



Percepciones sobre la prosperidad

Enero 2025

Agenda

I. Punto de partida y objetivos	Pág. 3
II. Ficha técnica	Pág. 4
III. Principales resultados	Pág. 5
A. Cómo definen la riqueza	Pág. 6
B. Cómo perciben la prosperidad	Pág. 12
C. La cultura del compartir	Pág. 15
D. La prosperidad compartida y cultura del descarte	Pág. 19
IV. Principales titulares	Pág. 27
V. Anexo	Pág. 33

I. Punto de partida y objetivos

De cara a su próxima campaña, Manos Unidas nos ha encargado una investigación sobre la prosperidad, cuyos objetivos de información fueron:

- Definición de la idea de riqueza
- Vinculación entre prosperidad y aspectos económicos
- Vinculación entre prosperidad y compartir
- Conocimiento y percepciones sobre la prosperidad compartida

II. Ficha técnica

TIPO DE ENCUESTA



Online 7 minutos de duración media.

TARGET:



Individuos entre los 18 y los 65 años.

ÁMBITO GEOGRÁFICO



Nacional.



[Ver más detalle de la muestra](#)

TAMAÑO MUESTRAL



1.009 encuestas

Nivel de error= \pm 3%

Del 15 al 21 de enero de 2025.

MUESTRA Y CUOTAS



- Acudiendo a un Panel online.
- Cuotas por género, edad, y CCAA para asegurar representatividad a nivel nacional.

CUESTIONARIO



15 preguntas + variables sociodemográficas.

100% preguntas cerradas.

III. Principales resultados

Nota importante:

- Todas **las preguntas del cuestionario se analizan primero con el dato del total encuestados** y a continuación **se analizan por género y edad** indicando, cuando existan, las diferencias detectadas.
- Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **flechas** en los **gráficos** y con **letras y sombreado** en las **tablas**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.



A. Cómo definen la riqueza



1. ¿Qué es para ti la riqueza?

El “concepto riqueza” se asocia sobre todo con disfrutar de una buena salud física y mental (54%).

También es importante la asociación con la **libertad para tomar decisiones sin tener preocupaciones económicas** (51%), la **tranquilidad de saber que las necesidades básicas** están **cubiertas** (46%) y la **seguridad económica a largo plazo** (45%).

El 36% la vincula con **tener tiempo libre para realizar las actividades** que apasionan, y el 28% **con el disfrute de experiencias** y buenos momentos.

El 28% la relaciona con el **apoyo familiar**, y el 21% con **relaciones personales cercanas y de confianza**.

El 24% asocia riqueza y **acceso a una vivienda**.

Por otro lado, el 20% la relaciona con **satisfacer sus deseos mediante el consumo**, mientras que un 14% la vincula a **compartir lo que tiene con los demás**.



¿Qué es para ti la riqueza? Selecciona como máximo las 5 opciones que más encajan con tu idea de riqueza.
Base Total = 1009 encuestas

- Las **mujeres** asocian más la riqueza con la **salud**, con poder contar con **relaciones personales cercanas y de confianza**, con el **apoyo de la familia**, y con **la tranquilidad de saber que tienen las necesidades básicas cubiertas y con tomar decisiones sin preocupaciones económicas**.
- Los **hombres** la asocian más con **poder comprar y consumir lo que desean**; pero también con **contribuir al desarrollo de la comunidad e impactar positivamente** en la vida de otras personas.
- **Los Z (18-29) y los Millenials (30-44) destacan más el acceso a la vivienda y también poder comprar y consumir lo que deseen**.
- Los **Boomers (56-65) destacan más la buena salud**; y la **Generación X (45-55) tener libertad para tomar decisiones sin preocupaciones económicas**.

Qué es para ti la riqueza-%	TOTAL	GÉNERO		EDAD			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
		a	b	a	b	c	d
Poder comprar lo que desee y consumir lo que quiera	1009	492	517	196	211	365	237
	20	23	16	25	24	18	14
		b		d	d		
Disfrutar de buena salud física y mental	54	50	57	53	56	49	60
		a					c
Contar con relaciones personales cercanas y de confianza	21	18	24	22	23	21	19
		a					
Tener tiempo libre para dedicarlo a las actividades que me apasionan	36	38	34	35	39	37	32
Tener acceso a una educación y formación de calidad	23	23	24	29	21	23	21
Poder compartir lo que tengo con los demás	14	15	13	13	14	13	16
Contribuir al desarrollo de mi comunidad o sociedad	5	7	4	7	4	4	6
		b					
Sentir seguridad económica a largo plazo	45	44	46	45	45	47	43
Disfrutar de experiencias y buenos momentos	28	27	29	29	26	27	30
Poder impactar positivamente en la vida de otras personas	7	9	5	8	7	6	8
		b					
Tener la libertad de tomar decisiones sin preocupaciones económicas	51	48	55	44	51	55	53
		a				a	
Tener acceso a una vivienda	24	22	26	33	26	19	22
				cd	c		
Tener el apoyo de mi familia	28	24	31	28	31	24	30
		a					
Disfrutar de tranquilidad saber mis necesidades básicas cubiertas	46	42	51	43	44	47	51
		a					

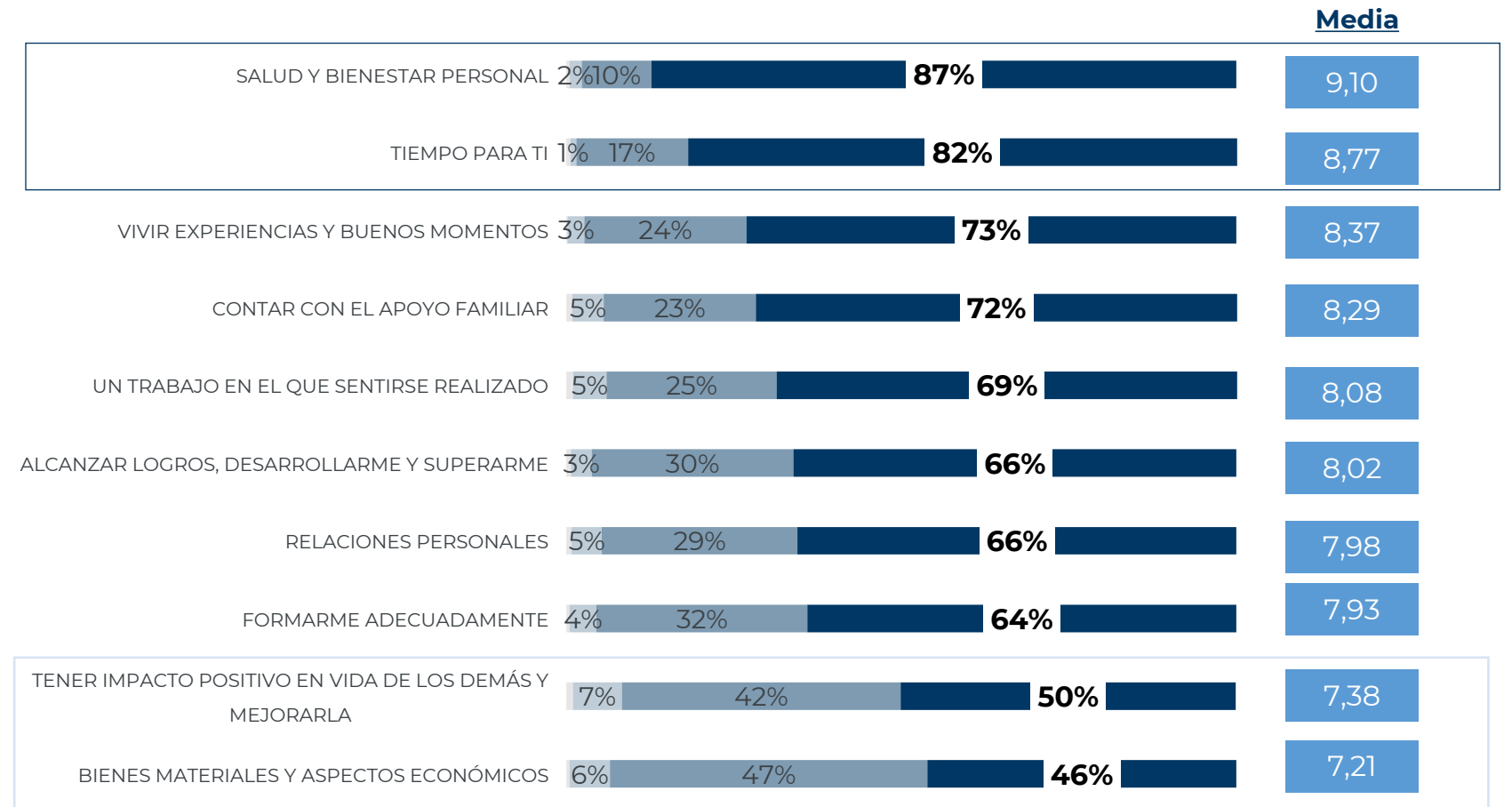
¿Qué es para ti la riqueza? Selecciona como máximo las 5 opciones que más encajan con tu idea de riqueza.
Base Total = 1009 encuestas

