, ya que se declaran menos satisfechos, lo que puede estar relacionado con el ciclo de la vida en que se encuentran, el que conlleva un esfuerzo por equilibrar el desarrollo profesional con la formación y consolidación de una familia.

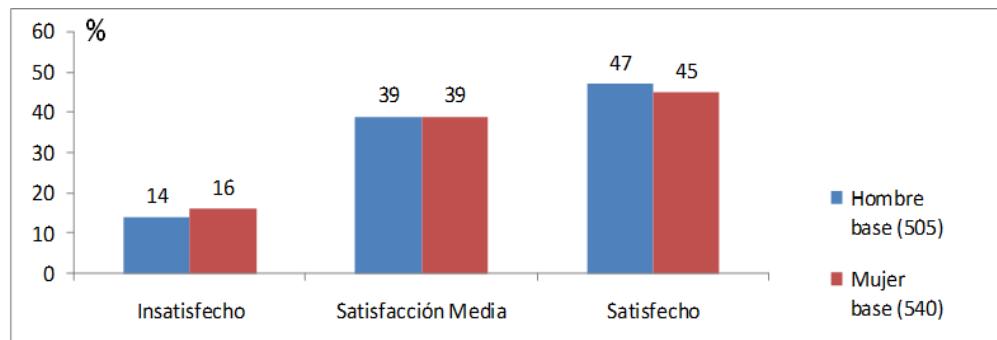
Edad y satisfacción con la vida



a b c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Felicidad y género

No existen diferencias estadísticamente significativas en los niveles de satisfacción que declaran mujeres y hombres en relación a su felicidad.



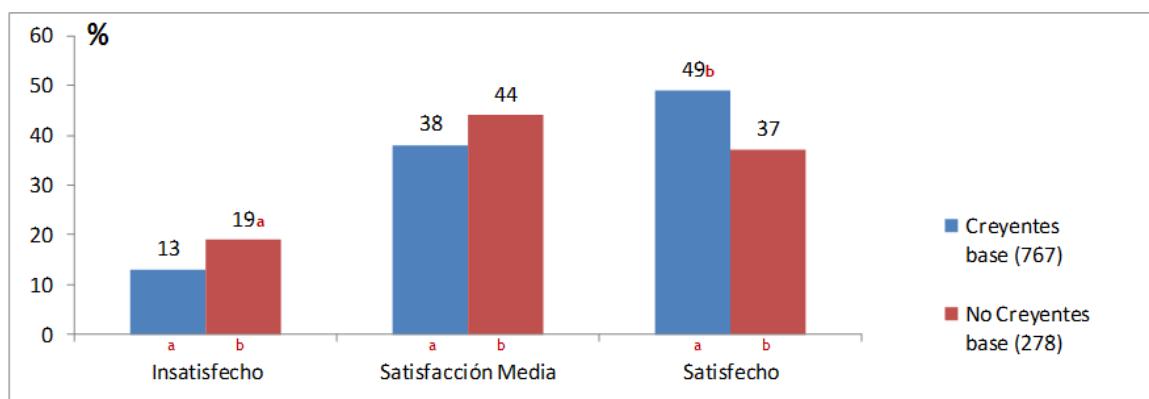
a b c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Factores que se asocian con la felicidad de los chilenos

Felicidad y fe

El 76% de los entrevistados declaró tener alguna creencia, mientras que el 24% indicó que no tiene creencias religiosas. Entre las personas que se declaran más felices existe una mayor proporción de creyentes. Sin importar la religión que profesen, aquellos que se reconocen seguidores de una o quienes declaran creer en la trascendencia espiritual, reportan mayores niveles de satisfacción con sus vidas.

¿Con cuál de estos valores religiosos usted se siente más cercano?



Felicidad y relaciones personales

Las relaciones de pareja y de amistad son factores que tienen en común la sociabilidad o el tener relaciones cercanas con otros. En este estudio ambos factores se asocian con la felicidad. Estos resultados son coherentes con investigaciones anteriores que muestran que las personas más felices se diferencian de la media y de las personas infelices en la calidad de sus relaciones cercanas, ya que tienen sólidas relaciones interpersonales y destinan más tiempo a su familia y a sus amigos.

