Observatorio de Intangibles y Calidad de Vida

Informe 4. Semestre II. 2023

Calidad de Vida y Felicidad Ciudadana en España

OICV pertenece y se desarrolla desde el Grupo de Investigación en Capital Intelectual (ICRG) de la Universidad de Castilla La Mancha

UCLM Universidad de Castilla-La Mancha
CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Intellectual Capital Research Group

© Observatorio de Intangibles y Calidad de Vida. 2023

Intellectual capital Research Group (ICRG)

Universidad de Castilla La Mancha

Plaza Universidad, 1. 02071, Albacete (Spain)

Autores del documento 4-II/2023:

López Ruiz, Víctor Raúl

Nevado Peña, Domingo

Alfaro Navarro, José Luis

Huete Alcocer, Nuria

Garcia Moreno, Sonia

Castellanos Redondo, Sonia

Cuestiones técnicas sobre la encuesta desarrollada para españoles mayores de 18 años a través de redes sociales

Midiendo la Felicidad y Calidad de Vida

Las condiciones de vida, el lugar de residencia, el ámbito familiar, la situación y aspectos laborales… afectan a todos los aspectos de la vida cotidiana y, por lo tanto, afectan a su felicidad. Teniendo en cuenta los estudios realizados por el Grupo ICRG en esta cuestión, continuamos el análisis e investigación acerca del grado de satisfacción de los ciudadanos españoles con algunos factores de su entorno.

Así, ICRG-UCLM (grupo de investigación de la Universidad de Castilla – La Mancha en Capital Intelectual) muestra los resultados obtenidos tras la realización y análisis de un cuarto cuestionario online anónimo, donde las preguntas incluidas en el mismo se han formulado tras una revisión exhaustiva de la literatura académica y perfilada por la trayectoria de los primeros estudios. Dicha encuesta ha sido diseñada como el instrumento para recoger información acerca de la felicidad de los ciudadanos españoles. Como novedad, analizamos las situaciones exógenas a la calidad de vida de acuerdo con el turismo, el emprendimiento y la pandemia como también se recogía anteriormente, de esta forma se amplía el informe a dichos tópicos en este ejercicio.

Sobre la herramienta de recogida de información, el método escogido de tabulación ha sido la utilización de una escala Likert de 10 puntos (siendo 1 “nada satisfecho” hasta 10 “muy satisfecho”) sobre el grado de satisfacción de los ciudadanos en algunos aspectos de la calidad de vida en su lugar de residencia y trabajo, que le ayuden a conseguir su felicidad, que es objeto directo también de la encuesta en su pregunta final en este capítulo.

La recogida de datos se realizó en los meses de mayo a septiembre de 2023, a través de cuestionario, difundido a través de correo electrónico y redes sociales, siendo la muestra obtenida de 1.154 respuestas, lo que supone un error de estimación del 2,88% a un nivel de confianza del 95%.

Los detalles, estructura, así como los principales resultados serán explicados a continuación.

CUESTIONES CLASIFICATORIAS DEL ESTUDIO

Este estudio realizado por el Observatorio de Intangibles y Calidad de Vida (OICV) lo hemos agrupado por diferentes características para obtener conclusiones sobre la felicidad de los ciudadanos en diferentes situaciones de su vida privada, social, laboral y relacionadas con la pandemia. Para ello, además hemos querido conocer cómo afecta la felicidad por sus características sociodemográficas: género, estado civil, tamaño y características del lugar de residencia, edad, estudios, sector productivo laboral, renta, todo con el objetivo de poder discriminar por grupos los resultados y comparar diversas situaciones.

Por otra parte, se han incluido también cuestiones relativas al entorno de vida (situación familiar, confianza, medioambiente, accesibilidad comercial y transporte público, zonas verdes, cultura y deporte, población extranjera, sanidad, educación precio de la vivienda y seguridad); el entorno laboral y formativo (situación económica, laboral, ambiente de trabajo, formación, acceso a internet); y, por último, qué efectos produce la pandemia del COVID-19 (en la calidad de vida dentro del entorno familiar y laboral de los encuestados).

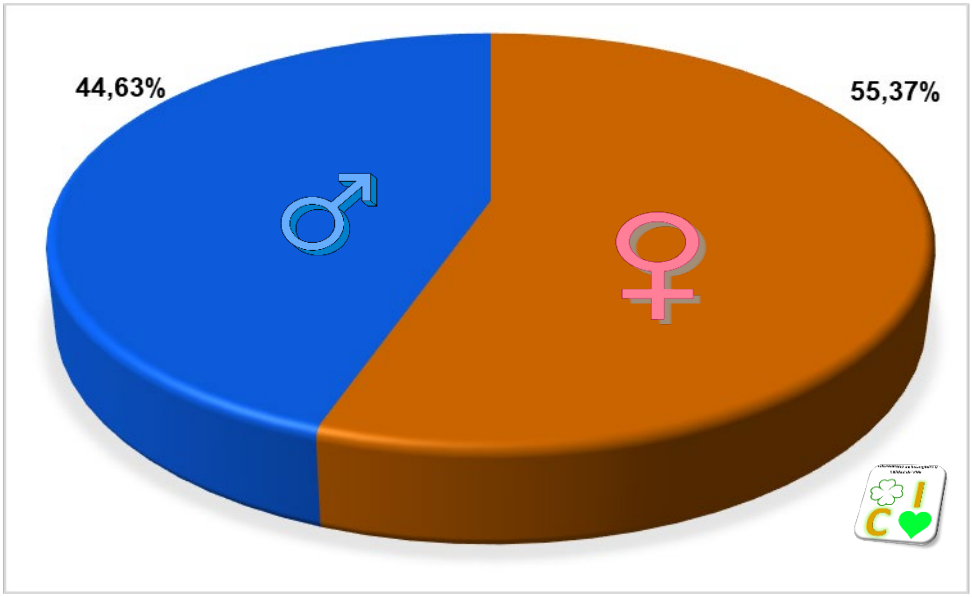
A continuación, se muestran los resultados obtenidos tras la encuesta. En los gráficos adjuntos (histogramas en su mayoría), se pueden observar, principalmente, sobre las preguntas realizadas a los ciudadanos, los porcentajes de frecuencias obtenidos en cada una de ellas.

1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

GÉNERO: Igualdad en felicidad, pero diferencias en los factores que las determinan.

De total de las respuestas obtenidas, el porcentaje de participación es similar y representativo de la población, más alto el de mujeres (55,4%) que el de hombres (44,6%).

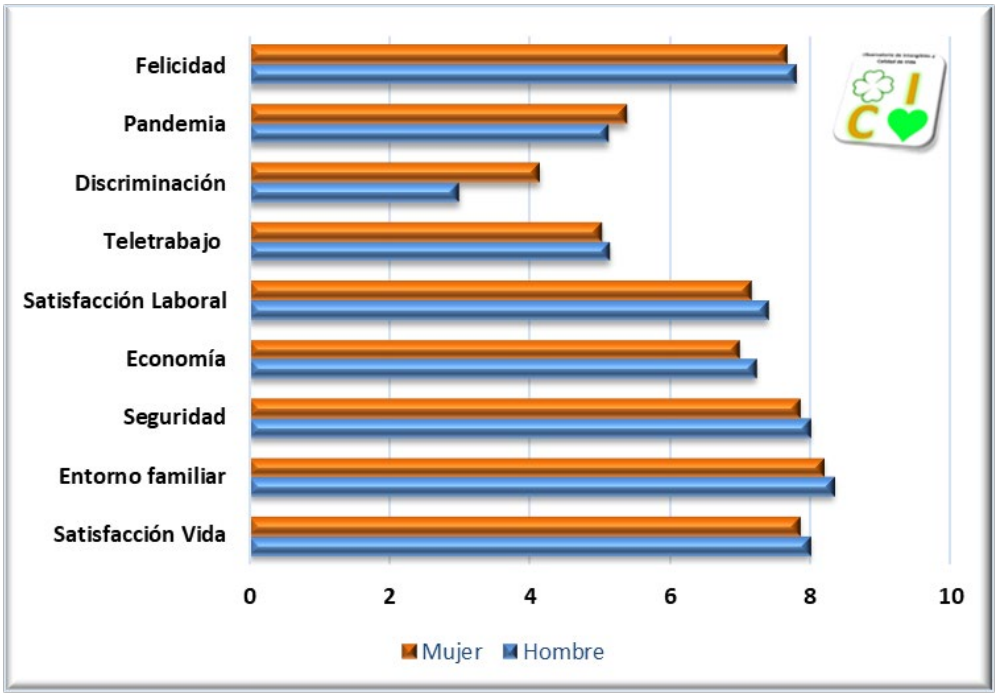
Gráfico 1. Género



A la hora de determinar quién es más feliz, si son los hombres o las mujeres, los resultados de la encuesta no advierten diferencias significativas en 2023, si bien las mujeres son menos felices que los hombres en términos de satisfacción con la vida. En las condiciones laborales y de renta, es donde los hombres cuentan con niveles más altos. En relación con la pandemia, las mujeres se muestran más afectadas que los hombres. Por otra parte, en cuanto a sufrir discriminación las mujeres están más de un punto por encima (4,14 versus 2,99). En este sentido, **el perfil de discriminación recae en mujer, menor de 40 años, desempleada, de baja renta y en el ámbito rural.**

En el ámbito personal/familiar la situación es óptima en género, siendo muy similar, pero tampoco las mujeres superan las valoraciones de los hombres.

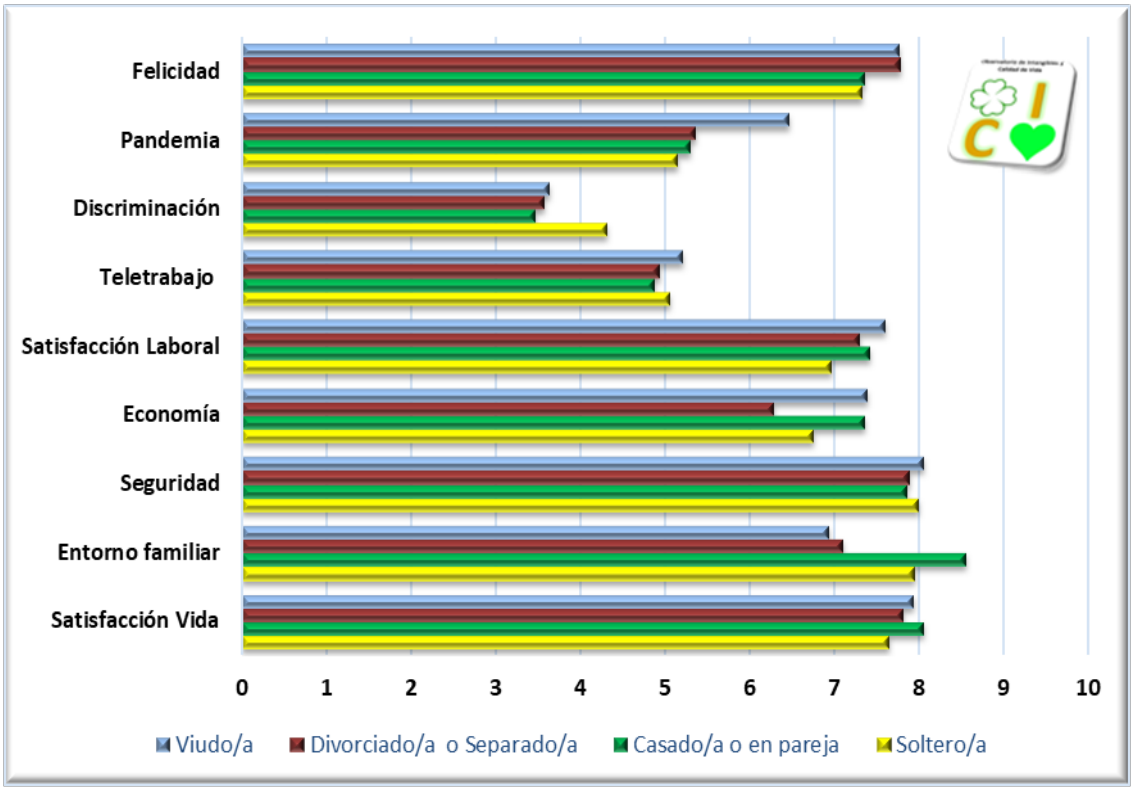
Gráfico 2. Género y Felicidad



ESTADO CIVIL: los solteros, en general, son menos felices.

La soledad, o mejor la soltería, es un factor negativo en relación con la calidad de vida, también con la discriminación por género. Así lo han puesto de manifiesto los resultados una vez más obtenidos en la encuesta cuando se hace referencia a las personas solteras, en gran medida en cuanto a la satisfacción de vida, pues la media de valoración es de 7,65; sin embargo, no ocurre con las personas casadas o en pareja, los datos alcanzan una media de 8,06 puntos. Son los casados o que viven en pareja los que cuentan con mejores indicadores en lo referente a situación familiar (8,55) y en media con el resto de las principales variables, aunque están menos dispuestos al teletrabajo y dicen sufrir menos discriminación por género.

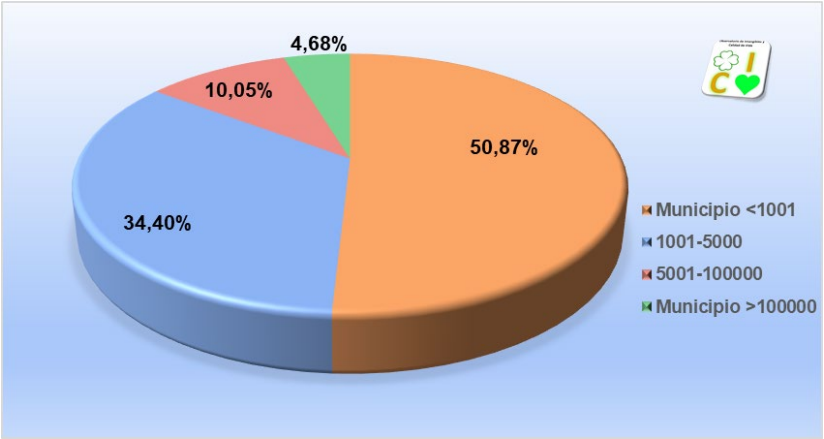
Gráfico 3. Estado Civil y Felicidad



LUGAR DE RESIDENCIA: En las zonas rurales, sin acusado despoblamiento, la felicidad es mayor que en las urbanas.

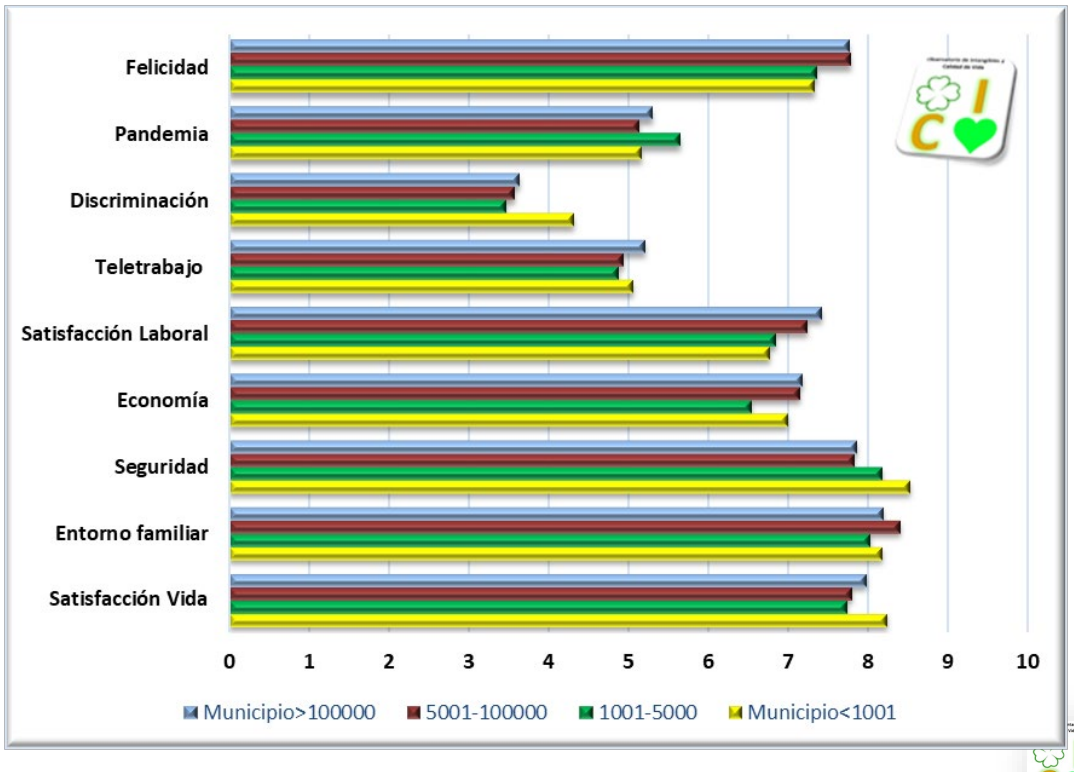
Para clasificar el lugar de residencia, se establecieron cuatro intervalos. Así se puede comprobar que los ciudadanos que respondieron al cuestionario, el 50,9% residen en ciudades mayores de 100.000 habitantes, seguidos de municipios de entre 5.000 y 100.000 habitantes, acumulando entre ambos tramos el 85,3% de la muestra. Hay que indicar que, en el intervalo entre 5.001 y 100.000 se encuentran también ciudades, capitales de provincia, que no superan los 100.000 habitantes, como Cuenca, Toledo, Guadalajara o Ávila. Posteriormente, con esta clasificación, podremos determinar si los ciudadanos son más felices en zonas urbanas o zonas rurales (pueblos) que conforman casi el 15% de la muestra (gráfico 4).

Gráfico 4. Lugar de residencia



El lugar de residencia se convertía en unos de los factores más importantes para obtener una mejor calidad de vida con la situación vivida frente a la pandemia, sin embargo, esas diferencias se han reducido, pero se mantienen en la preferencia de los ciudadanos en vivir en casas mucho más amplias y sitios cercanos a la naturaleza (hasta 8,24 en satisfacción). Cuestiones ahora como afrontar el teletrabajo, o la propia pandemia se muestran más homogéneas, resultando más relevante la seguridad en los pueblos. No obstante, la respuesta de valoración de la felicidad social es mayor para las grandes ciudades. Por último, la cuestión laboral y su asociada, la económico-financiera, parecen estar claramente del lado de las grandes ciudades. Tomando en cuenta el promedio, el lugar idóneo para residir aún bascula hacia las zonas rurales.

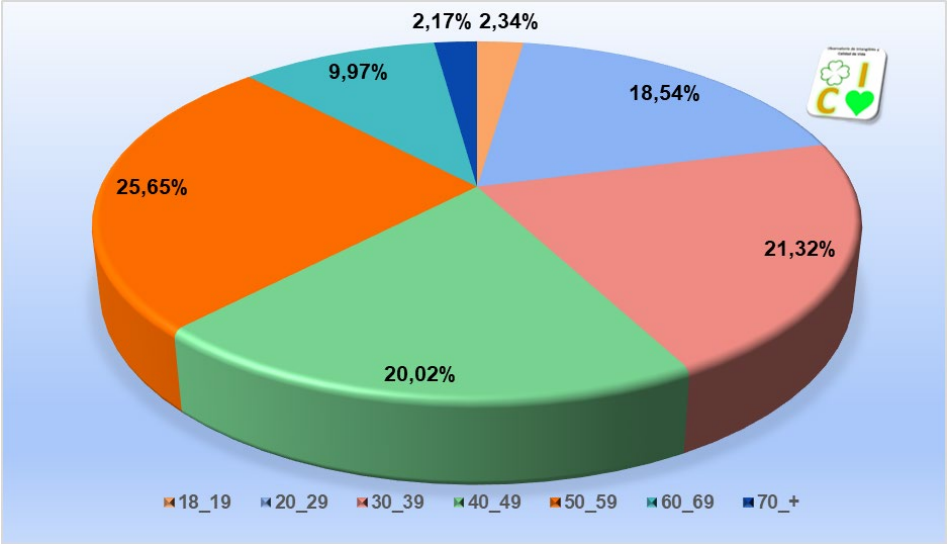
Gráfico 5. La felicidad en zonas rurales versus urbanas



EDAD: Los mayores son los más felices.