2. Aspectos más importantes para definir riqueza- Ranking

Tener salud y tiempo para uno mismo son los aspectos más relevantes para definir “una vida rica”.

Otros aspectos también muy importantes son: **vivir experiencias y buenos momentos, el apoyo familiar, y las relaciones personales.** A lo que se suma, **un trabajo en el que sentirse realizado y desarrollarse y superarse personalmente.** Para el **50%** es importante, **tener un impacto positivo en la vida de los demás.**

Los factores económicos y materiales tienen una relevancia secundaria.



■ NS/NC ■ Importancia Baja (0-4 puntos) ■ Importancia Media (5-7 puntos) ■ Importancia Alta (8-10 puntos)

¿Cómo de importantes son los siguientes aspectos para definir lo que entiendes por riqueza? Escala 1 a 10

Base Total = 1009 encuestas

- Las **mujeres** valoran más las **experiencias**, las **relaciones** personales, el **apoyo familiar**, el **desarrollo personal** y un **trabajo** que les permita **realizarse**.
- **Los Z** (18-29) priorizan más los bienes **materiales/económicos**, los **logros y la realización** laboral.

Importancia alta_%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Base	1009	a 492	b 517	A 196	b 211	c 365	d 237
BIENES MATERIALES Y ASPECTOS ECONÓMICOS							
Alta (8-10 puntos)	46	44	48	58 bcd	42	47	39
VIVIR EXPERIENCIAS Y BUENOS MOMENTOS							
Alta (8-10 puntos)	73	69	77 a	75	72	75	70
SALUD Y BIENESTAR PERSONAL							
Alta (8-10 puntos)	87	86	89	85	86	87	90
RELACIONES PERSONALES							
Alta (8-10 puntos)	66	60	71 a	70	63	65	65
CONTAR CON EL APOYO FAMILIAR							
Alta (8-10 puntos)	72	69	75 a	71	72	70	75
TIEMPO PARA TI							
Alta (8-10 puntos)	82	78	86 a	82	79	83	82
FORMARME ADECUADAMENTE							
Alta (8-10 puntos)	64	57	71 a	67	58	64	67
ALCANZAR LOGROS DESARROLLARME Y SUPERARME							
Alta (8-10 puntos)	66	62	70 a	75 cd	66	63	65
UN TRABAJO EN EL QUE SENTIRSE REALIZADO							
Alta (8-10 puntos)	69	64	74 a	74 d	67	70	65
TENER UN IMPACTO POSITIVO EN LA VIDA DE LOS DEMÁS Y PODER MEJORARLA							
Alta (8-10 puntos)	50	47	53	55 b	44	52	49

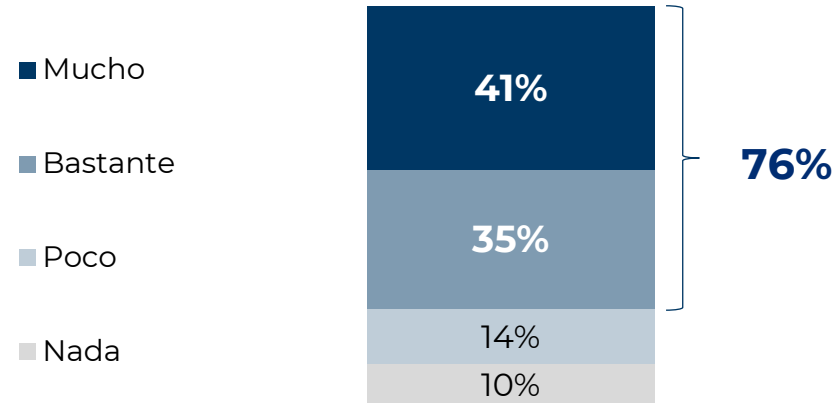
¿Cómo de importantes son los siguientes aspectos para definir lo que entiendes por riqueza? Escala 1 a 10

Base Total = 1009 encuestas

Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **letras y sombreado**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.

3. Lo más valioso en la vida no se puede comprar

El 76% está de acuerdo en que, casi siempre, lo más valioso en la vida no se puede comprar.



Casi siempre, lo más valioso en la vida no se puede comprar

- Especialmente **mujeres y mayores de 45 años.**

Grado de acuerdo-%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Mucho	41	37	45	43	41	42	38
Bastante	35	38	33	38	35	32	38
Poco	14	16	12	14	15	15	12
Nada	10	10	10	5	10	11	12
MUCHO + BASTANTE DE ACUERDO	76	75	78	81	76	74	76
POCO + NADA DE ACUERDO	24	25	22	19	24	26	24

¿En qué medida estar de acuerdo con la siguiente afirmación? "Casi siempre, lo más valioso en la vida no se puede comprar".

Base Total = 1009 encuestas

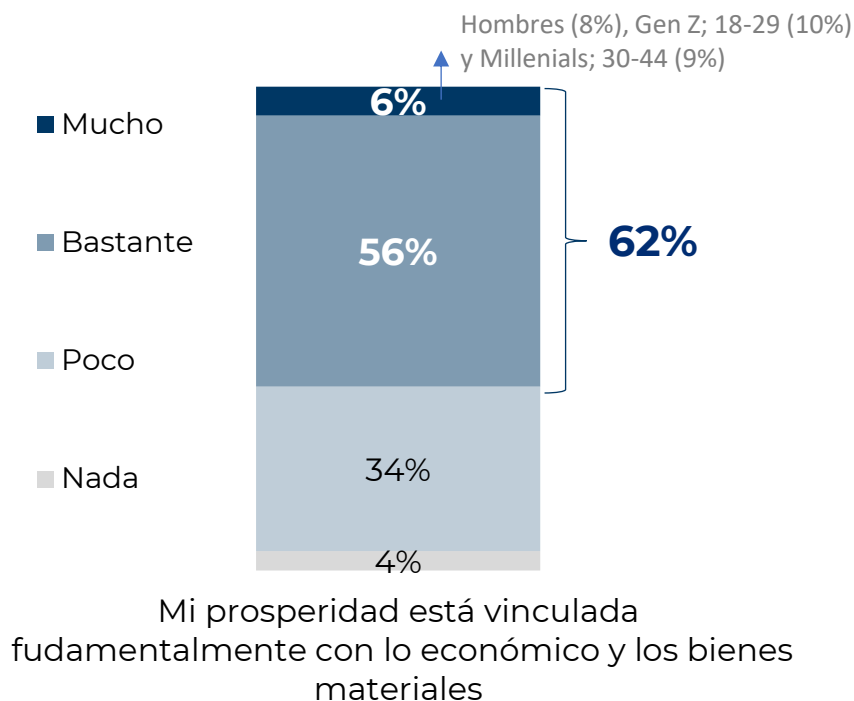
Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **letras y sombreado**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.

