

Argentinos bajo la lupa

Constanza Cilley

Gerente General

constanza.cilley@tns-gallup.com.ar

+54 11 48 91 64 00

Agenda social de los últimos 27 años

AGENDA SOCIAL

Los problemas más importantes al inicio de cada presidencia

| | | | | | | | | |
|-------------|---|---|--|---|---|---|---|-------------|
| |  |  |  |  |  |  |  | |
| Importancia | Alfonso Aramburu 1983 | Menem 1989 | Menem 1995 | de la Rúa 1999 | Duhalde 2002 | Kirchner 2003 | Fernández de Kirchner 2007 | 2010 |
| 1ro | Inflación | Inflación | Desempleo | Desempleo | Crisis Económica | Seguridad | Seguridad | Seguridad |
| 2do | Desempleo | Desempleo | Educación | Corrupción | Desempleo | Desempleo | Pobreza | Desempleo |
| 3ro | Insatisfacción con el gobierno | Seguridad | Corrupción | Seguridad | Pobreza | Pobreza | Educación | Educación |

Fuente: TNS Gallup Argentina – Muestra nacional población adulta

Imagen presidencial (evaluación positiva)

Aprobación de la conducción económica del país

| | Inicio del gob. | Final del gob. | Inicio del gob. | Final del gob. |
|---------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| Alfonsín | 80% | 46% | 38% | 4% |
| Menem 1° gob. | 86% | 40% | 67% | 47% |
| Menem 2° gob. | 40% | 34% | 47% | 33% |
| De la Rúa | 75% | 13% | 34% | 7% |
| Duhalde | 32% | 45% | 32% | 38% |
| N. Kirchner | 78% | 51% | 66% | 50% |
| C Kirchner | 55% | 29%* | 47% | 24%* |

* Valor Actual

Fuente: TNS Gallup Argentina – Muestra nacional población adulta

Una sociedad a los tumbos

Los argentinos son **ciclotímicos**: acompañan los ciclos económicos de crecimiento con **euforia** y los negativos con **decepción**.

Los **ciclos económicos** acentuaron la **visión cortoplacista**, es decir la **incapacidad** de los ciudadanos y los dirigentes de pensar en el mediano y el largo plazo para generar **proyectos de crecimiento**.



MGN

Ciclos stop-and-go y las expectativas de los argentinos

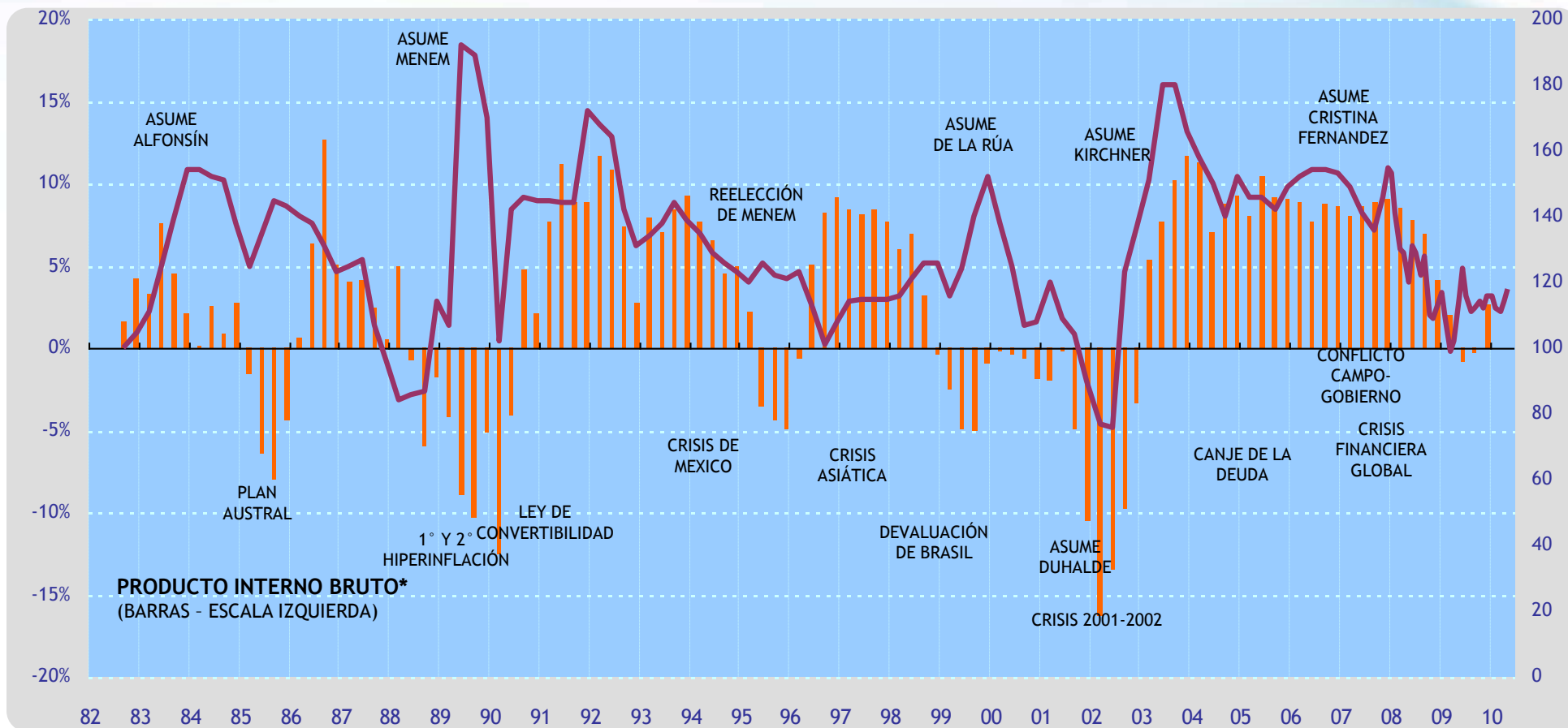
PERSPECTIVAS SOBRE LA EVOLUCIÓN GENERAL DE LA ECONOMÍA

Índice 1982 = 100 (Escala derecha)

VS.

PRODUCTO BRUTO INTERNO

Variación anual a precios de 1993 por trimestre, INDEC (Barras - Escala izquierda)

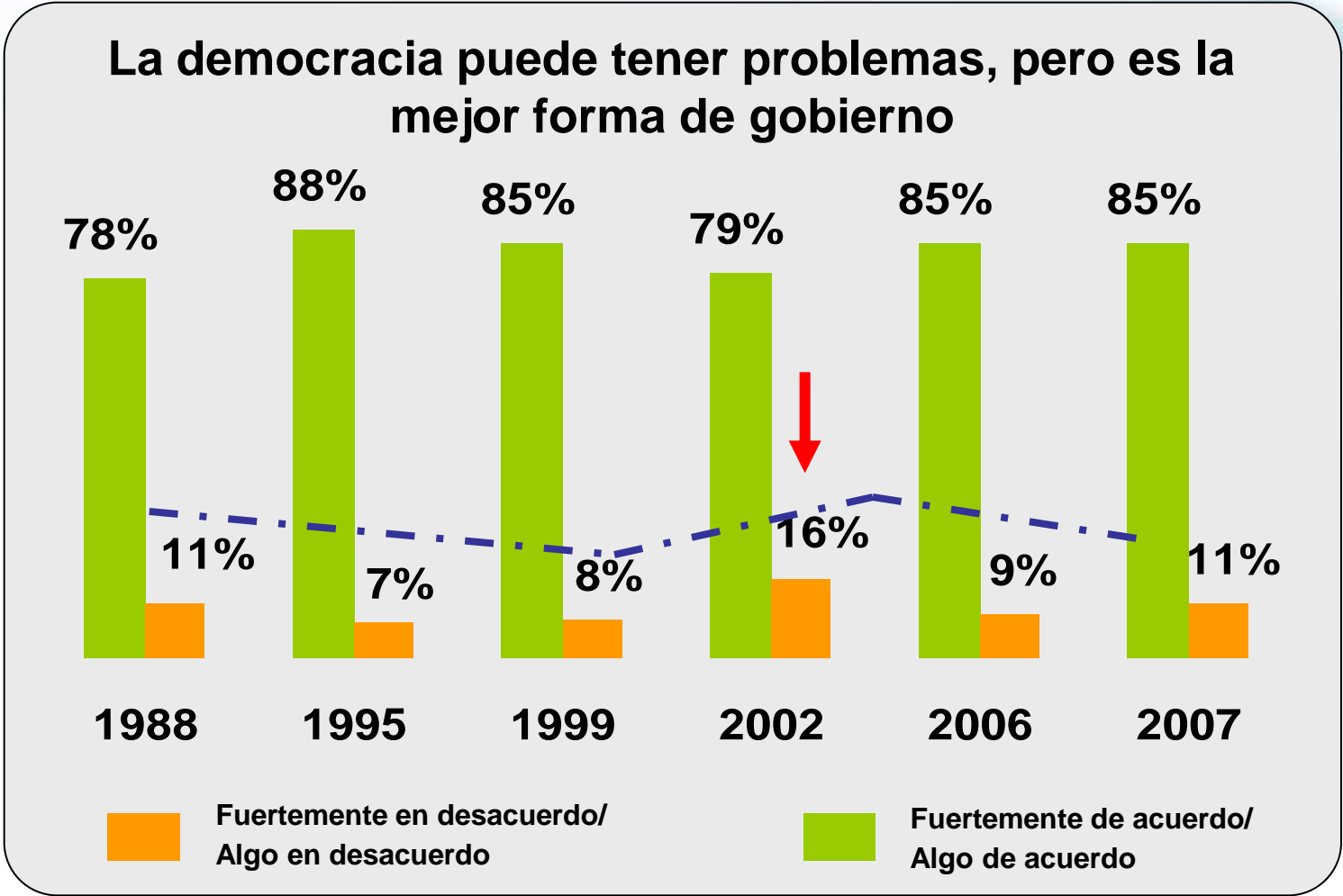


Nota: la tendencia de las perspectivas económicas se obtiene a partir de 130 estudios de opinión pública realizados entre 1982 y 2007, en los que se indaga sobre las expectativas acerca de la evolución de la situación económica del país (pregunta P2, ver aspectos metodológicos). Entre 1982 y 2004 se preguntó por la situación en los próximos 12 meses mientras que, de 2004 en adelante, por los próximos 6 meses. Para la elaboración del índice se utiliza el siguiente cálculo, descartando la respuesta neutra (R3) y el NS/NC:

