



Estudio sobre
El Amor
UP - TNS GALLUP

1

PRIMER INFORME (1/3)
Las concepciones del amor
Mayo 2013

ESTUDIO SOBRE EL AMOR UP Y TNS GALLUP

Primer Informe:

Las concepciones del amor

Siguiendo la línea de investigaciones sociales sobre el individuo y su bienestar, la Universidad de Palermo y TNS Gallup trabajan conjuntamente para conocer las actitudes, valores, opiniones y comportamientos de los argentinos en torno al amor con el objetivo de entender cómo, cuánto y qué aman los argentinos. Así, surge el "Estudio sobre el Amor". Se trata de una serie de 3 informes realizados en base a encuestas a la población adulta argentina mediante 1000 entrevistas cara a cara en hogares de todo el país.

Partiendo de la noción del amor como sentimiento complejo que abarca múltiples aspectos de la vida (biológicos, psicológicos, religiosos, culturales y sociales), el "Estudio sobre el Amor" pretende abordar al amor en todas sus dimensiones para intentar desentrañar cuál es la manera argentina de amar.

El objetivo de este primer informe, es comprender las concepciones que tienen los argentinos sobre el amor. Se pretende analizar cómo definen y sienten el amor, cuáles son las creencias sobre el amor, qué tipos de amor reconocen y priorizan, y también, cuáles son las barreras e impedimentos a la hora de amar. Un segundo informe abordará al amor y sus vínculos, con el objetivo de comprender cómo se comportan y qué hacen los argentinos en relación al amor.

El último informe abarcará la dimensión material del amor para conocer la relación de los argentinos con las cosas, las situaciones y las actividades.



Gabriel Foglia, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo, comentó: "Continuando la serie de investigaciones sociales sobre el bienestar de los argentinos, este nuevo proyecto busca explorar el amor en todas sus dimensiones para conocer la manera argentina de amar."

Ángeles Arano, Responsable de Opinión Pública de TNS, expresó: "En este primer informe observamos que los argentinos manifiestan una concepción romántica del amor, aunque en sintonía con otras investigaciones realizadas por TNS, el amor familiar es el más valorado."

SÍNTESIS DEL PRIMER INFORME

Del estudio realizado por la UP y TNS se desprenden las siguientes ideas:

El amor según los argentinos

Los argentinos manifiestan una concepción bien definida sobre el amor que se identifica con el compañerismo. Esta asociación refleja una noción de amor en relación a los otros, o a la pareja.

La gran mayoría de los argentinos declara sentir amor y también manifiesta creer en una serie de afirmaciones románticas. Las diferencias encontradas entre el estatus sentimental de los entrevistados refuerzan la idea de que el amor se relaciona a la pareja. En esta línea, la falta de comunicación es el principal obstáculo percibido para que el amor se expanda en sus vidas.

La relación entre el amor y la felicidad

El amor se manifiesta en las personas como un sentimiento positivo que provoca felicidad y alegría en la inmensa mayoría de la población; y además, la felicidad es también la segunda palabra más nombrada para definir al amor. A su vez, el estudio sobre Felicidad realizado por la UP y TNS en 2011-2012 indicó que el amor es la segunda palabra más nombrada para definir la Felicidad. Estos hallazgos demuestran que ambos conceptos se retroalimentan e interrelacionan entre sí.

La importancia de la familia

Aunque los argentinos manifiestan una concepción romántica del amor, al preguntar por el amor más necesario, se prioriza el amor familiar por sobre el resto. En sintonía con otras investigaciones realizadas por TNS, se demuestra una vez más que la familia es el aspecto más valorado para el bienestar general de las personas.

Diferencias Sociodemográficas

En gran parte de los aspectos relevados en el presente informe, descubrimos que En líneas generales, los jóvenes y los niveles altos manifiestan una concepción menos intensa del amor.



