



VOICES!

RESEARCH & CONSULTANCY

Encuesta nacional sobre solidaridad

CONSTANZA CILLEY
PRESENTACION PREPARADA ESPECIALMENTE
PARA EL **FORO DEL SECTOR SOCIAL**
AGOSTO 2015





FICHA TECNICA

Cobertura: Nacional.

Universo: Población argentina adulta (16 años y más)

Tamaño Muestral: 1000 entrevistas.

Margen Error: \pm 3.5% 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: Marzo 2015



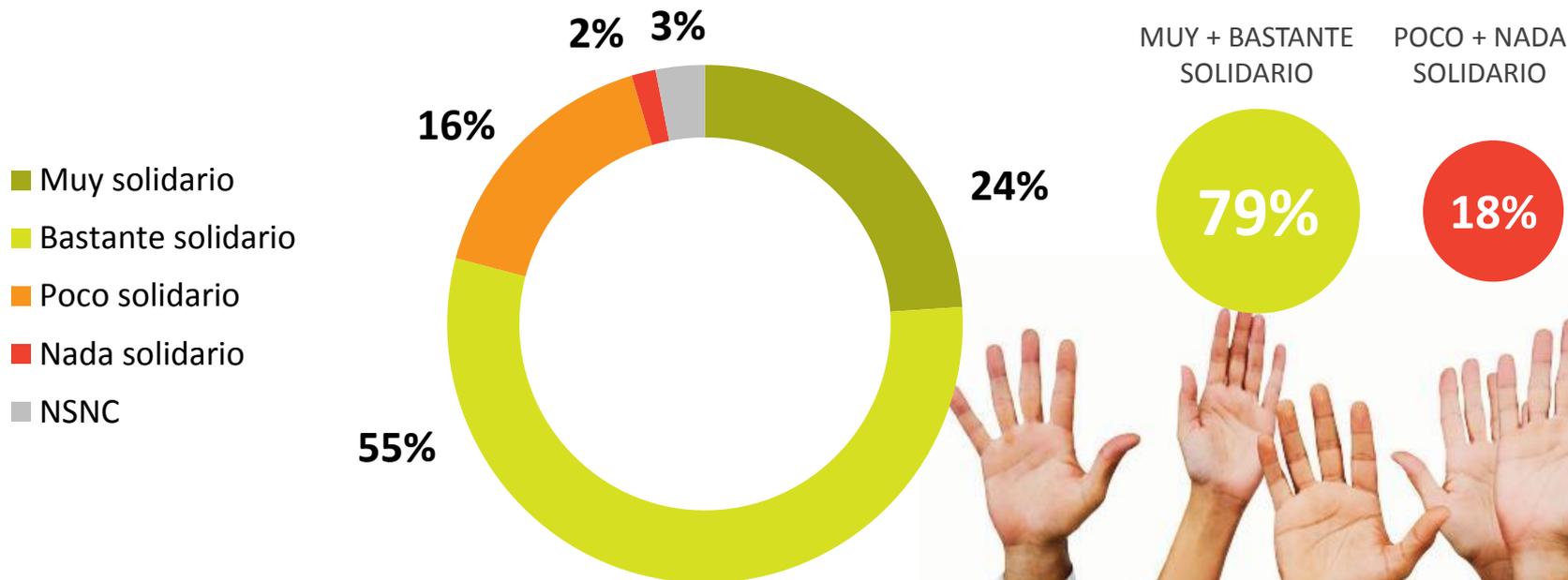


Los argentinos y la solidaridad



AUTOPERCEPCIÓN DE SOLIDARIDAD DE LOS ARGENTINOS

Independientemente de que actualmente Ud esté o no trabajando como voluntario, en qué medida se siente Ud o no solidario?



Base: Total Nacional Población adulta. VOICES!