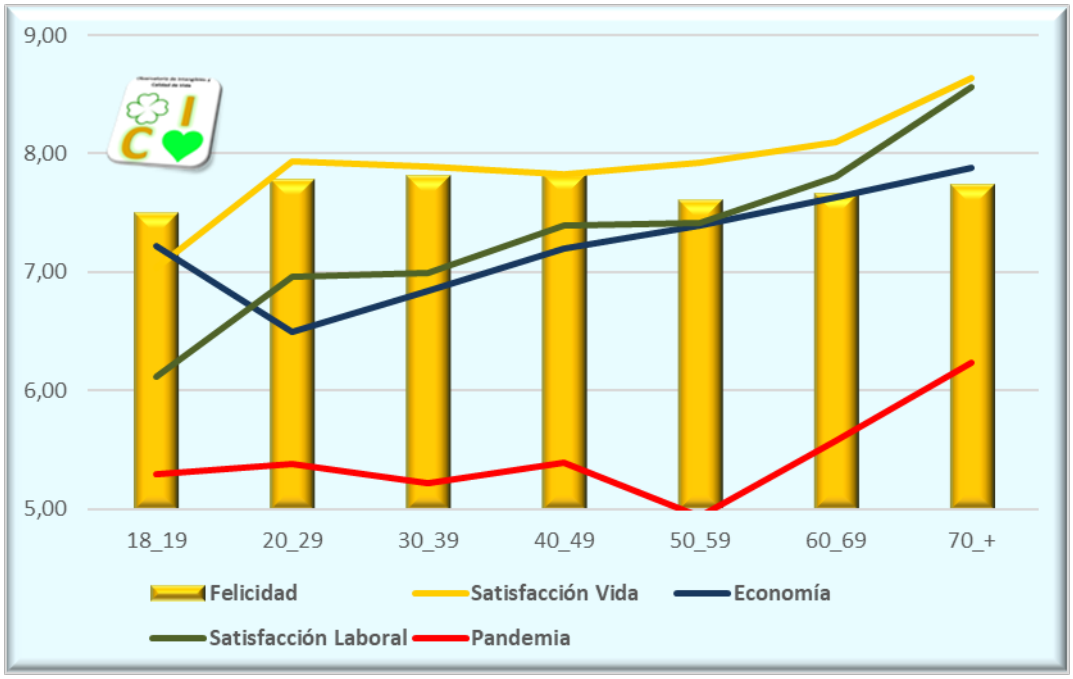
Para analizar la influencia de la edad en la felicidad de los encuestados, se organizaron siete grupos de edad. Del total de la muestra obtenida n= 1.154, destacan los ciudadanos de mediana edad de entre 50 y 59 años con un porcentaje del 25%, siendo un poco menor, con aproximadamente un 21,32 % los comprendidos entre 40-49 años y un 20% el intervalo de 30-39 años. La pirámide poblacional de la encuesta representa bien la realidad demográfica de España junto al objetivo del informe.

Gráfico 6. Edad



Según las respuestas dadas de los encuestados, se ha podido plasmar los resultados acerca de la influencia de la edad en la felicidad de los ciudadanos españoles. Aunque la felicidad ciudadana ha quedado muy repartida, se ha llegado a la conclusión que las personas más felices son aquellas que tienen más edad, a partir de los 60 años, aunque para este ejercicio también existe un valor elevado en aquellos de entre 20-49 años. Esto puede poner de manifiesto que la edad en periodo de trabajar puede influir en la felicidad de las personas. Esta situación está más clara cuando hacemos referencia a la cuestión económica-financiera o laboral, donde pueden apreciarse como los encuestados de entre 20 y 29 años están menos satisfechos, ya que su situación económico-financiera y laboral, que suele coincidir con su independencia, es peor, o incluso aún se encuentran en el período de formación. No obstante, comparado con el ejercicio anterior, parece que se ha recuperado la situación de decaimiento juvenil, todavía clave en los menores de 20 años con una menor satisfacción general con la vida.

Gráfico 7. La felicidad y la edad



También los resultados pusieron de manifiesto cómo las personas mayores de 70 años son ahora (6,2 de media, es decir, un punto por encima de la media total) las que se muestran más afectadas por la pandemia.

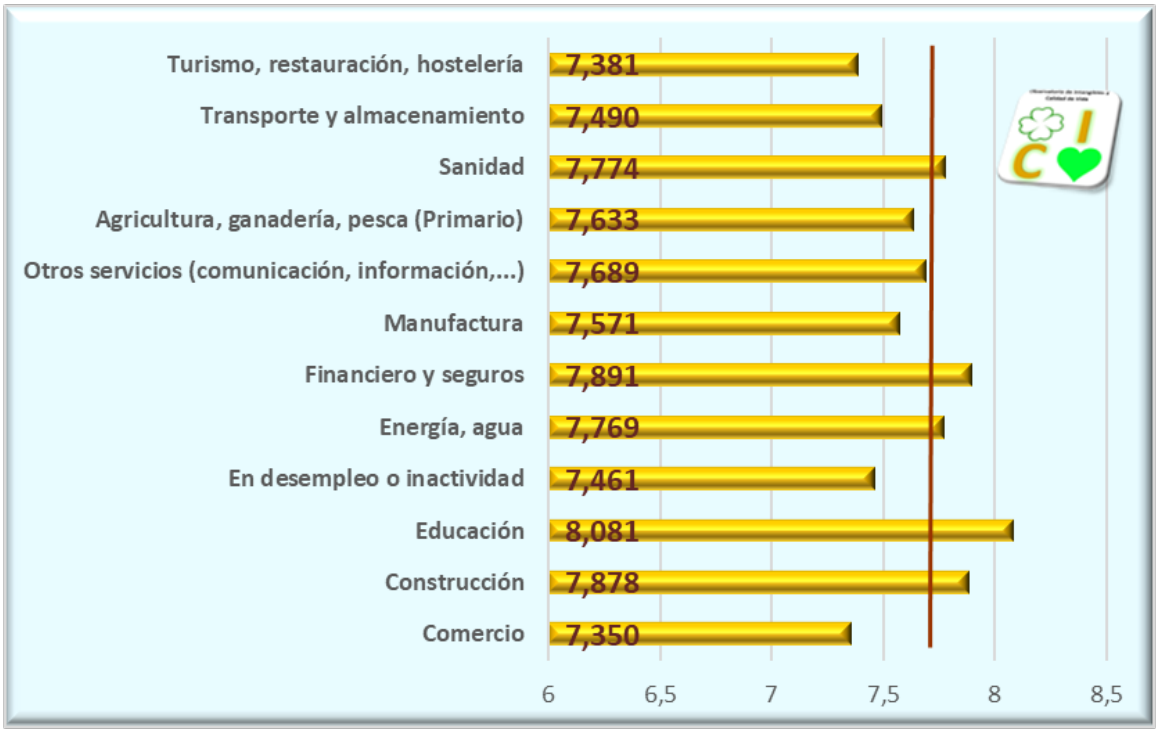
Sector Económico: sin duda, el trabajo da la felicidad

Si tenemos en cuenta el sector económico de actividad se puede ver claramente que son los dedicados al comercio, turismo y los desempleados o inactivos los que presentan una menor felicidad (entre 7,35 y 7,46), sin duda, los sectores más sensibles en el escenario económico actual y que también se encuentran condicionados por unos horarios laborales y retribuciones más sensibles.

Por el contrario, son los ocupados en el sector educación, financiero y construcción, en ese orden, los que alcanzan unos mayores niveles de felicidad, bastante similares. Estos resultados ponen de manifiesto la importancia de la situación laboral en la felicidad de los ciudadanos.

En el gráfico 8 podemos ver los resultados referenciados a la media total (línea roja con un 7,71).

Gráfico 8. Sectores de actividad y Felicidad



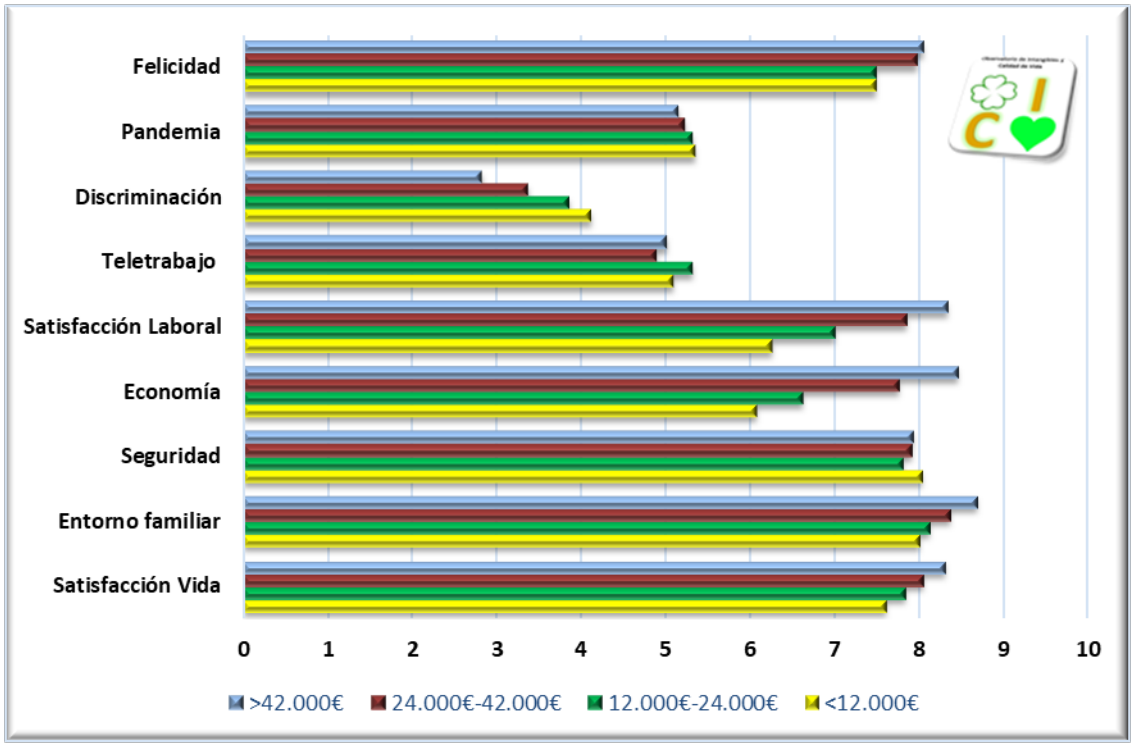
El dinero no da la felicidad, pero ayuda

En este caso, más allá de determinar la satisfacción con la situación económica, hemos establecido un reparto por grupos de renta entre los encuestados. Los grupos fueron 4, los que cuentan con rentas anuales inferiores a 12.000€ (aprox. el SMI), los que perciben hasta 24.000€, hasta 42.000€ y los que cuentan con ingresos anuales superiores a esta última cantidad.

Los resultados no dejan dudas, en el gráfico 9, vemos cómo la renta afecta a todos los factores condicionantes de la felicidad de forma positiva. Por su parte, la pandemia y la discriminación se muestran en sentido inverso, menor efecto a mayor renta.

En cuanto a la distribución de la muestra, de los grupos es del 25,6% para los más pobres, el 29,1% entre 12.000 y 24.000€, el 30,3% para los que cuentan con ingresos de hasta 42.000€ y el 14,9% para los más ricos. Por tanto, se trata de un reparto bastante homogéneo y realista con la sociedad española de ingresos medios cercanos a los 20.000€.

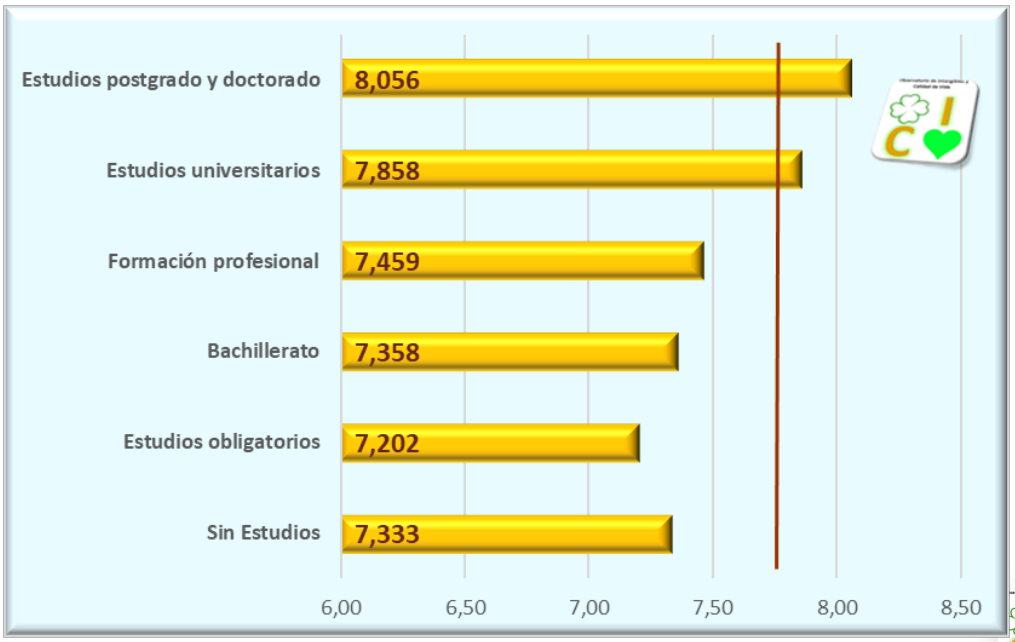
Gráfico 9. Renta y felicidad



El nivel de estudios permite mayores rentas, y se relaciona positivamente con la felicidad

Se puede apreciar como la formación influye en obtener diferencias en felicidad a través del mercado laboral que son significativas si observamos los valores promedio (gráfico 10). La edad justifica el caso anómalo de los que se encuentran sin estudios, pero a partir de bachillerato la situación es homogénea con clara correlación positiva hacia mayores estudios, mayor felicidad.

Gráfico 10. Estudios y felicidad

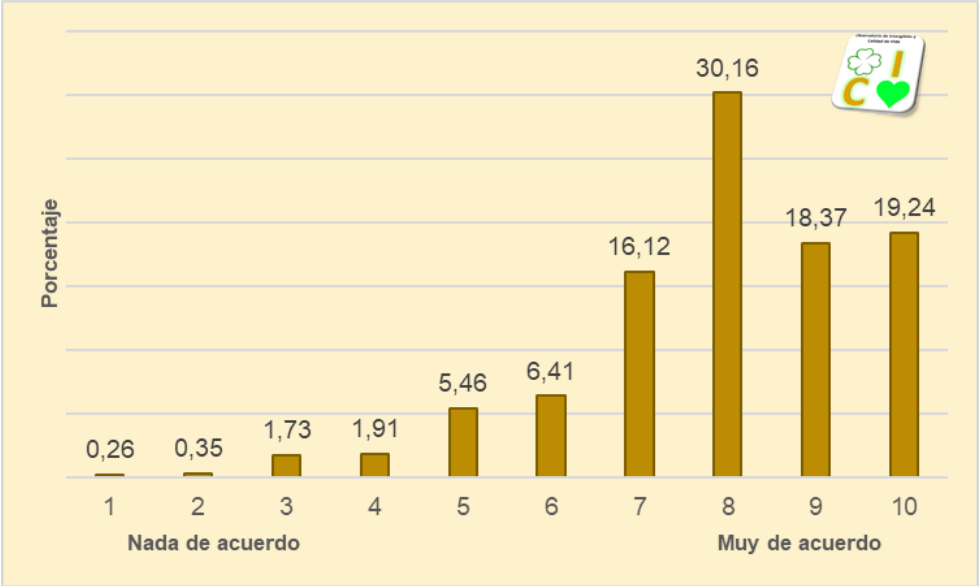


2. CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO DE VIDA

VIDA: uno de cada cinco españoles es plenamente feliz con su lugar de residencia y el 50% está notablemente satisfecho con su vida, volvemos a la situación anterior a la pandemia.

Normalmente uno elige vivir donde se pueda sentir más feliz con lo que hace en su vida cotidiana, como puede ser el tipo de trabajo, la seguridad de su barrio, el disfrute de los servicios que se le ofrecen en el lugar próximo o accesible desde su residencia: sanidad, educación, etc. En este sentido, según los resultados obtenidos en la encuesta, los ciudadanos están muy satisfechos con su vida y lugar de residencia. En un intervalo de 1 hasta 10 para valorar su grado de satisfacción, **la media ha sido 7,91** (el más alto de los años de estudio 2020-23). Los porcentajes más altos se ven en los últimos puntos de la escala, siendo un total de **67,8% ciudadanos muy satisfechos (8 o más).**

Gráfico 11. La felicidad como satisfacción con la vida en el lugar de residencia



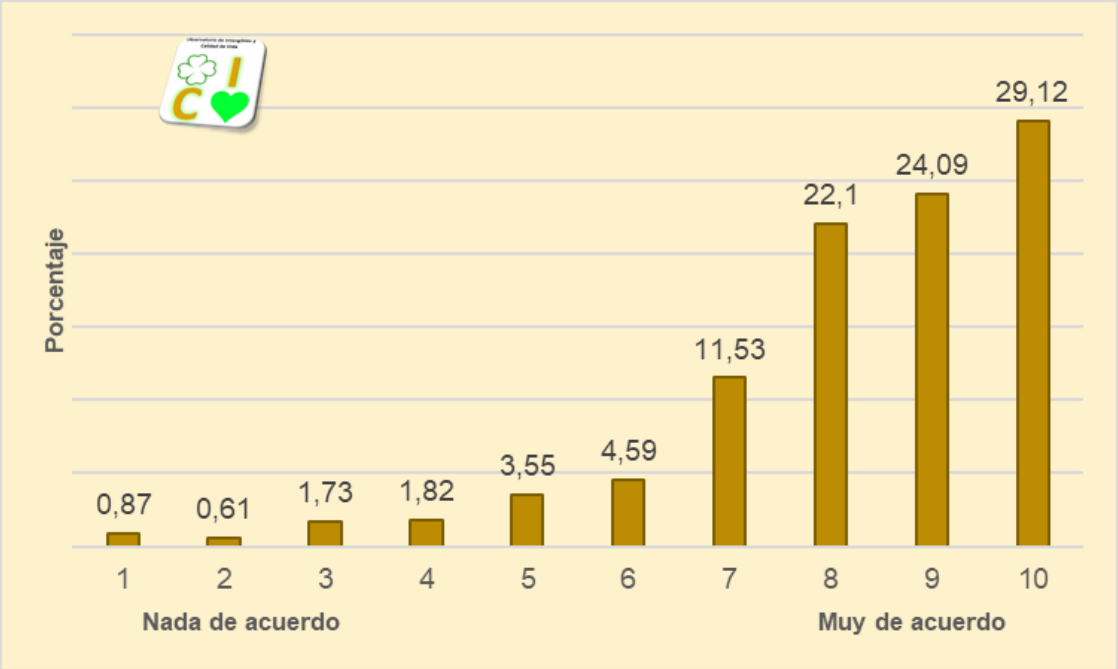
Por otro lado, el lugar de residencia puede resultar relevante para obtener la felicidad, cuando diferenciamos la muestra entre los que viven en una ciudad o en una zona rural. Algunos ciudadanos pueden considerar que pueden ser más felices en las ciudades, por tener más oportunidades laborales, los bienes y servicios públicos que brindan, a diferencia, las zonas rurales pueden ofrecer mayor seguridad y un entorno más sostenible**. Los valores alcanzados más altos son para los municipios de menos de 1000 habitantes con 8,24 puntos**, siendo el valor para las grandes ciudades de 7,99.

SITUACIÓN FAMILIAR una de las razones clave de felicidad para los ciudadanos españoles

El entorno familiar es muy relevante para ser feliz.