B. Cómo perciben la prosperidad

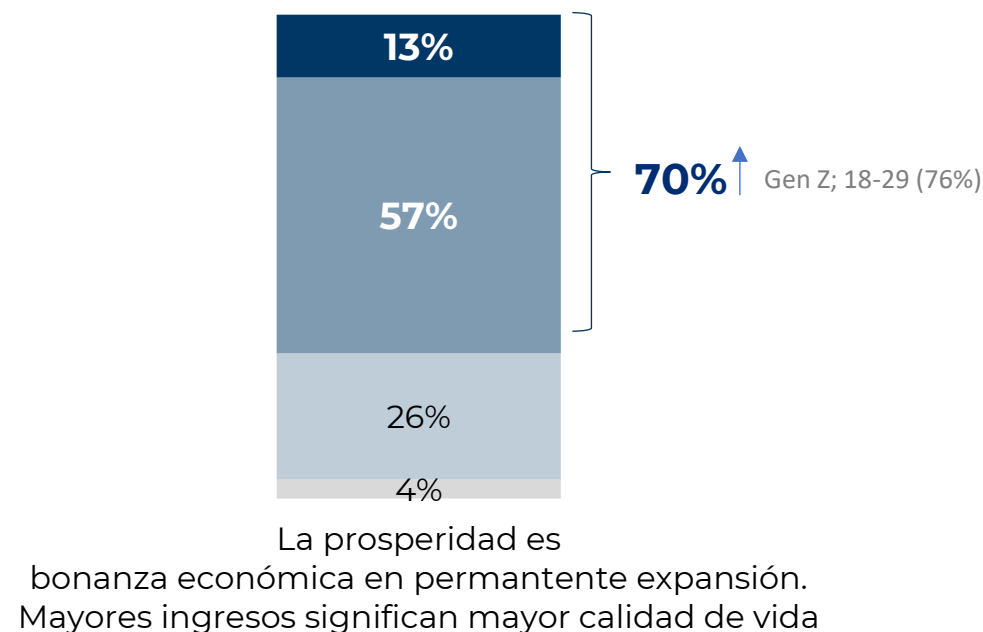


1. Vinculación de la prosperidad con lo económico

El **62%** considera la prosperidad vinculada fundamentalmente con lo económico y un **70%** la define como bonanza económica en permanente expansión. Especialmente los hombres y la Generación Z ([Ver anexo](#)).



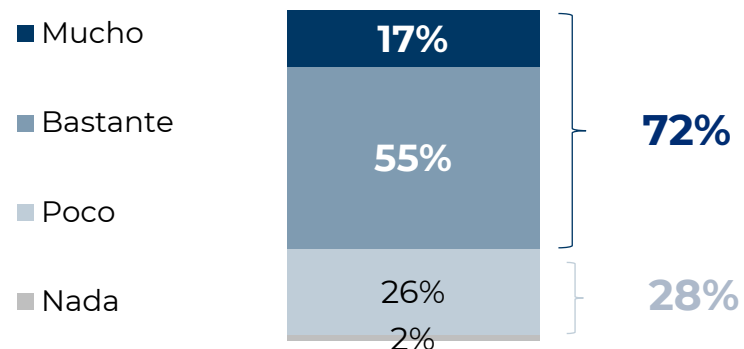
¿En qué medida crees que tu prosperidad está vinculada fundamentalmente con lo económico y los bienes materiales?
Base Total = 1009 encuestas



¿En qué medida estás de acuerdo con la siguiente afirmación?
"La prosperidad es bonanza económica en permanente expansión. Mayores ingresos significan mayor calidad de vida"
Base Total = 1009 encuestas

2. La prosperidad, ¿se vincula con el hecho de compartir?

"El **72%** asocia la prosperidad con compartir, mientras que el 28% no lo percibe así."



La prosperidad está vinculada con el hecho de compartir con los demás

- **Mujeres y Boomers (56-65), tienden a vincular más prosperidad con compartir.** Mientras hombres y generación Z (18-29) se muestran más alejados de dicha asociación.

Grado de acuerdo-%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Mucho	17	17	17	20	16	15	19
Bastante	55	51	60	46	59	57	57
Poco	26	30	23	31	24	27	23
Nada	2	3	1	3	1	2	2
MUCHO + BASTANTE DE ACUERDO	72	68	76	67	75	71	76
POCO + NADA DE ACUERDO	28	32	24	33	25	29	25

¿En qué medida crees que la prosperidad está vinculada con "el hecho de compartir con los demás"?

Base Total = 1009 encuestas

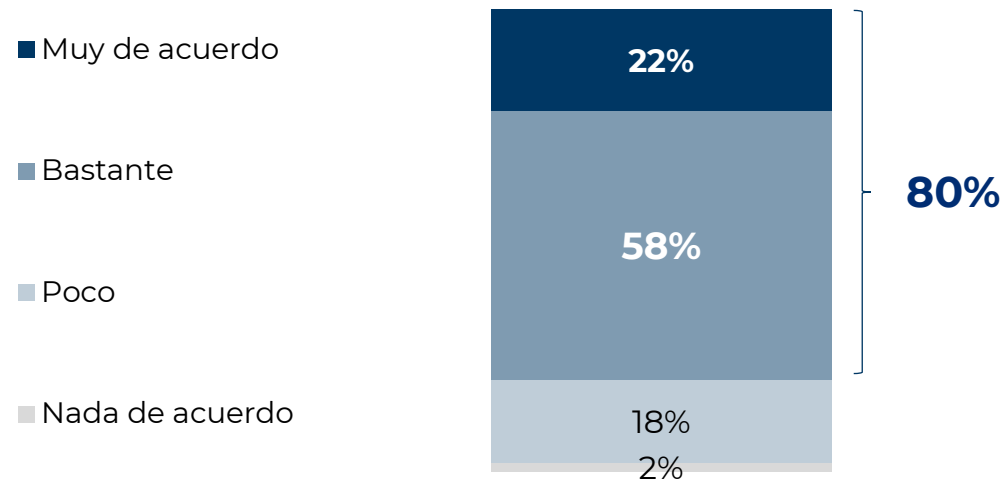
Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **letras y sombreado**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.

C. La cultura del compartir



1. ¿Compartir es nuestra mayor riqueza?

El 80% se muestra de acuerdo con la idea de que compartir con los demás es una de nuestras mayores riquezas. Mientras que un 20% no comparte esta idea.



Compartir con los demás es una de nuestras mayores riquezas

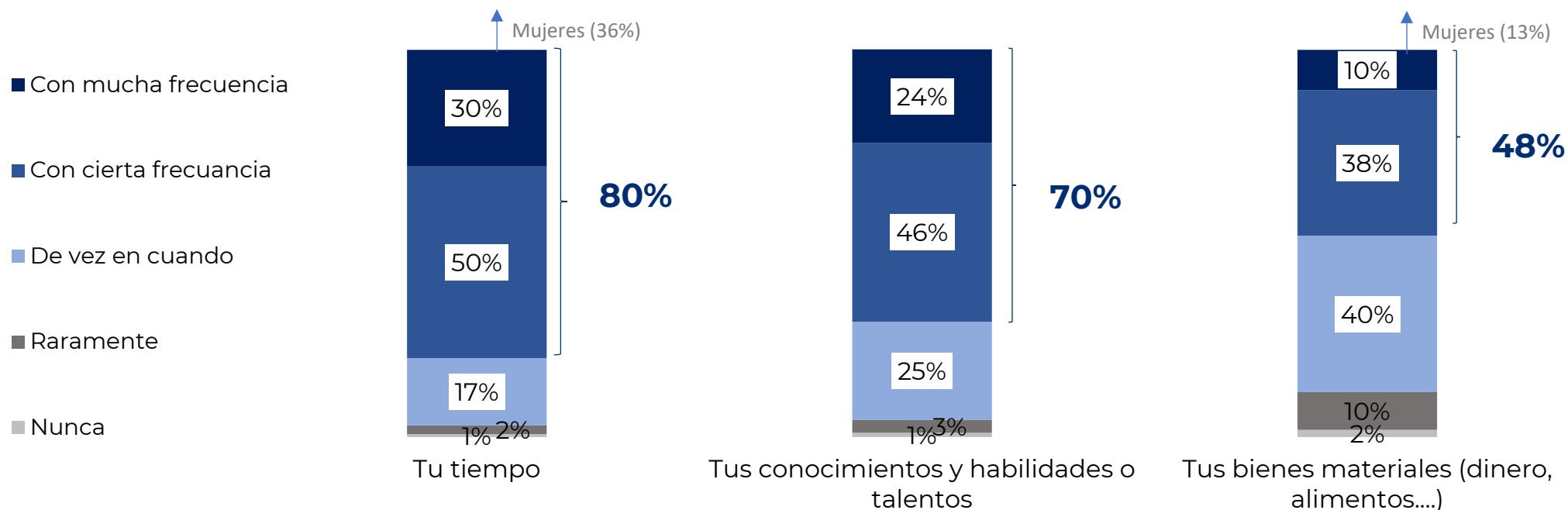
- No se detectan diferencias ni por género ni por edad.

