

FELICIDAD GLOBAL 2024

Edición Bolivia (*)

(*) Puede descargar la versión Global [AQUI](#)

Marzo 2024

© 2024 IPSOS CIESMORI. Todos los derechos reservados. Contiene información confidencial y de propiedad intelectual y no debe ser publicada o reproducida sin el consentimiento escrito de IPSOS CIESMORI.

GAME CHANGERS



QUÉ TAN FELICES SOMOS

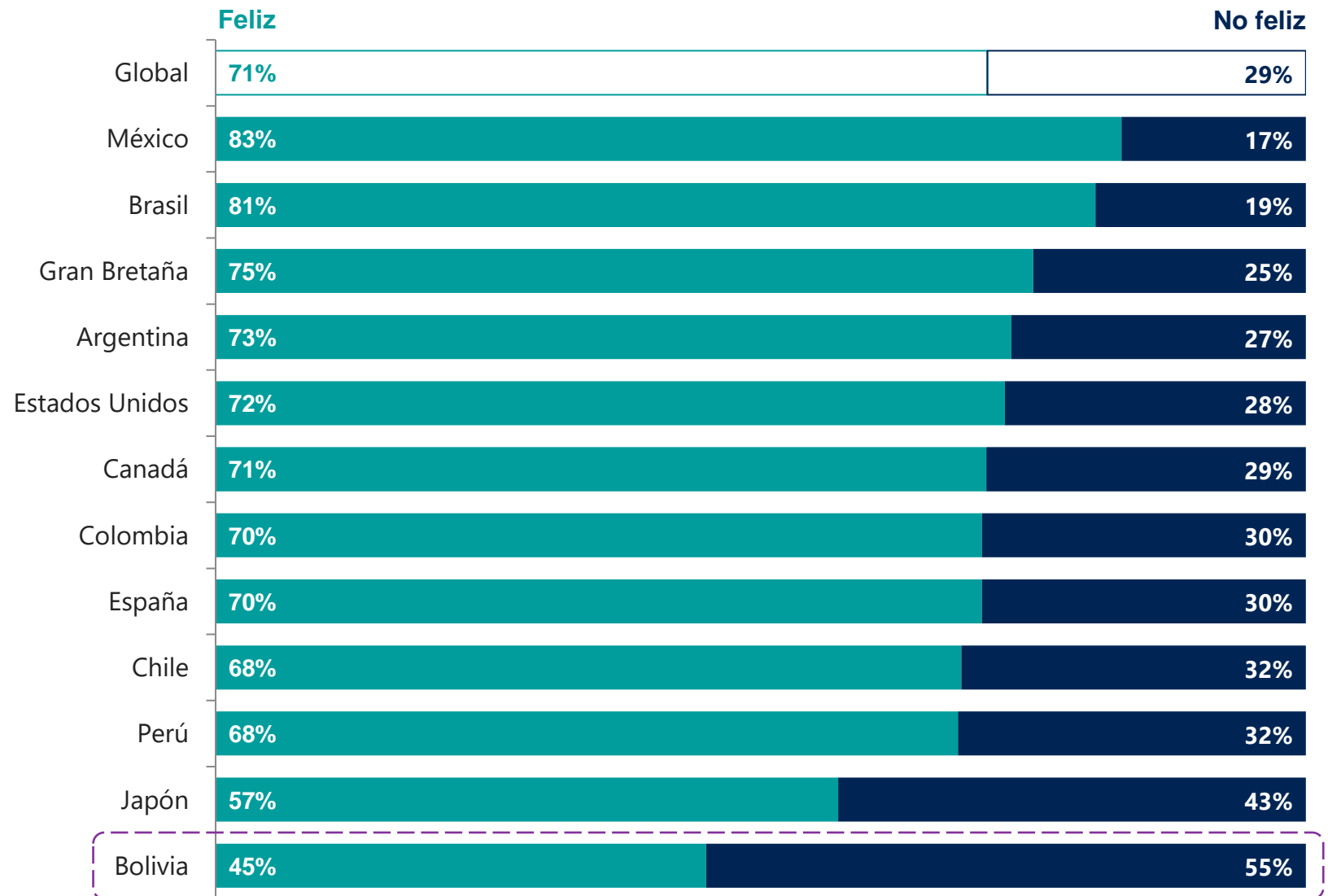


Q

Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

71% en el promedio global se declaran **felices**. México (83%) y Brasil (81%) tienen algunos de los porcentajes más altos en este apartado.