AUTOPERCEPCIÓN DE SOLIDARIDAD DE LOS ARGENTINOS

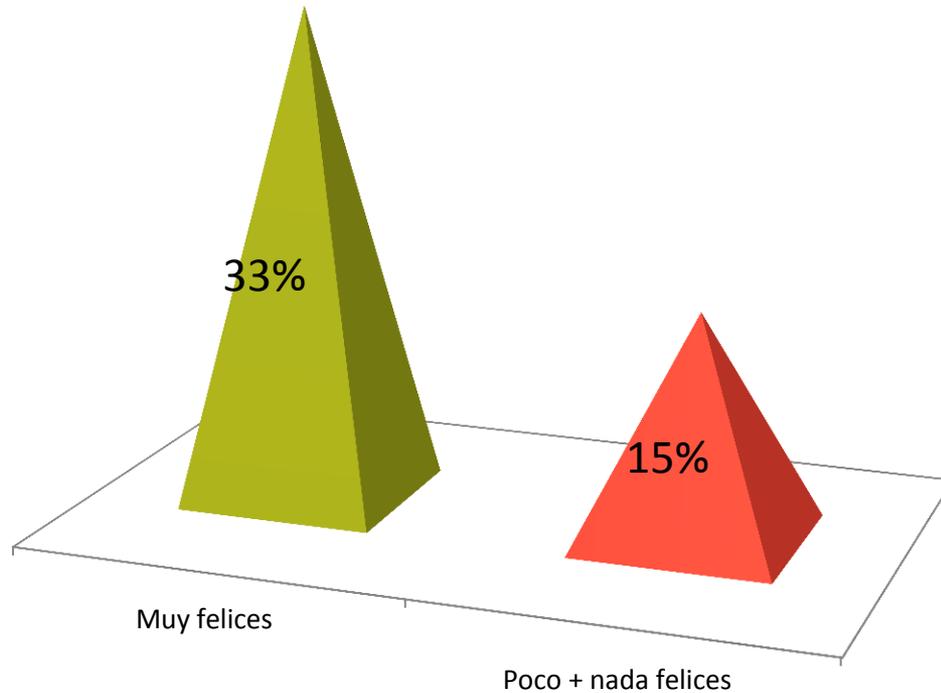
CRUCE POR SEGMENTOS

	GENERO			EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO			ZONA		
	Total	MASC.	FEM.	16 - 29	30 - 49	50 y más	ABC1	C2C3	DE	CAP. FED.	GBA	Interior
Muy solidario	24%	20%	28%	16%	26%	30%	26%	21%	26%	21%	20%	26%
Bastante solidario	55%	57%	53%	59%	55%	51%	44%	55%	56%	59%	55%	55%
Poco solidario	16%	17%	15%	21%	15%	14%	27%	18%	14%	9%	22%	15%
Nada solidario	2%	1%	2%	1%	2%	1%		2%	1%	2%	1%	1%
NSNC	3%	4%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	3%	9%	2%	3%

Base: Total Nacional Población adulta VOICES!



SOLIDARIDAD Y FELICIDAD



Un tercio de los que se muy felices se consideran muy solidarios
Entre los menos felices la percepción de solidaridad se reduce a la mitad

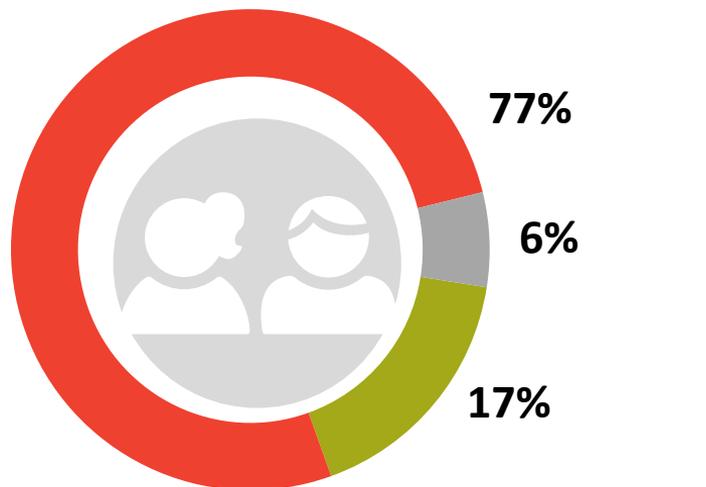
Base: Total Nacional Población adulta. VOICES!