¿En qué medida estar de acuerdo con la siguiente afirmación? "Compartir con los demás es una de nuestras mayores riquezas"

Base Total = 1009 encuestas

2. Recursos que comparten

Los recursos personales que más se tienden a compartir son el tiempo y los conocimientos/talentos. En menor medida comparten bienes materiales.



- **Las mujeres comparten en mayor medida tiempo** (36% mucha frecuencia) **y recursos materiales** (13% mucha frecuencia) vs los hombres (24% y 8% respectivamente).
- La edad no marca diferencias significativas.

¿Con qué frecuencia compartes con otras personas los siguientes recursos personales?

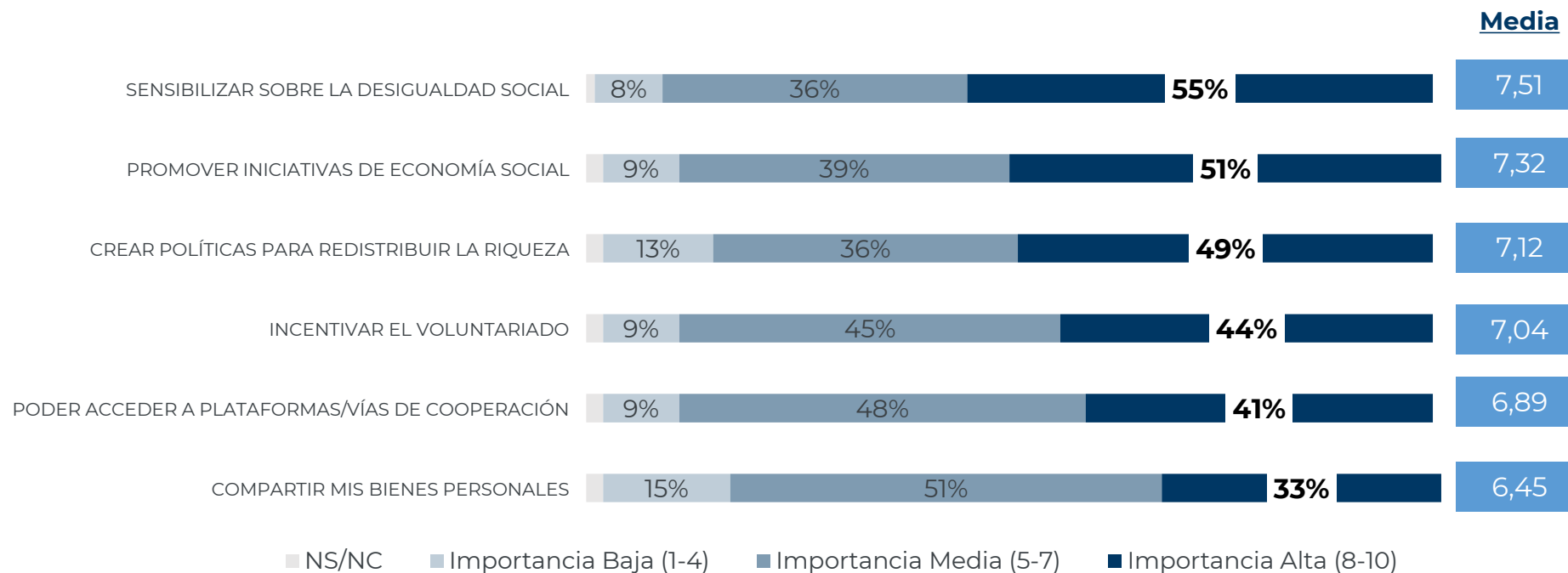
Base Total = 1009 encuestas .

3. Aspectos más importantes para fomentar la cultura de compartir

Destacan, sobre todo: **sensibilizar sobre la desigualdad social** (55%), promover **iniciativas de economía social** (51%), y crear **políticas para redistribuir la riqueza** (49%).

Un 44% apuesta por incentivar el voluntariado, y un 41% por la posibilidad de acceder a plataformas/vías de colaboración.

Notar que un tercio cree que compartir sus bienes personales es muy importante.



- Las mujeres dan más importancia a todos los aspectos **testados, los Z (18-29) destacan más poder acceder a vías de cooperación y compartir sus bienes personales** ([Ver anexo](#)).

¿Cómo de importantes son los siguientes aspectos para fomentar "La cultura del compartir"? Escala 1 a 10.

Base Total = 1009 encuestas

D. Prosperidad compartida y cultura del descarte

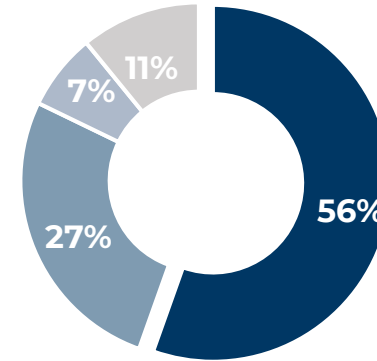


1. ¿Qué entienden por prosperidad compartida?

El 56% define la prosperidad compartida de forma correcta, vinculándola con la justicia social.

Ahora bien, uno de cada tres cree que hace referencia a un mayor crecimiento económico que beneficia a todos por igual y un 7% habla de crecimiento económico asociado al PIB del país.

Notar que un 11% desconoce su significado.



- “Justicia social: que las personas puedan tener los medios necesarios para poder vivir dignamente”
- “Un mayor crecimiento económico beneficia a todos los individuos por igual, incluidos los más pobres”
- “Crecimiento económico asociado al incremento del PIB del país”
- No lo sé

– **Mujeres y Boomers (56-65) son los que más conocen el concepto.**

– Los jóvenes (**Generación Z; 18-29**), tienen un menor conocimiento y la relacionan más con la idea de que un mayor crecimiento económico beneficia a todos por igual.

	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Base	1009	a 492	b 517	a 196	b 211	c 365	d 237
“Crecimiento económico asociado incremento PIB país”	7	9	5	8	8	6	6
“Un mayor crecimiento económico beneficia a todos los individuos por igual, incluidos los más pobres”	27	29	24	34	24	27	22
“Justicia social: que las personas puedan tener los medios necesarios para poder vivir dignamente”	56	52	59	42	58	56	66
No sé	11	9	a 12	15	a 10	a 11	ac 6

¿Con qué idea asocia la prosperidad compartida?