El amor según los argentinos

El amor abarca diversos aspectos de la vida y tiene múltiples concepciones. Sin embargo, la definición de amor se encuentra tradicionalmente relacionada al amor romántico y las relaciones interpersonales. Las investigaciones y teorías desarrolladas sobre el amor se han concentrado principalmente en los aspectos biológicos y psicológicos del mismo, destacándose el aspecto romántico y sus consecuencias en los individuos.

TNS y la UP quisieron indagar sobre el amor en todas sus dimensiones y aportar así una nueva mirada sobre el bienestar de los argentinos en relación a este complejo sentimiento. Para ello, el estudio quiso examinar qué entendemos los argentinos por amor y cómo lo definimos. De esta forma, al pedirle a los entrevistados que definieran al amor en una sola palabra se observan las siguientes definiciones.

El **compañerismo** es la palabra más mencionada para definir al amor por sobre el resto de las concepciones, con el 26% de las menciones; seguida por **felicidad**, con el 16%; y luego **afecto**, con el 7%; **comprensión**, con el 6% y **sinceridad**, con el 5%, entre otras.

El amor identificado como **compañerismo** es lo más mencionado por todos los segmentos sociodemográficos relevados, siendo algo mayor en los sectores altos (35% vs 23% en los bajos) y en el Interior del país (29% vs 22% en el GBA y 17% en la Capital Federal). Por su parte, la idea de que el amor es sinónimo de **felicidad** crece entre los más jóvenes (23% en los entrevistados de 18 a 24 años vs 12% en los mayores de 50 años), entre quienes están en pareja y los que se declaran enamorados (18% vs 11% en los solteros y los que no están enamorados, respectivamente).

EL AMOR EN UNA SOLA PALABRA

Si tuviera que definir al amor en una sola palabra, ¿qué palabra sería?
-Respuestas Espontáneas



Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

LAS 10 PALABRAS MÁS NOMBRADAS PARA DEFINIR AL AMOR

Si tuviera que definir al amor en una sola palabra, ¿qué palabra sería?
-Respuestas Espontáneas

Compañerismo	26%	Paciencia	4%
Felicidad	16%	Fidelidad	4%
Afecto	7%	Familia	3%
Comprensión	6%	Pasión	2%
Sinceridad	5%	Aceptación	2%

Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

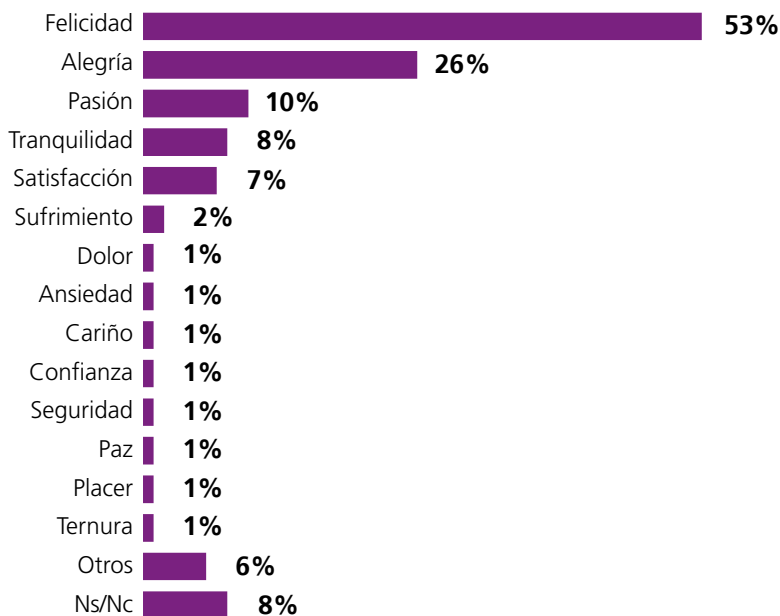
Asimismo, el amor se manifiesta de diferentes maneras en las personas. Al consultar sobre los sentimientos que provoca el amor, la gran mayoría de los encuestados destacan sentimientos positivos. De esta forma, la mitad de los argentinos señala espontáneamente **felicidad** (53%), seguido por **alegría** (26%), **pasión** (10%), **tranquilidad** (8%) y **satisfacción** (7%). Aunque minoritarias, existen también algunas menciones vinculadas a sentimientos negativos como **sufrimiento** (2%), **dolor** (1%) y **ansiedad** (1%).