CONFIANZA INTERPERSONAL Y EN INSTITUCIONES

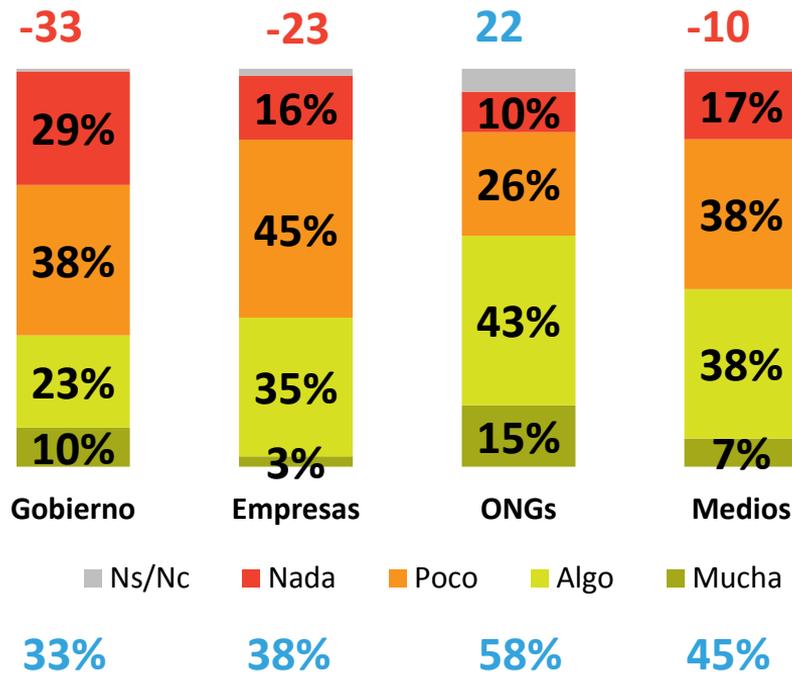
CRUCE POR SEGMENTOS

Confianza interpersonal



- Se puede confiar en la mayoría de la gente
- Hay que tener mucho cuidado cuando uno trata con la gente
- No sabe

Confianza en las instituciones

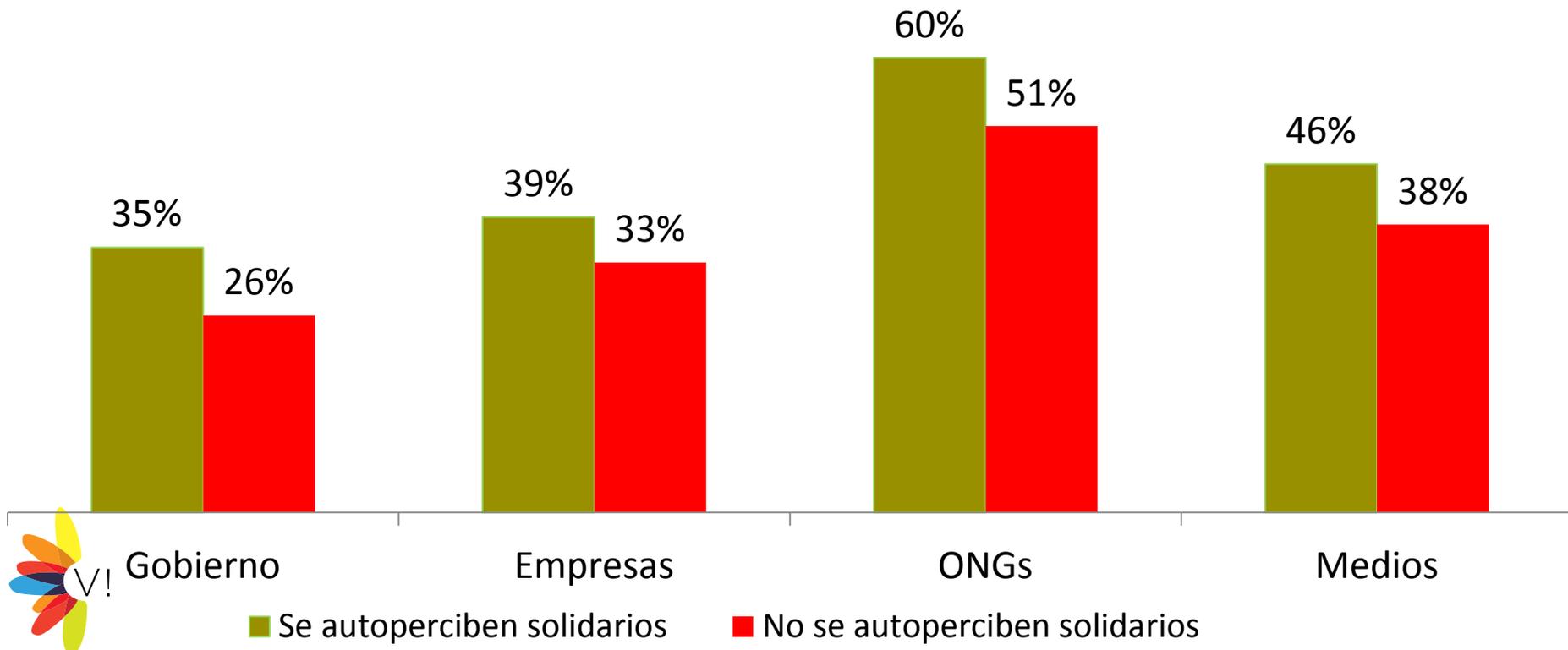


Base: Total Nacional Población adulta VOICES!