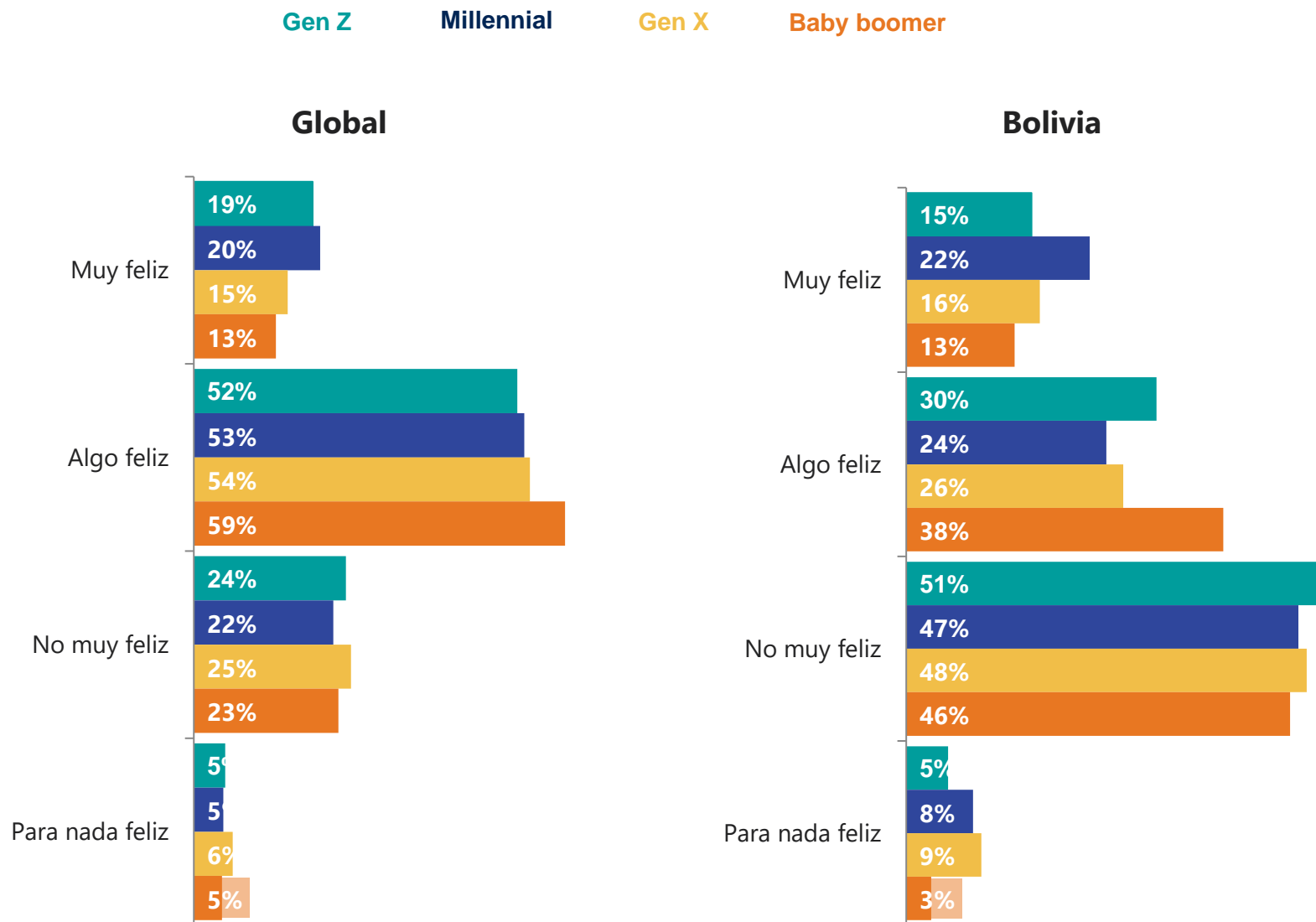
En contraposición, Bolivia (45%) es el país, a nivel global, con menor porcentaje de población que se siente feliz.