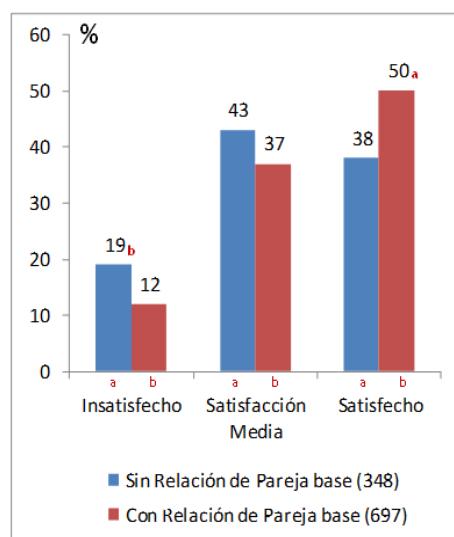
Felicidad en pareja

En la pareja coinciden el amor y la amistad, dos condiciones básicas de la felicidad. Esto se refleja en el nivel de satisfacción que reportan las personas con pareja, superior al de aquellos sin pareja. Los resultados del Barómetro muestran una clara asociación entre la satisfacción personal

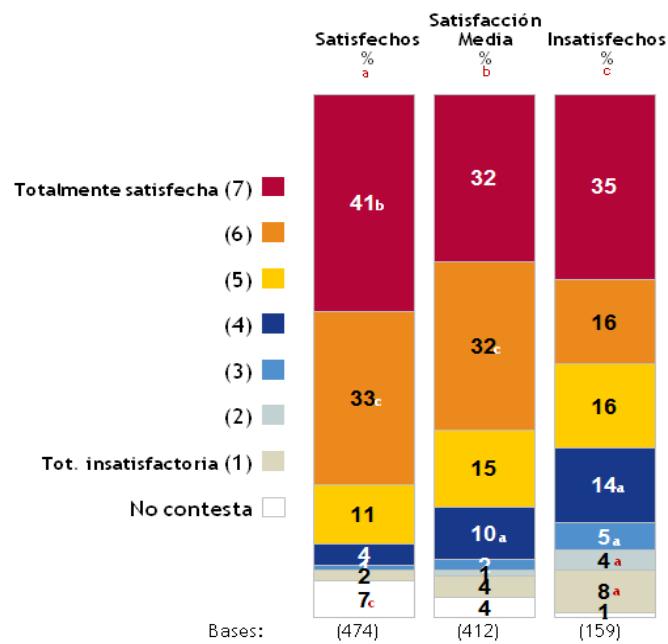
y compartir la vida con alguien. Además, quienes reportan mayores grados de satisfacción con sus relaciones sexuales también tienen niveles de felicidad más altos.

Practicar el sexo con regularidad se asocia positivamente con la felicidad. El 50% de las personas que tiene altos niveles de satisfacción declara tener relaciones sexuales regularmente. Sin embargo, cuando se les preguntó a los hombres y a las mujeres cuán satisfechos estaban con sus relaciones sexuales, se encontró una diferencia significativa entre géneros: los hombres felices se sienten más satisfechos con sus relaciones sexuales que las mujeres felices.

¿Usted mantiene una relación de pareja?