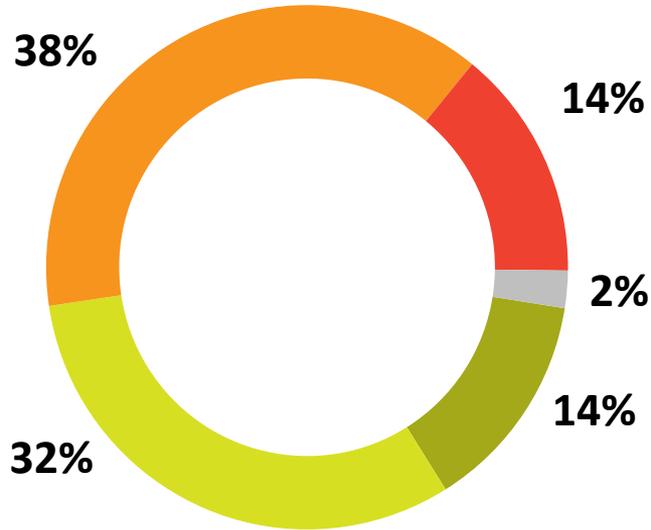
CONFIANZA EN INSTITUCIONES y SOLIDARIDAD

Confianza en las instituciones (mucho + bastante)



PODER DE INFLUENCIA

En qué medida diría que la gente como Ud. puede influir en los sucesos sociales y políticos que nos rodean?



■ Mucho ■ Bastante ■ Poco ■ Nada ■ Ns/Nc

MUCHO + BASTANTE



POCO + NADA



Crece la autopercepción como muy solidario entre los que creen que se puede influir (34%)



Base: Total Nacional Población adulta. VOICES!



SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO COMO UNA FORMA DE SOLIDARIDAD