Q

Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

Las generaciones a nivel Global se declaran mayormente **algo felices**, mientras que en Bolivia se declaran mayormente **no muy felices**.



Base Global: 24,269 adults aged 30 countries, December 22, 2023 – January 5, 2024
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en enero de 2024

CÓMO INFLUYEN LAS NOTICIAS EN NUESTRA FELICIDAD



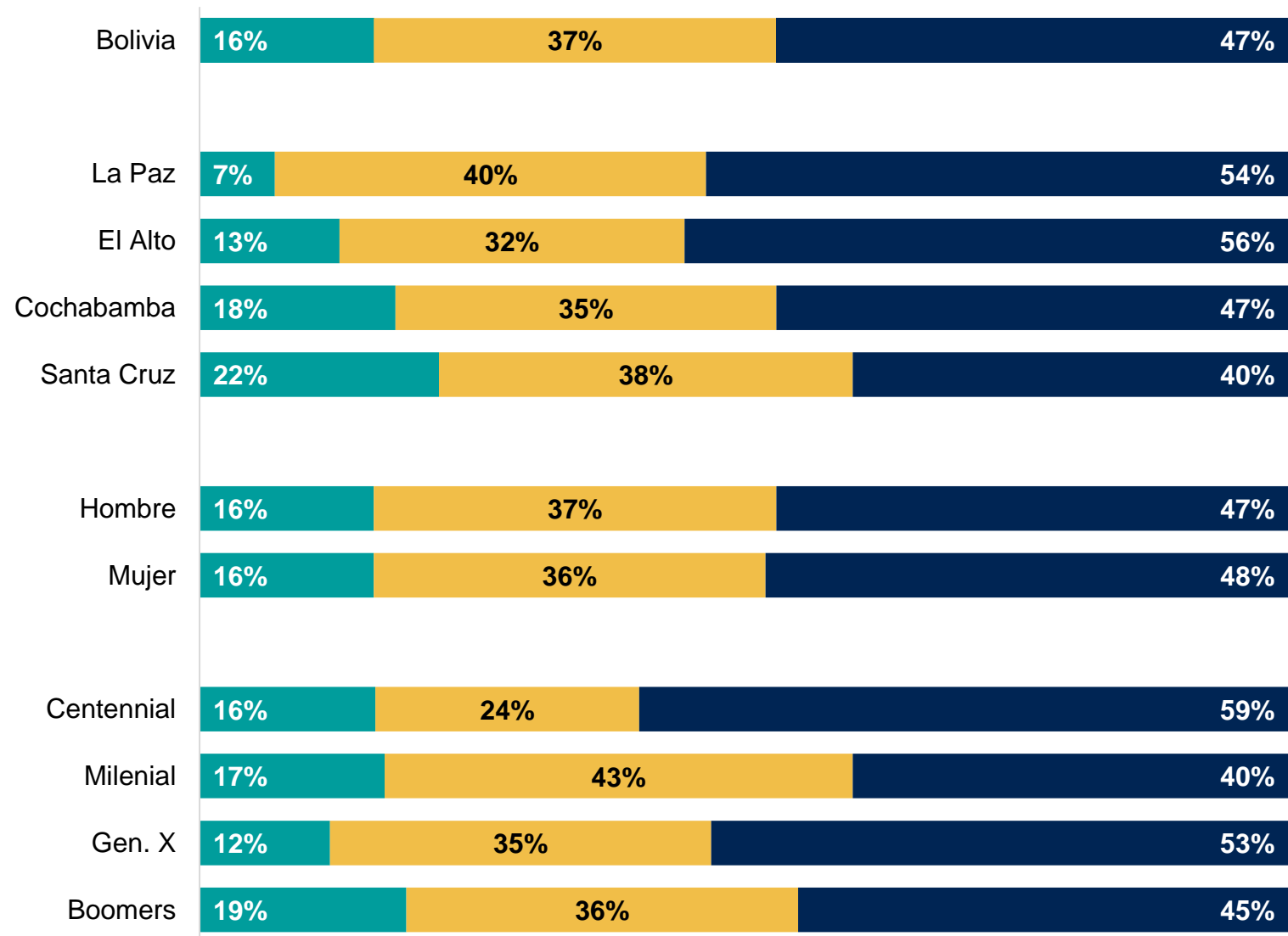
Q

En general, ¿se siente más o menos feliz después de ver, escuchar o leer las noticias sobre...?