VALOR (P2) = $(R1_{p2} + 0,5 \cdot R2_{p2}) - (0,5 \cdot R4_{p2} + R5_{p2}) + 100$; INDICE = VALOR (P2) / VALOR_{BASE}; VALOR_{BASE} = 100 = agosto 1982

Fuente: TNS Gallup Argentina

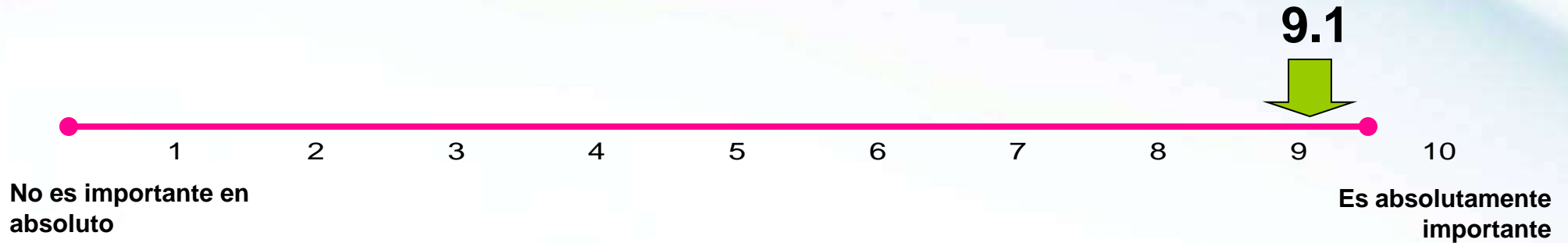
Apoyo a la democracia



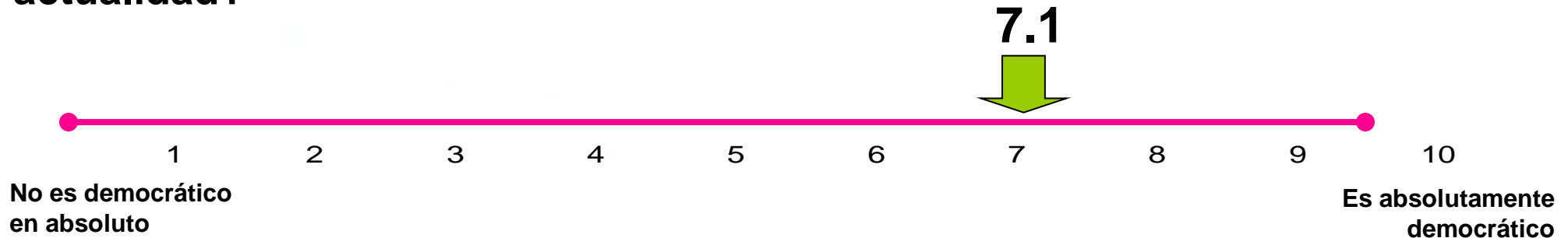
Fuente: WVS – TNS Gallup Argentina 2006
Muestra nacional población adulta

Democracia

¿Qué importancia tiene para Ud. vivir en un país que esté gobernado democráticamente?



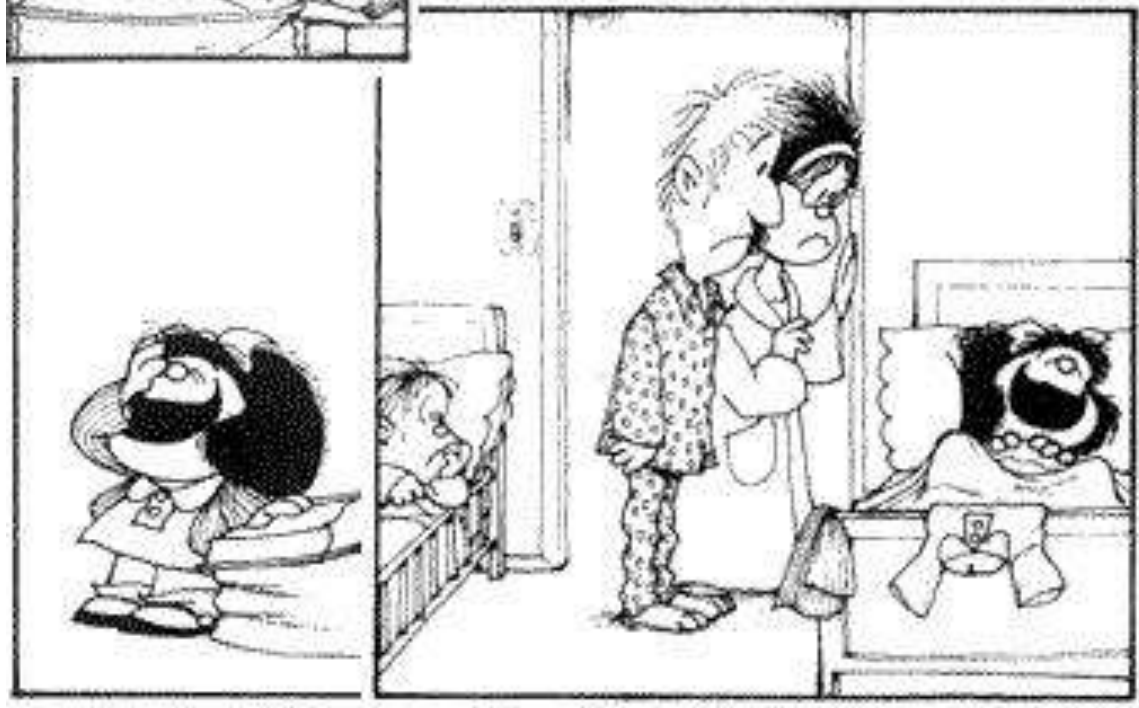
¿Y en qué medida está éste país gobernado democráticamente en la actualidad?



La importancia de distintos aspectos de la democracia

| | 1984 | 1991 | 1995 | 1999 | 2006 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Mantener el orden de la Nación | 42% | 35% | 32% | 33% | 32% |
| Combatir el alza de los precios | 27% | 23% | 18% | 18% | 32% |
| Aumentar la participación de los ciudadanos en las decisiones importantes de gobierno | 21% | 32% | 34% | 30% | 24% |
| Proteger la libertad de expresión | 9% | 9% | 16% | 19% | 12% |

Fuente: WVS – TNS Gallup Argentina
Muestra nacional población adulta



Crisis de confianza en las Instituciones



| | 1984 | 1999 | 2002 | 2009 |
|---------------------------|----------------|------------|------------|-------------|
| La iglesia | 47% | 49% | 48% | 46% |
| ONGs | - | - | 42% | 47% |
| El Sistema de enseñanza | 55% | 32% | 39% | 39%* |
| La prensa escrita | 46% | 33% | 36% | 35% |
| Los Bancos | - | - | 7% | 25%* |
| Las grandes empresas | 36% | 28% | 17% | 24% |
| Las Fuerzas Armadas | 19% | 22% | 27% | 24% |
| La policía | 25% | 22% | 23% | 15% |
| La Justicia | 58% | 26% | 10% | 12% |
| El Congreso | 72% | 15% | 7% | 11% |
| Los sindicatos | 31% | 9% | 9% | 13% |
| Los funcionarios públicos | 49% | 8% | 9% | 9% |
| Los partidos políticos | 36% (*) | 8% | 4% | 9% |

TNS Gallup Argentina-Muestra nacional población adulta Argentina

¿En qué medida diría Ud. que están afectados los siguientes sectores por la corrupción en este país?

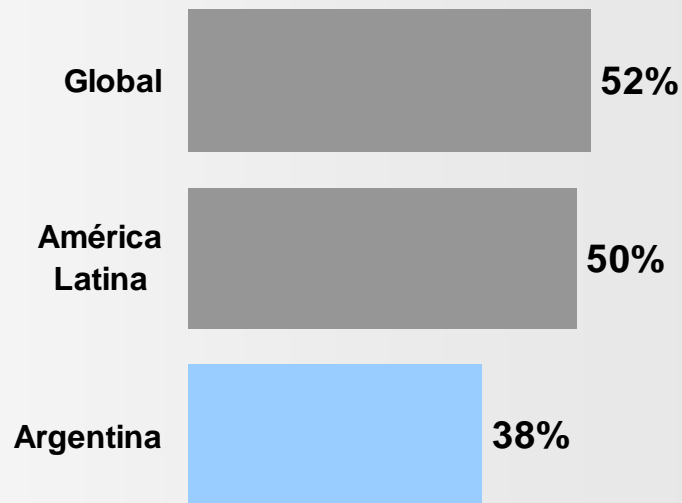
EXTREMADAMENTE+ALGO

| | |
|--------------------------|------------|
| Partidos políticos | 82% |
| Funcionarios públicos | 78% |
| Sistema Judicial | 75% |
| Congreso | 73% |
| Sector privado/ negocios | 51% |
| Medios | 40% |



¿Estaría Ud. dispuesto o no a pagar más para comprarle a una compañía que es transparente/libre de corrupción?

