

A photograph of three people in a warm, indoor setting. In the foreground, a woman with blonde hair is seen from the side, wearing a dark, textured sweater. Behind her, two other people are smiling and talking. The lighting is soft and warm, creating a friendly atmosphere.

# SACATELADUDA BIENESTAR, RELACIONES Y EVENTOS

**Natura Argentina**  
Marzo 2026

# FICHA TÉCNICA

Objetivos: explorar los hábitos y percepciones de lxs jóvenxs argentinxs frente al concepto de bienestar .

Fecha de campo: Febrero 2026

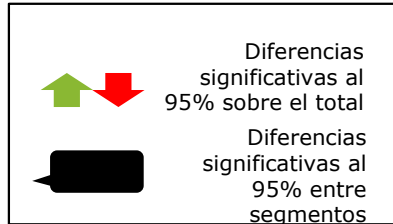
## Metodología y muestra:

Encuesta online, invitando a las encuestadas a través de pauta en FB e IG.

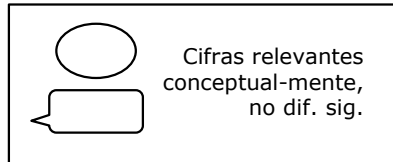
## 836 respondentes

### TOTAL PAÍS

\*El análisis considera una ponderación de la muestra en función de Edad y Región.



Diferencias significativas al 95% entre segmentos



	# Casos
18-24	517
26-30	319
AMBA	400
Interior	436

	# Casos
Hombre Cisgénero	376
Mujer Cisgénero	418
Hombre Trans	8
No Binario	5
Uso otro término	18
Prefiero no declarar	11

# KEY LEARNINGS

## LA ERA DE LA FRAGILIDAD SOCIAL

Existe un consenso masivo (**70%**) sobre la creciente fragilidad de los vínculos humanos.

Ante esto, los espacios de "encuentro real" cobran una relevancia vital para combatir la desconexión.

## LA BRECHA DE LA INTENCIÓN

Si bien el **77%** manifiesta un deseo activo de mejorar su bienestar, solo el **42%** logra concretar acciones cotidianas.

El segmento de los **Aspirantes (35%)** es el grupo crítico que requiere soluciones que simplifiquen el paso del "querer" al "hacer"

## DEL BIENESTAR FÍSICO AL BIENESTAR ECONÓMICO

el **progreso profesional y económico** se consolida como el factor que más influye en el bienestar de los jóvenes (**66%**).

## EL BIENESTAR "ANTES DE LA MÚSICA"

El ritual de preparación y el armado del look se consolidan como actos de **autocuidado y expresión de identidad**.

Para el **72%** de los jóvenes, este proceso es capaz de transformar positivamente su estado de ánimo.

## RITUALES COLECTIVOS COMO CATALIZADORES

Los festivales y shows no son sólo entretenimiento; son espacios de **sanación colectiva**.

El **67%** de los asistentes valora la conexión con otros, incluso con desconocidos, a través de la "energía compartida" del evento.

## HIGIENE Y ESTÉTICA COMO REFUGIO

Dentro de las rutinas personales, el uso de **perfumes y fragancias** es la actividad que mayor sensación de bienestar genera de manera inmediata.

# ¿QUÉ CAMBIÓ EN ESTOS AÑOS?\*

## Nuevos Segmentos

Del Bienestar **CORPORAL**  
al Bienestar del **LOGRO**

De la **CONEXIÓN DIGITAL** a la  
**Revalorización del "ENCUENTRO REAL"**

La Evolución del  
"Look": De la **ESTÉTICA** a la  
**TRANSFORMACIÓN EMOCIONAL**

**LA BRECHA DE LA INTENCIÓN**

**El Perfume como REFUGIO INMEDIATO**

2024

Foco en **salud física & bienestar corporal**, pilares de estabilidad. Había una mirada más "introspectiva"

**Digitalización** como herramienta de "cercanía"

El **cuidado personal y el maquillaje** se asociaban más a la **imagen externa**

2026

**Progreso profesional, laboral y económico** (ppal motor).

Hoy, sentirse bien está íntimamente ligado a la sensación de "estar avanzando" en la vida

Fuerte conciencia de la **fragilidad de los vínculos**

Resignificación de los eventos masivos: no solo "ocio", sino espacios donde se buscarexperimentar la "energía compartida"

Preparar el look: un **activador del estado de ánimo**.