Existe una cuestión clave en la felicidad general en España, aproximadamente un 5% de los encuestados suspenden frente al resto su situación familiar, donde los resultados nos indican que **la media de valoración está en 8,25** en una escala del 1 al 10. Estos datos quedan reflejados sobre todo en los últimos tres niveles de satisfacción positiva, un 75,3%.

Gráfico 12. La situación familiar

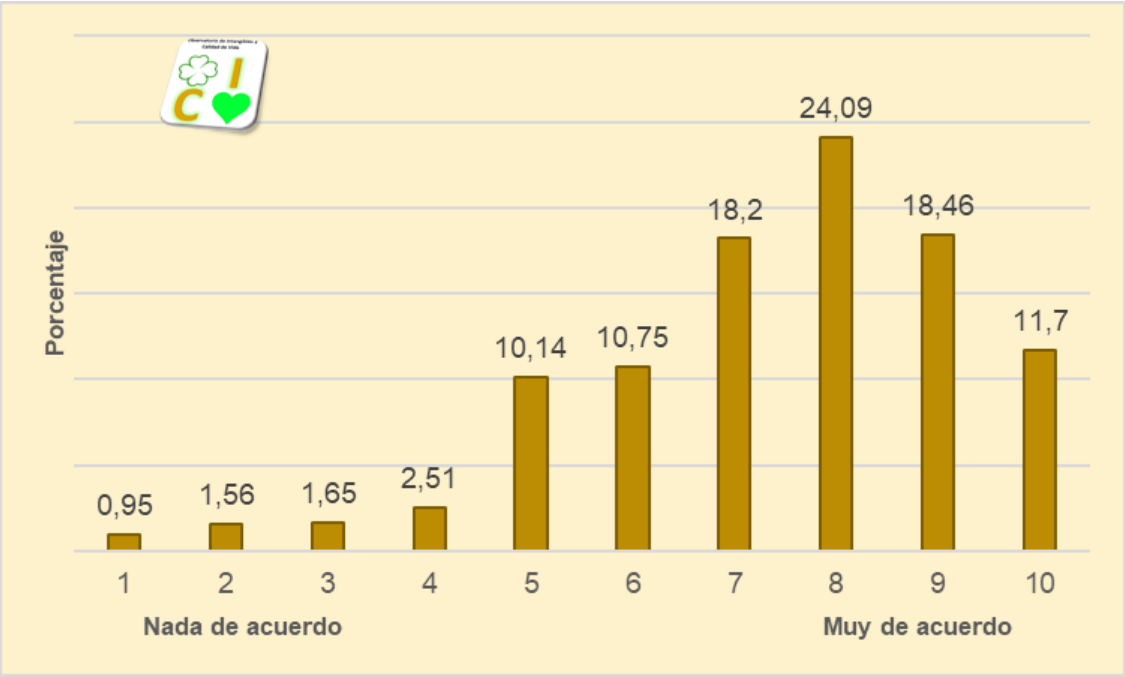


CONFIANZA: los españoles confían en sus vecinos.

Vivir en confianza es sinónimo de vivir en tranquilidad. En ocasiones la gente cambia de casa y vecindario debido a la falta de confianza de su gente, esto le ocasiona una cierta intranquilidad y por tanto puede conllevar a una infelicidad. Según los resultados obtenidos en la encuesta, la media de satisfacción es de 7,37. Este dato pone de manifiesto cómo la mayoría de las personas viven en lugares donde tienden a confiar en sus vecinos.

Aunque con valores inferiores, la estructura de barrios de las grandes ciudades, la confianza es adecuada en términos de vecindad con un 7,34 como media. Las relaciones más fuertes se producen en los municipios rurales llegando hasta un 7,62 en aquellos con población entre 1.001 y 5.000 habitantes y a un 7,15 en municipios de menos de 1.000 habitantes. Por edad son los más jóvenes los que valoran más baja esta cuestión junto con el tramo senior de 60 a 69 años.

Gráfico 13. La confianza en el vecindario

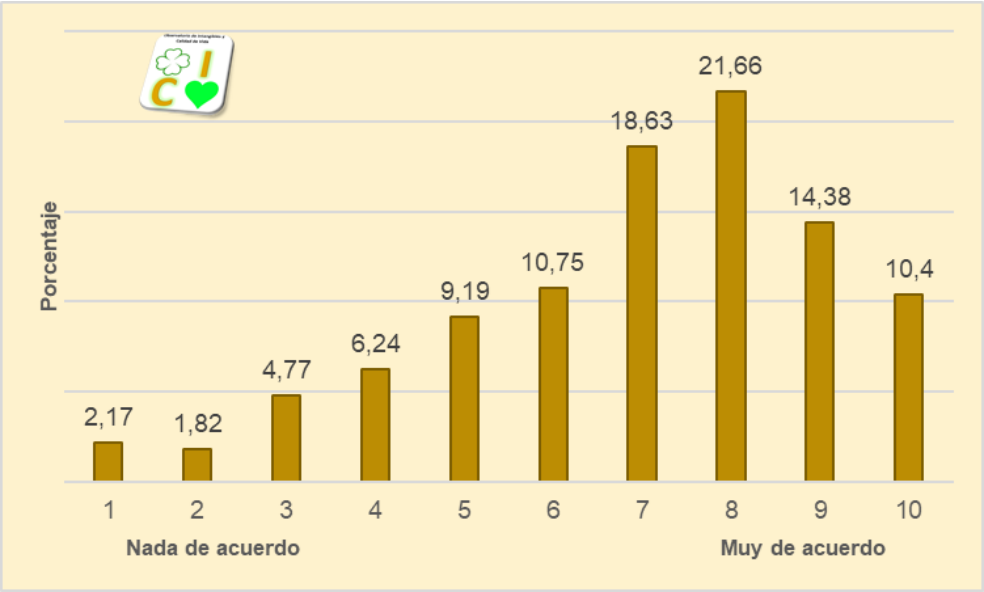


PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE: cuestión de edad y cuestión urbana

Existen razones para pensar que el entorno natural está relacionado positivamente con el bienestar, la salud y la felicidad. Esos entornos naturales pueden aumentar la felicidad al facilitar y alentar, por razones prácticas, culturales y/o psicológicas, comportamientos que son beneficiosos física y mentalmente, incluido el ejercicio físico, la recreación y la interacción social. Los ciudadanos son significativamente más felices al aire libre en todos los tipos de hábitat verde o natural que en los entornos urbanos. Y así lo demuestran los resultados de la media obtenida (6,93) en el grado de satisfacción acerca del medio ambiente en términos de calidad del aire, ruido, limpieza, siendo importante para los ciudadanos a la hora de obtener su felicidad.

No obstante, la beligerancia sobre la defensa del medio es cuestión de edad con notas más bajas de los más jóvenes, llegando al 6,74 para los que se encuentran entre 30-39 años. En cuanto al lugar de residencia existe una clara relación directa en términos de polución, resultando mucho mejor valorados las zonas rurales: municipios de menos de 1.000 habitantes con una media de 8,39 versus un 6,49 para las grandes ciudades.

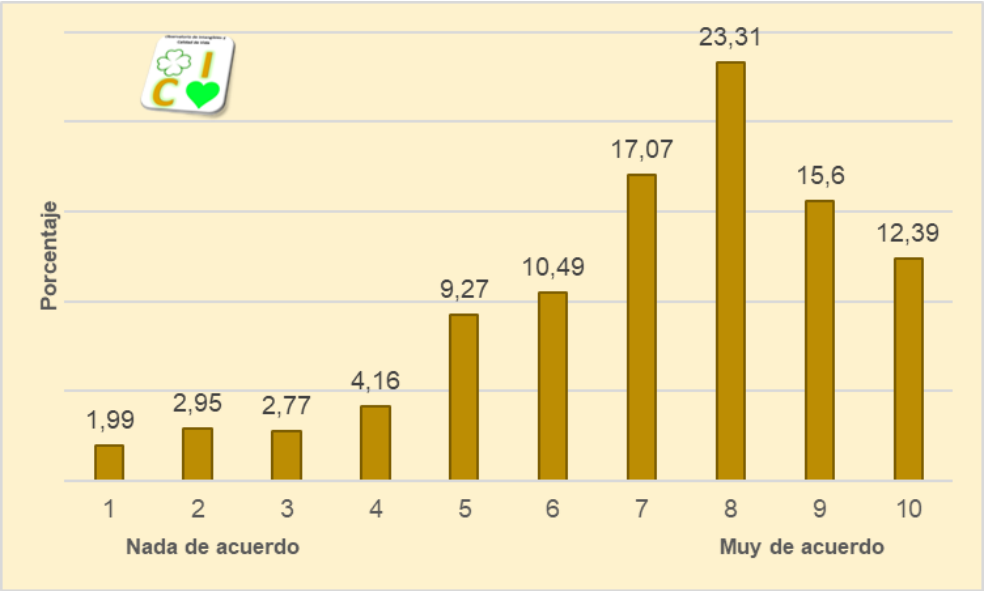
Gráfico 14. Calidad del aire, contaminación, saneamientos



COMERCIO Y TRANSPORTE PÚBLICO: accesibilidad clave en la felicidad

Los resultados obtenidos sobre el grado de satisfacción de los ciudadanos cuando disponen de acceso a servicios comerciales y al transporte público en su lugar de residencia, son suficientes para el notable **con un 7,1 de media**. Se puede ver cómo los niveles para valorar la satisfacción positiva son mucho más altos. Esto quiere decir que los ciudadanos tienen en cuenta esta accesibilidad a la hora de vivir en un lugar determinado. Si están satisfechos con estos servicios es porque también lo buscan. Si bien la excelencia está lejos de ser una norma, 1 de cada 4 ciudadanos no lo aprueban. En las zonas rurales de menos de 1000 habitantes alcanzan un 5,35 por un 7,74 para las grandes urbes.

Gráfico 15. Transporte público, accesibilidad a servicios



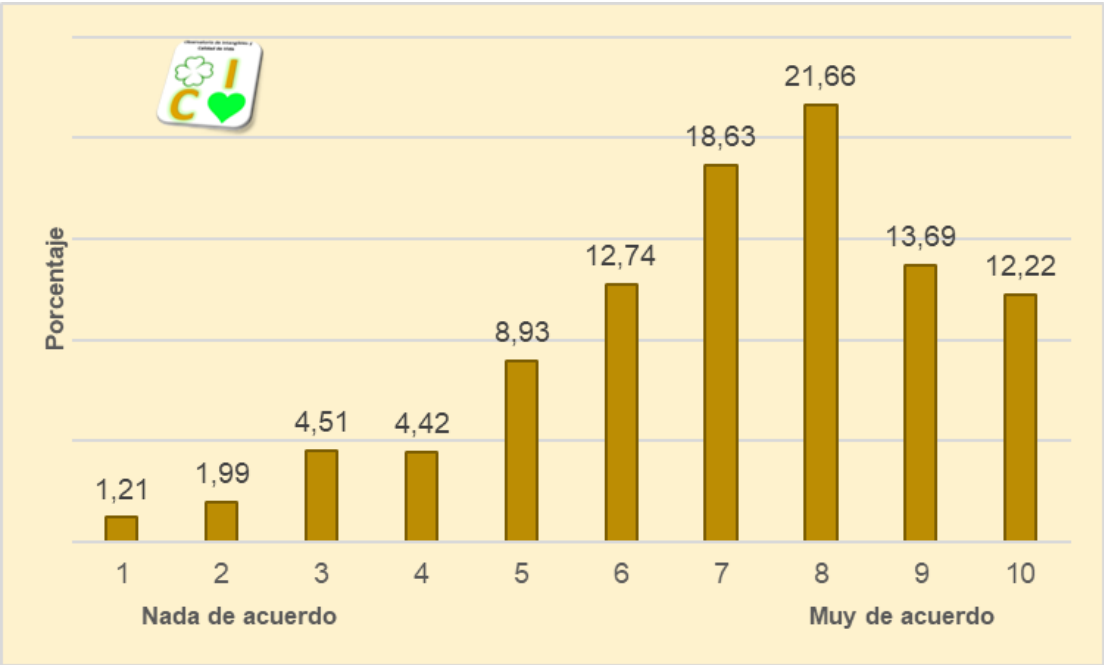
Sostenibilidad, zonas verdes, espacios para la calidad de vida

Los espacios verdes, como los parques urbanos, están asociados con la salud y el bienestar de las personas, incluida su calidad de vida, son pues un factor clave en la sostenibilidad de nuestra sociedad en términos productivos. La conciencia de un problema ambiental, de sus efectos negativos en la salud y ecosistema, son factores clave de desarrollo humano y por tanto afectan directamente a la felicidad ciudadana.

Los datos obtenidos con el cuestionario así lo demuestran, la mayoría de los encuestados consideran estar satisfechos con los espacios verdes en el lugar de residencia (con una **media en la respuesta de 7,06 puntos**), por tanto, tienden a valorar positivamente las estrategias de sostenibilidad en su entorno. No obstante, observamos además que los dos últimos niveles de la escala, 9 y 10, son más bajos con un menor porcentaje que los anteriores, pudiendo extraer como conclusión que los ciudadanos requieren aún más acción en esta área.

Los más críticos con la cuestión, en concreto la adecuación de espacios verdes en los municipios, que otorgan la nota más baja son los jóvenes en la franja de edad entre 18 y 19 años con 6,74 y en general los menores de 50 años. En cuanto al tipo de área vuelven a ser las personas de las zonas urbanas que alcanzan una valoración de 6,91 las más críticas versus las rurales en donde llegan a 7,94.

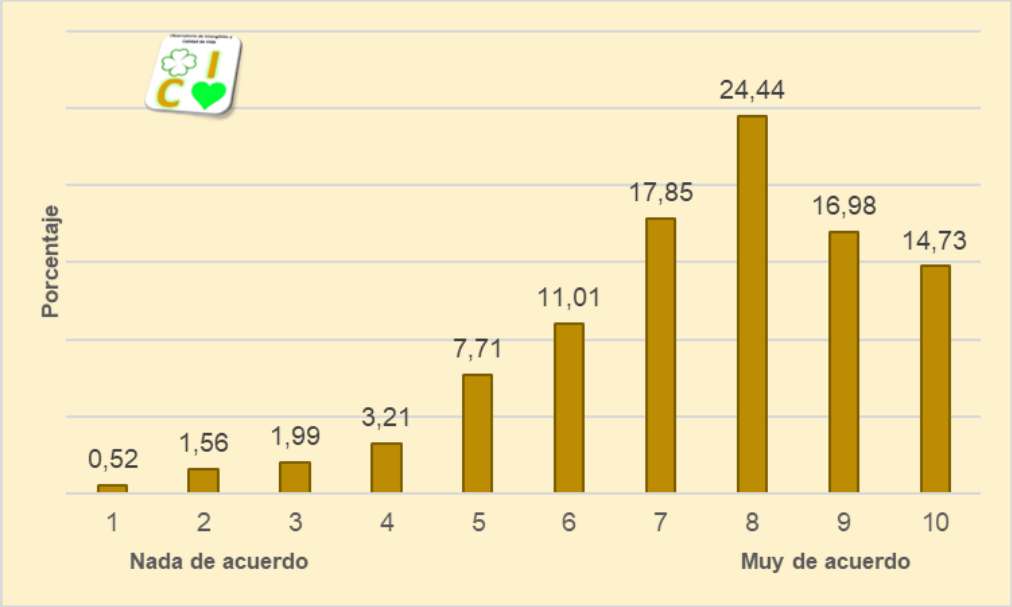
Gráfico 16. Sostenibilidad, espacios verdes



CULTURA/DEPORTE: el acceso a estas actividades mejora la calidad de vida

Por otro lado, el acceso a la cultura y al deporte en el lugar donde uno reside puede reportar una mejor calidad de vida. En ocasiones, constituyen una de las principales actividades que los ciudadanos tienen en cuenta para practicar en su tiempo de ocio. Así, los datos recogidos muestran cómo existen niveles altos de satisfacción con la oferta cultural y deportiva, y el acceso a la misma en sus lugares de residencia. Concretamente se podría hablar de más del 75 % de los encuestados si tenemos en cuenta los últimos 5 niveles, siendo **la media de 7,48 puntos**. En general, se valora mejor por la gente joven que por los mayores.

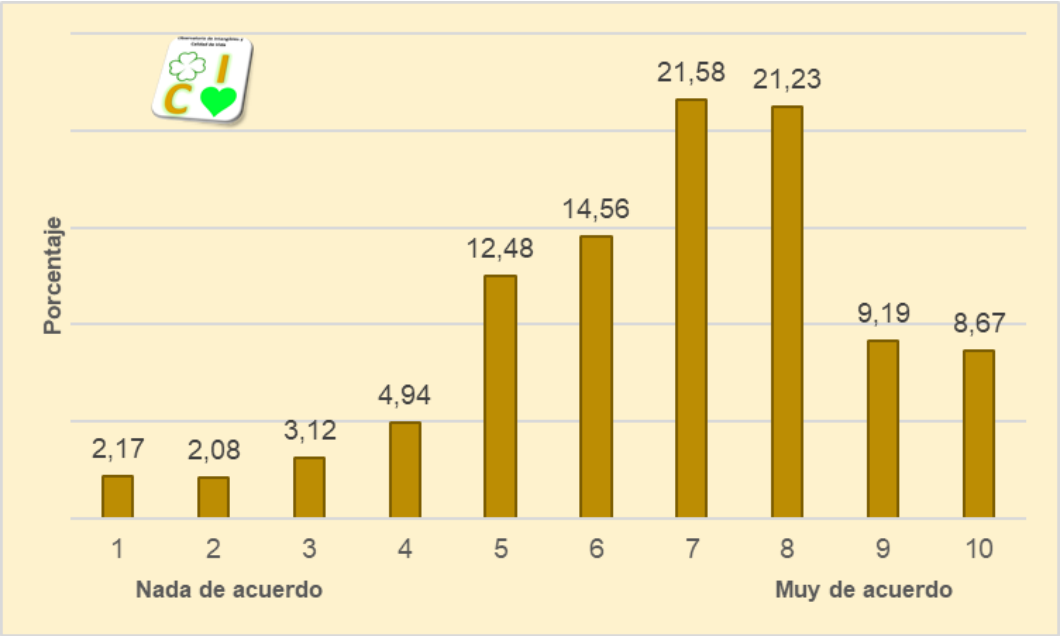
Gráfico 17. La oferta cultural y el deporte



INTEGRACIÓN POBLACIÓN EXTRANJERA: satisfechos con un aprobado en cuestión de integración de extranjeros

Ocasionalmente, la integración de población extranjera en el lugar de residencia es conflictiva, por choques culturales. A veces pasa desapercibido, en cambio, cuando estos colectivos de ciudadanos buscan barrios, donde existe también un alto número de extranjeros, con similares condiciones puede dar lugar a tensiones. Los datos extraídos, ponen de manifiesto como la mayoría de los encuestados están satisfechos con esa integración en su ciudad o pueblo. Somos una sociedad integradora, en general (valor medio 6,75). Pero si se identifican algunos problemas en áreas urbanas (hasta 6,65 puntos), siendo los más integradores los pueblos con menos de 1.000 habitantes (7,02 puntos). Los porcentajes más altos han sido entre los niveles 5 y 8, con suma de frecuencias de casi el 70% del total de la muestra.