SI:



**Y también
interpersonal**

¿Diría Ud. que en general, se puede confiar en la mayoría de la gente o bien que nunca se es lo bastante prudente cuando uno trata con los demás?

| | 1984 | 1991 | 1995 | 1999 | 2006 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Se puede confiar en la mayoría de la gente | 25% | 22% | 17% | 15% | 17% |
| Hay que tener mucho cuidado cuando uno trata con la gente | 66% | 74% | 80% | 83% | 81% |
| No sabe | 9% | 4% | 3% | 2% | 2% |



| | Confía completamente | Confía algo | No confía mucho | No confía nada |
|--|-----------------------------|--------------------|------------------------|-----------------------|
|--|-----------------------------|--------------------|------------------------|-----------------------|

| | | | | |
|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| Su familia | 90% | 7% | 1% | 1% |
|------------|------------|-----------|-----------|-----------|

| | | | | |
|---------------|------------|------------|------------|-----------|
| Su vecindario | 25% | 44% | 21% | 8% |
|---------------|------------|------------|------------|-----------|

| | | | | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|-----------|
| Gente que Ud. conoce personalmente | 36% | 49% | 11% | 3% |
|------------------------------------|------------|------------|------------|-----------|

| | | | | |
|---------------------------------------|-----------|------------|------------|------------|
| Gente a la que conoce por primera vez | 1% | 26% | 46% | 24% |
|---------------------------------------|-----------|------------|------------|------------|

| | | | | |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Gente de otra religión | 11% | 47% | 23% | 11% |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|

| | | | | |
|----------------------------|-----------|------------|------------|------------|
| Gente de otra nacionalidad | 8% | 46% | 26% | 11% |
|----------------------------|-----------|------------|------------|------------|



Aspectos importantes de la vida

¿Qué grado de importancia tiene en su vida...? (%)

Muy importante + Bastante importante

| | 1991 | 1995 | 1999 | 2006 |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|
| Familia | 99% | 99% | 98% | 99% |
| Trabajo | 97% | 96% | 96% | 97% |
| Amigos | 84% | 84% | 81% | 85% |
| Tiempo libre/ Ocio | 76% | 75% | 79% | 83% |
| Religión | 64% | 68% | 73% | 65% |
| Política | 31% | 30% | 24% | 30% |

Fuente: WVS TNS Gallup Argentina



Cambios en la estructura familiar



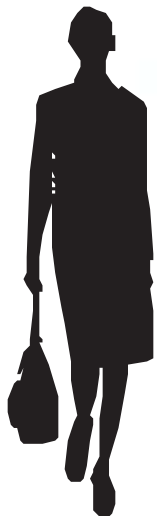
Baja en la
tasa de natalidad



Suba en
la tasa de divorcios
y cantidad de madres solteras



Las mujeres tienen más
participación en el mercado laboral





Madres más
flexibles y tolerantes



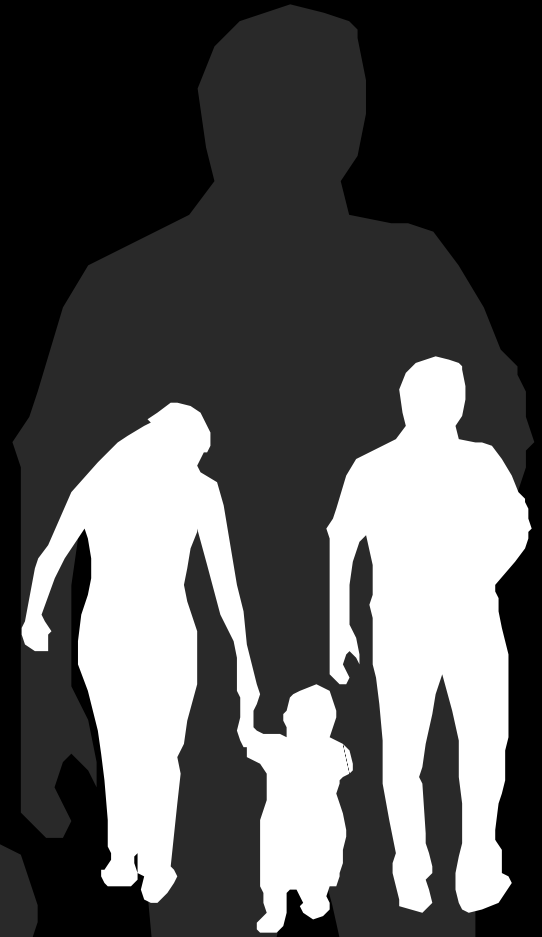
Más presencia del marido



Negociación e interacción
constantes dentro de la familia

Aún así... La familia es el elemento más valorado por los argentinos

97% de los argentinos dicen
que sus familias son su principal
prioridad con un
promedio de 9 de cada 10





† IMAGEN †
CABECERA

DIOCESIS
DE
PARROQUIA
SAGRADO CORAZON
DE JESUS
VEDIA

ESTADO
PARTIDO GENERAL BELGARRA

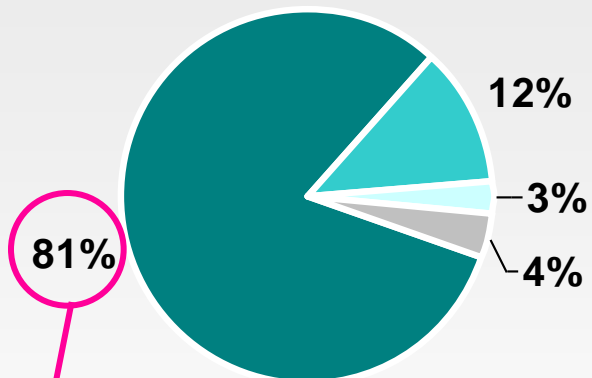
Religión

Ri er

Religiosos, aunque con una baja práctica de la religión

Religiosos

Independientemente del hecho de que vaya a la Iglesia o no, ¿diría Ud. que es ...?



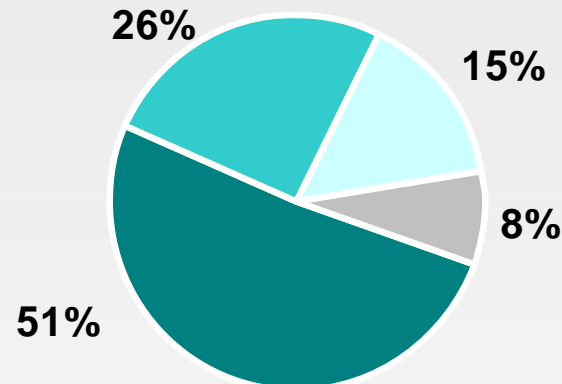
- Una persona religiosa
- Una persona no religiosa
- Un ateo convencido
- Ns/Nc

9 de cada 10 se definen a sí mismos como **Católicos Romanos**

Y 1 en 10 dice pertenecer a **otras religiones Cristianas**

Pensando sobre el sentido de la vida

¿Con qué frecuencia -si le sucede- piensa Ud. sobre el significado y objeto de la vida?



- Con frecuencia
- Algunas veces
- Rara vez
- NS/NC

Concurren a servicios religiosos

Dejando aparte bodas, funerales y bautismos, etc. ¿con qué frecuencia va Ud. a la Iglesia últimamente?



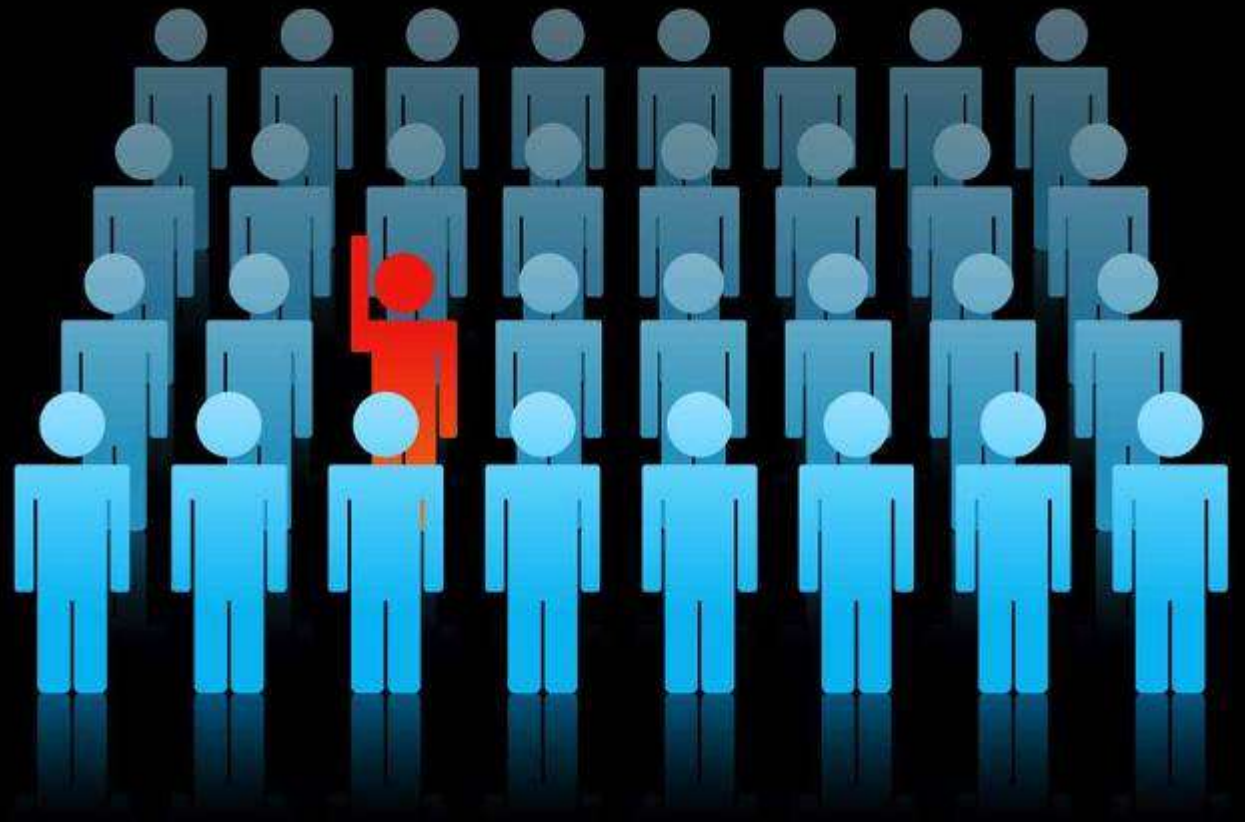
Los argentinos y la religión

Independientemente del hecho de que vaya a la Iglesia o no, ¿diría Ud. que es...?

| | 1984 | 1991 | 1995 | 1999 | 2006 |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Una persona religiosa | 67% | 73% | 82% | 84% | 81% |
| Una persona no religiosa | 27% | 23% | 16% | 13% | 17% |
| Un ateo convencido | 6% | 4% | 2% | 3% | 2% |