La idea de que el amor causa **felicidad** es mayoritaria en todos los segmentos, destacándose en niveles medios y bajos (54% vs 40% en los sectores más altos); mientras que la **alegría** se enfatiza en las mujeres (28% vs 24% en los hombres), en la Capital Federal y en el Interior del país (31% y 28% vs 20% en el GBA).

La **pasión**, por su parte, es mayor en los hombres (11% vs 8%) y en los niveles altos (17% vs 7% en los más bajos).

¿QUÉ SENTIMIENTOS PROVOCA EL AMOR?

¿Qué sentimientos le provoca a Ud. el amor?
– Respuestas Espontáneas



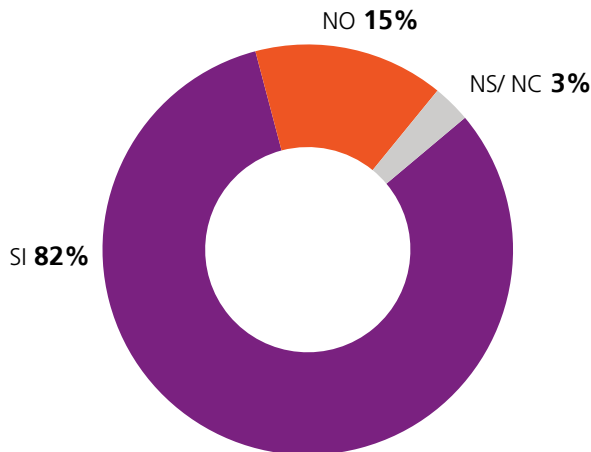
Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

¿Cuántos son los argentinos que sienten amor?

Ocho de cada 10 entrevistados manifiestan haber sentido amor durante la última semana, lo que indicaría que la amplia mayoría de los argentinos aman o son amados. Por el contrario, el 15% manifiesta no haber sentido amor la última semana y un 3% no responde.

LA MAYORÍA DE LOS ARGENTINOS SIENTEN AMOR

Pensando en la última semana, ¿Ha sentido Ud. amor?



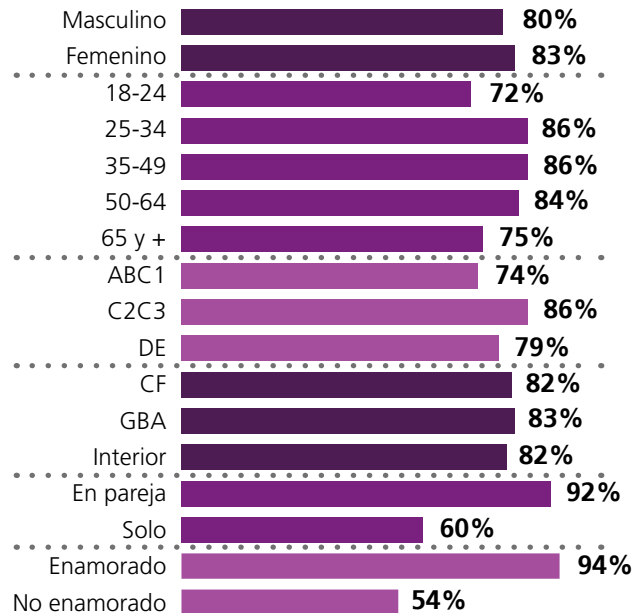
Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

Del análisis de resultados por segmentos sociodemográficos se desprende que existe una relación entre el estatus sentimental de los entrevistados y el sentimiento de amor, ya que quienes están enamorados y en pareja son los que declaran en mayor medida haber sentido amor durante la última semana. Demostrando que entre los argentinos prima una concepción romántica del amor.

De esta forma, las mayores diferencias se observan entre quienes están en pareja (92% vs 60% en los que no lo están), y entre los que están enamorados (94% vs 54% de quienes no lo están).