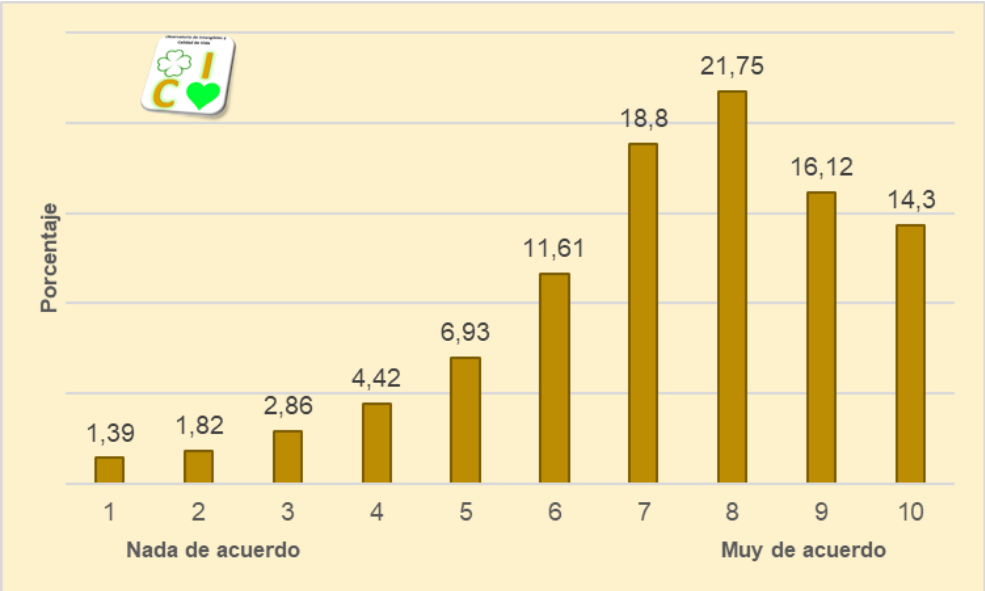
Gráfico 18. Integración cultural, apertura.



LA SALUD: los ciudadanos españoles muy satisfechos con la sanidad

Los servicios de salud en términos de hospitales y centros de salud, así como el acceso a los mismos, puede considerarse como uno de los más relevantes a la hora de residir en un lugar determinado. Así lo demuestran los resultados obtenidos donde los **niveles de satisfacción media habituales son del 7 y 8**, con un claro mayor porcentaje de ciudadanos satisfechos. El 82,5% de la muestra total obtenida aprueba estos servicios (6 o más), siendo **la media de valoración satisfactoria de 7,29 puntos.** No obstante, **son peor valorados en las zonas rurales y por los mayores.**

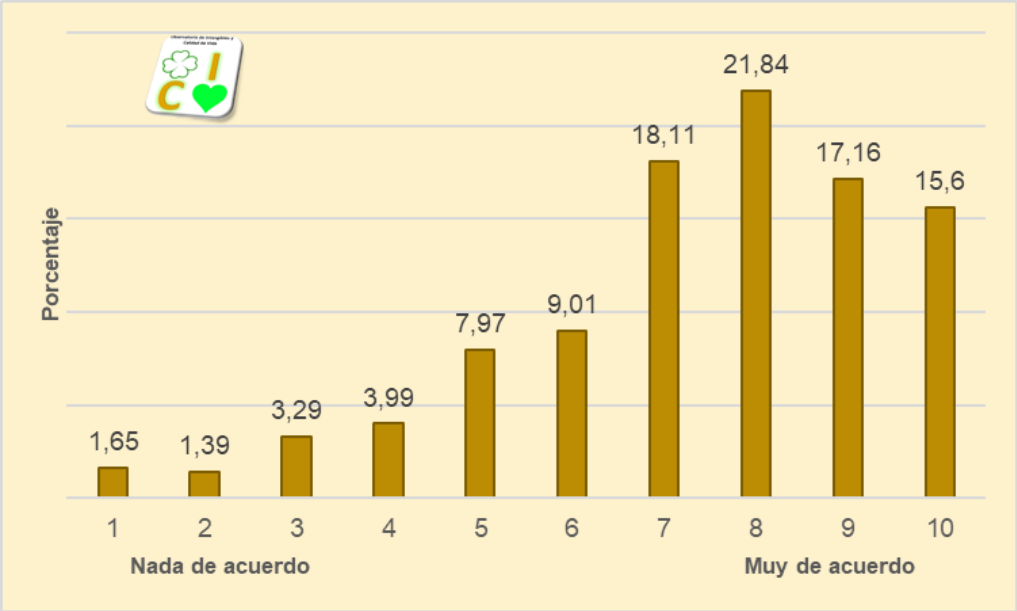
Gráfico 19. Servicios y personal sanitarios



EDUCACIÓN: los encuestados satisfechos con la oferta educativa disponible

Otro de los servicios que valoran los ciudadanos y que le pueden reportar felicidad con el lugar donde residen es el acceso a la educación, siendo los niveles más altos de respuesta los correspondientes a un grado de satisfacción mayor. Se podría considerar que, del conjunto de los encuestados, el 18% suspenden la oferta educativa de la que disponen en el lugar donde viven, y el 72% la valora notablemente**, estando la media en 7,36**. Sin embargo, la España rural cuenta con valores del 5,52; cuando en los municipios mayores de 100.001 h. la valoración promedio llega al 7,97, lo que muestra claramente una diferencia entre el ámbito rural y el urbano. Por edades está peor valorado por los jóvenes.

Gráfico 20. Educación: oferta, universidades



PRECIO VIVIENDA: los españoles se muestran poco satisfechos con los precios de la vivienda, aun diferenciando su ubicación y en tiempo de poca inflación

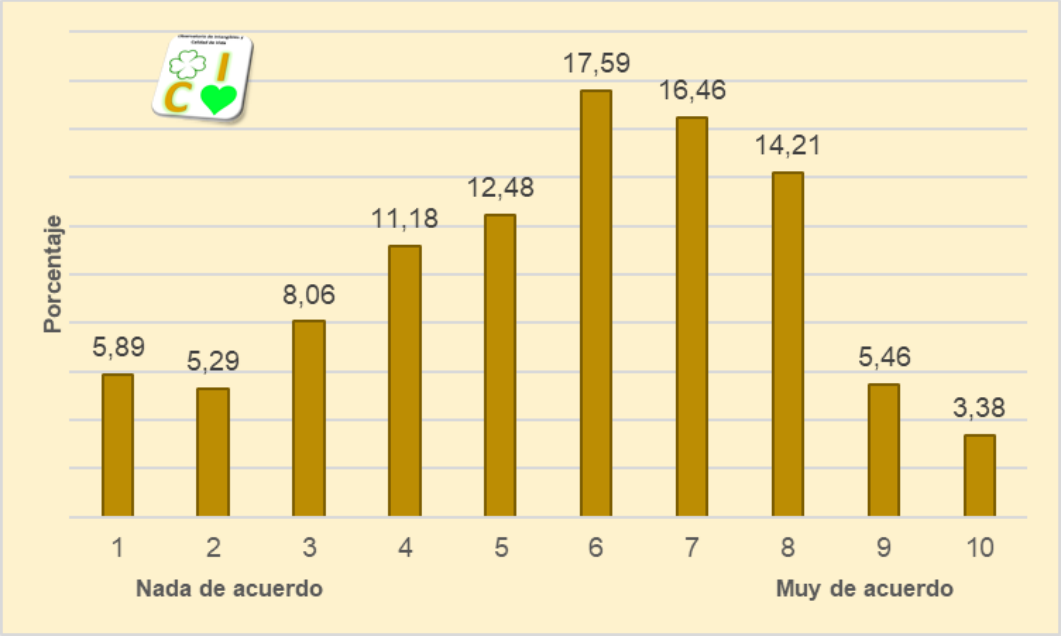
Existen factores como, por ejemplo, el ámbito económico-laboral que también afecta a la felicidad de los ciudadanos, destacando entre ellos los ingresos, la situación laboral y el acceso a la vivienda.

Pero, en esta cuestión se va más allá en términos de valoración de la planificación ciudadana y el clasismo como justificación. El precio de la vivienda del lugar donde viven, teniendo en cuenta las calidades y ubicación pretende dar respuesta a esta cuestión. Los ciudadanos muestran el desacuerdo y la no justificación suficiente, por lo que la adquisición de vivienda se

observa como inadecuada, quedando factores especulativos y de corrupción relativos a las infelicidades sociales destapadas.

Así se ha obtenido **una media de apenas 5,65 puntos**. Esto quiere decir que gran parte de los ciudadanos no están satisfechos con el precio que pagan por su vivienda. **Esa insatisfacción aumenta en las ciudades con más de 100.001 habitantes alcanzando la media más baja de 5.33 puntos.**

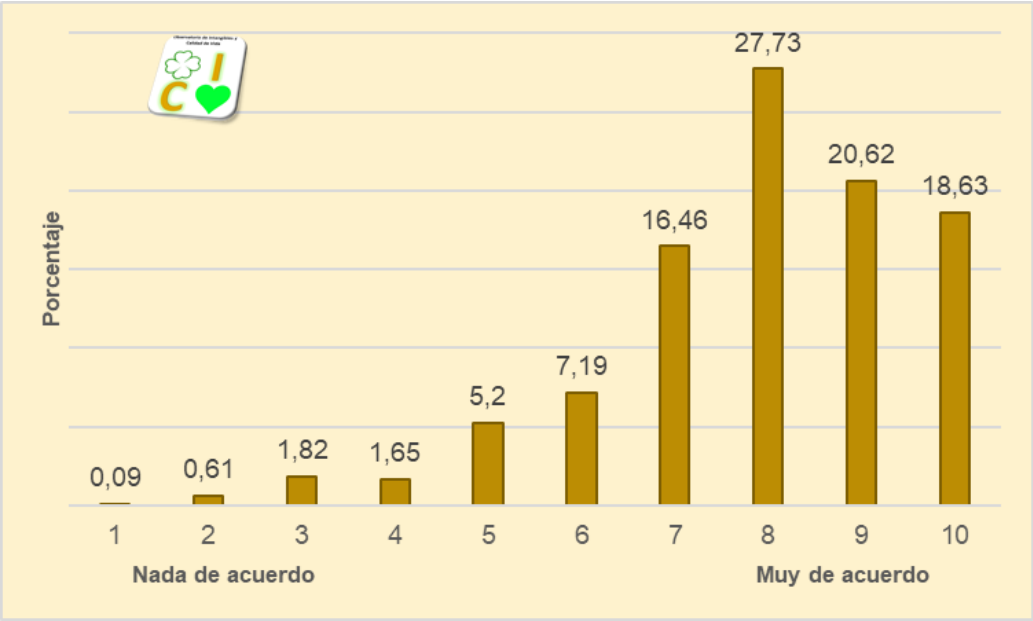
Gráfico 21. El precio de la vivienda



SEGURIDAD: los ciudadanos consideran, en general, seguro su lugar de residencia

Todas las medidas tomadas para mejorar la seguridad y el estilo de vida en un lugar determinado conllevarán a la mejora de la calidad de vida y por tanto a la felicidad de sus ciudadanos. Estos datos quedan patentes en el siguiente gráfico, donde los resultados obtenidos muestran que la seguridad es lo que más predomina a la hora de elegir un lugar para vivir, pues la media obtenida **en la puntuación ha sido de 7,91.** Un 82 % de la muestra considera su lugar de residencia un sitio bastante seguro para vivir (ítems de 7 a 10). Estos resultados son aún mayores indicando mayor seguridad cuando se trata de residentes en municipios rurales con menos de 5000 habitantes.

Gráfico 22. Seguridad en el lugar de residencia



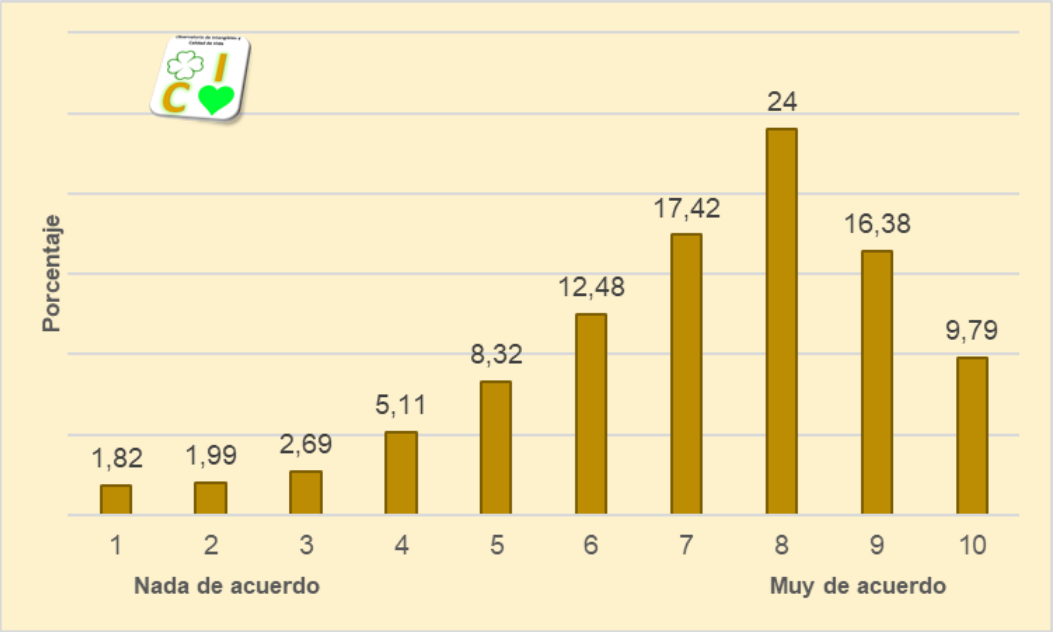
3. ENTORNO LABORAL Y/O FORMATIVO

Los factores del ámbito económico-laboral que más pueden afectar a la felicidad son los ingresos percibidos y el entorno laboral.

SITUACIÓN ECONÓMICA: los trabajadores relativamente satisfechos con su retribución económica

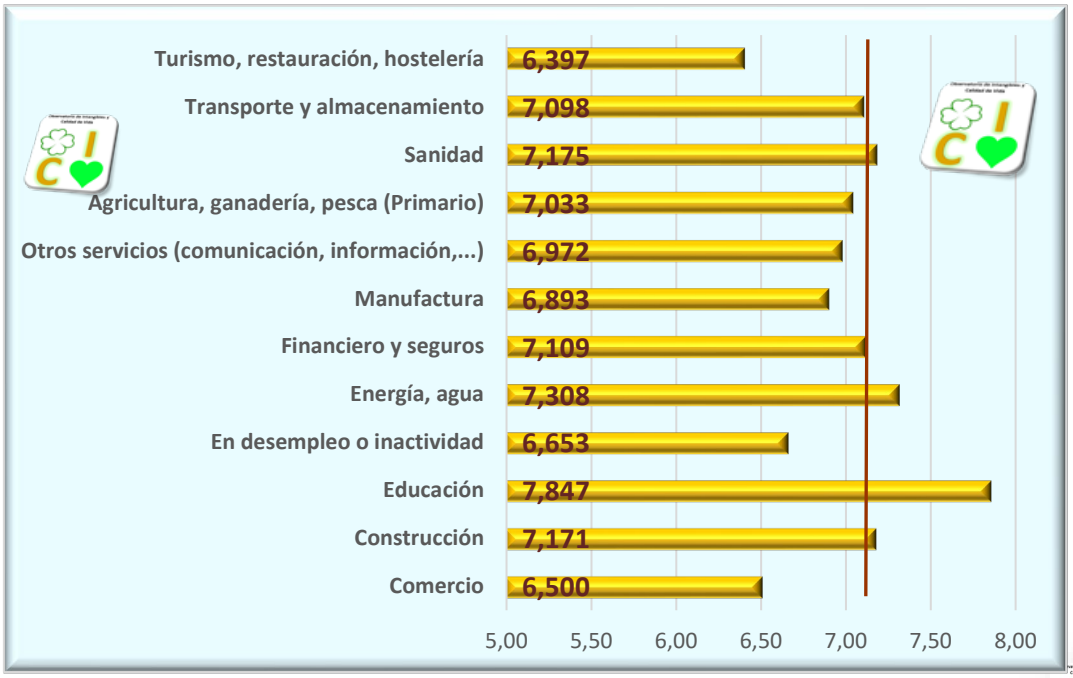
En cuanto a la situación económica de los encuestados, se ve su grado de satisfacción positiva con la media obtenida, **aunque de forma moderada (7,1 puntos, línea roja en el gráfico 24).** Si nos fijamos, a partir del nivel 7 los ciudadanos muestran su **grado elevado de satisfacción (en concreto un 67,6% de la muestra)** frente al porcentaje poco significativo del resto. Estamos hablando de que aproximadamente el 12 % de la población total se muestra insatisfecha con su situación económica, cuestión muy relacionada con su situación laboral (valores inferiores a 5 en la encuesta). Si observamos los promedios por renta personal incluso los retribuidos con rentas inferiores a 12.000€ aprueban esta cuestión con un 6,07, los más privilegiados con rentas más altas, alcanzan el 8,45 como grado de satisfacción.

Gráfico 23. Felicidad y situación económica



Por otra parte, destacamos, en el reparto por sectores de actividad, que los ciudadanos menos satisfechos con su situación económico-financiera son junto con desempleados o inactivos, incluso por debajo, los de los sectores turísticos y comercio. En lo referente a los de mayor nivel de satisfacción, serían los relacionados con el sector educación y energético un año más.

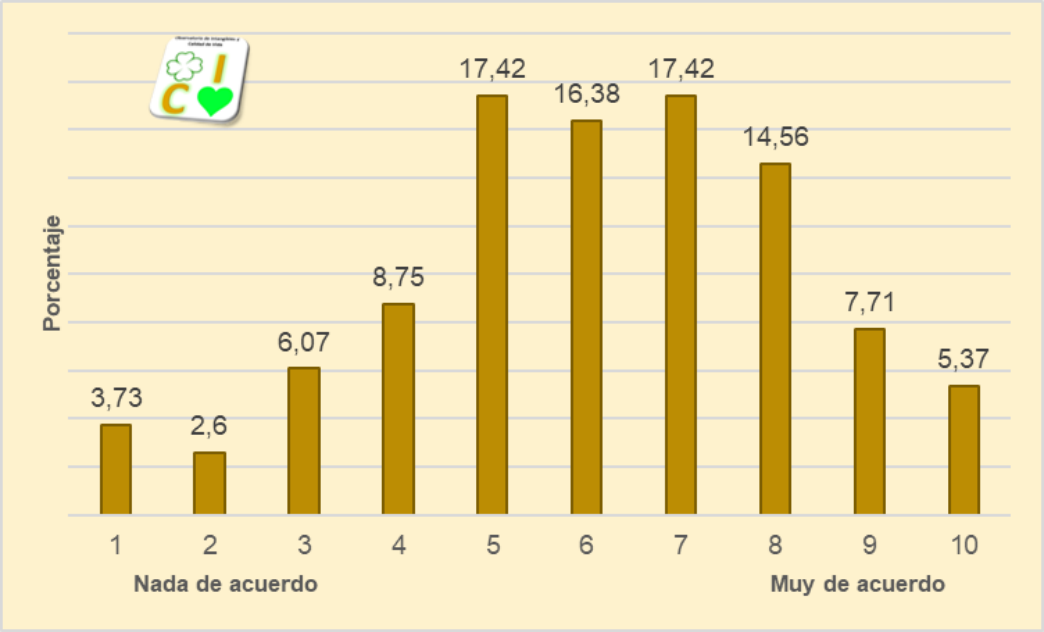
Gráfico 24. Sectores de actividad y situación económica



SITUACIÓN LABORAL ciudadanos críticos con el mercado laboral pero felices en su puesto de trabajo

La felicidad de cualquier ciudadano en el trabajo se presenta como un tema de relevancia extrema. Sin embargo, en ocasiones las personas trabajan en un puesto que no está dentro de su cualificación lograda o de sus expectativas. Por ello, resulta relevante determinar la valoración del mercado laboral próximo en esta cuestión. En este caso **la media es de 6,09 puntos**, aprobando por tanto la afirmación de que es complicado encontrar un puesto de trabajo cualificado. También lo muestra el Gráfico 25, donde se pone de manifiesto, según las puntuaciones de la 6-10 (superior al 61%), que es muy complicado lograr un puesto de trabajo cualificado, solo un 3,7% piensan que es fácil lograrlo.