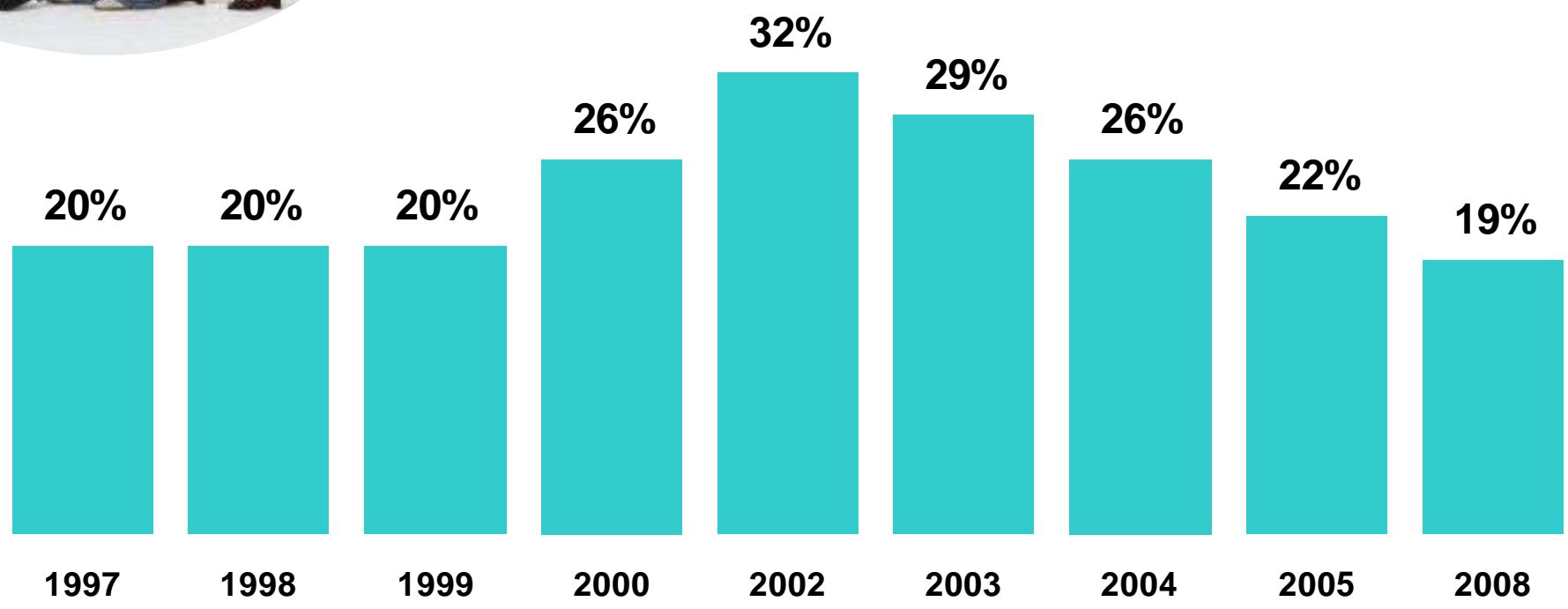


Trabajo voluntario

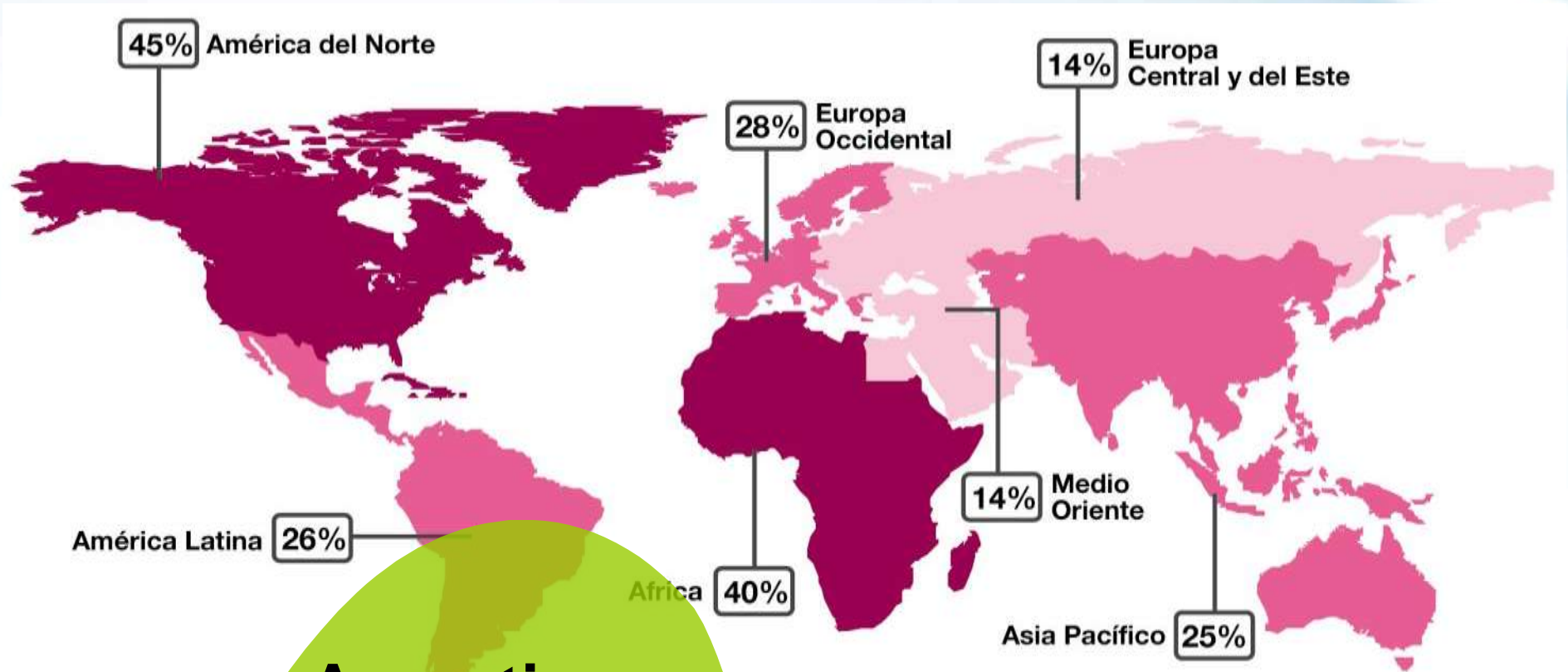




Tendencias de trabajo voluntario en Argentina



Porcentaje que realizó tareas voluntarias por región



**Argentina
en puesto
46 de 69
países**

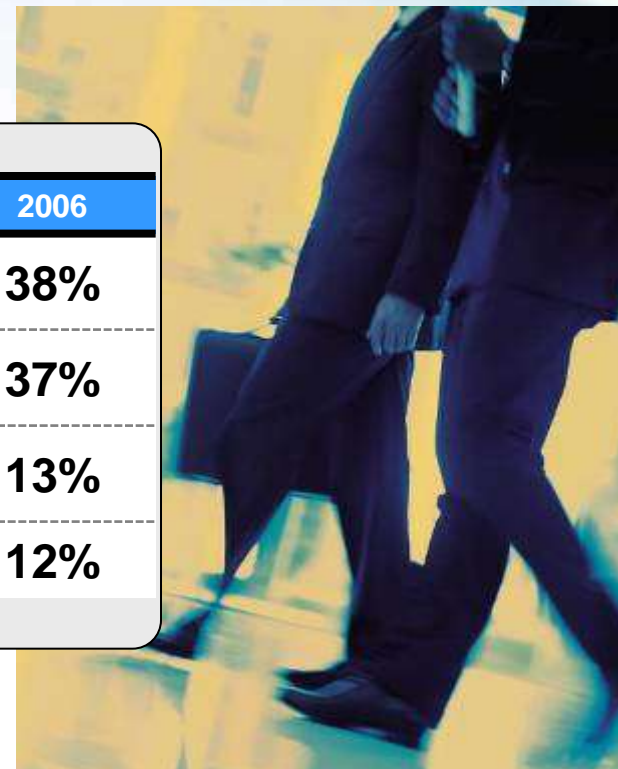


El mercado laboral

Expectativas relacionadas con el trabajo


Elementos importantes a la hora de buscar trabajo (%)

| | 1995 | 1999 | 2006 |
|--|------------|------------|------------|
| Un trabajo seguro sin ningún riesgo de cerrar o quedar desempleado | 35% | 42% | 38% |
| Un buen ingreso de manera de no tener ninguna preocupación sobre el dinero | 26% | 26% | 37% |
| Hacer un trabajo importante que le de un sentimiento de plenitud | 24% | 19% | 13% |
| Trabajar con gente que le gusta | 15% | 13% | 12% |



Productividad en el trabajo

| | 1984 | 1991 | 1995 | 1999 | 2006 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Es justo que se le pague mejor a una secretaria más rápida, más eficiente y más confiable en el resultado de su trabajo | 74% | 83% | 72% | 60% | 52% |



¿“Macho society”?



¿Sociedad machista?

La gente coincide en que tanto hombres como mujeres cuentan con las mismas oportunidades. El rol de la mujer en la sociedad Argentina ha cambiado y ahora las oportunidades se presentan más justas. Sin embargo, ciertas presiones aún recaen sobre ellas. De este modo, las mujeres trabajan, estudian y se encargan de las tareas del hogar... todo en un día que sigue teniendo sólo 24 horas.