QUIENES SINTIERON AMOR

Pensando en la última semana, ¿Ha sentido Ud. amor?



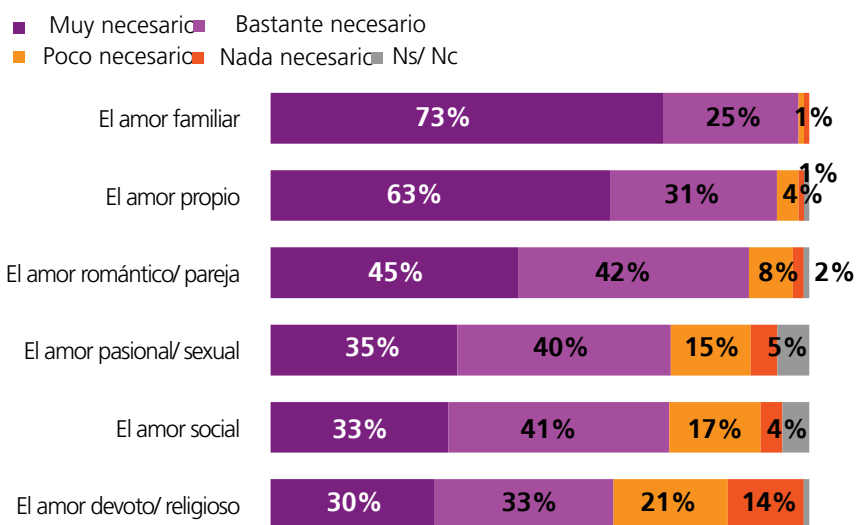
Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

Sin embargo, una de las ideas que motivaron la investigación es la noción de que el amor es un sentimiento complejo que tiene múltiples dimensiones, y que la concepción romántica del amor, no es el único tipo de amor que llena la vida de los individuos. El amor, en todas sus dimensiones, determina el bienestar y la felicidad de una persona. Pero, ¿cuál es el amor más importante para la vida de los argentinos?

Al preguntarles a los argentinos cuán necesarios son para su vida los diferentes tipos de amor, se observa que el **amor familiar** lidera el ranking, considerado necesario por la casi totalidad de los argentinos (98%). En segundo lugar, con el 94% de las menciones, se destaca el **amor propio** o a uno mismo, aun por encima del **amor de pareja** (87%) y el **amor sexual** o la pasión (75%). Finalmente, el **amor social** (74%) y el **amor religioso o devoción** (63%), son los amores menos valorados.

RANKING DE AMORES

Pensando en su bienestar general ¿Cuán necesarios son en su vida cada uno de los siguientes tipos de amor?



Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

Ranking por perfiles demográficos:

Tanto el **amor familiar** como el amor propio son considerados como absolutamente necesarios para todos los segmentos sociodemográficos relevados.

El **amor de pareja** crece levemente en los hombres (90% vs 86% en las mujeres).

La **pasión** es más importante para los hombres (82% vs 68% en las mujeres), en el segmento de 25 a 34 años (85%), en los niveles altos (83%) y en el GBA (84%).

El **amor social** es más importante para los hombres (78% vs 71% en las mujeres) y en la Capital Federal y el GBA (81% y 82% vs 71% en el Interior).

La importancia de la **religión** crece en las mujeres (69% vs 58% en los hombres), con la edad (78% en los mayores de 65 años), en niveles bajos (70% vs 47% en los altos) y en el GBA e Interior (68% y 63% vs 53% en la Capital).