El mundo

Las noticias sobre el mundo tienen un impacto negativo sobre la felicidad en el 47% de bolivianos. Sobre todo afectan a la generación más joven, Centennials (59%).

Más feliz Ni más ni menos Menos feliz



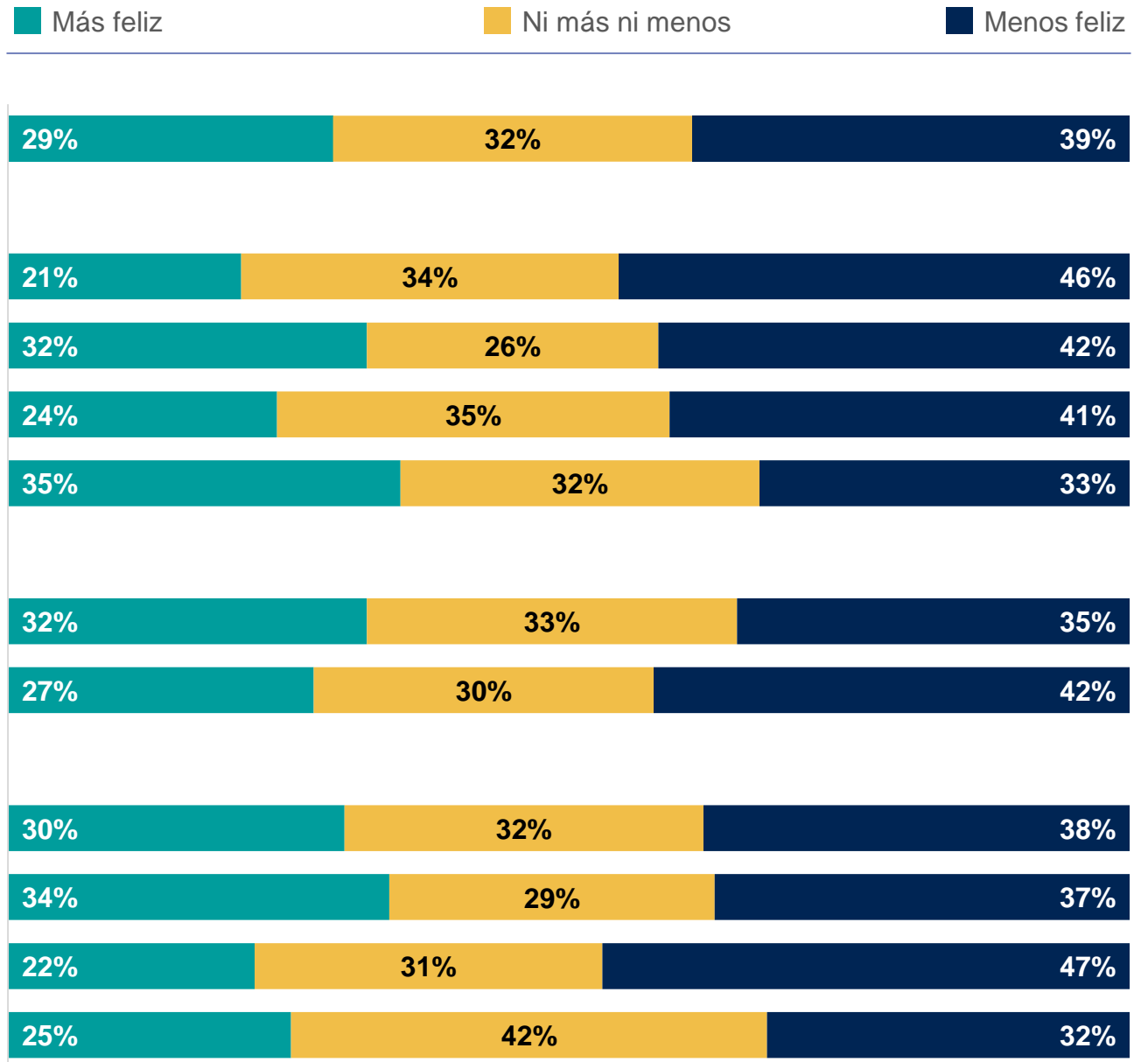
Q

En general, ¿se siente más o menos feliz después de ver, escuchar o leer las noticias sobre...?