Gráfico 25. La felicidad y mercado de trabajo



Sin embargo, los datos son distintos cuando el trabajador se siente valorado en su trabajo. Esto hace que aumente ligeramente su grado de satisfacción con el puesto que desempeña. Resultados que se pueden ver teniendo en cuenta los obtenidos en la encuesta, donde el grado de satisfacción de los ciudadanos con su puesto de trabajo es mayor según los últimos cuatro niveles de la escala, superando el 70% de los encuestados. Así mismo, se puede deducir de **la media obtenida (7,27 línea roja en gráfico 26).**

Es importante subrayar la situación de satisfacción con el trabajo que se desempeña por sectores, ninguno se encuentra por debajo de los que se encuentran en desempleo, pero si por debajo de la media los relativos al sector primario, energético, transporte, otros servicios, manufacturero, turismo y comercio, germen muchos de ellos de la situación inflacionista en la

que ahora nos encontramos. También por cuestiones propias al sector, en situación contraria destacados tenemos a los trabajadores de la educación. Respecto a los sanitarios, a pesar de su papel en la pandemia, siguen encontrándose claramente por encima de la media.

Gráfico 26. Satisfacción con el trabajo y sectores de actividad

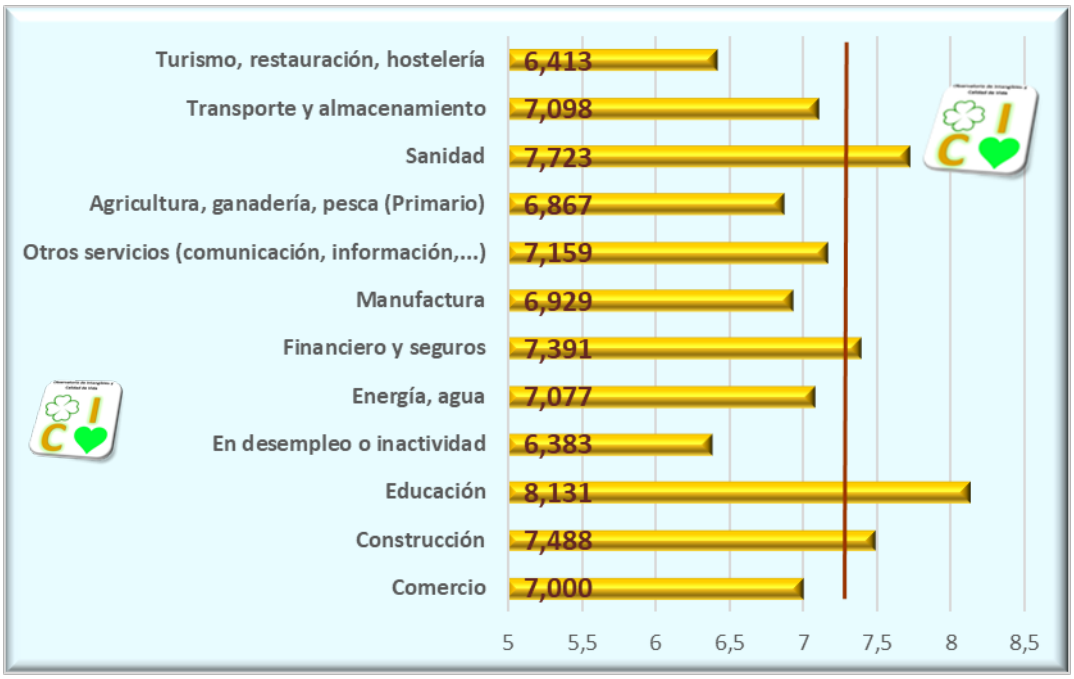
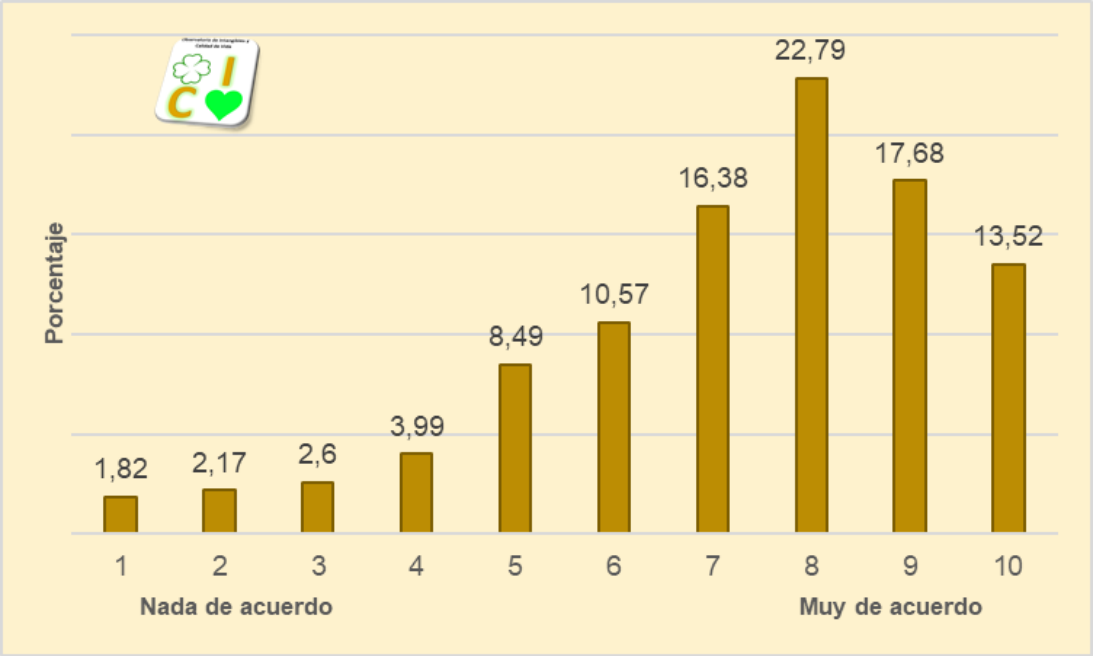
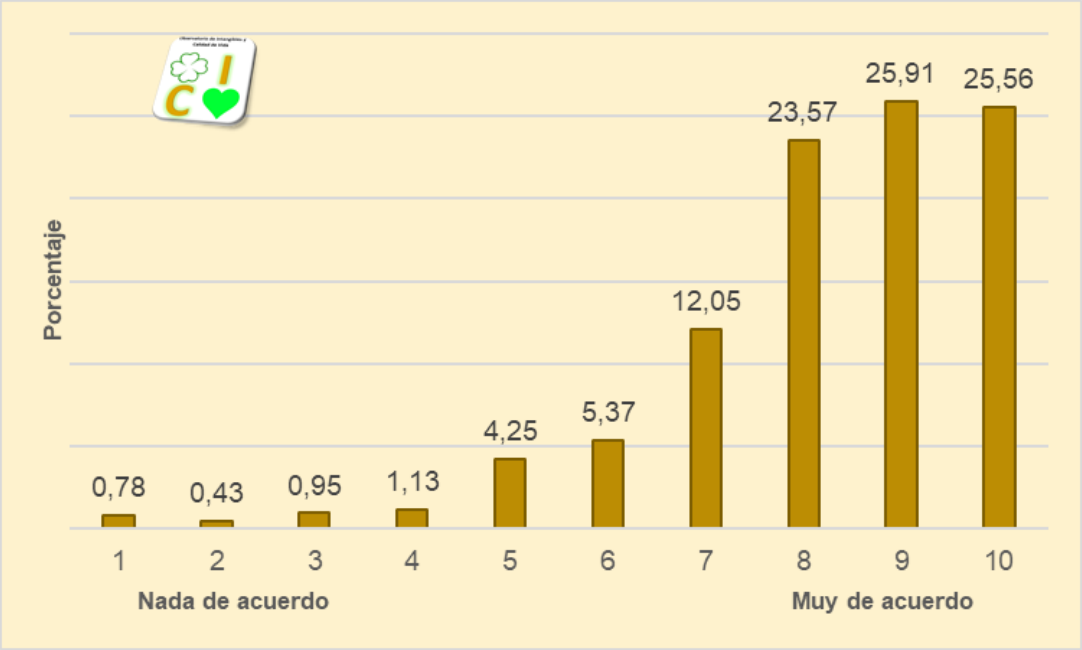


Gráfico 27. La felicidad y situación laboral



Por otro lado, podemos pensar que las actitudes positivas o los sentimientos, influyen positivamente en la calidad de vida de los ciudadanos y por consiguiente en el ambiente en su trabajo. Esto ocurre en muchas ocasiones, y así lo han valorado los encuestados, pues la media obtenida, en la escala del 1 al 10, ha sido 8,24 puntos, uno de los datos más elevados de la encuesta. También los resultados, según el gráfico, muestran claramente (8 o más en la escala) que el 75 % de los ciudadanos consideran que **es muy importante el ambiente en su trabajo**, pues al fin y al cabo pasamos parte de nuestra vida trabajando.

Gráfico 28. Felicidad y ambiente en el trabajo



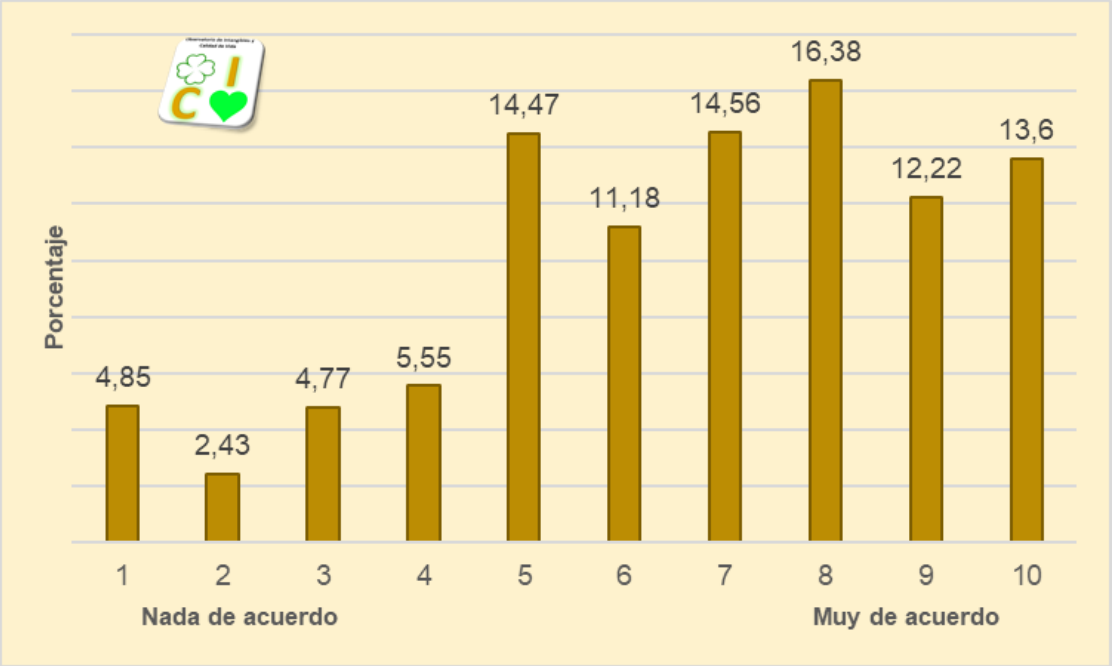
FORMACIÓN: los trabajadores consideran que la empresa no se interesa suficientemente

Los datos obtenidos respecto de si la empresa se interesa por la formación o no de un trabajador están muy dispersos, con una elevada desviación típica, de las mayores en el cuestionario 2,46. **Se ha obtenido una media de 6,65 puntos**. Las respuestas de los ciudadanos se encuentran muy repartidas entre los distintos niveles, lo que nos indica que no siempre una empresa se interesa por la formación de un trabajador ni antes ni después del puesto de trabajo, y también indicador posible de que la cualificación no es relevante para el puesto o bien que el empleado cuenta con un interés superior al que le ofrecen en este aspecto.

Entre sectores, resulta muy ilustrativo que el comercio ha resultado por encima de la media. En este año 2023 ha pasado a ser el sector primario el más desfavorecido en la valoración formativa con 5,87 puntos. Si comparamos datos actuales con el informe del año 2020 está claro

que de nuevo el turismo, restauración y hostelería pasan a estar peor valorados. En el nivel más alto se encuentran el sector financiero y seguros, construcción y la educación.

Gráfico 29. Felicidad y formación



ACCESO A INTERNET: factor al alza en la felicidad de los ciudadanos

En los últimos años se ha podido ver el incremento de los lugares con acceso a Internet, como son en los medios rurales. Fuera de este ámbito, navegar con esta herramienta es posible casi en cualquier punto de las ciudades, desde bibliotecas o cualquier lugar público, hasta establecimientos, hostelería, comercios, etc. Hoy en día, es posible casi en cualquier lugar del mundo. Sin embargo, existen aún rincones escasos en esta tecnología.

Los datos obtenidos de los encuestados, en cuanto a **la media con 7,54 puntos**, ponen de manifiesto cómo consideran de importante este servicio y sobre todo su seguridad en entornos privados y empresariales, pues **los niveles de satisfacción son también claramente positivos**, alrededor del 83% (Gráfico 30, ítems 6 a 10).

La brecha digital en la España rural continúa aun siendo un hándicap pendiente de solución, si nos fijamos en la valoración de los encuestados sobre la conectividad **vemos en más de un punto la diferencia en valoración dependiendo del tamaño** del municipio (gráfico 31).

Gráfico 30. Acceso a Internet: facilidad teletrabajo

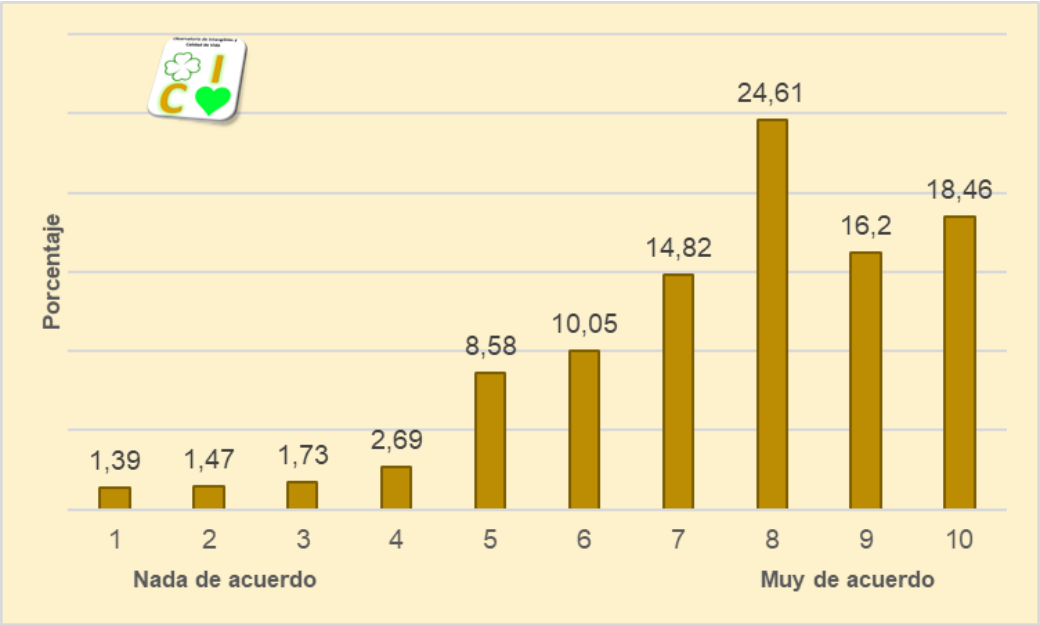
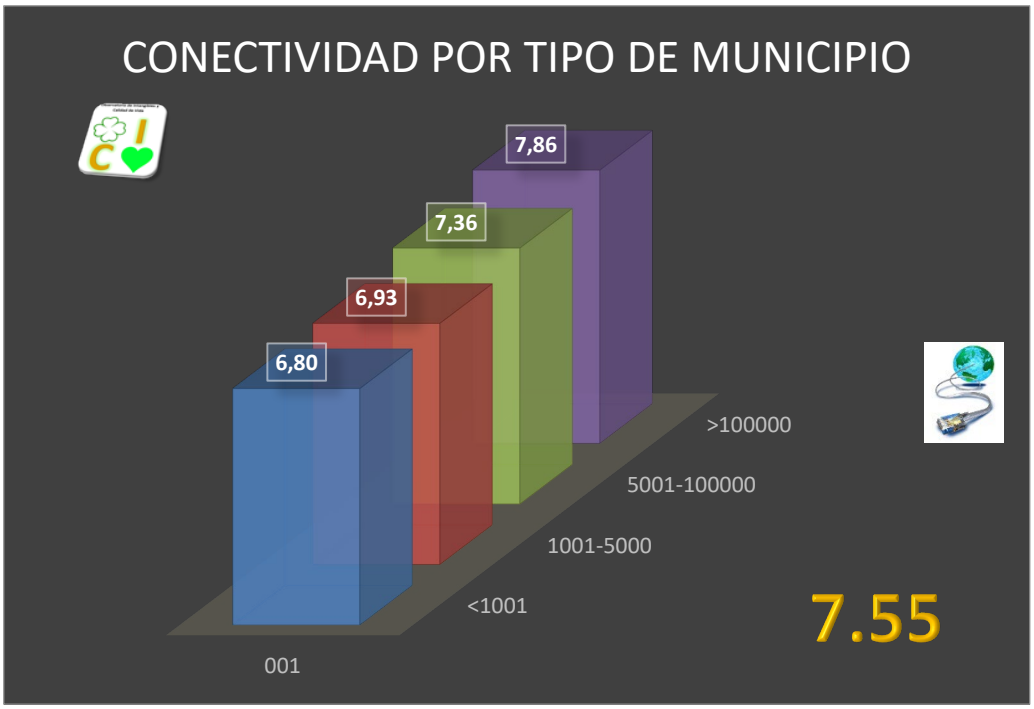


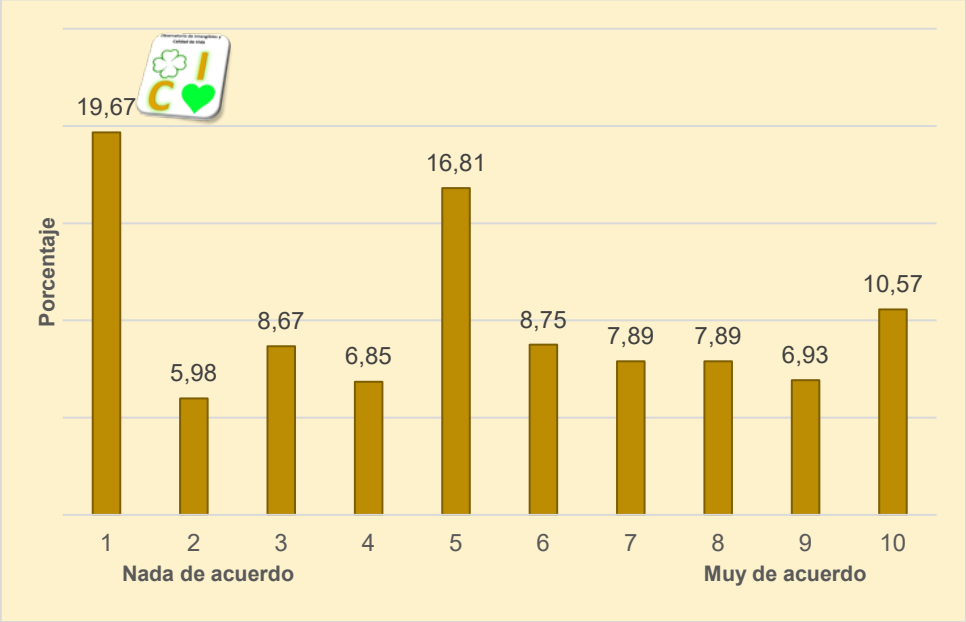
Gráfico 31. Acceso a Internet por lugar de residencia



La pandemia marcaba un antes y un después en la manera de trabajar de los españoles. En estos tiempos el teletrabajo, muy lejano en la práctica en años anteriores, ha venido para quedarse en algunos sectores (ver gráfico 33), si bien, son muchas las rigideces por las que el retroceso es un hecho. Los ciudadanos, en general, no están predispuestos a teletrabajar, y así se puede ver cómo el nivel 1 marca una diferencia mayor sobre el resto, seguido del nivel 5,

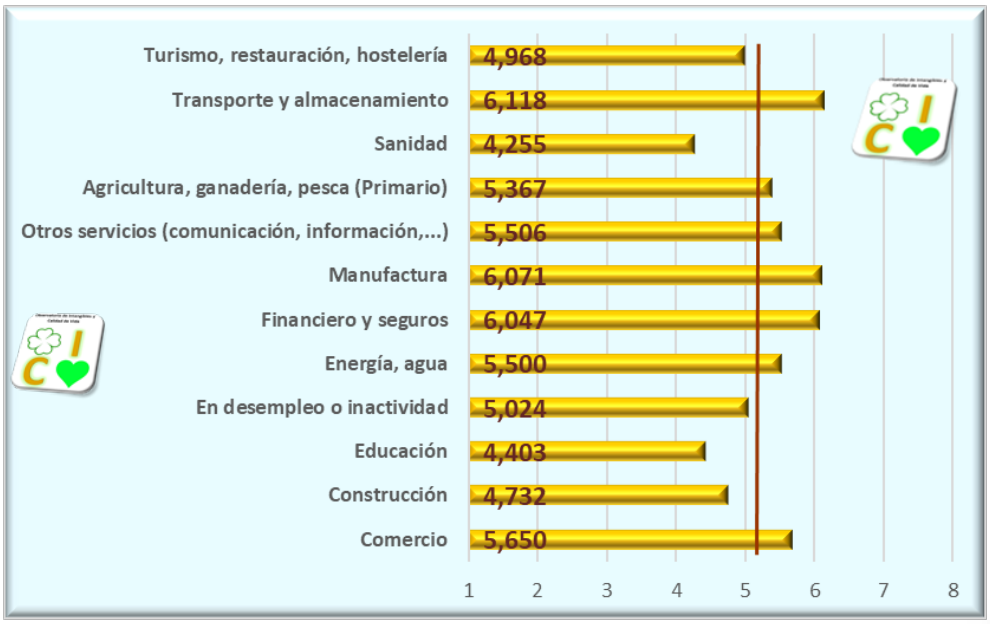
donde los españoles les da igual esta modalidad de trabajo. La falta de relación, socialización, referencias en el trabajo se echan en falta y por tanto las preferencias son prioritariamente las de continuar en el modo usual, dos de cada tres trabajadores así lo indican, quizás teniendo esta modalidad como complementaria.