En qué medida sus relaciones sexuales son satisfactorias



^{a b c} Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

El valor de la amistad

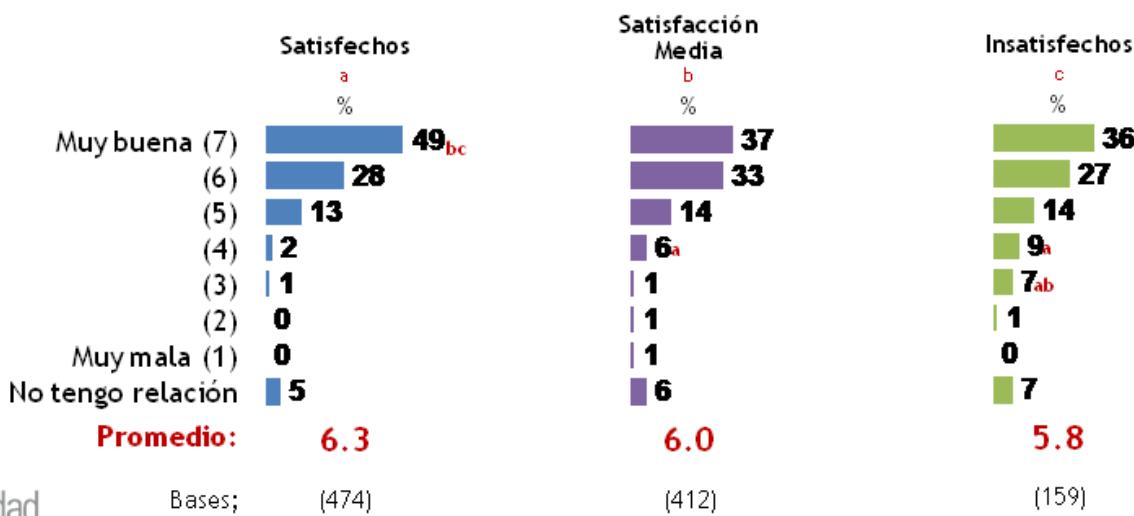
El tener amigos se asocia a mayores niveles de felicidad. No importa cuántos amigos se tengan, uno es suficiente para quienes se sienten satisfechos con sus vidas y aquellos que indican sentir mayor satisfacción son más activos en sus relaciones.

En el segmento de las personas más felices, se encontraron otras variables que se relacionan con amistad y felicidad: ellos prefieren las actividades que involucran a más personas y aprovechan su tiempo libre para relacionarse con otros, por ejemplo, a través de deportes colectivos. Los resultados del estudio también permiten concluir que, a pesar de que las redes sociales virtuales están presentes en todos los segmentos, quienes están más satisfechos con sus vidas invierten menos tiempo en relaciones virtuales.

¿Me podría decir cuántos amigos tiene?

	Satisfechos	Satisfacción Media	Insatisfechos
Promedio:	7.2	6.6	6.4
Bases;	(474)	(412)	(159)

Diría que la relación que tiene con sus amigos es:



^a ^b ^c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Pareja, hijos y amigos: los que más importan

En general, llevarse bien con los otros se relaciona estrechamente con la felicidad personal. Aquellos que se sienten más felices, declaran al mismo tiempo estar muy satisfechos con la relación que tienen con sus parejas, hijos y amigos, en ese orden. La importancia de las buenas relaciones personales se extiende a ámbitos variados, aunque con distintos grados de influencia, como los compañeros de estudio, los empleados a cargo en el trabajo, los padres, hermanos, jefes y compañeros de trabajo.

Diría que la relación que mantiene con cada uno de los siguientes grupos es:

Hermanos

	Satisfechos	Satisfacción Media	Insatisfechos
Promedio:	6.0	5.6	5.4
Bases:	(474)	(412)	(159)

Compañeros de trabajo

	Satisfechos	Satisfacción Media	Insatisfechos
Promedio:	5.8	5.6	5.7
Bases: quienes tienen compañeros de trabajo	(323)	(287)	(98)

Compañeros de estudios

	Satisfechos	Satisfacción Media	Insatisfechos
Promedio:	5.9	5.6	5.2
Bases: quienes tienen compañeros de estudios	(104)	(89)	(31)

Satisfacción en el trabajo

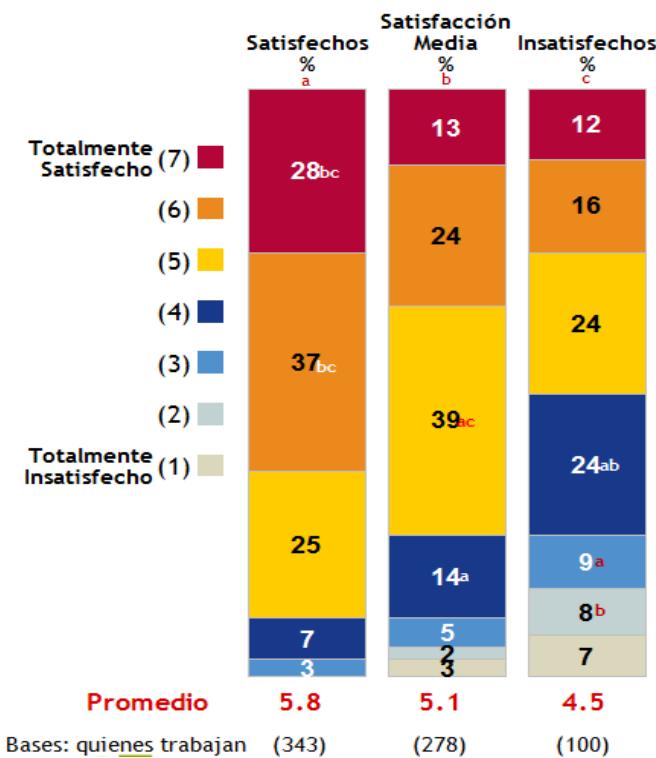
La satisfacción en el trabajo se asocia al nivel de felicidad de las personas. En este estudio, cuando se le preguntó a los encuestados acerca de la apreciación subjetiva que hacen de su actividad laboral, aquellos que efectuaron una valoración positiva de su trabajo exhibieron un mayor nivel de felicidad.