Bolivia

Cuatro de cada diez bolivianos (39%) se sienten menos felices cuando escuchan noticias sobre el país.

Las noticias sobre el país afectan más a los paceños (46%) y a los consultados de la Generación X (47%).



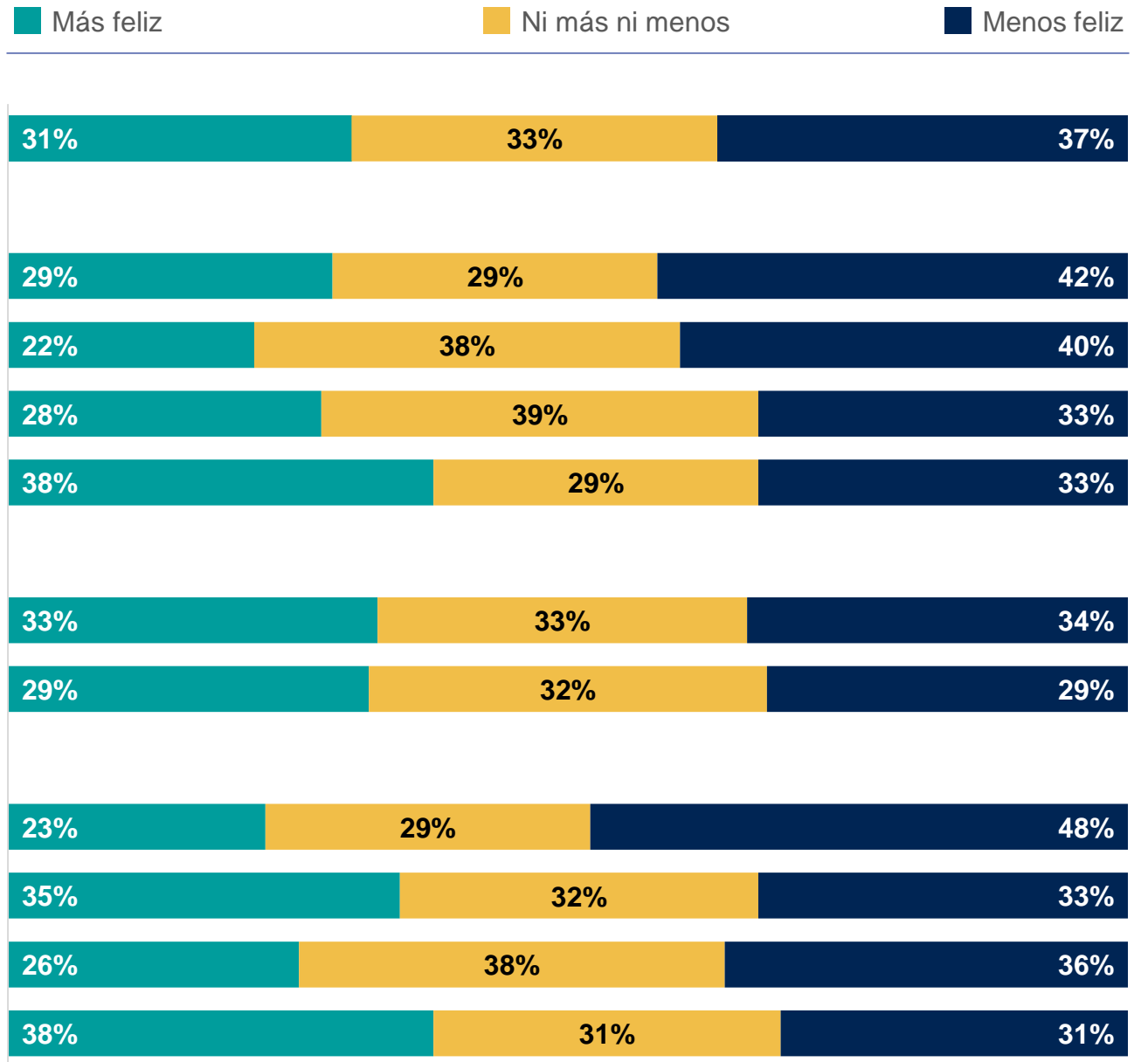
Q

En general, ¿se siente más o menos feliz después de ver, escuchar o leer las noticias sobre...?