Creencias relacionadas al amor

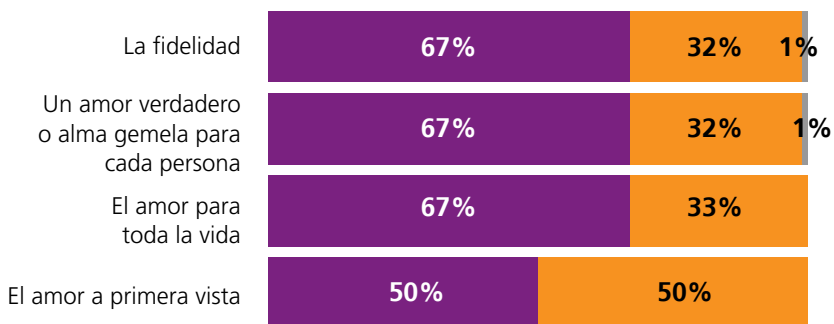
En relación al amor romántico y de pareja se indagó acerca de las creencias de los argentinos asociadas a esta dimensión primordial del amor. De esta forma, pedimos a los entrevistados que nos dijeran si creen o no en una serie de afirmaciones y descubrimos que 7 de cada 10 creen en la **fidelidad**, la misma proporción afirma que existe un **amor verdadero** o alma gemela para cada persona y otros 7 de cada 10 creen en el **amor para toda la vida**. Finalmente, la mitad de los argentinos cree en el **amor a primera vista**.

Los argentinos creen en el amor y en sus diferentes concepciones románticas.

CREENCIAS ARGENTINAS SOBRE EL AMOR

Por favor, dígame si cree o no en cada una de las siguientes afirmaciones...

■ Si ■ No ■ Ns/ Nc



Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

¿Quiénes son los más creyentes cuando hablamos de amor?

Sin sorpresas, quienes están enamorados y también quienes están en pareja son los que más creen en las 4 afirmaciones románticas del amor. Los jóvenes, son los que se muestran más descreídos.

La creencia en el amor a primera vista es comparativamente mayor en los niveles medios y bajos (53% y 49% vs 32% en los sectores altos).

El amor para toda la vida crece entre hombres (70% vs 65% en las mujeres).

La creencia sobre el amor verdadero o alma gemela es mayor en el Interior del país (70% vs 64% en el GBA y 57% en Capital Federal).

Por último, la fidelidad no presenta diferencias entre los segmentos.

Barreras para el amor

El estudio indagó finalmente sobre los principales obstáculos para que los argentinos sientan más amor en sus vidas.

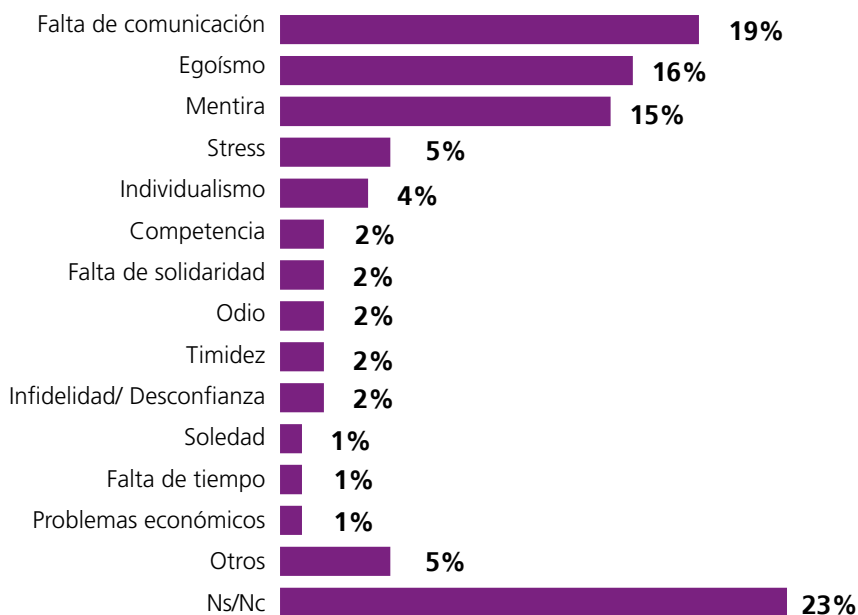
Las tres principales barreras que señalan los argentinos se refieren a la **falta de comunicación** (19%), seguida por el **egoísmo** (16%) y la **mentira** (15%). Con menores menciones le siguen el **stress** (5%) y el **individualismo** (4%) y luego otras ideas inferiores al 2%]; como **competencia**, falta de **solidaridad**, **odio**, **timidez** **infidelidad**, entre otras. Cabe destacar también que 2 de cada 10 argentinos no pueden dar ninguna respuesta.