En cuanto a las características del trabajo, no hay duda de que el tipo de actividad que realizamos influye, positiva o negativamente, en nuestra calidad de vida. El Barómetro muestra que la mayoría de los chilenos que tiene un trabajo remunerado se encuentra satisfecho con la labor que realiza. El 49% de los encuestados señaló estar muy satisfecho con su trabajo y el 47% declaró estar satisfecho medianamente. Sólo el 4% declara estar insatisfecho con su trabajo.

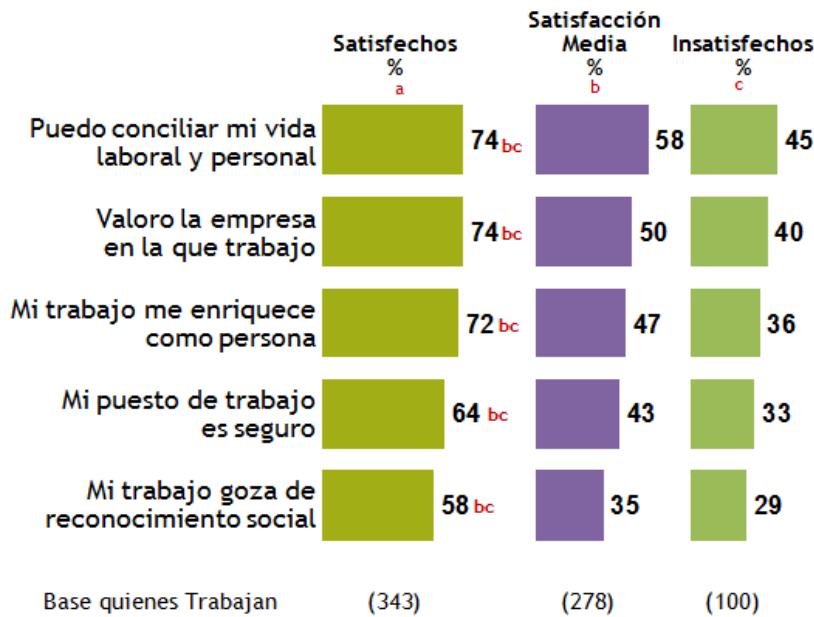
En nuestro país, las personas que se reconocen felices y tienen un trabajo remunerado, son capaces de conciliar su vida personal y laboral, valoran la empresa en que trabajan y se sienten enriquecidos como personas. Mientras que las personas con baja satisfacción personal reconocen tener dificultades en estos mismos aspectos.

Hay características comunes en los trabajos que ejercen las personas menos felices, sus ocupaciones suelen ser sedentarias y solitarias. Las personas que se declaran más felices reportan actividades en las que deben trabajar en equipo, tener labores creativas que están en línea con su formación educacional y son estimulantes intelectualmente.

¿Señale hasta qué punto se encuentra satisfecho con su trabajo?