Base Total = 1009 encuestas

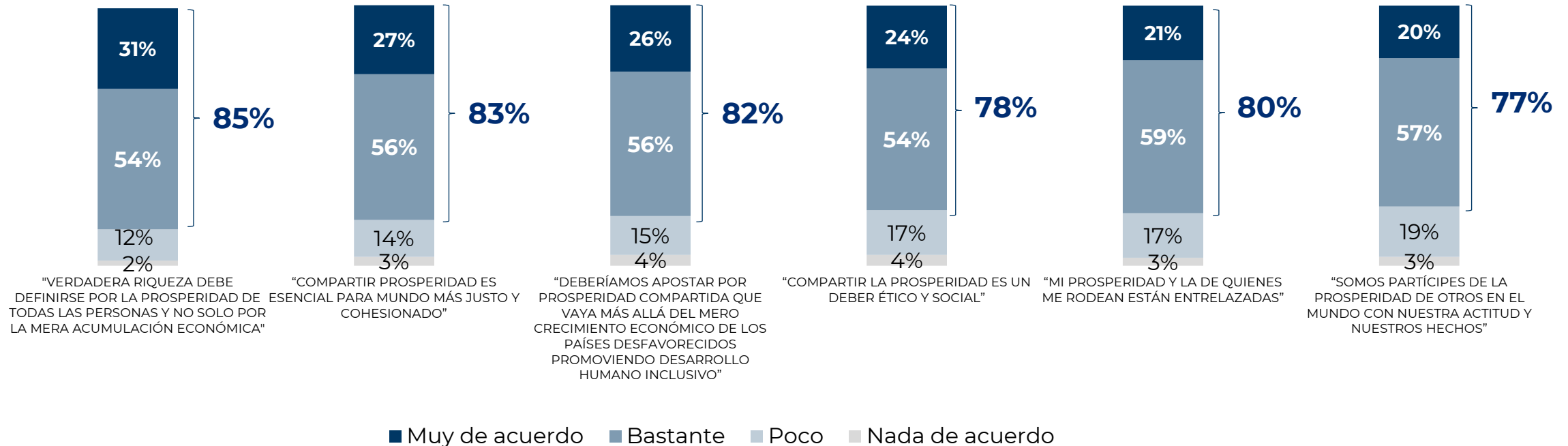
Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **letras y sombreado**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.

2. Percepciones sobre la prosperidad compartida*

El **85%** cree que **la verdadera riqueza se define por prosperidad de todos** y no solo por la mera acumulación económica y el **82%** apuesta por una prosperidad que promueva un desarrollo humano inclusivo.

El **83%** opina que **compartir prosperidad es clave para un mundo más justo y cohesionado** y un **78%** lo ve como un deber ético y social.

Además, el **80%** está de acuerdo en que **la prosperidad está interconectada**, y el **77%** que **nuestras acciones y actitudes contribuyen a la prosperidad de otros**.



* Sabiendo que la prosperidad compartida hace referencia a la aspiración de la comunidad internacional a no dejar a nadie atrás, especialmente a los países más desfavorecidos.

¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Base Total = 1009 encuestas

Grado de acuerdo-%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Base	1009	a 492	b 517	a 196	b 211	c 365	d 237
COMPARTIR LA PROSPERIDAD ES ESENCIAL PARA UN MUNDO MÁS JUSTO Y COHESIONADO							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	83	81	84	79	81	83	86
POCO + NADA DE ACUERDO	18	19	16	21	19	17	14
SOMOS PARTÍCIPES DE LA PROSPERIDAD DE OTROS EN EL MUNDO CON NUESTRA ACTITUD Y NUESTROS HECHOS							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	77	74	80	76	74	81	76
POCO + NADA DE ACUERDO	23	26	20	25	26	19	25
MI PROSPERIDAD Y LA DE QUIENES ME RODEAN ESTÁN ENTRELAZADAS							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	80	78	82	84	77	78	81
POCO + NADA DE ACUERDO	20	22	18	16	23	22	19
COMPARTIR LA PROSPERIDAD ES UN DEBER ÉTICO Y SOCIAL							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	79	76	81	76	74	79	84
POCO + NADA DE ACUERDO	21	24	19	24	26	21	16
DEBERÍAMOS APOSTAR POR UNA PROSPERIDAD COMPARTIDA QUE VAYA MÁS ALLÁ DEL MERO CRECIMIENTO ECONÓMICO PROMOVRIENDO UN DESARROLLO HUMANO INCLUSIVO							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	81	77	85	79	77	79	89
POCO + NADA DE ACUERDO	19	23	15	21	23	21	11
LA VERDADERA RIQUEZA DEBE DEFINIRSE POR LA PROSPERIDAD DE TODAS LAS PERSONAS Y NO SOLO POR LA MERA ACUMULACIÓN ECONÓMICA							
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	86	84	87	78	84	89	88
POCO + NADA DE ACUERDO	15	16	13	22	16	11	12

¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

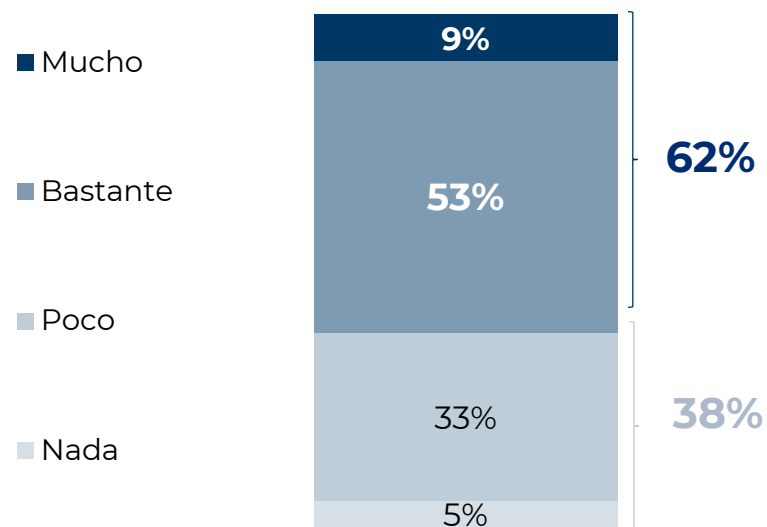
Base Total = 1009 encuestas

- Las **mujeres** creen en mayor medida que **somos partícipes de la prosperidad de otros y que deberíamos apostar por una prosperidad compartida promoviendo un desarrollo humano inclusivo.**
- Los **Boomers** (56-65), opinan más que **compartir es un deber ético y social**, que la **prosperidad debe promover un desarrollo humano inclusivo** y que la **verdadera riqueza va más allá de la mera acumulación económica.**

Las **diferencias significativas** entre los valores de una variable se marcan con **letras y sombreado**; la letra indica contra que columna se ha detectado la diferencia.

3. Compromiso personal con la idea de la prosperidad compartida

El **62%** manifiesta estar personalmente comprometido con la prosperidad compartida (9% mucho + 53% bastante). En el lado opuesto se ubica un 38%.



Está comprometido personalmente con la idea de la prosperidad compartida

- No se detectan diferencias ni por género ni por edad.

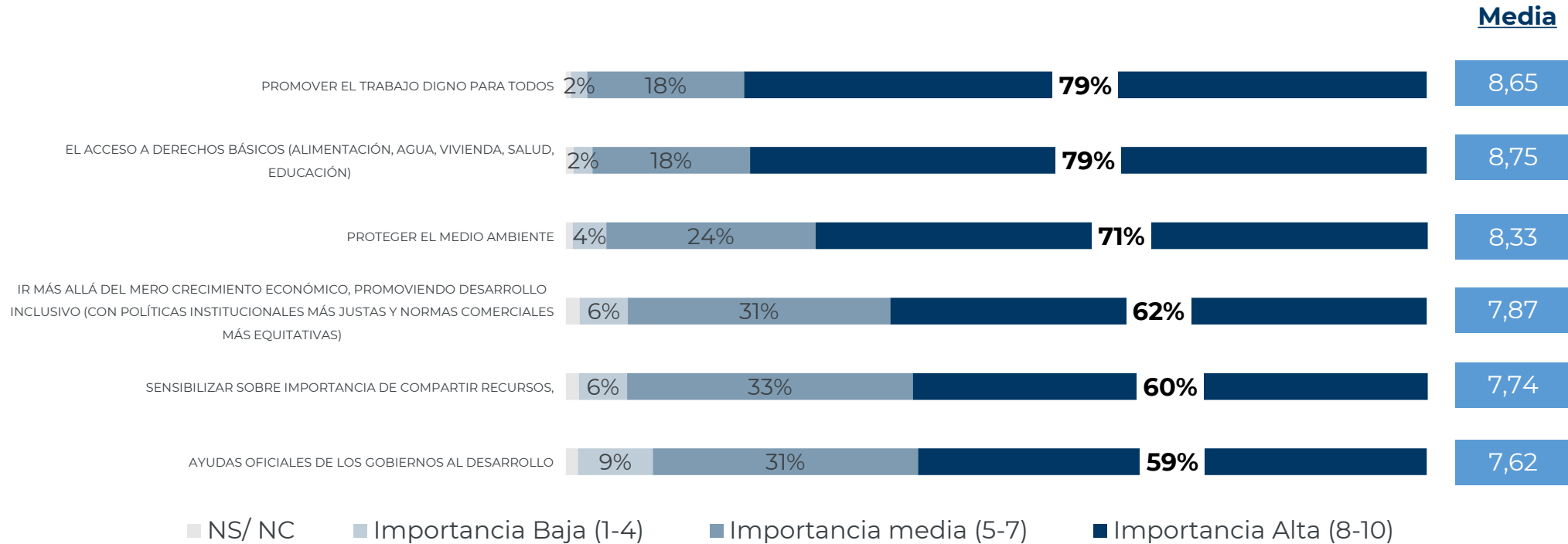
¿En qué medida te sientes comprometido personalmente con la idea de la prosperidad compartida?