Gráfico 32. Calidad de Vida-Teletrabajo



Por otro lado, en el gráfico 33 se puede analizar de manera diferenciada las preferencias por el teletrabajo por sectores. El promedio está marcado en rojo en 5,07 puntos.

Gráfico 33. Preferencias sobre teletrabajo, según sectores económicos



Destaca la situación de algunos de los sectores castigados por la pandemia en donde se había impuesto, de forma unilateral, esta modalidad y los trabajadores lo rechazan, quedando claramente por debajo de la media: educación, sanidad, construcción o el sector turístico. En trabajos más rutinarios como puedan ser los relacionados con otros servicios (comunicación), financiero y el energético los resultados están en las cotas más elevadas. Las diferencias no son acusadas en cuanto a respuestas por tamaño de municipio, aunque es algo más favorable al ciudadano urbano, ni en edad, en este caso, la tendencia favorable son los mayores.

4. EFECTO DE LA PANDEMIA COVID-19

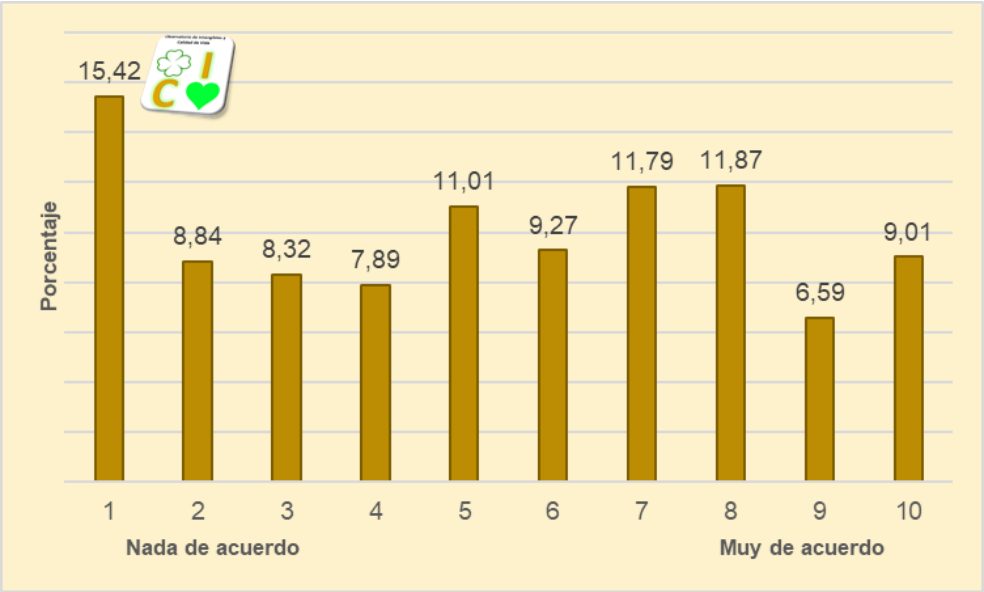
La pandemia COVID-19 llegó al mundo, y en este caso a España, en uno de los momentos más importantes del ejercicio económico, cuando se estaba produciendo un incremento en la afiliación, en los meses previos al verano por cuestiones asociadas al turismo y la hostelería; e incluso, las numerosas campañas agrícolas que se extienden hasta finales del año. Posteriormente sufrimos un fuerte rebote con varias olas en el principio de la recuperación, campaña de otoño-invierno de los ejercicios 2020/21. Por último 2022, ha sido el del restablecimiento de la normalidad, no obstante, nuevos eventos como la guerra en Ucrania y la vuelta de política de bloques al comercio global, particularmente el energético, nos afectan en el presente.

En definitiva, 2023 ha confirmado que se trata de una cuestión del pasado. La pandemia ha afectado a todo lo que nos rodea y por ende a nuestra calidad de vida. Comentamos a continuación algunos resultados.

CALIDAD DE VIDA: la pandemia ha influido negativamente en la calidad de vida de los ciudadanos, pero ahora es un factor muy secundario en la cuestión de felicidad ciudadana

Por otra parte, se les preguntó a los ciudadanos españoles y contestaron en su mayoría que les afectó algo, es decir, les afecto negativamente a su calidad de vida, no obstante, el valor sigue cayendo respecto a años anteriores. Estamos hablando ya de un porcentaje inferior al 50% del total de ciudadanos encuestados que dice aún que se ha visto afectado considerablemente (ítems 6 a 10). La media obtenida en ese intervalo de respuesta también lo refleja, pues es de 5,27 puntos (casi inferior en tres puntos a la de 2021).

Gráfico 34. COVID-19 y Calidad de vida



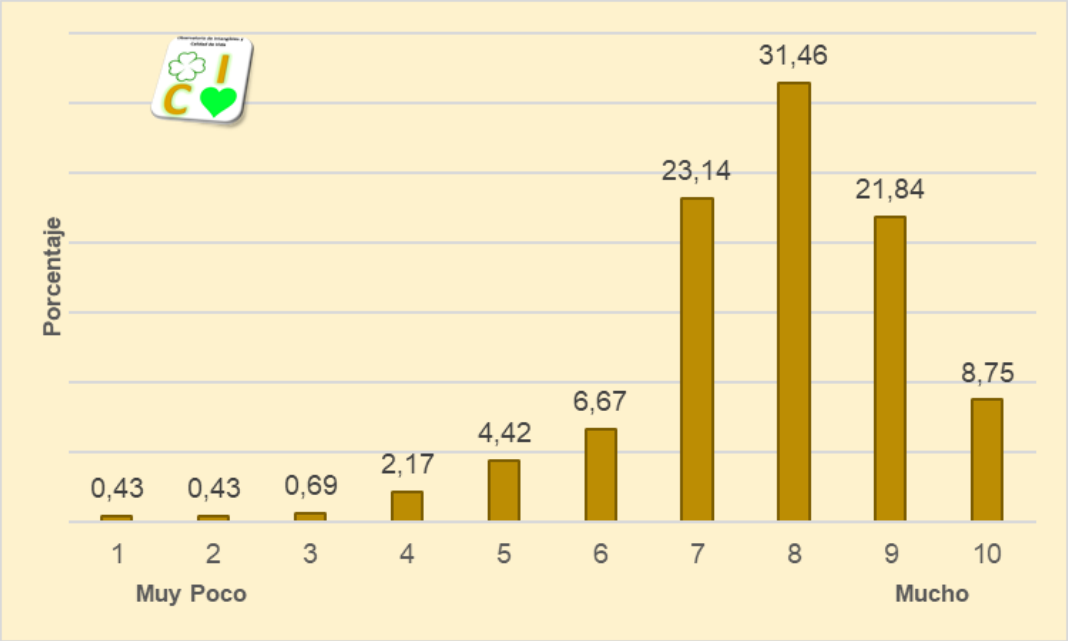
Por edades, entre los jóvenes, los de entre 18 y 19 años (6,71); y los mayores de 50 años (7,1) son los que se mostraron más afectados por la pandemia (ver clasificación por edad, punto 1). Se observa una clara mejoría entre los más jóvenes respecto al año anterior.

EFECTO: la pandemia ha generado trastornos en ámbito personal y laboral. Los mayores de 70 años son ya los que reflejan mayor efecto negativo con un valor promedio de 6,24 puntos, siendo la media de 5,27.

5. EL INDICADOR PONDERADO DE FELICIDAD. EL MODELO DEL OBSERVATORIO DE INTANGIBLES Y CALIDAD DE VIDA. FACTORES CLAVE.

La pregunta para valorar la felicidad desde un enfoque multidimensional del ciudadano **ha dado un resultado positivo (7,72 de media),** pues como se puede comprobar en el gráfico 35, las respuestas de la escala entre 1 y 10, la más contestada ha sido la 8, con un total de 363 encuestados (similar han sido la 7 y 9, con unos 250 cada una); y si sumamos los que han contestado entre 7 y 10, tenemos como resultado que el 85% de la muestra se declara bastante feliz desde un enfoque social.

Gráfico 35. La felicidad de los ciudadanos españoles



5.1. EL MODELO DE FELICIDAD PARA LOS CIUDADANOS ESPAÑOLES (OICV)

A partir de los resultados alcanzados desde el Grupo y OICV, hemos podido plantear un modelo completo sobre la felicidad ciudadana que incorpora dos esferas del individuo, la social y la personal. El estudio se ha fijado en la determinación de los factores clave que condicionan la calidad de vida y por extensión el intangible de la felicidad. Dicho modelo podría sintetizarse según el gráfico 36.

En lo referente a su aplicación hemos desarrollado un valor promedio de calidad de vida social a partir de la cuestión o pregunta 1 de satisfacción de vida y de la calidad de vida personal a partir de la pregunta final de felicidad social como variable endógena. Los resultados, factores independientes que explican una relación lineal en un modelo de regresión, enfatizan en las siguientes cuestiones clave desde la perspectiva social para el ciudadano español) en las que se indica además la diferencia por género (Tabla 1).

Gráfico 36. Modelo de Felicidad ciudadana

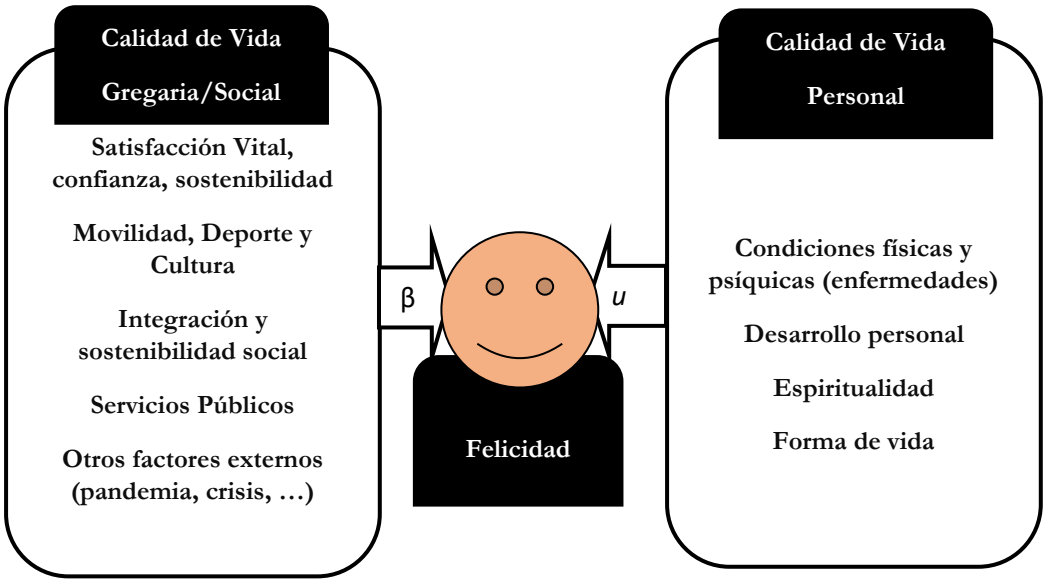


Tabla 1. Factores determinantes en la relación de Hp

Variable	General	Mujer	Hombre
Factor	Coef. (t-stats) *Peso*	Coef. (t-stats) *Peso*	Coef. (t-stats) *Peso*
Situación familiar	0.28 (17.81) *29.6*	0.26 (12.4) *27.4*	0.47 (12.2) ***33.2***
Confianza en el vecindario	0.065 (4.04) *6.2*	0.086 (3.89) ***8.1***	0.05 (1.32) ns *3.2*
Adecuados niveles de reciclado, limpieza y baja contaminación	0.049 (3.45) *4.4*	0.043 (2.11) *3.7*	0.109 (3.32) ***6.5***
Transporte, accesibilidad y movilidad	0.039 (2.63) *3.6*	0.036 (1.76) *3.2*	0.076 (2.08) ***4.6***
Oferta de ocio, cultura y deporte	0.093 (5.34) *8.9*	0.102 (4.09) ***9.9***	0.151 (3.84) 9.4
Estado del bienestar: salud	0.042 (2.81) *3.9*	0.041 (2.01) ***3.8***	0.06 (1.65) 3.7
Estado del bienestar: seguridad	0.126 (6.57) *12.8*	0.106 (4.02) *10.7*	0.244 (5.36) ***16.4***
Satisfacción con la situación económica	0.083 (4.85) *7.5*	0.109 (4.61) ***9.8***	0.046 (1.13) ns *2.8*
Satisfacción con la situación laboral	0.108 (6.32) *10.0*	0.108 (4.59) ***10.0***	0.131 (3.2) 8.2
Relaciones y clima laboral	0.057 (3.55) *6.0*	0.074 (3.27) ***8.0***	0.049 (1.3) ns *3.3*
Capacidades digitales	0.075 (5.12) *6.8*	0.057 (2.78) *5.1*	0.137 (4.01) ***8.4***
R^2	**0.607**	**0.620**	**0.561**
Observaciones	**1154**	**639**	**515**

Nota: ns, no significativo

Respecto a las situaciones derivadas de la esfera personal acaparan el 39% de la cuestión, superior a la del período de estudio anterior (35%). Si estimamos el modelo en atención al género observamos como los hombres llevan al 43% esta situación, las mujeres al 38%.

En este camino, utilizando las principales variables o factores clave determinados, de acuerdo con los trabajos especializados sobre el tema y los resultados alcanzados, que conciben la felicidad como una cuestión compleja, mixta en términos objetivos y subjetivos, generamos un indicador sintético de felicidad, para los ciudadanos españoles, que parte del siguiente reparto de ponderaciones, soportado inicialmente en el anterior modelo de felicidad, determinado en el grupo de trabajo (ponderaciones en Tabla 2). Posteriormente se introdujo la valoración objetiva del encuestado como indicador en 2021 (indicador 2021b).

Tabla 2. Ponderaciones del Indicador de felicidad en 2020-2023.

	Satisfacción Vida	***Seguridad Lugar Residencia***	***Situación Económico Financiera***	***Satisfacción Trabajo***	***Situación Familiar***
Cuestión Clave	1	12	13	15	2
Ponderación Aplicada	0.25	0.15	0.25	0.25	0.10

En la Tabla 3 contamos con el indicador sintético ponderado y en la Tabla 4 el indicador multidimensional subjetivo del encuestado (b). Los resultados principales de acuerdo con las diferentes clasificaciones los resumimos a continuación para ambos indicadores.

En cuento al tratamiento de información comparativa por zonificación, realizamos una vez más un agrupamiento geográfico desde OICV por CCAA, similares estructuralmente:

- Sur: Canarias, Andalucía, Murcia, Ceuta y Melilla.
- Levante: Comunidad Valenciana, Baleares y Cataluña.
- Centro: Extremadura, Madrid y Castilla-La Mancha.
- Norte: Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Navarra, País Vasco, Aragón y La Rioja.

El resultado que podemos vislumbrar en un primer acercamiento resulta significativo en cuanto a mostrar la asimetría económica Norte-Sur, a favor de los primeros. También en cuestión de felicidad. El teletrabajo, no obstante, es más favorable en el Levante y la discriminación aumenta en el Sur y también en el Levante (Ver Tabla 6).

Tabla 3. Indicador sintético (ponderado).
General, por género, zonas, lugar de residencia, edad, actividad económica y renta.

Área	Valor 2020	Valor 2021	Valor 2022	Valor 2023
General	**7,68**	**7,55**	**7,05**	**7,58**
Mujer	7,63	7,54	6,93	7,50
Hombre	**7,77**	**7,57**	**7,17**	**7,69**
Zona Norte (*)	**7,93**	**7,95**	7,07	**7,92**
Zona Sur	6,75	7,47	6,90	7,67
Zona Levante	7,56	7,33	7,03	7,47
Zona Centro	7,77	7,57	**7,16**	7,55
Hasta 1.000	**7,79**	7,53	**7,16**	**7,60**
1.001-5.000	**7,77**	**7,68**	7,01	7,32
5.001-100.000	7,65	**7,57**	7,05	7,57
>100.000	7,68	7,51	7,03	**7,65**
<20	7,59	7,11	6,60	7,08
20-29	6,93	7,20	6,41	7,42
30-39	7,51	7,61	6,74	7,46
40-49	7,84	7,66	7,01	7,61
50-59	7,75	7,55	7,00	7,65
60-69	**8,08**	**8,02**	7,35	7,87
70 y más	7,48	**8,19**	**7,71**	**8,38**
Comercio	7,73	7,19	7,06	7,26
Construcción	7,81	7,57	6,72	7,64
Educación	**8,16**	**8,11**	**7,49**	**8,10**
Energía, agua	**8,34**	7,51	**7,27**	7,49
Financiero y seguros	7,78	7,59	**7,28**	7,63
Manufactura	**8,23**	**8,04**	7,08	7,40
Otros servicios (comunicación, información...)	7,59	7,62	7,02	7,47
Primario (agricultura, ganadería, pesca)	7,79	7,69	6,96	7,64
Sanidad	7,66	7,57	**7,26**	**7,75**
Transporte y almacenamiento	7,96	7,26	7,04	7,46
Turismo, restauración, hostelería	7,02	7,39	7,05	7,14
Desempleo o inactividad	6,91	6,92	6,79	7,21
Casado/a-En Pareja		**7,73**	**7,35**	**7,75**
Divorciado/a		7,63	6,72	7,25
Soltero/a		7,10	6,48	7,34
Viudo/a		**8,01**	7,08	7,64
Sin estudios			7,30	7,18
Estudios obligatorios			6,68	6,92
Bachillerato			6,95	7,28
Formación profesional			6,86	7,18
Estudios universitarios			7,21	7,73
Estudios postgrado y doctorado			**7,36**	**8,06**
<12.000€			6,27	6,99
12.000€-24.000€			7,16	7,35
24.001€-42.000€			7,66	7,94
>42.000€			**7,86**	**8,33**

Fuente: OICV
Nota: (*) Ver clasificación espacial pormenorizada en el siguiente epígrafe, donde se analiza por CCAA.

Tabla 4. Indicador multidimensional de felicidad subjetiva del encuestado
General, por género, zonas, lugar de residencia, edad, actividad económica y renta.