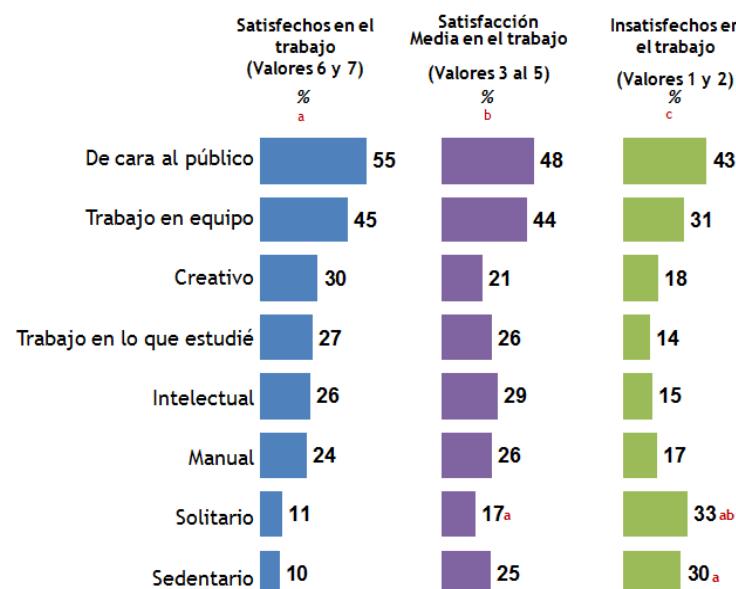


Por favor señale hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes frases:



a b c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Características del trabajo. Su trabajo o actividad diaria es:



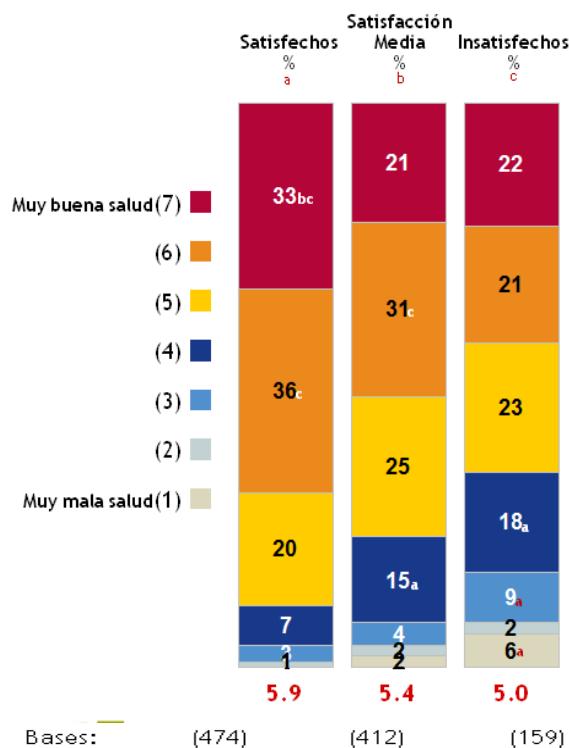
Base; quienes están trabajando (347) (340) (34)

a b c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

¿La felicidad influye positivamente en la salud?

La valoración positiva del estado de salud se asocia con mayores niveles de felicidad. En este estudio no se midió la salud objetiva de las personas (si padecían o no enfermedades), sino que se les preguntó cómo valoraban su estado de salud. Las personas con una valoración positiva de su salud mostraron mayores niveles de felicidad.

¿Cómo valora su estado de salud en general?



^{a b c} Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

El optimismo potencia el sistema inmunológico y disminuye la predisposición al estrés y la ansiedad

El buen humor y una actitud positiva son esenciales para ser feliz, incluso cuando se pasa por malos momentos, como puede serlo padecer alguna enfermedad. Numerosos estudios científicos¹⁶ avalan la idea de que un espíritu optimista es vital: esa buena disposición se asocia con un sistema inmunológico más potente, con una mejor capacidad para responder ante situaciones estresantes y para recuperarse de ellas, y con una menor predisposición a sufrir trastornos asociados como la depresión o la ansiedad.