CIFRAS 2015

FORMAL



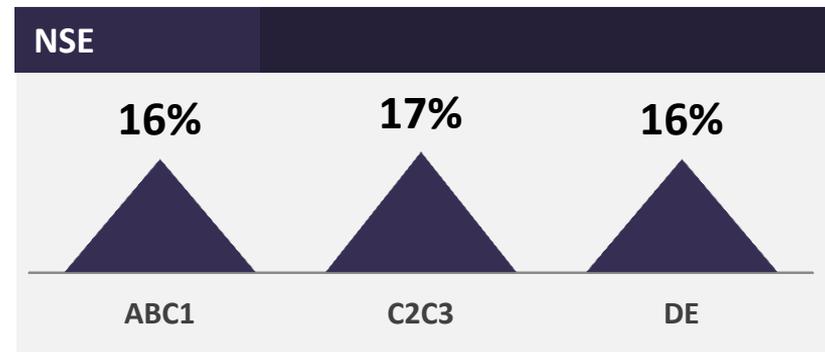
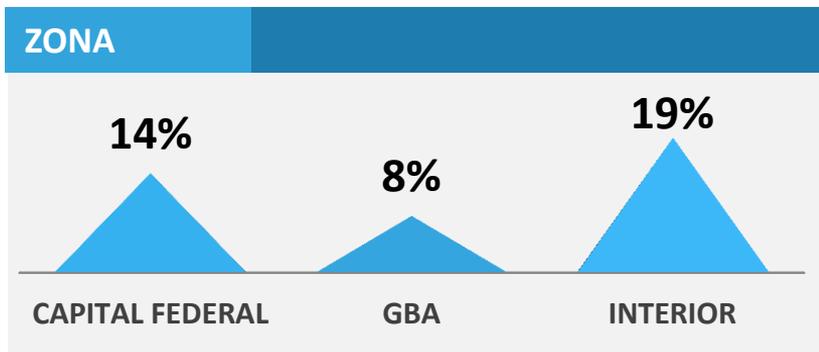
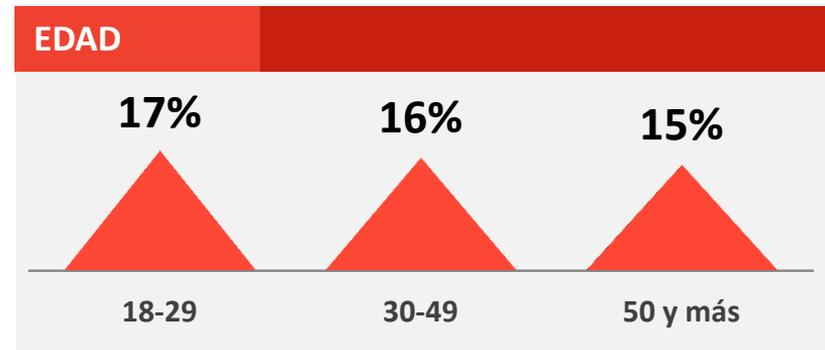
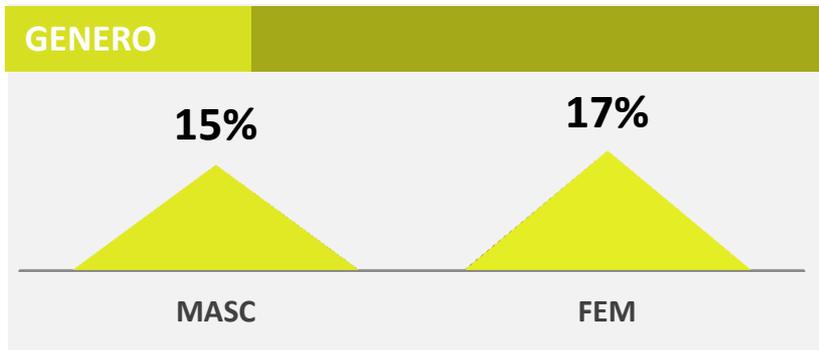
INFORMAL



Base: Total Nacional Población adulta. VOICES!