Al analizar por segmentos, se destaca que las menciones sobre falta de comunicación como principal barrera crece entre quienes están en pareja (22% vs 14% de los solteros) y en los sectores bajos (22% vs 18% en los medios y 7% en los sectores más altos), el egoísmo no presenta diferencias significativas, mientras que la mentira crece entre los jóvenes (23% vs 8% en los mayores de 65 años) y en los niveles altos (23% vs 13% en los bajos).

Las diferencias encontradas entre segmentos demuestran que las principales barreras se identifican en relación a la situación de pareja. De esta forma, la falta de comunicación es el mayor obstáculo que encuentran los argentinos para sentir más amor en sus vidas.

BARRERAS PARA EL AMOR

¿Y cuál considera que es el principal obstáculo para que haya más amor en su vida? - Respuestas Espontáneas



Base: Población adulta argentina. Fuente TNS



ANEXO

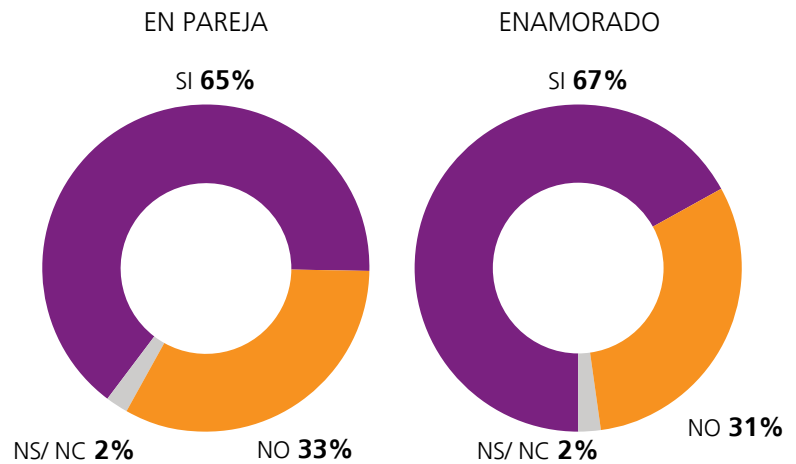
Perfil sentimental de los argentinos

Algunos datos interesantes que se desprenden del estudio realizado por TNS y la UP en relación al perfil amoroso de los argentinos:

Cerca de 7 de cada 10 argentinos están en pareja y una proporción similar se reconocen enamorados. Del cruce de ambos estados se desprende un dato curioso: 2 de cada 10 argentinos que no están en pareja dicen estar enamorados, ¿son quizás amores "platónicos" o no correspondidos?.

STATUS AMOROSO

¿Cómo definiría su situación sentimental?