¹⁶ Algunos de los estudios científicos que avalan la relación entre felicidad y salud:

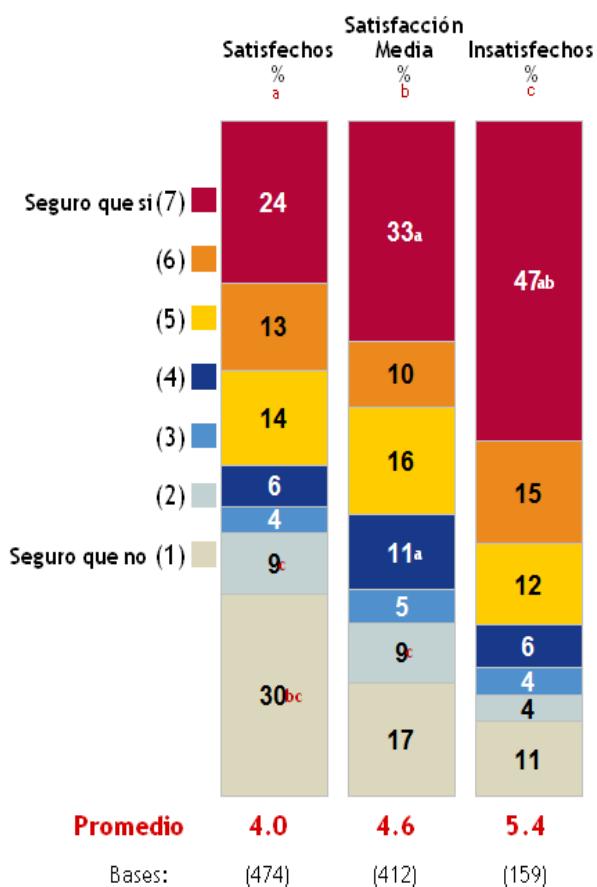
1. Presman et al. (2005) Does Positive Affect Influence Health? Psychological Bulletin. 131(6), Nov 2005, 25-971.
2. Steptoe A et al. (2005) Positive Affect and Biological Function in Everyday Life. Neurobiol Aging. 2005 Dec; 26 Suppl 1:108-12.
3. Post, SG. (2005) Altruism, Happiness and Health: it's good to be good. Int J Behav Med. 2005;12 (2): 66-77.
4. Steinert, Y. (2005) On prescribing happiness. fam Med 2005; 37(9):663-664.

Frente al espejo: Relación entre felicidad y aceptación

Existen diferencias significativas entre hombres y mujeres cuando confiesan no estar satisfechos con su aspecto físico y reconocer que eso les afecta. El 39% de las mujeres declara tener una menor aceptación de su cuerpo, mientras que ellos en un 21% tampoco están satisfechos con su apariencia física.

Los hombres demuestran, nuevamente, tener una mejor aceptación de sus cuerpos que las mujeres cuando se les pregunta: ¿Si pudiera, cambiaría alguna parte de su cuerpo? El 22% de los hombres contesta “seguro que no”, en cambio el 42% de ellas declara “seguro que sí”.

¿Si pudiera, cambiaría alguna parte de su cuerpo?



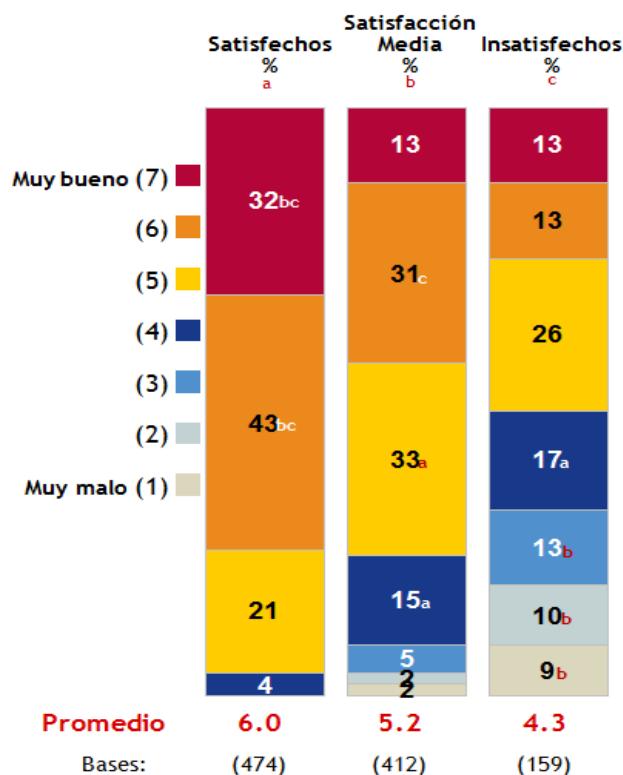
El estado de ánimo de los chilenos

Las personas con valoración positiva de su estado de ánimo exhiben mayores niveles de felicidad en los resultados del estudio.