PORCENTAJE DE ARGENTINOS VOLUNTARIOS EN EL ÚLTIMO AÑO SEGÚN DISTINTOS CRITERIOS

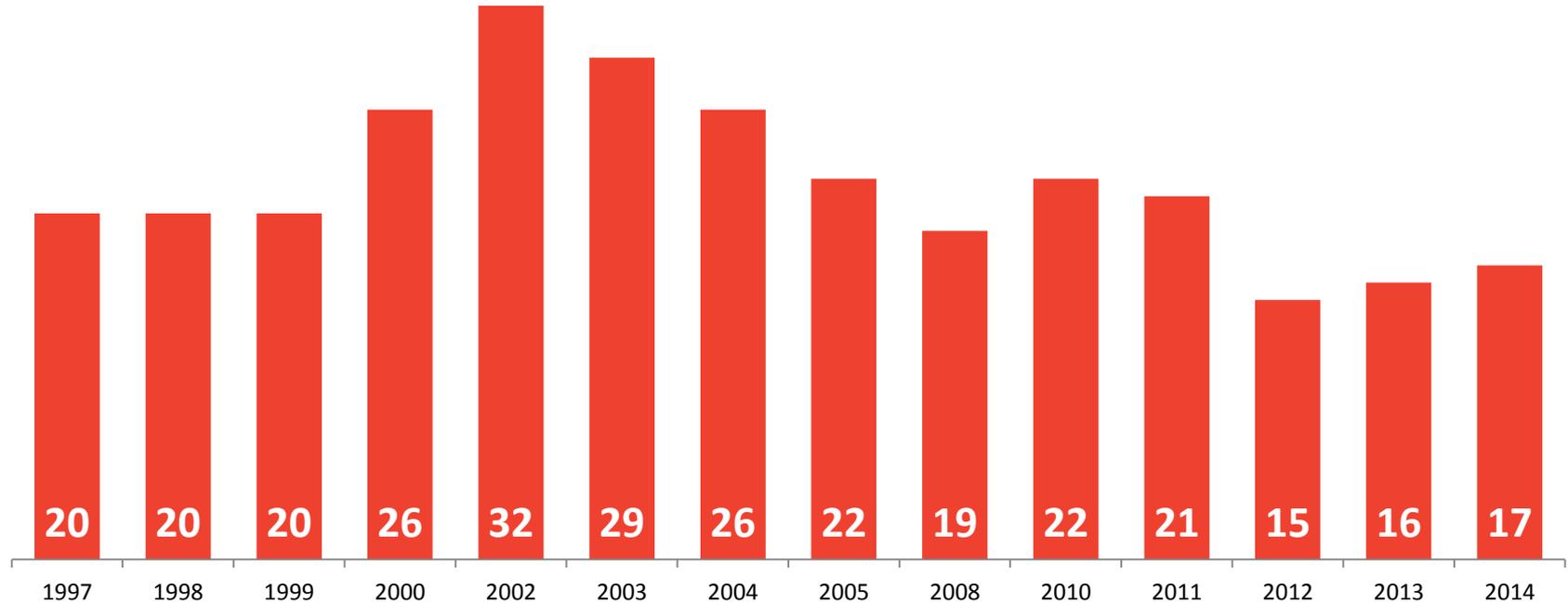


Base: Total Nacional Población adulta. VOICES!



TENDENCIAS DE PRÁCTICA DE VOLUNTARIADO 1997-2013 (%)

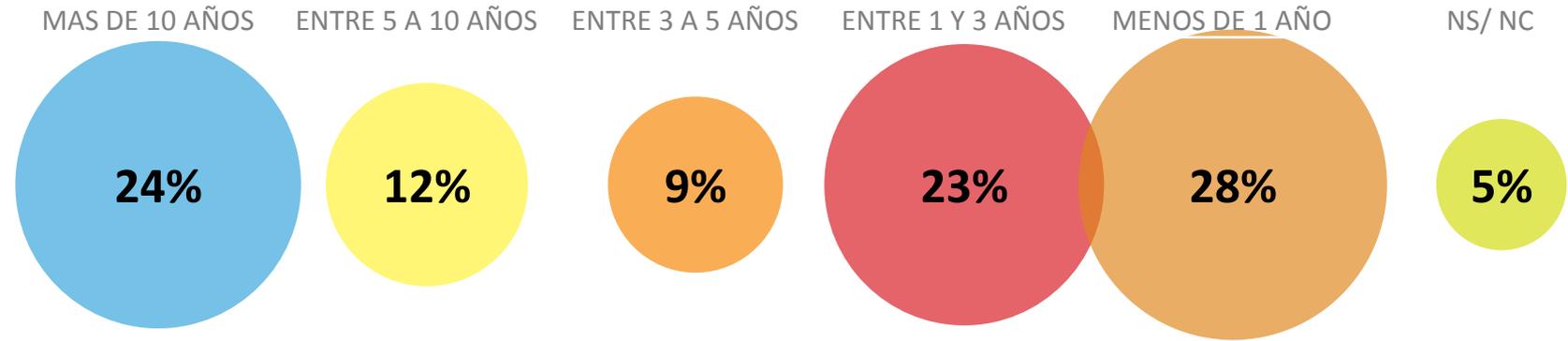
¿Durante los últimos 12 meses realizó Ud. tareas voluntarias, es decir, trabajó dedicando tiempo sin recibir remuneración o salario para alguna organización sin fines de lucro?



Fuente: encuestas públicas de TNS y VOICES!



ANTIGÜEDAD EN LA TAREA VOLUNTARIA (%)



Históricos y recién Llegados

	MUESTRA POBLACION	VOLUNTARIOS	HISTORICOS	RECIEN LLEGADOS
Hombres	49%	49%	37%	50%
Mujeres	51%	51%	63%	50%
16 - 29	32%	29%	14%	33%
30 - 49	39%	42%	37%	41%
50 y más	29%	28%	49%	26%
ABC1	6%	7%	10%	7%
C2C3	44%	44%	40%	39%
DE	50%	49%	50%	54%
Capital Federal	8%	5%	5%	4%
GBA	25%	19%	19%	19%
Interior	67%	76%	77%	77%



COMO SE ENTERÓ O TOMÓ CONOCIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES VOLUNTARIAS (%)