¿Piensa Ud. que la mujer en nuestro país tiene iguales oportunidades de trabajo y educación que el hombre o no?
%SI

68%



Oportunidades de Trabajo

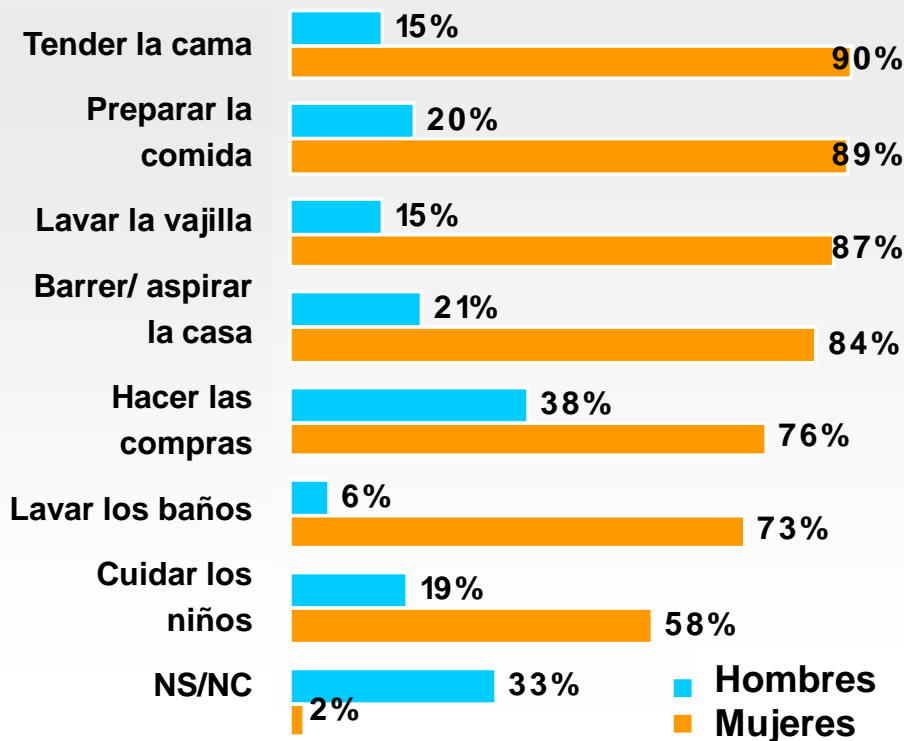
91%



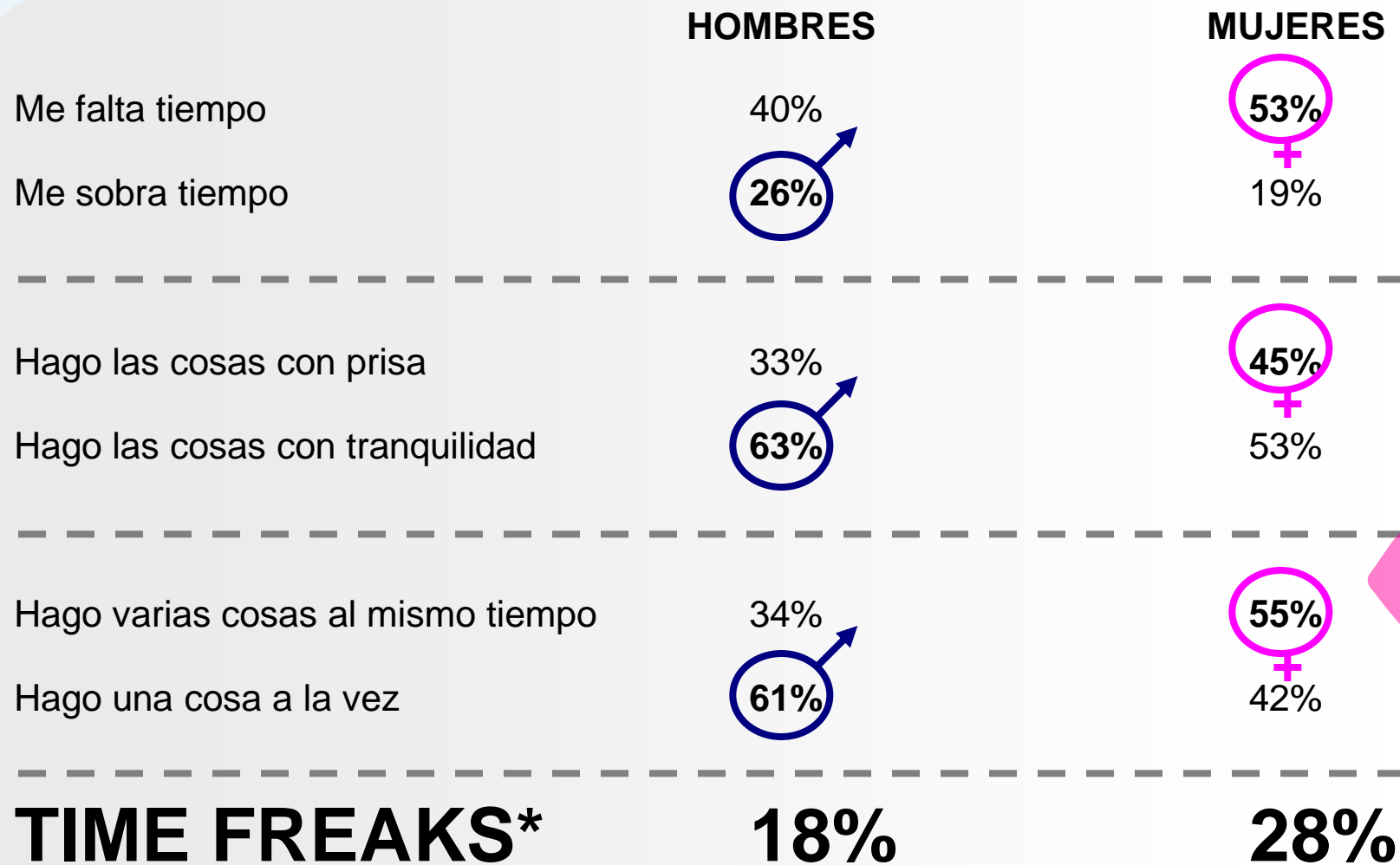
Oportunidades de Educación

TNS GALLUP – Población argentina adulta

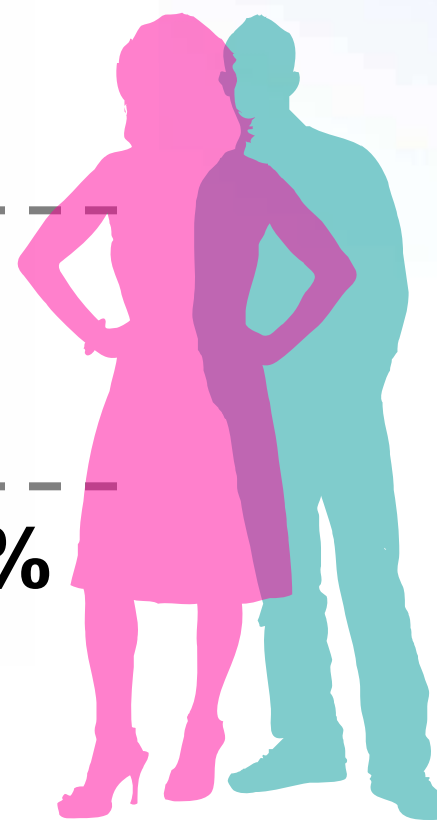
¿Cuál de las siguientes labores del hogar realizó Ud. el día de ayer?



Mujeres “time freaks”



* Les falta el tiempo, hacen las cosas con prisa, y hacen varias cosas a la vez







**¿Y qué pasa
con el tiempo libre?**

**Crecimiento
en la importancia
que los argentinos le
asignan al tiempo libre**

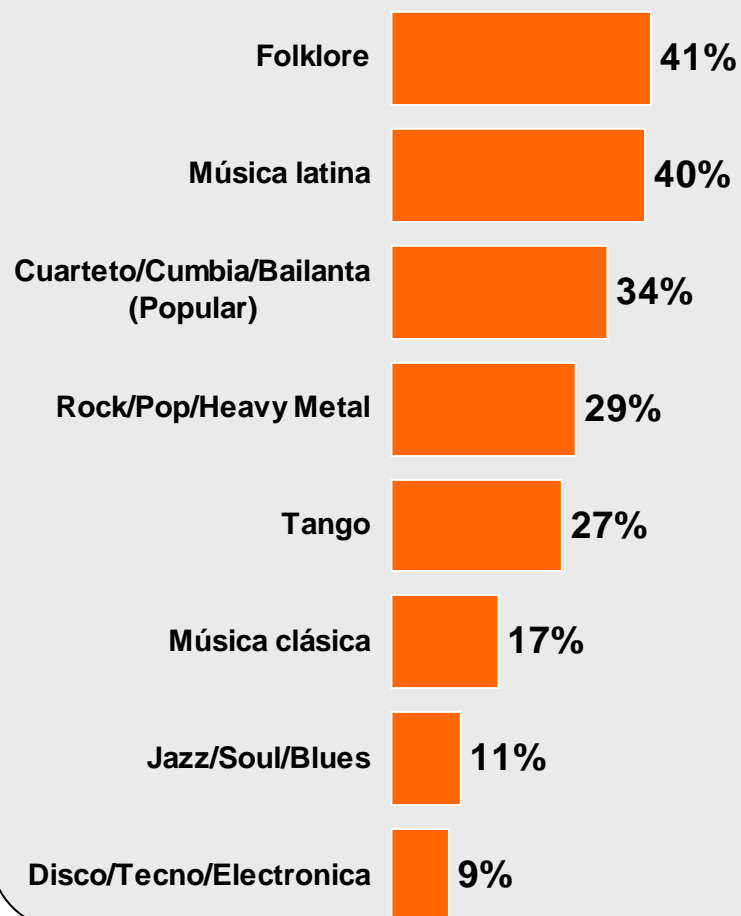
76% en 1991

**83% en la
actualidad**



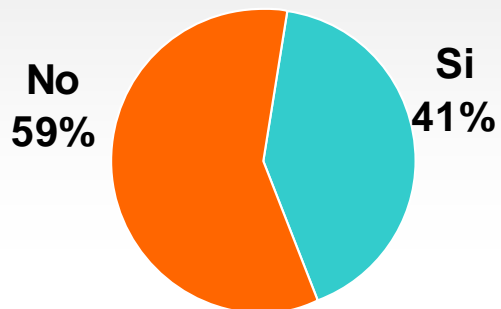
Nuestra música es local/ regional...

Preferencias musicales



¿Y los deportes? Prefieren mirarlos antes que practicarlos...!