Base Total = 1009 encuestas

4. Aspectos más importantes para alcanzar prosperidad compartida

Los aspectos más relevantes son: **promover el trabajo digno para todos** (79%), el **acceso a derechos básicos** (79%) y la **protección del medio ambiente** (71%).

Para el 62% también es importante promover un desarrollo inclusivo; para el 60% sensibilizar a la población; y para el 59% las ayudas oficiales de los gobiernos al desarrollo.



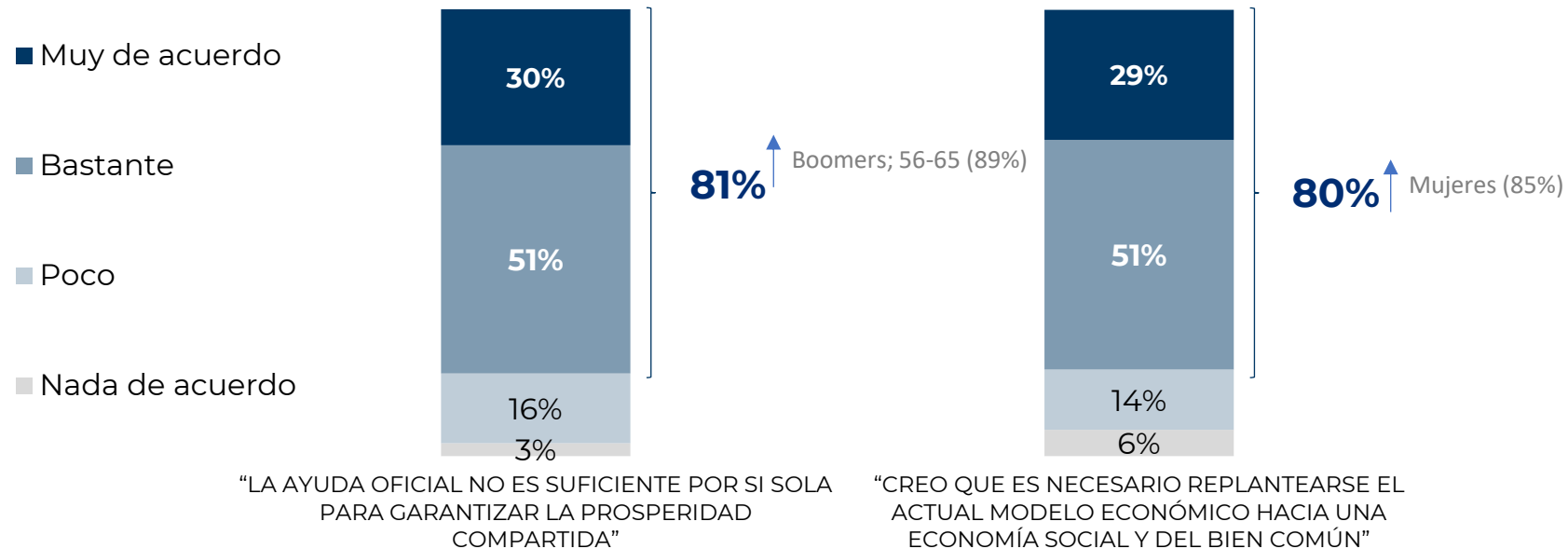
- Las mujeres y los Boomers (56-65) dan más importancia a todos los aspectos testados. [Ver anexo](#)

¿Cómo de importantes son los siguientes aspectos en relación con la idea de alcanzar una prosperidad compartida en el mundo?

Base Total = 1009 encuestas

5. El papel de la ayuda social y el modelo económico actual

El **81%** considera que **la ayuda oficial no es suficiente** por si sola **para garantizar la prosperidad compartida**; y el **80%** piensa que es **necesario replantearse el actual modelo económico hacia una economía social y del bien común**.



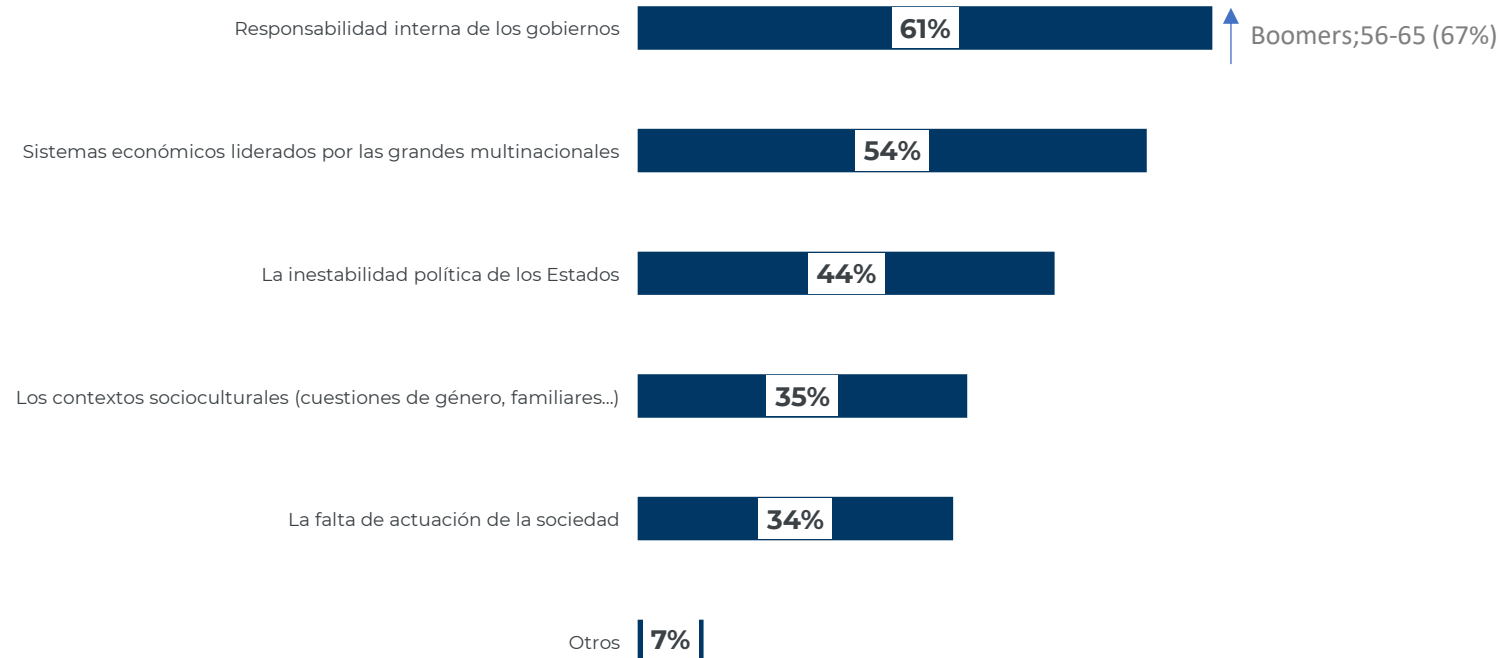
¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Base Total = 1009 encuestas

6. ¿Qué factores influyen en la cultura del descarte?