Área	Valor 2021b	Valor 2022b	Valor 2023b
General	**7,39**	**7,14**	**7,72**
Mujer	7,37	7,06	7,66
Hombre	**7,91**	**7,24**	**7,79**
Zona Norte (*)	**7,51**	7,07	**7,79**
Zona Sur	7,50	7,03	7,68
Zona Levante	7,43	7,14	7,61
Zona Centro	7,39	**7,30**	7,74
Hasta 1.000	7,25	7,15	7,33
1.001-5.000	7,31	**7,17**	7,36
5.001-100.000	**7,41**	7,10	**7,79**
>100.000	**7,43**	7,16	**7,78**
<20	7,22	6,92	7,48
20-29	7,36	6,68	**7,76**
30-39	7,33	6,97	**7,80**
40-49	7,49	7,15	**7,81**
50-59	7,22	6,99	7,59
60-69	**7,58**	**7,35**	7,65
70 y más	**8,07**	**7,67**	**7,72**
Comercio	7,25	7,06	7,35
Construcción	6,84	6,80	7,88
Educación	**7,62**	**7,39**	**8,08**
Energía, agua	7,19	**7,48**	7,77
Financiero y seguros	7,58	7,13	7,89
Manufactura	**7,70**	7,22	7,57
Otros servicios (comunicación, información...)	7,47	7,13	7,69
Primario (agricultura, ganadería, pesca)	7,50	6,89	7,63
Sanidad	7,23	7,21	7,77
Transporte y almacenamiento	7,00	6,98	7,49
Turismo, restauración, hostelería	7,55	7,29	7,38
Desempleo o inactividad	7,15	7,09	7,46
Casado/a-En Pareja	**7,56**	**7,45**	**7,84**
Divorciado/a	**7,19**	6,84	7,29
Soltero/a	7,06	6,60	7,58
Viudo/a	6,78	6,95	7,60
Sin estudios		7,92	7,33
Estudios obligatorios		6,89	7,20
Bachillerato		7,11	7,36
Formación profesional		7,03	7,46
Estudios universitarios		7,26	7,86
Estudios postgrado y doctorado		7,25	**8,06**
<12.000€		6,61	7,48
12.000€-24.000€		7,28	7,49
24.001€-42.000€		7,50	7,97
>42.000€		**7,69**	**8,07**

Fuente: OICV
Nota: (*) Ver clasificación espacial pormenorizada en el siguiente epígrafe, donde se analiza por CCAA.

En el análisis dinámico comparando las informaciones de 2022 a 2023, vemos que la calidad de vida se ajusta al alza, recuperando valores iniciales, y el factor que se incorpora fundamentalmente es el fin de la pandemia y la 'normalización' de los efectos iniciales de la guerra.

Por zonas, sigue siendo la norte la mejor parada, así mismo las zonas urbanas, son las destacadas en calidad de vida. La edad, parece haberse estabilizado, y nuestros jóvenes recuperan las valoraciones de antes de la pandemia, la renta y los estudios son determinantes. Finalmente, los sectores más satisfechos con su vida vuelven a ser mayoritariamente educación, construcción, finanzas y sanidad.

5.2. RESULTADOS ESPACIALES (Comunidades Autónomas)

Este Observatorio nace con una perspectiva regional, nacional e internacional. Su ubicación en el centro de la península, en la UCLM, le permite ahondar desde el nivel provincial en una comparativa de los principales valores sobre indicadores de Felicidad y Calidad de Vida, relativos a la satisfacción de vida, seguridad en lugar de residencia, satisfacción con situación económico-financiera, satisfacción con el trabajo, situación familiar, efecto negativo Covid19 sobre la calidad de Vida y felicidad retenida.

Primeramente, analizamos la zona centro (Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha) pero con desagregación provincial, vemos en la tabla 5 que, el territorio con mayor valor en satisfacción de vida le corresponde a Toledo (en el año 2022 le correspondía a Cuenca). Sin duda todo irá relacionado con la baja densidad de población que existe en la provincia conquense. Guadalajara y Cuenca acaparan el resto de los ítems relacionados con la calidad de Vida. Los datos también muestran la mayor inseguridad de los ciudadanos en la capital de España a pesar de que su satisfacción con la vida y felicidad están en el promedio de la zona centro.

Por lo que respecta al efecto Covid19, ya es despreciable, con promedios muy bajos, son pues valores muy favorables, comparativamente hablando, aunque el menor valor le corresponde a Guadalajara. En el polo opuesto, respecto a la pandemia, el valor promedio más alto continua en la provincia de Albacete, seguido de Toledo y Madrid.

Tabla 5. Indicadores de calidad de vida provincial (Zona Centro)

Provincia	*Satis-facción Vida*	*Seguridad Lugar Residencia*	*Situación Económico Financiera*	*Satisfacción Trabajo*	*Situación Familiar*	*Efecto Covid-19*	*Felicidad*
Albacete	8,00	8,33	7,10	7,29	8,13	**5,50**	7,77
Ciudad Real	7,58	7,69	6,91	6,90	8,13	4,65	7,68
Cuenca	7,94	8,62	7,12	**7,72**	8,66	5,16	7,90
Guadalajara	7,50	**9,00**	**8,00**	7,00	**10,00**	4,50	**9,50**
Toledo	**8,11**	7,86	6,57	7,05	8,32	5,23	7,48
Madrid	7,71	7,29	7,04	7,16	8,24	5,23	7,75

Nota: En negrita valor más alto.
Fuente: OICV

5.3. TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN COMPARATIVA POR CCAA. INDICADOR REGIONAL DE ESPAÑA.

En primer lugar, en este ejercicio se ha logrado un reparto de la muestra por Comunidades Autónomas, anteriormente se realizaba un agrupamiento geográfico desde OICV por CCAA, similares estructuralmente. No obstante, en algunos casos, la representación alcanzada por algunas muestras tiene sesgo, por lo que ha de tratarse esta información con cautela.

El resultado que podemos vislumbrar en un primer acercamiento resulta significativo en cuanto a mostrar asimetrías en cuestión de felicidad. Ceuta y Melilla (primera vez en el reparto y con información significativa) resulta en el peor promedio mientras que en el top con la satisfacción con la propia viva en donde se desarrolla resulta para Navarra de nuevo, como en 2022. En cuanto a la seguridad, de nuevo las ciudades autónomas son las peores paradas, por el contrario, Asturias cuenta con valores superiores al punto de diferencia a su favor con la media nacional. Si nos remitimos a la situación económica percibida son los vascos y baleares los que cuentan con niveles de satisfacción más bajos versus Cantabria con el valor más alto. En lo referente a la situación en el trabajo, vuelven a adelantarse especialmente canarios, extremeños, cántabros, gallegos entre los más satisfechos siendo Rioja y Baleares las comunidades peor paradas. Es de nuevo la situación familiar un componente que sonríe en términos de calidad de vida tanto a gallegos como extremeños, siendo los manchegos, aún con valores elevados, los peor parados. En cuanto al COVID, aunque no incluimos los datos en la tabla por su escasa relevancia, la mayor en términos de calidad de vida continúa siendo La Rioja, que contó con alta tasa de mortalidad en sus olas finales. Por último, incluimos la respuesta a si se tema sufrir discriminación por género en el ámbito laboral, las comunidades con mayores valores serían para La Rioja, Cantabria, Galicia, Murcia y Andalucía.

Tabla 6. Indicadores de calidad de vida por CCAA

CC.AA	Satisf. Vida	Seguridad Lugar Residencia	Situación Económico-Financiera	Satisf. Trabajo	Situación Familiar	Temo Discr.	Felicidad
Andalucía	8,15	7,94	7,30	7,93	8,00	4,17	7,76
Aragón	8,18	7,95	7,51	7,67	8,49	2,67	7,87
Principado de Asturias	8,60	9,27	7,27	7,87	8,67	2,87	8,47
Illes Balears	7,31	7,94	6,94	6,63	8,00	3,75	7,63
Canarias	8,50	9,00	7,50	9,00	8,00	2,50	8,50
Cantabria	8,00	9,00	9,33	7,67	7,33	5,33	8,00
Castilla y León	7,92	8,17	7,00	7,22	8,21	3,61	7,73
Castilla-La Mancha	7,67	8,23	7,47	7,40	7,27	3,43	7,03
Catalunya	7,95	7,30	7,27	7,14	8,49	3,81	7,46
Comunidad Valenciana	8,08	7,85	6,81	6,92	8,46	3,72	7,64
Extremadura	8,64	8,45	7,45	8,36	9,00	3,91	8,09
Galicia	8,29	7,71	7,71	8,29	9,43	4,43	8,14
La Rioja	8,33	9,00	7,67	6,67	8,33	6,67	7,67
Madrid	7,71	7,29	7,04	7,16	8,24	3,75	7,75
Murcia	7,78	7,96	7,61	7,74	8,35	4,22	7,87
Navarra	9,06	7,88	7,53	8,24	8,65	3,53	8,18
País Vasco	7,33	9,00	6,33	7,67	8,33	2,33	8,00
Ceuta y Melilla	6,75	6,61	7,94	7,28	8,08	2,61	7,39
España	7,91	7,92	7,10	7,27	8,25	3,63	7,72
Sur	7,64	7,55	7,57	7,70	8,10	3,66	7,68
Levante	8,00	7,76	6,90	6,93	8,43	3,74	7,61
Centro	7,88	7,96	7,02	7,23	8,23	3,65	7,74
Norte	8,21	8,25	7,50	7,72	8,24	3,28	7,79

Nota: En negrita (verde valor más alto y rojo más bajo).

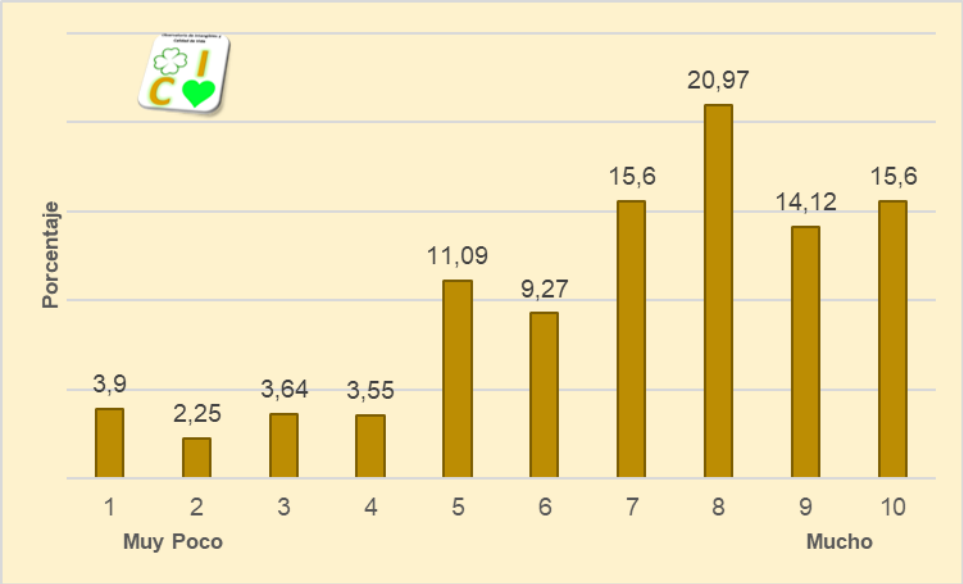
Fuente: OICV

6. EL TURISMO Y LA CALIDAD DE VIDA

La influencia del turismo en la calidad de vida se traduce en los impactos socioculturales que genera como, por ejemplo, el fomento del interés por la cultura, tradiciones, costumbres propias y sobre todo conocimiento del patrimonio histórico. En este sentido, cobra mucha más importancia la siguiente definición: "El turismo no solo genera crecimiento, sino que también mejora la calidad de vida de las personas, favoreciendo la protección del medio ambiente, defendiendo un patrimonio cultural diverso y consolidando la paz en el mundo" (OMT y OEA, 2018:4).

Los resultados obtenidos en la encuesta del Observatorio (gráfico 37), acerca de cómo el turismo mejora la calidad de vida de los españoles, ponen de manifiesto una relación muy positiva entre ambas variables. La puntuación más frecuente ha sido 8 puntos (20,97 % de la muestra), seguido de la máxima puntuación, 10 puntos (15,6%), siendo la **media del total de 7,04 puntos**. Así mismo, se puede afirmar que, más de la mitad de los ciudadanos españoles (51%) consideran por encima de la media obtenida (las respuestas entre el intervalo de entre 8 y 10 puntos), que hacer cualquier tipo de turismo, mejora su calidad de vida.

Gráfico 37. El Turismo mejora mi calidad de vida



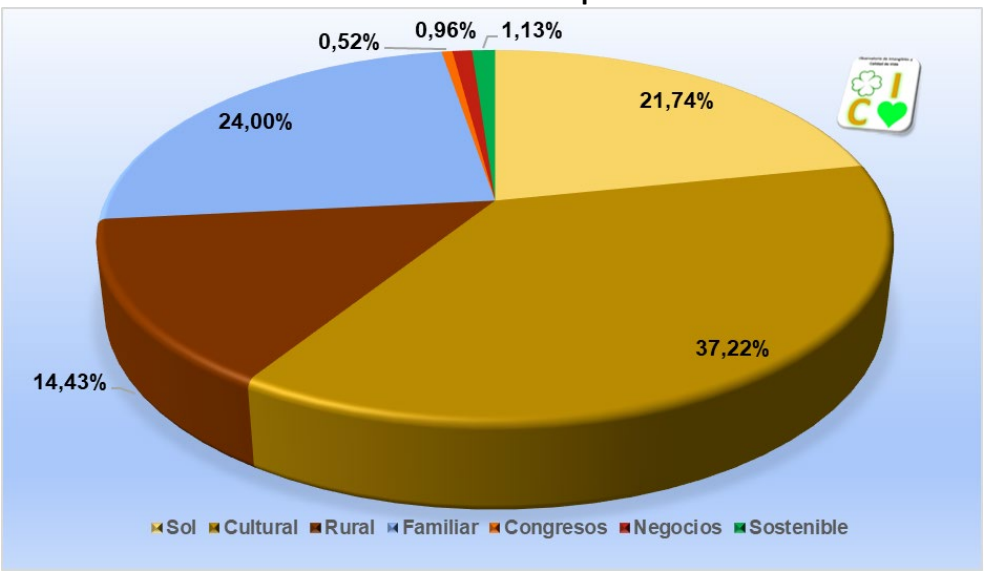
Por otro lado, atendiendo a otros estudios, existen factores de la calidad de vida a tener en cuenta en los destinos, como por ejemplo si tienen un aire limpio y un ambiente tranquilo, pues son cada vez más atractivos para los turistas que buscan una mejor calidad de vida medida por ese descanso del ruido y la contaminación de la ciudad. En este sentido resulta beneficioso que

las empresas turísticas puedan aprovechar las oportunidades para promover la sostenibilidad y la protección del medio ambiente en sus ofertas turísticas. Esto es porque los turistas cada vez más valoran la conservación de la naturaleza y la protección de la biodiversidad, lo que hace conlleva a que los destinos que promueven estas prácticas sean mucho más atractivos que el resto. En definitiva, a medida que los turistas buscan destinos más frescos y sostenibles, la calidad de vida y la protección del medio ambiente se convierten en factores relevantes para el éxito de la industria turística. A modo de conclusión, podemos afirmar que los destinos que pueden ofrecer una mayor calidad de vida a los visitantes y que promueven la sostenibilidad son los que tendrán más éxito en atraer a los turistas.

No obstante, desde el Observatorio, además de tener en cuenta los factores anteriores, quisimos realizar una clasificación de los tipos de turismo que existen y que puedan ayudar a obtener una mejor calidad de vida, aunque se podría afirmar que hay tantos tipos de turismo como exigencias del ciudadano, cuando lo practican. Pues, ya no se trata solo de un tema de ocio, entretenimiento o negocios, sino que tiene que ver también con la búsqueda de espacios que permitan una relajación, equilibrio emocional, bienestar, en definitiva, una buena calidad de vida. El estudio realizado nos ha permitido ver qué tipo de turismo le proporciona al ciudadano español una mejor calidad de vida (gráfico 38) y qué zona de España, según la clasificación que se ha realizado (tabla 7).

Respecto al tipo de turismo (gráfico 38), se puede ver cómo **el turismo cultural es el más demandado** (37,22 %) por los ciudadanos españoles y el que les proporciona una mayor calidad de vida. Esto, seguido del turismo de sol y playa (21,74%), familiar (24%) y rural (14,43%), entre otros.

Gráfico 38. Calidad de vida - tipos de Turismo



Por otro lado, en la tabla 7 se muestra una clasificación del tipo de turismo que más demandan los ciudadanos para mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta su residencia en las zonas anteriormente establecidas (norte, sur, levante y centro). En cuanto al tipo de **turismo más demandado (casi el 50% de la muestra), destaca el turismo cultural, siendo los ciudadanos de la zona sur** de la península los que más lo practican (casi el 50% de la muestra); sin embargo, los que menos realizan este tipo de turismo son los que residen en el norte. En segundo lugar, los datos nos revelan que el turismo familiar es el más igualitario en porcentajes de demanda según la zona de procedencia de los españoles. Son porcentajes muy parecidos, siendo el norte el más alto. Por otro lado, muy por debajo y, en tercer lugar, destaca el tipo de turismo de sol y playa, muy lejos de ser el más demandado en la década de los 80. En este caso son los del norte y centro los que más lo demandan.

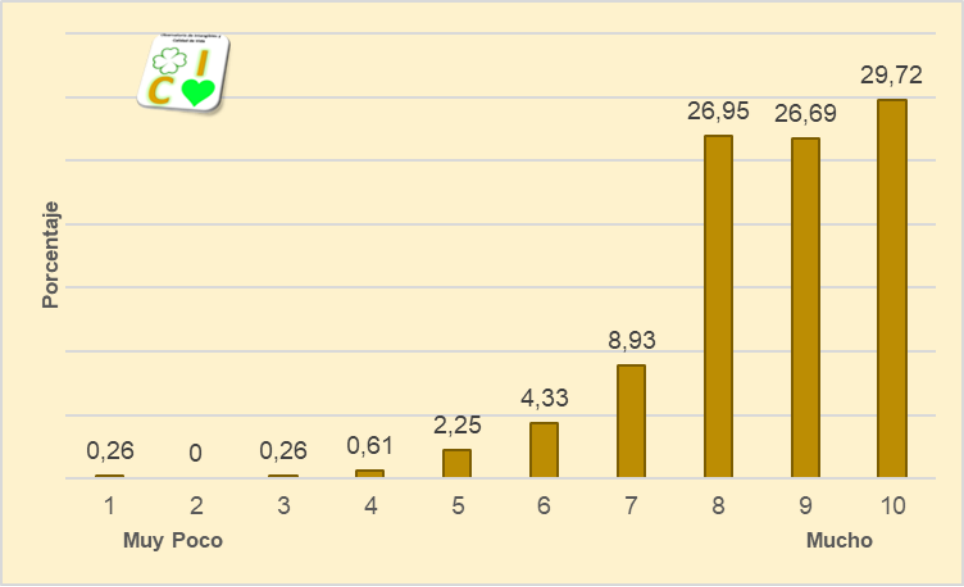
Por último**, el turismo menos demandado por los ciudadanos** para mejorar su calidad de vida, según su procedencia, es **el de congresos**, con apenas un 1% de la muestra perteneciente a los que viven en el Levante, resultados muy parecidos al resto de zonas (tabla 7).