Cuando se les pide a los chilenos calificar el estado de su salud emocional, las cifras son positivas. El 56% de los chilenos reconoce tener una muy buena salud emocional, contra un 4% que la considera mala. Las respuestas se recogieron utilizando una escala que abarca puntajes asociados a las categorías desde “muy mala” a “muy buena”. En tanto, el 40% de los encuestados califica su salud emocional como “media”.

Entre quienes se sienten más satisfechos con su salud emocional, hay una variable en común: realizan más actividad física que aquellos que consideran tener mala salud emocional. Además de ser menos sedentarios, las personas más felices eligen deportes que les permiten relacionarse con otras personas, como el fútbol.

En términos generales ¿Cómo valora su estado de ánimo?



Valoración de lo cotidiano

Cuando se les preguntó a los encuestados: ¿Cuál de las siguientes cosas te sucedió ayer?, la mayoría destacó estas respuestas: pasé un rato divertido con alguien; me sentí satisfecho por algo que hice; hice algo que realmente disfruto haciendo; aprendí algo interesante; me permití un capricho o me di un gusto.

La valoración positiva o negativa de los hechos del día anterior se asocia al nivel de felicidad. Las personas que valoran positivamente el día anterior mostraron niveles de felicidad significativamente más altos en ambas escalas.

Por favor dígame cuál/es de las siguientes cosas le sucedió ayer:

- Se sintió satisfecho por algo que hizo
- Pasó un rato divertido con alguien
- Hizo algo que realmente disfrutó haciendo
- Aprendió algo interesante
- Se permitió un capricho, se dio un gusto
- En algunos momentos se sintió desbordado
- Se aburrió durante bastante tiempo
- Estuvo preocupado por temas personales
- Le pasaron cosas que lo enojaron mucho
- Se sintió menospreciado por alguien

■ Ayer fue un día feliz:

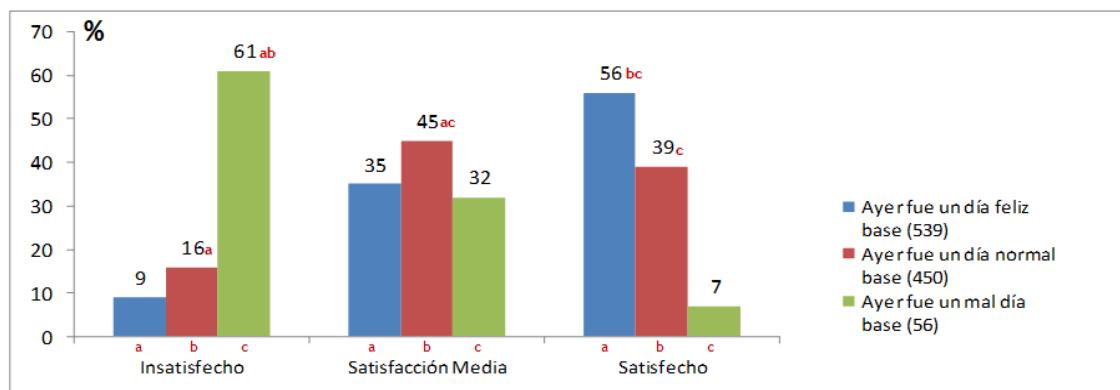
Hechos positivos / Hechos negativos. (5/0 ; 5/1 ; 5/2 ; 4/0 ; 4/1 ; 3/0 ; 3/1)

■ Ayer fue un día normal:

Considera las otras combinaciones existentes

■ Ayer fue un mal día:

Hechos positivos / Hechos negativos. (0/5 ; 1/5 ; 2/5 ; 0/4 ; 1/4 ; 0/3 ; 1/3)



^a ^b ^c Diferencias significativas calculadas con el 95% de confianza entre segmentos.

Julio de 2011

Realización: Equipos de Marketing, de Planning & Research y de Asuntos Públicos y
Comunicaciones de Coca-Cola de Chile.

Edición: Lissette Sepúlveda C.