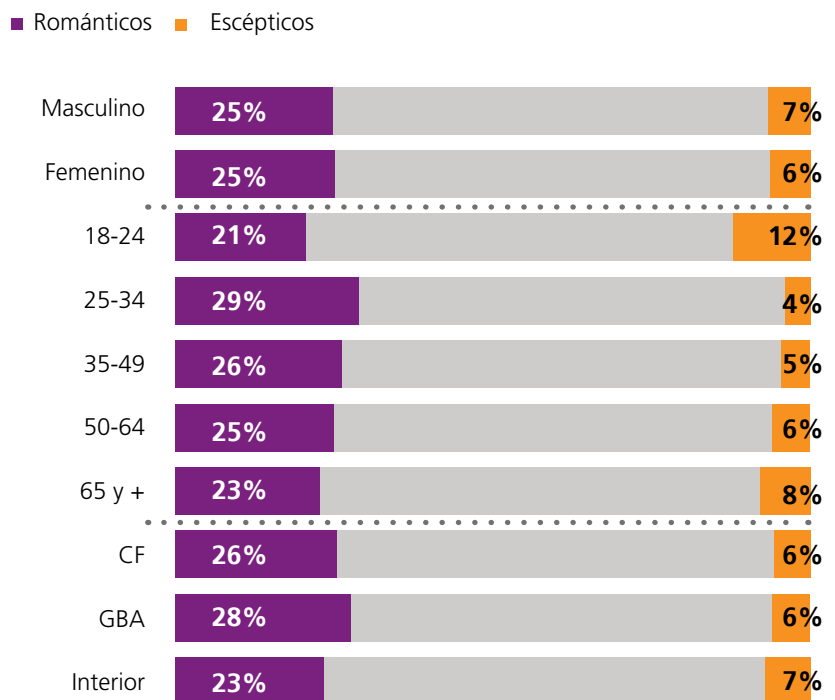


Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

¿Románticos o escépticos?

En base a sus creencias amorosas, segmentamos a los argentinos para descubrir dos grupos bien diferenciados: los "románticos", es decir aquellos que están enamorados, que creen en el amor a primera vista, en el amor para toda la vida, en la fidelidad y en la existencia de su alma gemela; representando al 25% de la población. En el extremo opuesto se encuentran los escépticos, que representan el 7% de los argentinos. Entre los dos, se ubica el restante 68% de la población.

SEGMENTACIÓN AMOROSA



Base: Población adulta argentina. Fuente TNS

PARA MAYOR INFORMACION

RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN Gabriel Foglia

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Palermo
5199 4500 int. 2301
gfoglia@palermo.edu

CONTACTO DE PRENSA UP Diego Marquis

3 Consultores
dmarquis@tresconsultores.com.ar
4785 8581

DIRECTOR DEL ESTUDIO Angeles Arano

Opinión Pública - TNS Argentina
4891-6469
angeles.arano@tns-gallup.com.ar

ACERCA DE LA UP

La Universidad de Palermo es una institución argentina de educación de nivel superior, privado, sin fines de lucro, laica, multidisciplinaria e integrada a su región y al mundo. Su fin primordial es brindar una educación de calidad, ubicándose en la vanguardia en contenidos educativos, fomentando la pluralidad de ideas, y promoviendo la investigación en todas sus disciplinas.

Está conformada por las facultades de Arquitectura, Ciencias Económicas, Ciencias Sociales, Humanidades, Psicología, Derecho, Diseño y Comunicación, e Ingeniería. A ellas se suma la Graduate School of Business, unidad académica que brinda MBAs y Programas Ejecutivos para graduados en carreras de grado.

ACERCA DE TNS

TNS es el líder mundial en información con valor agregado e insights de mercado.

Nuestro objetivo estratégico es ser reconocidos como líderes globales en información con valor agregado e insights de mercado que ayuden a nuestros clientes a tomar decisiones más efectivas.

Como líderes de la industria, brindamos ideas innovadoras y un excelente servicio a organizaciones globales y a clientes locales a lo largo del mundo. Trabajamos conjuntamente con nuestros clientes, cubriendo sus necesidades de información, análisis y proyecciones de alta calidad a través de nuestra red extendida a lo largo de 80 países. Somos el proveedor número uno en información Ad-Hoc y análisis, combinando un profundo entendimiento de las diferentes industrias con expertise mundial en las áreas de desarrollo de nuevos productos, investigación de segmentación y posicionamiento, investigación de marcas y publicidad y stakeholder management.

Visite www.tns-global.com

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Los resultados de este estudio se basan en una encuesta nacional. **Universo:** Población argentina adulta (18 años o más). **Cobertura:** Nacional. (26 localidades). **Tamaño Muestral:** 1006 casos. **Margen Error:** + 4.2% para los totales, con un nivel de confianza del 95%. **Método Muestral:** Probabilístico, polietápico, estratificado con cuotas de sexo y edad en el hogar. **Técnica de recolección:** Entrevistas personales domiciliarias. Fecha de Campo: 19 y el 24 de abril de 2013.