Tabla 7. Tipos de turismo más demandado según procedencia de los turistas

Zona	Turismo ***Familiar***	Turismo cultural: patrimonio cultural, histórico y culinario	Turismo de sol y playa	Turismo Rural o Activo	Turismo de Congreso	Turismo de Negocios	Turismo Sostenible
Sur	22,6%	47,0%	17,4%	10,4%	0,9%	0,9%	0,9%
Levante	26,0%	31,3%	20,7%	15,9%	1,0%	3,8%	1,4%
Centro	22,8%	38,7%	22,4%	14,5%	0,4%	0,3%	1,0%
Norte	29,3%	29,3%	24,1%	15,5%			1,7%

Por último, una de las variables más relevantes en turismo es la satisfacción del turista. Así, la satisfacción con la actividad turística y el bienestar ciudadano expresado en calidad de vida son factores determinantes para el impulso de un desarrollo local sostenible. Los datos en nuestro estudio han resultado óptimos, pues **la media obtenida ha sido 8,56 puntos.** Hay que tener en cuenta que la respuesta más satisfactoria, con 10 puntos fue la más contestada, con 29,72 % de la muestra, siendo el 83,36% el total de las respuestas entre 8 y 10 puntos (gráfico 39).

Gráfico 39. Satisfacción y Turismo

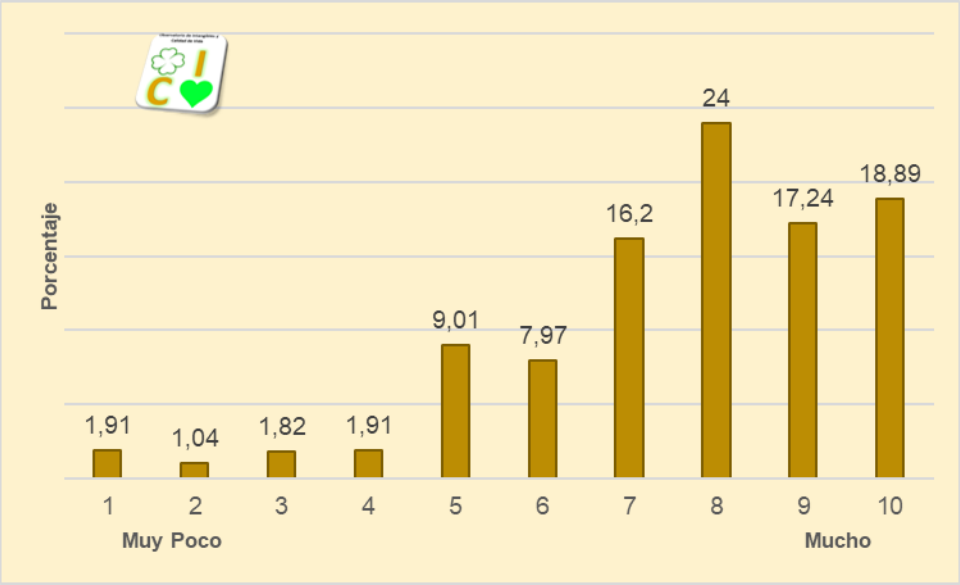


7. EL EMPRENDIMIENTO Y LA CALIDAD DE VIDA

El emprendimiento y la calidad de vida son dos conceptos interconectados que desempeñan un papel fundamental en la vida de las personas y en el desarrollo de las comunidades. El emprendimiento, con su capacidad para fomentar la innovación, crear empleo y estimular el crecimiento económico, se plantea como un posible motor para mejorar la calidad de vida. A medida que los emprendedores desarrollan nuevas ideas, productos y servicios, generan oportunidades tanto para ellos mismos como para la sociedad en su conjunto. En este apartado, se explora cómo el emprendimiento influye en la calidad de vida de las personas, y como se relaciona con otros factores como la sostenibilidad o la formación. De esta manera, preguntando a los ciudadanos españoles, los resultados que se han puesto de manifiesto son los siguientes.

En primer lugar, en la **relación directa entre emprendimiento y calidad de vida**, el histograma (gráfico 40) muestra una relación interesante entre el emprendimiento y la calidad de vida en una escala del 1 al 10. Los resultados revelan una distribución variada de respuestas en cuanto a cómo las personas perciben esta relación. Destaca que el 18,89% de los encuestados asigna un valor de 10, indicando que consideran que el emprendimiento tiene un impacto significativo en la mejora de la calidad de vida. Esto sugiere un fuerte apoyo a la idea de que emprender puede generar beneficios sustanciales en términos de bienestar.

Gráfico 40. Emprendimiento y calidad de vida



Así, un 24% de los encuestados asigna un valor de 8, lo que indica que también hay una parte considerable de la población que ve una correlación positiva entre emprendimiento y calidad de vida. En contraste, aproximadamente el 9,01% de los encuestados asigna un valor de 5, lo que sugiere una percepción neutral. Esto indica que un segmento significativo de la población no está seguro o no ve una relación clara entre emprendimiento y calidad de vida. Es importante notar que alrededor del 17,24% asigna un valor de 9, lo que también indica un alto grado de apoyo a la idea de que el emprendimiento puede mejorar la calidad de vida.

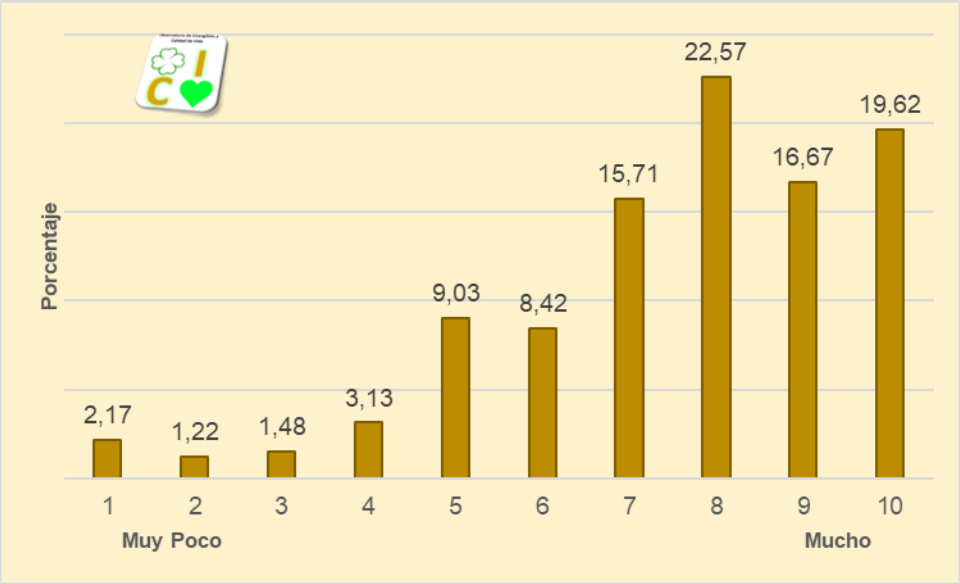
En general, se muestra que existe un espectro de opiniones en lo que respecta a la relación entre el emprendimiento y la calidad de vida. Aunque un grupo considerable cree que el emprendimiento tiene un impacto positivo, hay un segmento que permanece neutral, y otros que pueden no estar tan convencidos. Estos resultados resaltan la diversidad de perspectivas en torno a este tema y sugieren la necesidad de una investigación adicional para comprender mejor los matices de esta relación.

Por lo que se evidencia que existe una amplia diversidad de perspectivas entre los encuestados en lo que respecta a la relación entre el emprendimiento y la calidad de vida. Si bien, un porcentaje sustancial de encuestados, **alrededor del 60% otorga una puntuación de 8 o superior a la relación positiva entre emprendimiento y calidad de vida.** Esto indica un fuerte apoyo a la idea de que emprender puede tener un impacto significativo en la mejora de la calidad de vida y sugiere que una gran parte de la población ve una correlación positiva entre el emprendimiento y la calidad de vida. No obstante, un segmento de la población mantiene una percepción neutral, lo que plantea la necesidad de una comunicación efectiva y educación sobre

los beneficios del emprendimiento. Estos resultados subrayan la complejidad de las actitudes hacia el emprendimiento.

Por lo tanto, en vista de lo comentado, la relación entre el emprendimiento y la calidad de vida es **compleja y multifacética, ya que numerosos factores influyen en ambas áreas**. **El emprendimiento y la calidad de vida están intrínsecamente relacionados.** Las empresas emergentes exitosas pueden mejorar la calidad de vida a través de la creación de empleo, la innovación y la mejora del acceso a bienes y servicios. Sin embargo, también es importante abordar los desafíos y riesgos asociados con el emprendimiento para garantizar un impacto positivo en la calidad de vida de las personas y las comunidades.

Gráfico 41. Emprendimiento y sostenibilidad



Se ha preguntado también sobre **la relación entre emprendimiento y sostenibilidad** (gráfico 41), se puede observar un aspecto positivo ya que mayoría de las respuestas, aproximadamente el **74,52%,** asignan una puntuación de 6 o más en la escala de 1 a 10. Esto sugiere que la mayoría de las personas encuestadas **consideran que el emprendimiento tiene una relación positiva o al menos neutral con la sostenibilidad**. Dentro de estos, se observa como un porcentaje significativo, aproximadamente el 59%, otorga una puntuación de 8 o más, lo que refleja un sólido apoyo a la idea de que el emprendimiento puede contribuir de manera efectiva a la sostenibilidad, esto es, la mayoría de las personas perciben que los emprendedores pueden contribuir positivamente a la sostenibilidad a través de prácticas comerciales conscientes del medio ambiente. Además, sugiere que existe una sensibilidad creciente hacia la importancia de la sostenibilidad ambiental en la toma de decisiones empresariales. Esto puede estar relacionado con la creciente conciencia pública sobre los problemas ambientales y la responsabilidad corporativa.

Se percibe de forma limitada que la sostenibilidad pueda suponer una prioridad, por cuanto solo un porcentaje de aproximadamente el 36,29%, otorga las puntuaciones más altas posibles (9 y 10), por lo tanto, solo una parte de la población considera que el emprendimiento sostenible es esencial para abordar los desafíos medioambientales y sociales.

El pequeño porcentaje de personas que otorga una puntuación neutral (5), alrededor del 9,03%, representa una oportunidad para la educación y la comunicación. Estos individuos pueden estar indecisos o poco informados sobre la relación entre el emprendimiento y la sostenibilidad. De esta forma, existe una oportunidad para brindar información, destacar los beneficios de las prácticas empresariales sostenibles y fomentar un mayor apoyo a esta causa.

Así, la encuesta revela un grado variable de percepción y apoyo a la relación entre el emprendimiento y la sostenibilidad. La percepción general de que la sostenibilidad y el emprendimiento están relacionados sugiere una oportunidad para que los emprendedores se centren en modelos de negocios sostenibles. La creencia generalizada en esta relación podría fomentar la adopción de prácticas más sostenibles en el mundo empresarial. La alta proporción de respuestas en el extremo superior de la escala también puede tener implicaciones para las políticas públicas. Esto podría impulsar la implementación de políticas que fomenten y respalden el emprendimiento sostenible, lo que a su vez podría tener un impacto positivo en la economía y el medio ambiente.

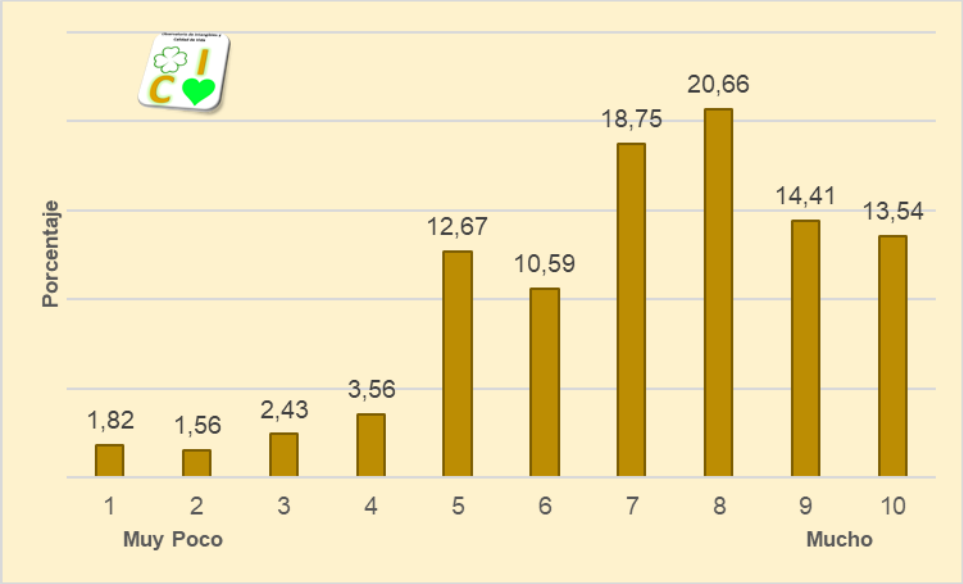
Por lo que se sugiere que, por un lado, el **emprendimiento y la sostenibilidad pueden ir de la mano**, por cuanto el emprendimiento sostenible se enfoca en crear y desarrollar negocios que no solo sean rentables, sino que también tengan un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad. Los emprendedores pueden identificar oportunidades para abordar problemas ambientales o sociales a través de la innovación y la sostenibilidad. Esto puede incluir la creación de productos ecológicos, prácticas de fabricación sostenibles o la promoción de la responsabilidad social empresarial. El emprendimiento sostenible busca un equilibrio entre las ganancias y el impacto positivo en el mundo, lo que contribuye en la calidad de vida al abordar cuestiones cruciales.

El **enfoque en la sostenibilidad tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de las personas**. La sostenibilidad puede conducir a un entorno más limpio y saludable, con menos contaminación y menos agotamiento de recursos naturales. Esto puede llevar a una mejor salud, una mayor seguridad alimentaria y un ambiente más agradable para vivir. Además, promover la sostenibilidad puede crear oportunidades económicas, como la creación de empleos en sectores relacionados con la energía limpia o la gestión de residuos.

Se aborda también, **la relación del emprendimiento y la situación económica,** donde puede apreciarse en el histograma (gráfico 42) que existe una percepción general de la población

encuestada de que éste se encuentra influenciado por la situación económica. Los datos revelan que un **78% de los encuestados (calificaciones 6-10) considera que existe una relación significativa entre la situación económica y el emprendimiento.**

Gráfico 42. Emprendimiento y situación económica



A pesar de la percepción general de una fuerte correlación, existe una variabilidad significativa en las opiniones. Alrededor del 6% de los encuestados (calificaciones 1-3) cree que la situación económica tiene una influencia mínima en el emprendimiento. Por otro lado, el 16,23% (calificaciones 4-5) tiene una opinión intermedia o neutra. Esto indica que algunas personas pueden ver factores distintos de la economía como impulsores del emprendimiento.

A pesar de la percepción de una fuerte correlación, es destacable que una parte significativa de los encuestados mantiene opiniones positivas en momentos económicos desafiantes (calificaciones 8-10). Incluso en situaciones económicas adversas, muchos individuos aún creen en la viabilidad del emprendimiento y pueden estar dispuestos a asumir riesgos empresariales.

Así, La percepción de una correlación entre la situación económica y el emprendimiento sugiere que las personas tienden a ver el emprendimiento como una respuesta a las condiciones económicas. Cuando la economía es sólida, hay más oportunidades para iniciar y hacer crecer negocios, lo que puede resultar en más empleo y mayores ingresos. Esto, a su vez, mejora la calidad de vida al proporcionar estabilidad financiera y oportunidades de crecimiento profesional.

Todo esto podría sugerir que un fuerte entorno emprendedor, influenciado por la situación económica, puede contribuir a la creación de empleo. Cuando los emprendedores tienen éxito, a menudo contratan a más personas, lo que reduce el desempleo y aumenta la calidad de vida al brindar fuentes de ingresos adicionales. La persistente creencia en la viabilidad del

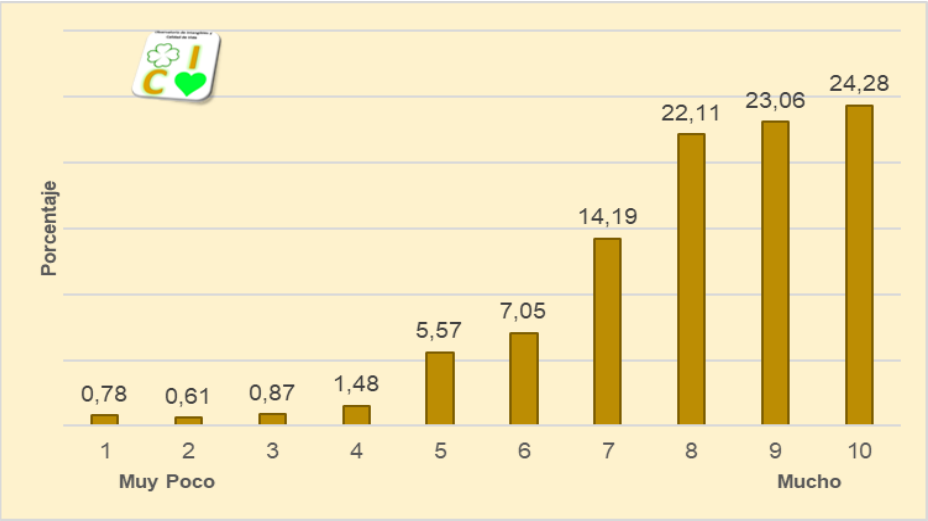
emprendimiento, incluso en momentos económicos desafiantes, puede ser un factor que contribuye a la resiliencia de la sociedad. Los emprendedores pueden innovar y adaptarse a las cambiantes circunstancias económicas, lo que a su vez podría proteger y mejorar la calidad de vida de las personas en momentos difíciles.

Así, el **emprendimiento puede influir en la situación económica de una región o país**. Cuando hay un aumento en el número de nuevas empresas y emprendedores exitosos, se pueden crear empleos, estimular el crecimiento económico y aumentar los ingresos fiscales. Esto, a su vez, puede llevar a una mejora en la situación económica a nivel local o nacional.

Una situación económica sólida se correlaciona con una mejor calidad de vida. Cuando una economía funciona bien, hay más oportunidades de empleo, salarios más altos y una mayor disponibilidad de servicios públicos, como atención médica y educación de calidad. La calidad de vida de las personas mejora con un mayor acceso a recursos y oportunidades.

Por último, la **relación entre el nivel de formación y la percepción del emprendimiento** puede observarse que los datos revelan una fuerte relación. Así, el histograma (gráfico 43) indica que la mayoría de los encuestados considera que la formación tiene un impacto significativo en el nivel de emprendimiento. Sobre **el 69% de los encuestados otorga una puntuación de 8 o más en una escala del 1 al 10, lo que denota una fuerte correlación percibida entre la formación y el emprendimiento.**

Gráfico 43. Emprendimiento y formación.



La formación se percibe como un medio para preparar a las personas para el emprendimiento, al proporcionarles las habilidades, el conocimiento y la confianza necesarios. Un alto porcentaje de respuestas en los niveles superiores de la escala sugiere que las personas consideran que la formación puede aumentar la probabilidad de éxito en emprendimientos y negocios propios.

De esta forma la formación desempeña un papel crucial en el emprendimiento. La adquisición de conocimientos, habilidades y competencias a través de la educación formal o la capacitación contribuye a la preparación de individuos para emprender y gestionar sus propios negocios. Cuando las personas tienen acceso a una formación empresarial de calidad, están mejor equipadas para identificar oportunidades, crear planes de negocio sólidos y enfrentar los desafíos del mundo empresarial. Esto, a su vez, puede aumentar la probabilidad de éxito en emprendimientos.

La formación no solo está relacionada con el emprendimiento, sino que también influye en la calidad de vida de manera más amplia. La educación y la formación pueden aumentar las perspectivas laborales y los ingresos, lo que se traduce en un mayor nivel de vida. Además, la formación puede mejorar la salud y el bienestar al promover estilos de vida más saludables y el acceso a información sobre atención médica y nutrición.

Todo lo anterior, conduce a que el **emprendimiento puede tener un impacto en la calidad de vida**. Los emprendedores exitosos pueden generar ingresos adicionales, crear empleo en sus comunidades y contribuir al crecimiento económico. Esto puede traducirse en una mayor estabilidad financiera, acceso a servicios y oportunidades mejoradas, lo que a su vez influye positivamente en la calidad de vida. Además, el emprendimiento puede proporcionar a las personas un mayor sentido de realización y autonomía, lo que contribuye a su bienestar. Cuando se combinan emprendimiento, formación y calidad de vida, se puede observar un impacto sinérgico.