El **61%** opina que la **responsabilidad interna de los gobiernos** es clave en la cultura del **descarte** (especialmente los Boomers).

Seguida de los **sistemas económicos liderados por las grandes multinacionales** (54%), así como **la inestabilidad política** de los estados (44%). El **35%** señala también la influencia de **los contextos socioculturales**, y el **34%** la **falta de actuación de la sociedad**.



Indica los factores que más influyen en la cultura del descarte por la que, a pesar del crecimiento económico mundial, muchos no pueden salir de la pobreza

Base Total = 1009 encuestas

IV. Conclusiones: Titulares destacados



Definición de Riqueza y aspectos clave

Los españoles, relacionan la riqueza principalmente con gozar de buena salud (54%). Pero también con libertad para tomar decisiones sin preocupaciones económicas (51%), tranquilidad de tener las necesidades básicas cubiertas (46%) y seguridad económica a largo plazo (45%).

Un 36% la vincula con tener tiempo libre y un 28% con el disfrute de experiencias, otro 28% con el apoyo familiar y el 21% con relaciones personales cercanas y de confianza.

El 20% la relaciona con la capacidad de comprar y consumir lo que se desea y sólo un 14% con compartir con los demás.

Si hacemos un ranking, salud (87%) y tiempo (82%) son los aspectos más relevantes para definir la riqueza; seguidos por experiencias y buenos momentos, apoyo familiar, relaciones personales, un trabajo en el que realizarse y poder desarrollarse como persona. Un 50% considera muy importante impactar positivamente en la vida de otros. Frente a todo ello, los factores económicos y materiales resultan secundarios.

Notar que un 76% de los españoles comparte la idea de que “lo más valioso en la vida no se puede comprar”.

Vinculación entre Prosperidad y aspectos económicos

El 62% de los españoles asocia su prosperidad principalmente con aspectos económicos, y el 70% con un crecimiento económico continuo y sostenible.

Vinculación entre Prosperidad y Compartir

La mayoría los españoles (72%) percibe vinculación entre la prosperidad el hecho de compartir; pero un 28% no lo concibe así.

Compartir es una de nuestras mayores riquezas

Hay un **amplio consenso** en que **“compartir con los demás es una de nuestras mayores riquezas”** (80%).

Para fomentar la cultura de compartir se recomienda: **sensibilizar sobre la desigualdad social** (55%), promover **iniciativas de economía social** (51%), y crear **políticas para redistribuir la riqueza** (49%).

Un tercio de los españoles cree que compartir los propios bienes personales es muy importante para fomentar dicha cultura.

Percepciones sobre la prosperidad compartida

Algo **más de la mitad** de los españoles **entiende correctamente la prosperidad compartida como justicia social** (56%).

Sin embargo, un **27% la asocia con el crecimiento económico que beneficia a todos** y un **7% al incremento del PIB**.

Además, **un 11% desconoce su significado**.

El 85% comparte que la verdadera riqueza radica en la prosperidad de todos, **más allá de la acumulación económica**, y el 82% apuesta por una prosperidad que lleve un **desarrollo humano inclusivo**. Además, el 83% cree que compartir prosperidad **es clave para un mundo justo**, mientras que el 78% lo percibe como un **deber ético**.

Por último, el 80% ve la prosperidad como **algo interconectado**, y el 77% afirma que **nuestras acciones impactan en la prosperidad de los demás**.

Para alcanzar la prosperidad compartida, destacan el **trabajo digno** (79%) y el **acceso a derechos básicos** (79%) **junto con la protección del medio ambiente** (71%). Además, un 62% considera clave el desarrollo inclusivo, un 60% resalta la sensibilización social y el 59% apuesta por ayudas oficiales de los gobiernos al desarrollo.

El **81%** está de acuerdo con que **la ayuda oficial no es suficiente para garantizar la prosperidad compartida** y el **80%** cree **necesario replantearse el actual modelo económico hacia una economía social y del bien común**.

La cultura del descarte

El 61% de los españoles considera que los gobiernos tienen una responsabilidad clave en la cultura del descarte, seguido de los **sistemas económicos liderados por las grandes multinacionales** (54%) y **la inestabilidad política** de los estados (44%). Además, el **35% señala los contextos socioculturales**, y el **34% la falta de actuación de la sociedad como factores influyentes**.

Por otro lado, **el 62% manifiesta que se siente comprometido con la prosperidad compartida** (9% mucho + 53% bastante), mientras el **38% no parece compartir dicho compromiso**.

Principales diferencias detectadas por género:

Mujeres:

- Asocian más la riqueza con relaciones personales cercanas y de confianza, apoyo familiar, y tranquilidad de saber que tienen las necesidades básicas cubiertas.
- Dan mas importancia a las experiencias y buenos momentos, a las relaciones personales, al apoyo de la familia, a tener tiempo, a formarse y desarrollarse y a tener un trabajo en el que realizarse.
- Comparten más la idea de que en la vida casi siempre, lo más valioso no se puede comprar y creen más en la conexión entre compartir y prosperidad.
- Conocen más el concepto de prosperidad compartida y creen en mayor medida que somos partícipes de la prosperidad de otros con nuestra actitud y nuestros hechos, y que deberíamos apostar por una prosperidad compartida promoviendo un desarrollo humano inclusivo, y que es necesario replantearse el actual modelo económico hacia una economía social y del bien común.

Hombres:

- Asocian más la riqueza con comprar lo que deseen y/o consumir lo que quieran, pero también con contribuir al desarrollo de la comunidad e impactar positivamente en la vida de otras personas.
- Consideran más su prosperidad vinculada fundamentalmente con lo económico, y están más alejados de la idea de que la prosperidad está vinculada con el hecho de compartir.

Principales diferencias detectadas por edad:

Generación Z (los más jóvenes):

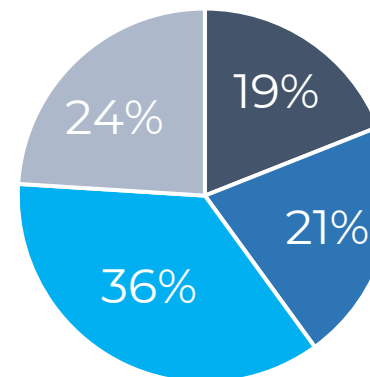
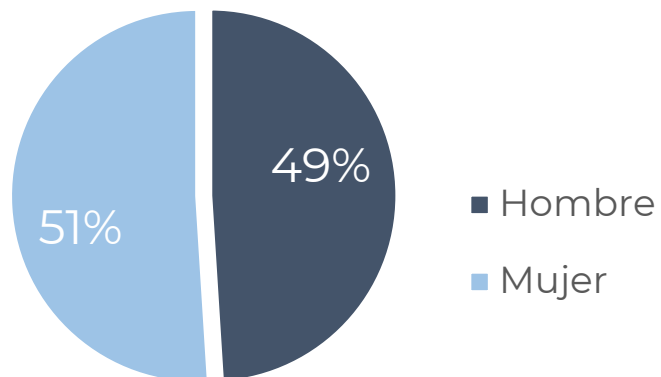
- Vinculan (junto a los Millennials) la riqueza con el acceso a la vivienda y con poder comprar y consumir lo que deseen.
- Priorizan lo económico/bienes materiales, logros personales y un trabajo en que sentirse realizados (en su concepto de riqueza).
- Conectan más la prosperidad con lo económico y menos con el compartir, y conocen menos el concepto de prosperidad compartida.
- Dan más importancia a poder acceder a vías de cooperación y a compartir sus bienes personales como factores para fomentar la cultura del compartir.