Practican deportes al menos una vez a la semana



82% de los hombres argentinos siguen deportes a través de los medios



El futbol es claramente el deporte más popular

Hinchas de Boca & River

4 de cada 10



Boca Juniors

3 de cada 10



River Plate



Boca Juniors

River Plate

Por NSE

| | ABC1 | C2C3 | DE |
|--------------|------|------|-----|
| Boca Juniors | 32% | 39% | 48% |
| River Plate | 45% | 27% | 22% |

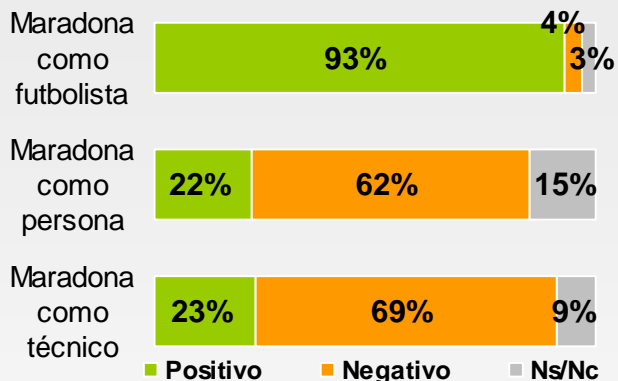


Lionel Messi

es el deportista (en actividad) más representativo del deporte argentino

Clásicos argentinos

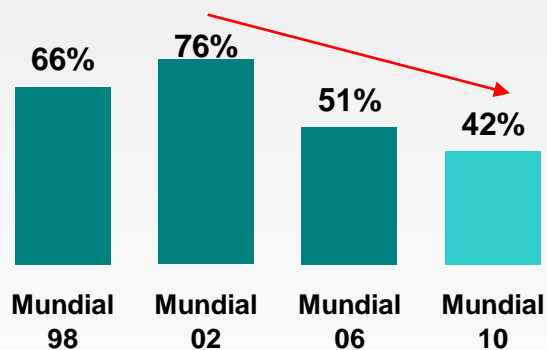
Maradona, popular y controversial



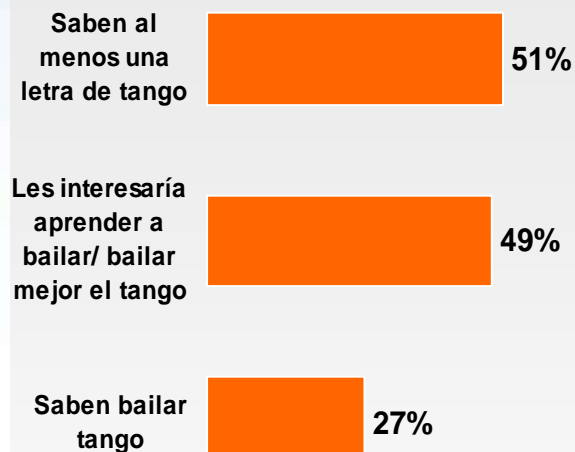
El Mundial

8 de cada 10 argentinos planean acompañar a la Argentina por televisión.

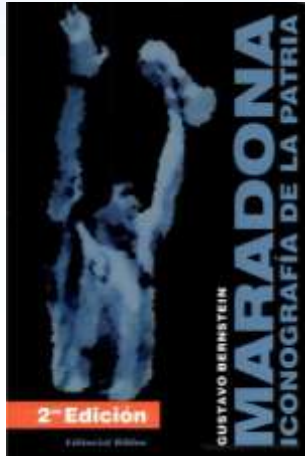
Argentina es favorita a ganar el Mundial. Este optimismo viene decayendo desde 2002.



El tango, todavía de moda



Algunas descripciones sobre los argentinos



La célebre mano validada irradia una sutileza digna del espíritu más sofisticado. **La transgresión se legitima** mediante un ademán exquisito, **pleno de refinamiento.... Fue la mano de Dios.** Un clásico de la escena nacional. La divinidad como excusa.. *Dios es argentino.* La **infracción** cometida, por tanto es **canonizada.** **El segundo gol es un canto al egoísmo, una exaltación a la arrogancia, un homenaje a la omnipotencia humana.** En el deporte colectivo por excelencia, un único hombre decide eludir a todo el equipo contrario y llegar a la red rival. **Maradona ejecutó el mejor gol de la**

historia del futbol en jugada individual (y la mejor trampa). Hizo realidad el sueño de todo argentino. Nadie mejor que él encarna nuestra esencia. Nadie enarbola mejor nuestro emblema. A ningún otro, en los últimos 20 años, se le ha ofrendado tanta pasión. Impíamente suelen erigirse otras figuras de renombre como eventuales arquetipos criollos. El artificio esta destinado al fracaso. Esos personajes solo exhiben facetas parciales de nuestro ser. Maradona en cambio no nos oculta nada. En cada uno de sus gestos afloran nuestras noblezas y todas nuestra miserias.”

Gustavo Bernstein (Maradona. Iconografía de la Patria. Editorial Biblos. Buenos Aires, 1997)

Clásicos argentinos

Habitualmente toman mate



Locos por la carne

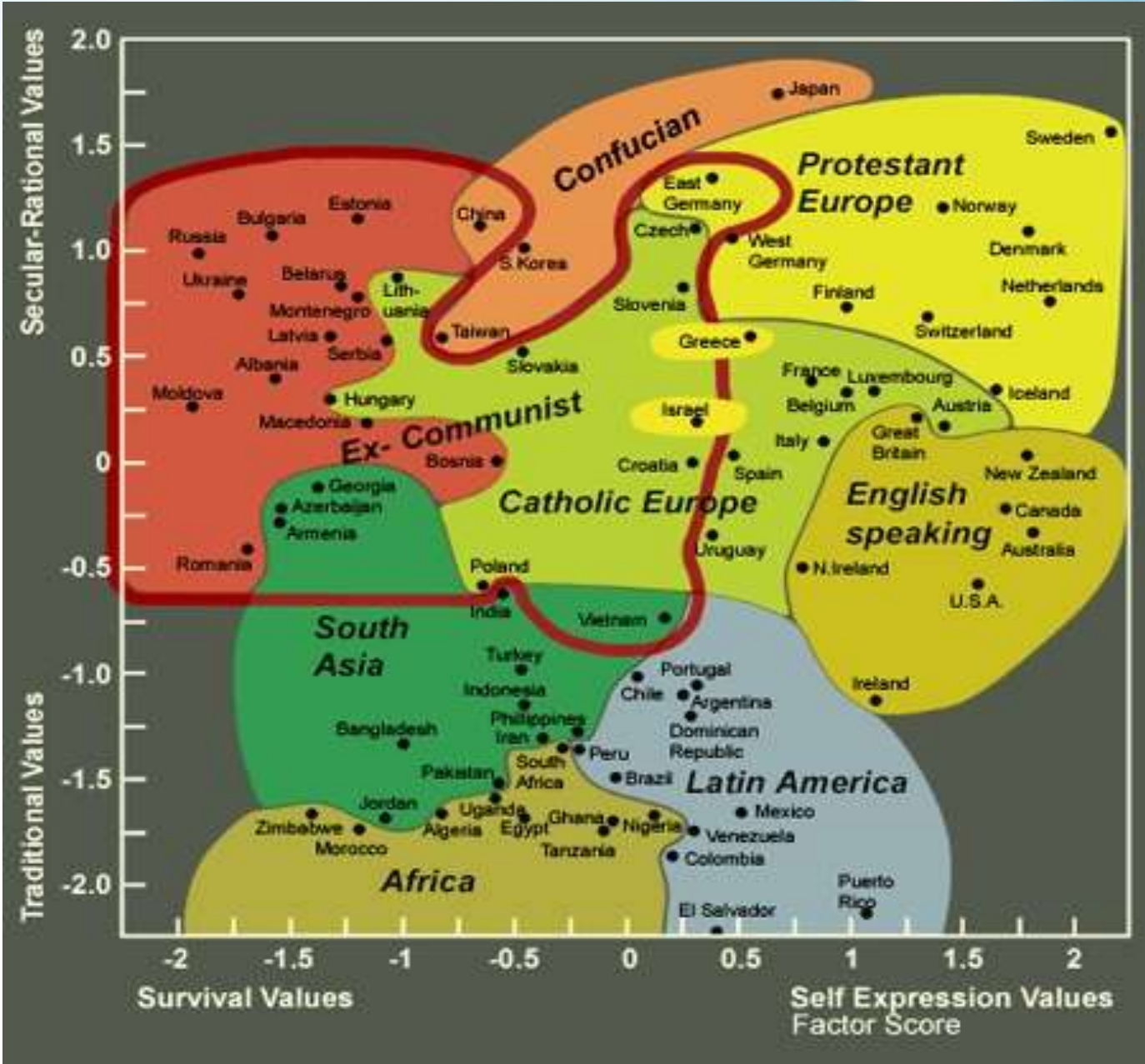


Un animal entero es consumido en un año por una familia argentina promedio



valores

Mapa cultural por regiones



Argentinos, gente feliz...



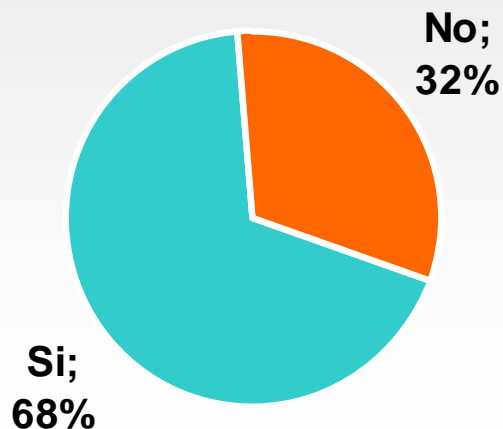
86% *de los argentinos se describe como bastante o muy **felices***

13^o *es la posición en la que rankea la Argentina en un estudio que indagó sobre la felicidad en 56 países*

Y el momento de **mayor felicidad** en la vida de un argentino generalmente está vinculado con **el nacimiento de su hijo**

“Asuntos pendientes” de los argentinos

¿Diría Ud. o no que tiene algo pendiente, algo que le gustaría hacer y todavía nunca hizo, es decir una cuenta pendiente?