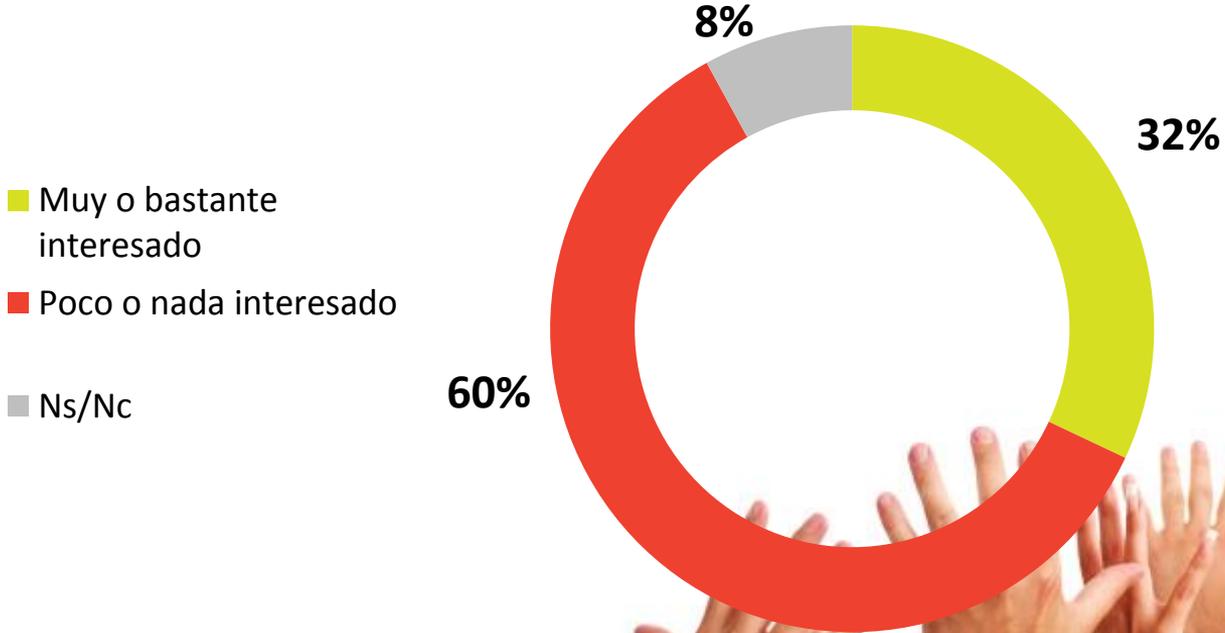
Un familiar o amigo me pidió	27
Me acerqué directamente a la organización	25
Me enteré o me invitaron a través de la participación en otras organizaciones o grupos	10
Vio/ escuchó un aviso/ programa/ pedido/ solicitud en otros medios tales como radio, TV, diario, revista, convocando	6
Vio/ escuchó un aviso/ programa/ pedido/ solicitud en internet	4
Yo ayudé a crear la organización o la actividad	4
Un compañero de trabajo me pidió	3
Mi jefe o empleador me pidió/ es algo que organiza la empresa	1
Otras	16



Fuente. VOICES! Research & Consultancy. Voluntarios a nivel nacional



INTERÉS EN REALIZAR O SEGUIR REALIZANDO TAREAS VOLUNTARIAS EN 2014



Fuente: VOICES! Research & Consultancy. Voluntarios a nivel nacional



PODER ECONOMICO DEL VOLUNTARIADO

Con el objetivo de intentar poner en perspectiva el peso que tiene la actividad voluntaria y su inmenso aporte social, VOICES! realizó la estimación monetaria de cuánto representaría su trabajo si se les pagara un sueldo. Con este fin, tomó la incidencia del voluntariado formal según su encuesta del 2014 y los datos declarados acerca del promedio de horas semanales dedicadas a este tipo de labores y consideró el sueldo mínimo según cifras oficiales

43 mil millones de pesos

lo que equivale

- a un quinto de la industria hotelera y restaurantes,
- al 90% de la facturación de Telecom y Telefónica juntas
- el 7% del presupuesto nacional
- a 3 veces el gasto en la Asignación Universal por Hijo
- al 90% del presupuesto nacional en educación, entre otras comparaciones.

Fuente: VOICES! Research & Consultancy.



CONTACTO

CONSTANZA CILLEY

Directora Ejecutiva

constanzacilley@voicesconsultancy.com

M EUGENIA GARCIA NEDER

Directora Comercial

megarcianeder@voicesconsultancy.com

VOICES!

Av Alvear 1807 9no "2" C1129AAA-CABA

t. +54 (11) 48 07 62 56

www.voicesconsultancy.com



VOICES!

RESEARCH & CONSULTANCY