La ciudad donde vive

Los cruceños (38%) tienden a sentirse más felices con las noticias sobre su ciudad.

Los residentes de Cochabamba tienden una posición más neutral (39%), mientras que paceños (42%) y alteños (40%) resienten más en su felicidad las noticias sobre sus ciudades.



Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 31 países por Ipsos en su plataforma online Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 22 de diciembre de 2023 y el viernes 5 de enero de 2024. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 24.269 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Malasia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en el resto de países.

La muestra consta de aproximadamente 2.000 personas en Japón, 1.000 en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia y Nueva Zelanda, y 500 en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de la India consta de unas 2.200 personas, de las cuales unas 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 por Internet.

Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia y Suecia pueden considerarse representativas de la población adulta general menor de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más prósperas que la población general. Los resultados de las encuestas de estos países deben considerarse un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa a un amplio subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A, B y C en las metrópolis y las clases de ciudades de nivel 1-3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada país refleje lo mejor posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. "La media global de los países" refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los porcentajes no suman 100 o la "diferencia" parece ser de +/- 1 punto porcentual más/menos que el resultado real, puede deberse al redondeo, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas "no sabe" o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta en la que N=1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y en la que N=500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos resultados se atiene a las normas y reglamentos locales.

FICHA TÉCNICA BOLIVIA



Universo:

Hombres y mujeres mayores de 18 años con conexión a Internet ya sea mediante computadora, Tablet o celular.



Ámbito Geográfico:

Ciudades el Eje Troncal: La Paz, El Alto, Cochabamba, Santa Cruz



Periodo del trabajo de campo:

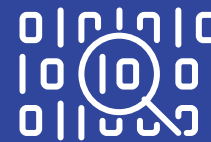
Del 13 al 25 de enero de 2024



Técnica de recolección de información:

Encuestas online autoadministradas, a través de conexiones fijas de internet, redes sociales y conexiones móviles.

A principios del 2023 la penetración de internet en Bolivia superaba el 65%; los usuarios de redes sociales eran más de 7.5 millones y las conexiones celulares equivalían al 106.7% de la población total.



Tamaño de la muestra:

400 casos

El diseño y tamaño muestral permiten observar los resultados con un margen de error referencial de +/- 4,9

No se puede asociar ningún margen de error a una muestra online por autoselección. Sin embargo, asumiendo aleatoriedad se estima el error mencionado.

¿QUIÉNES SOMOS?

Ipsos CIESMORI es la empresa de Investigación de Mercados e *insights* más importante de Bolivia. Resultado de la unión de las empresas más grandes de Bolivia con la global Ipsos, consolida en el mercado nacional más de 50 años de experiencia y cuenta con un equipo multidisciplinario, capaz de comprender las necesidades de información y plantear metodologías de clase mundial y técnicas acordes a la realidad nacional para ayudar a tomar decisiones acertadas.

Nuestro plantel técnico y operativo ha desarrollado múltiples habilidades para convertir *insights* poderosos en acciones basados en las opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o colaboradores de empresas.

“Game Changers” (Cambiamos el juego) – nuestro lema – resumen nuestra ambición de ayudar a todos nuestros clientes a navegar con mayor facilidad en un mundo profundamente cambiante.

www.ipsosciesmori.com

IPSOS CIESMORI



Nº 1
en Bolivia



Juntos contamos con más
de 50 años de experiencia



Excelente equipo
multidisciplinario



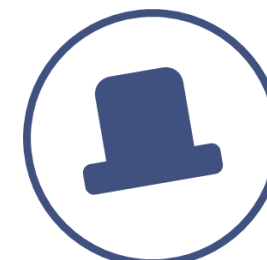
Metodologías propias
desarrolladas



Acceso a metodologías
globales



Cobertura nacional de
operaciones



Comprensión de la
realidad local



Contactos
internacionales

¿QUIERES SABER MÁS?

Si requiere información desagregada puede comunicarse con nosotros

LUIS GARAY

Chief Account Officer

luis.garay@ipsos.com



HUGO GALVEZ

Chief Research Officer

hugo.galvez@ipsosciemori.com



DANIEL LOZA

Researcher

daniel.loza@ipsosciemori.com



**THANK
YOU**

GAME CHANGERS