TNS GALLUP – Población argentina adulta

70% *de ellos creen que podrán realizar sus “asignaturas pendientes”*

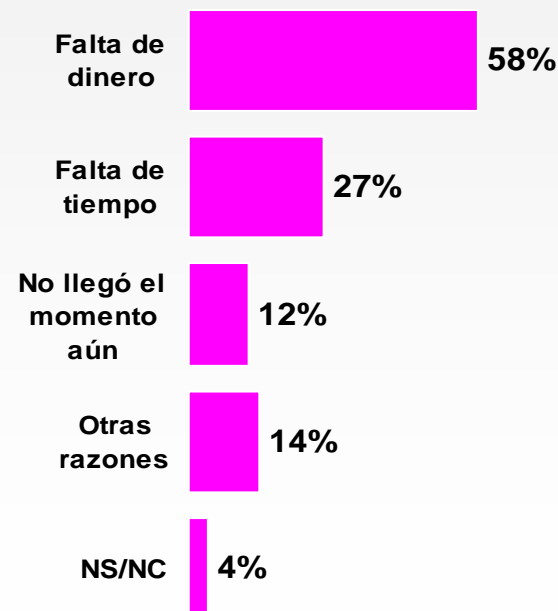


Principales “asuntos pendientes”

Viajar Desearían llevar a cabo algún viaje pendiente

Estudiar Estudiar/terminar una carrera universitaria/terciaria o realizar un curso de especialización

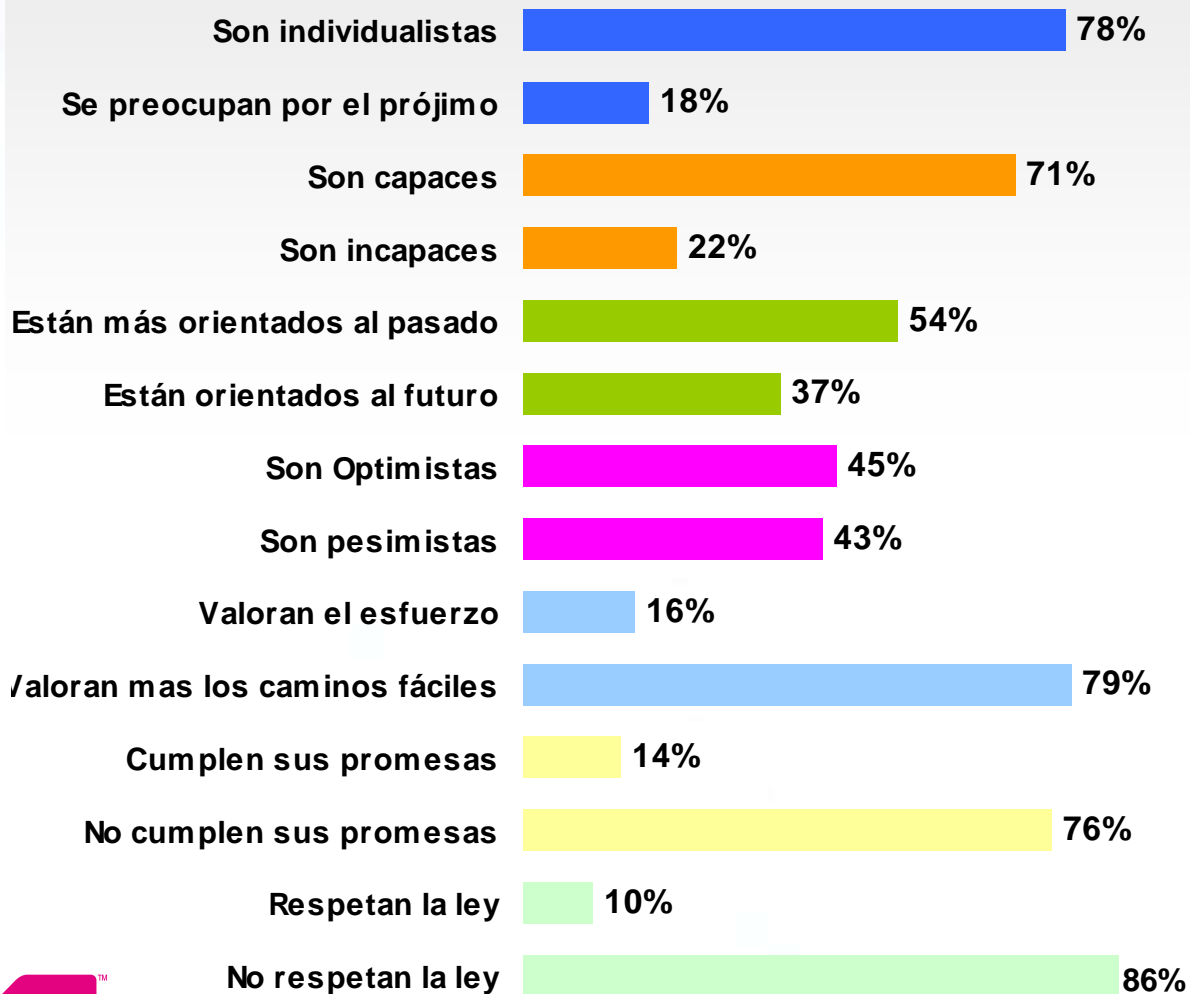
Principales barreras a la realización



Argentinos con asignaturas pendientes

Los argentinos y la visión de sí mismos

Qué es lo que mejor nos define



Inteligente, listo
Simpático
Capaz de enfrentar y
lidar con los
tiempos difíciles

“Chanta”
Vago
Egoísta



Los argentinos y su visión del país



El ser argentino: una identidad en contradicción

Identidad argentina: amalgama de elementos discordantes y contradictorios. Identidad con **estructura dual** o polar debido a tensiones y antagonismos a lo largo de la historia:

euforia vs. marcada **melancolía**

autoindulgencia vs. **autocrítica**

arrogancia y **orgullo** de ser “los mejores del mundo” vs.

inseguridad y complejos de **inferioridad**

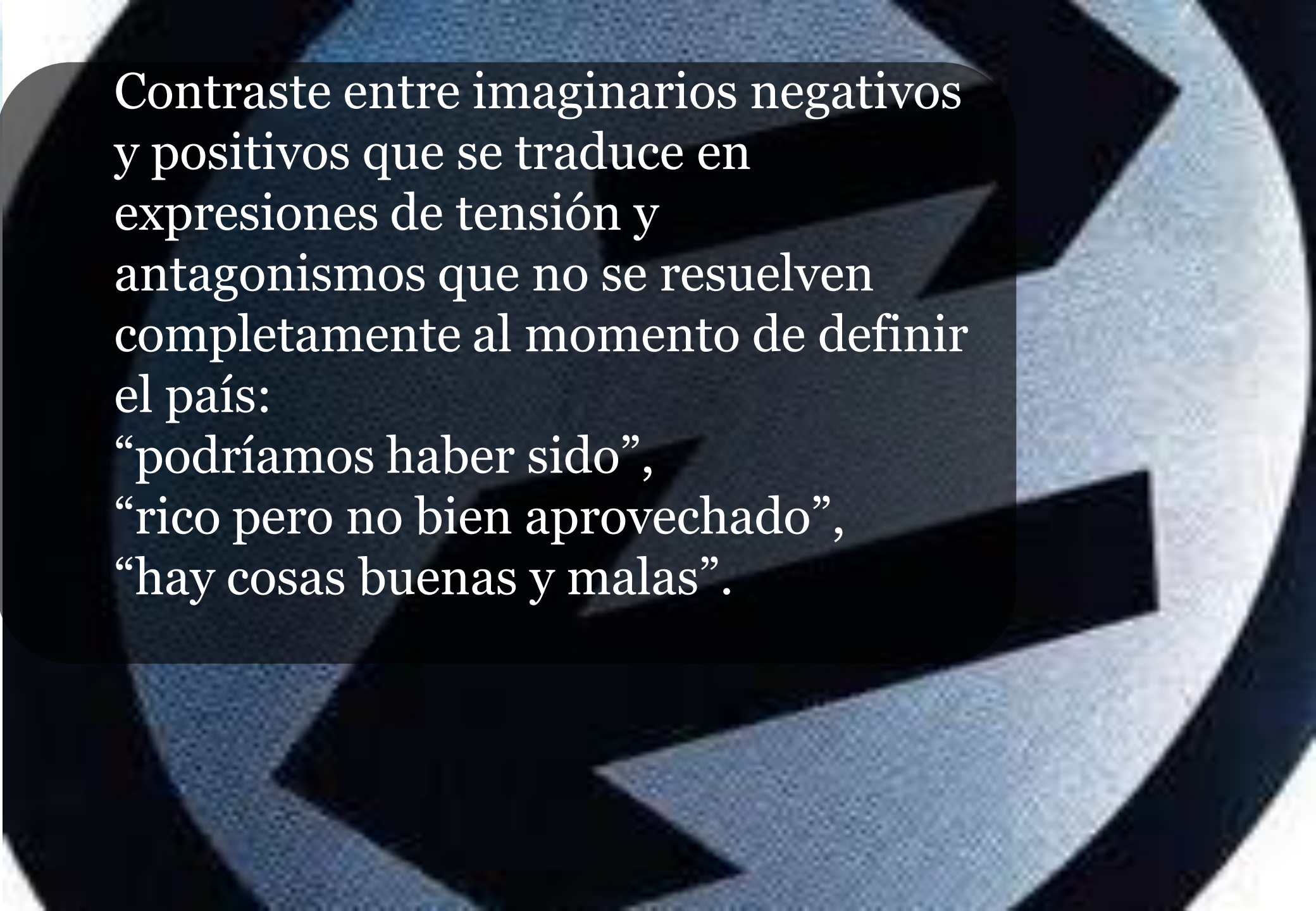
Están tan habituados a la contradicción que “llaman “bárbara” a una mujer linda, a un erudito lo bautizan “bestia”, a un mero futbolista le dicen “genio”, y cuando manifiestan extrema amistad te califican de “boludo”, y si el afecto y confianza es mucho más grande, eres un “hijo de p...”

The background is a dark blue gradient with several bright, glowing, curved light streaks that sweep across the upper right portion of the frame. The streaks have a soft, ethereal quality, fading into the dark background.

En resumen...