Boomers (los más mayores):

- Asocian más la riqueza con la salud.
- Comparten (junto a los X) más la idea de que en la vida casi siempre, lo más valioso no se puede comprar.
- Creen más en la vinculación entre compartir y prosperidad y conocen más el concepto de prosperidad compartida.
- Opinan más que compartir es un deber ético y social, que la prosperidad debe promover un desarrollo humano inclusivo, que la verdadera riqueza debe definirse más allá de la mera acumulación económica y que la ayuda oficial no es suficiente por sí sola.
- Atribuyen una mayor responsabilidad a los gobiernos en la cultura del descarte.

V. Anexos





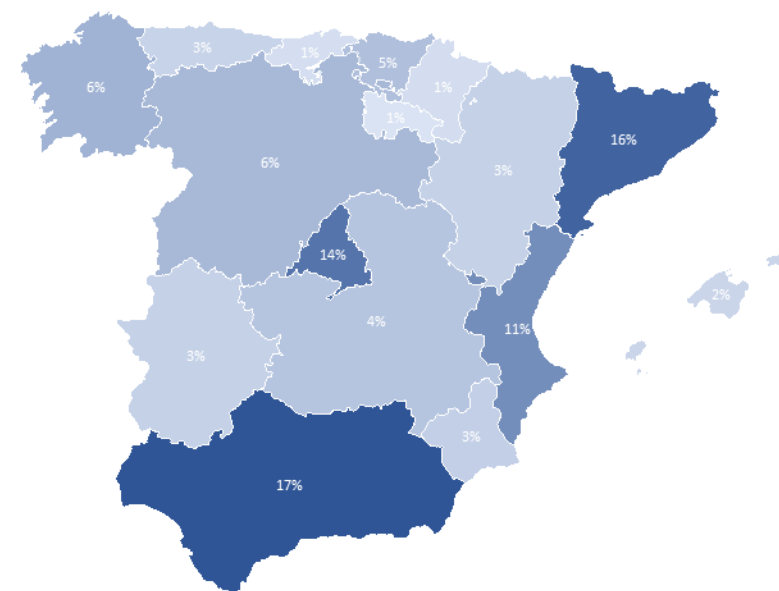
Colabora con una ONG-%

Sí, colaboro actualmente	21%
Actualmente no colaboro con ninguna ONG, pero lo he hecho	38%
Ni colaboro, ni he colaborado con una ONG	40%

Con quien vives-%

En pareja	61%
Con padres y/o hermanos	16%
Solo	10%
Compartiendo piso	4%
Otros	8%

- 18-29 Generación Z
- 30-44 Millenials
- 45-55 Generación X
- 56-65 Boomers



Mi prosperidad está vinculada fundamentalmente con lo económico y bienes materiales - %	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
		a	b	a	b	c	d
Base	1009	492	517	196	211	365	237
Mucho	6	8	5	10	9	6	3
Bastante	56	54	57	53	53	55	62
Poco	34	34	34	34	36	35	32
Nada	4	4	4	4	3	5	3
MUCHO + BASTANTE DE ACUERDO	62	62	62	63	62	60	65
POCO + NADA DE ACUERDO	38	38	38	37	38	40	35

La prosperidad es bonanza económica en permanente expansión - %	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
		a	b	a	b	c	d
Base	1009	492	517	196	211	365	237
Muy de acuerdo	13	14	13	15	15	13	10
Bastante de acuerdo	57	56	58	61	58	53	59
Poco de acuerdo	26	27	26	22	25	29	27
Nada de acuerdo	4	4	4	2	2	5	4
MUY + BASTANTE DE ACUERDO	70	70	71	76	73	66	69
POCO + NADA DE ACUERDO	30	31	29	^c 24	27	34	31

Grado de importancia-%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millennials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Base	1009	a 492	b 517	a 196	b 211	c 365	d 237
SENSIBILIZAR SOBRE LA DESIGUALDAD SOCIAL							
1-4	8	11 b	5	8	8	8	8
5-7	36	41 b	32	39	37	36	33
8-10	55	47	62 a	51	54	55	58
No sé / No contesto	1	1	2	3	1	1	1
Media	7,51	7,09	7,91 a	7,37	7,48	7,50	7,65
CREAR POLÍTICAS PARA REDISTRIBUIR LA RIQUEZA							
1-4	13	15	11	11	17	13	12
5-7	36	36	36	40	33	36	36
8-10	49	47	50	45	48	50	51
No sé / No contesto	2	2	3	4	2	2	1
Media	7,12	6,96	7,27	7,02	6,97	7,12	7,33
INCENTIVAR EL VOLUNTARIADO							
1-4	9	12 b	6	8	10	10	8
5-7	45	46	44	47	44	44	45
8-10	44	41	47 a	43	44	45	44
No sé / No contesto	2	1	3 a	2	1	2	2
Media	7,04	6,75	7,33 a	7,08	6,91	7,03	7,16
PODER ACCEDER A PLATAFORMAS/VÍAS DE COOPERACIÓN							
1-4	9	12 b	7	7	11	9	10
5-7	48	48	48	41	51	51 a	47
8-10	41	39	42	49 Bc	37	39	41
No sé / No contesto	2	1	3	3	2	2	1
Media	6,89	6,71	7,06 a	7,24 Bcd	6,79	6,81	6,81
PROMOVER INICIATIVAS DE ECONOMÍA SOCIAL							
1-4	9	11 b	7	6	8	10	10
5-7	39	44 b	35	42	41	36	38
8-10	51	44	57 a	49	50	52	51
No sé / No contesto	2	1	2	3	1	1	1
Media	7,32	6,98	7,65 a	7,38	7,41	7,31	7,23
COMPARTIR MIS BIENES PERSONALES							
1-4	15	17 b	12	14	15	17	12
5-7	51	51	50	45	56 a	50	51
8-10	33	30	36	38 b	28	32	36 b
No sé / No contesto	2	1	2	3	2	2	1
Media	6,45	6,25	6,65 a	6,72 c	6,35	6,24	6,64 c

 [Ir a los gráficos y comentarios](#)

Grado importancia-%	TOTAL	Género		Edad			
		Hombre	Mujer	18-29 (Gen Z)	30-44 (Millenials)	45-55 (Gen X)	56-65 (Boomers)
Base	1009	a 492	b 517	a 196	b 211	c 365	d 237
ACCESO A DERECHOS BÁSICOS							
8-10 (Alta)	79	73	84	78	77	76	84
Media	8,75	8,46	9,02	8,79	8,66	8,69	8,89
LAS AYUDAS OFICIALES DE LOS GOBIERNOS AL DESARROLLO							
8-10 (Alta)	59	52	66	58	55	60	62
Media	7,62	7,26	7,96	7,73	7,51	7,65	7,57
PROMOVER EL TRABAJO DIGNO PARA TODOS							
8-10 (Alta)	79	73	85	75	75	82	83
Media	8,65	8,31	8,98	8,45	8,58	8,77	8,71
IR MÁS ALLÁ DEL MERO CRECIMIENTO ECONÓMICO PROMOVRIENDO UN DESARROLLO INCLUSIVO							
8-10 (Alta)	62	57	68	59	58	63	68
Media	7,87	7,57	8,16	7,85	7,77	7,88	7,95
SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE COMPARTIR RECURSOS.							
8-10 (Alta)	60	54	65	56	56	60	67
Media	7,74	7,45	8,03	7,67	7,60	7,69	8,01
PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE							
8-10 (Alta)	71	64	78	67	66	75	73
Media	8,33	8,01	8,64	8,24	8,19	8,45	8,36



Ir a los gráficos y comentarios

¿Cómo de importantes son los siguientes aspectos en relación con la idea de alcanzar una prosperidad compartida en el mundo?

Base Total = 1009 encuestas

Muchas gracias

Estudio realizado por María Jesus Gómez Fernández. DNI 13159914G