Los argentinos son ciclotímicos:
acompañan los ciclos económicos
en algunas ocasiones con euforia y
en otras con una profunda
depresión






Contraste entre imaginarios negativos y positivos que se traduce en expresiones de tensión y antagonismos que no se resuelven completamente al momento de definir el país:

“podríamos haber sido”,
“rico pero no bien aprovechado”,
“hay cosas buenas y malas”.

El capital social es reducido: falta de confianza en la gente y baja participación en la sociedad. Aún así, la solidaridad aparece fuertemente en momentos de crisis.



A close-up photograph of a construction worker wearing a bright pink long-sleeved shirt and grey work pants. The worker is operating a large, industrial hydraulic jackhammer. The tool is positioned vertically, and the worker's hands are visible on the controls. The background shows a construction site with rebar and concrete structures. The overall scene is one of manual labor in a professional setting.

Trabajo: El deber por sobre el placer. No existe un régimen competitivo. Bajas motivaciones y mayor relevancia del ingreso y la seguridad.

Religión: Poca práctica al momento de asistir a servicios religiosos, pero con crecimiento de la espiritualidad. Dios es muy importante en la vida de los argentinos, y la relación es libre y personal



Valores:

Valores tradicionales en auge

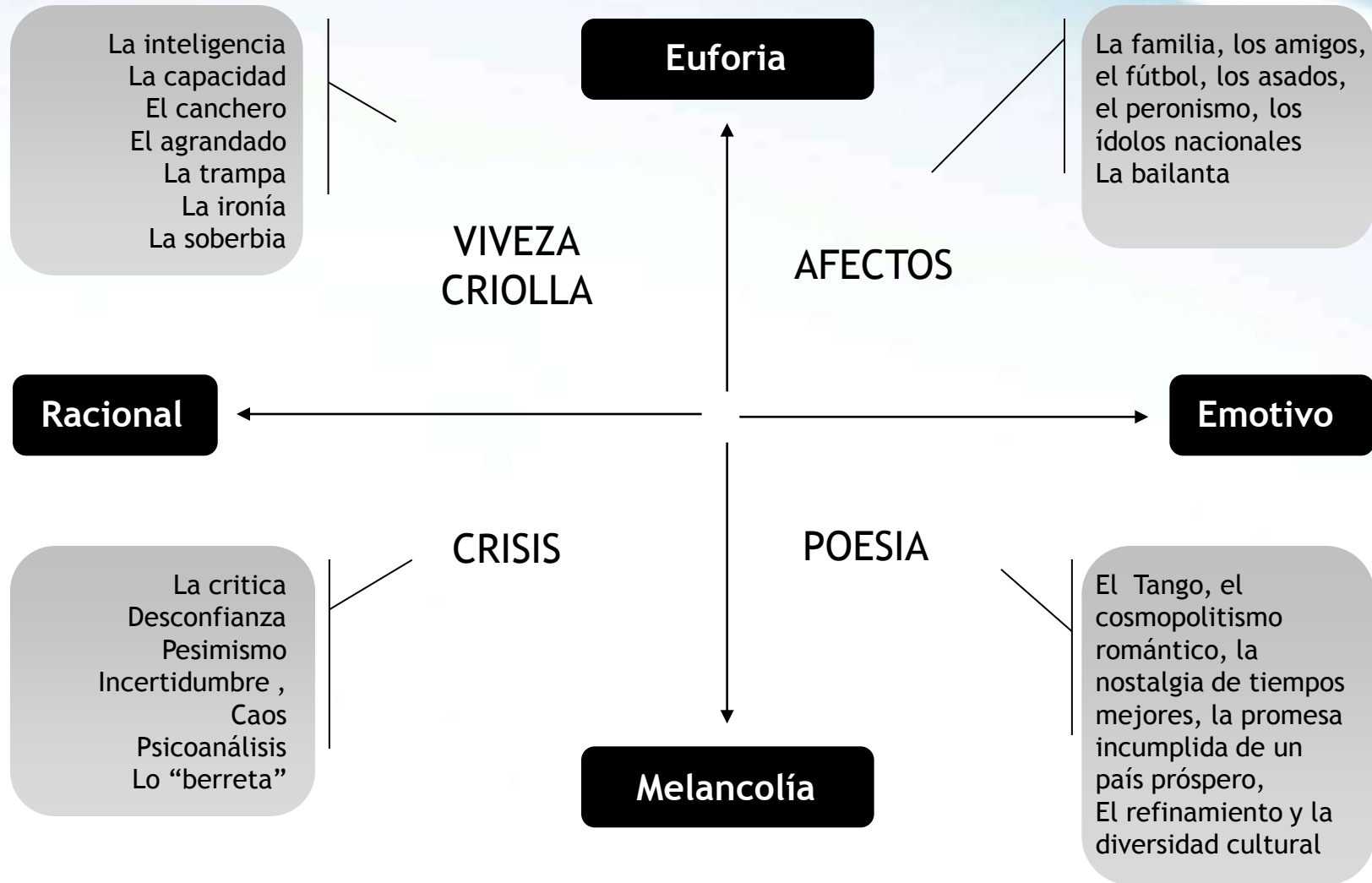
Esta tendencia se revela en la religión y las preferencias hacia la autoridad y el orden: búsqueda de seguridad

Aún así, amplitud de la moral sexual familiar:
mayor aceptación de divorcios, abortos, homosexualidad, etc

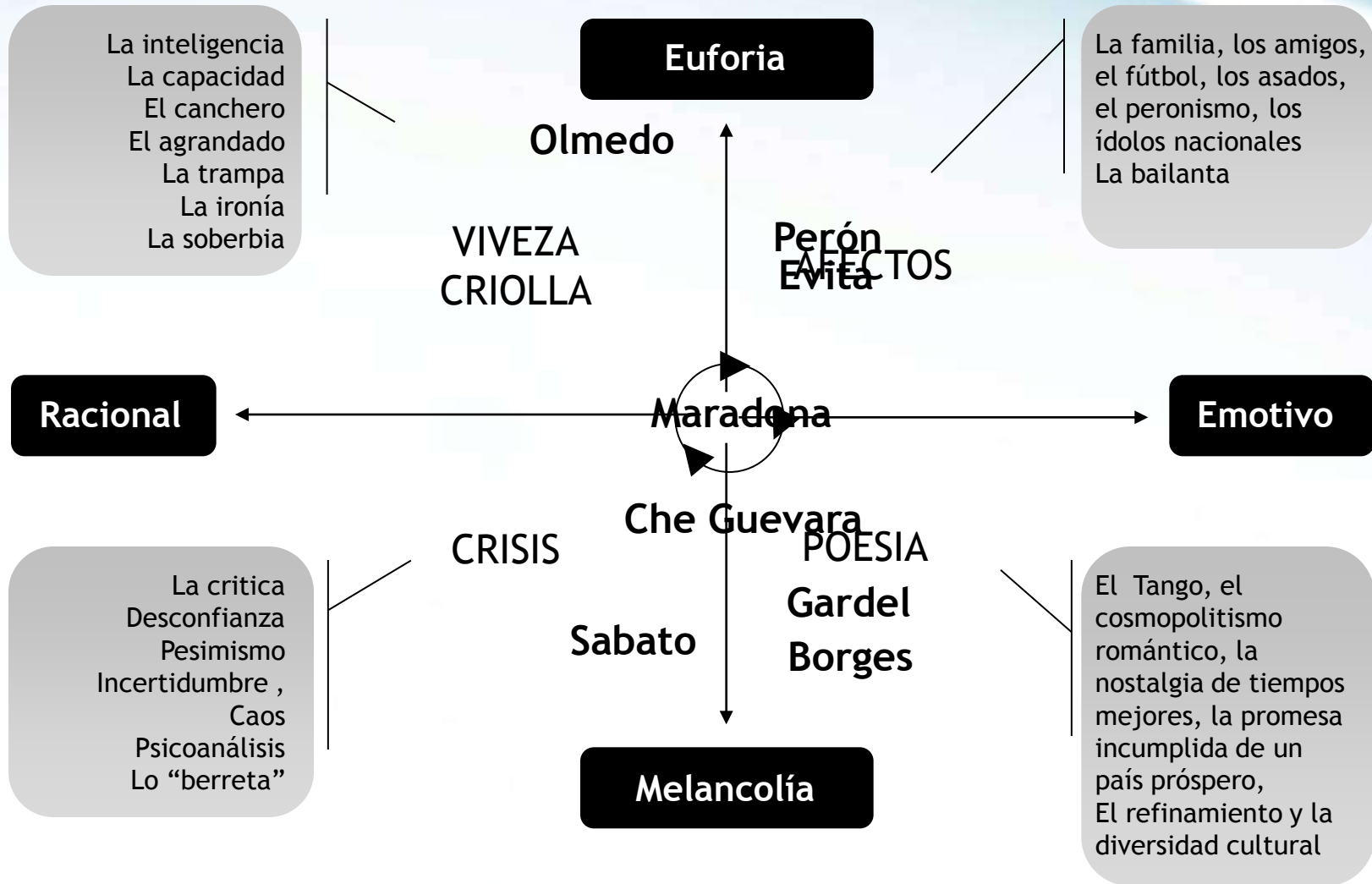
Familia: aquí es donde los argentinos se sienten seguros y cómodos. Aspecto más importante de la vida.



Mapping de los argentinos



Principales orientaciones de los argentinos



Algunas descripciones sobre los argentinos



(...) Siente dolor en miembros que le faltan y que, sin embargo, no ha tenido nunca.

Ortega y Gasset, 1929



El argentino, a diferencia de los americanos del Norte y de casi todos los europeos, no se identifica con el Estado. Ello puede atribuirse a la circunstancia de que, en este país, los gobiernos suelen ser pésimos o al hecho general de que el Estado es una inconcebible abstracción; lo cierto es que el argentino es un individuo, no un ciudadano.

Jorge Luis Borges, 1946.



En el mundo hay 4 tipos de países: los desarrollados, los no desarrollados, Japón y Argentina.

Paul Samuelson, 1960.

Argentinos bajo la lupa

Para más información contactate con nosotros:

Constanza Cilley

Gerente General

constanza.cilley@tns-gallup.com.ar

+54 11 48 91 64 00

Delfina Rosell

Marketing&Communication

delfina.rosell@tns-gallup.com.ar

+54 11 48 91 64 00