El ritual previo es valorado como una herramienta de gestión emocional y expresión de identidad, más que como una cuestión meramente estética

Aparece la figura del **Aspirante**, un perfil que ya incorporó el "discurso" del bienestar pero se encuentra "detenido" ante la acción.

**El desafío pasó de ser "concientizar" a "facilitar la ejecución".**

**Perfumes y fragancias** como la actividad de cuidado personal que + bienestar general. Es el hábito que ofrece la gratificación más rápida y sensorial en un contexto de alta presión por el progreso

\*Comparación conceptual con estudio sobre Bienestar realizado en 2024.

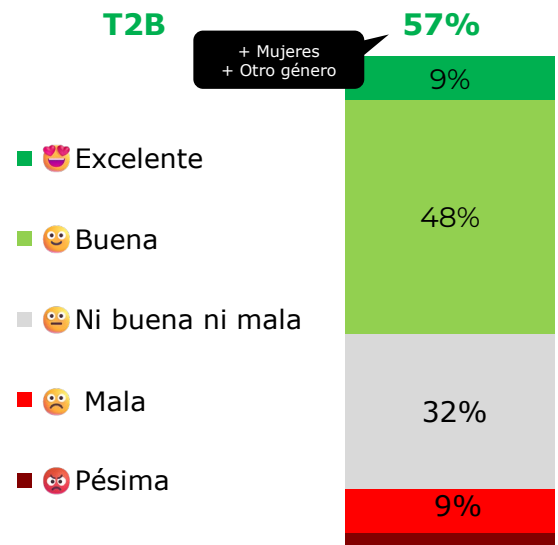
**Watchout:** considerar diferencias de muestra y cuestionario en la comparación



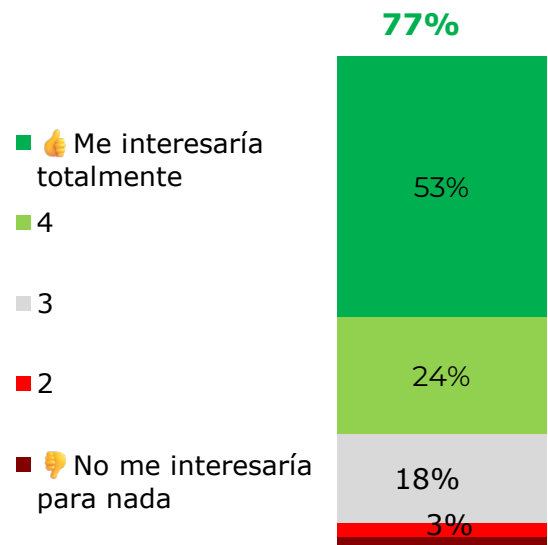
# EL BIENESTAR

La **sensación de bienestar positiva predomina**, con una **amplia mayoría a la que les interesa hacer mejoras en su vida**. Sin embargo, esto **no siempre tiene correlato en la acción**.

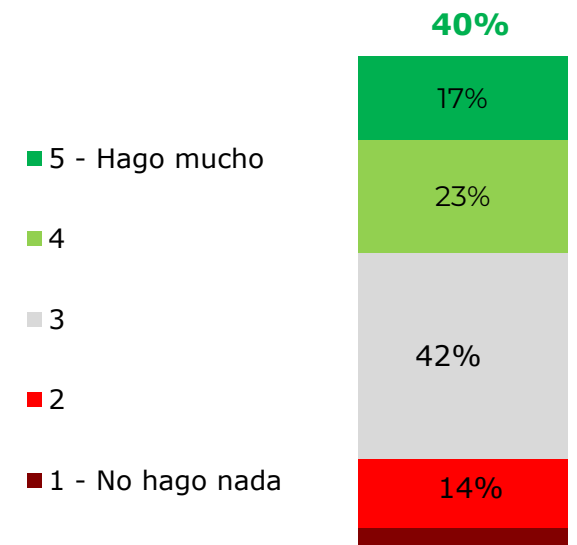
### SENSACION DE BIENESTAR ACTUAL



### INTERÉS EN HACER CAMBIOS PARA MEJORAR BIENESTAR



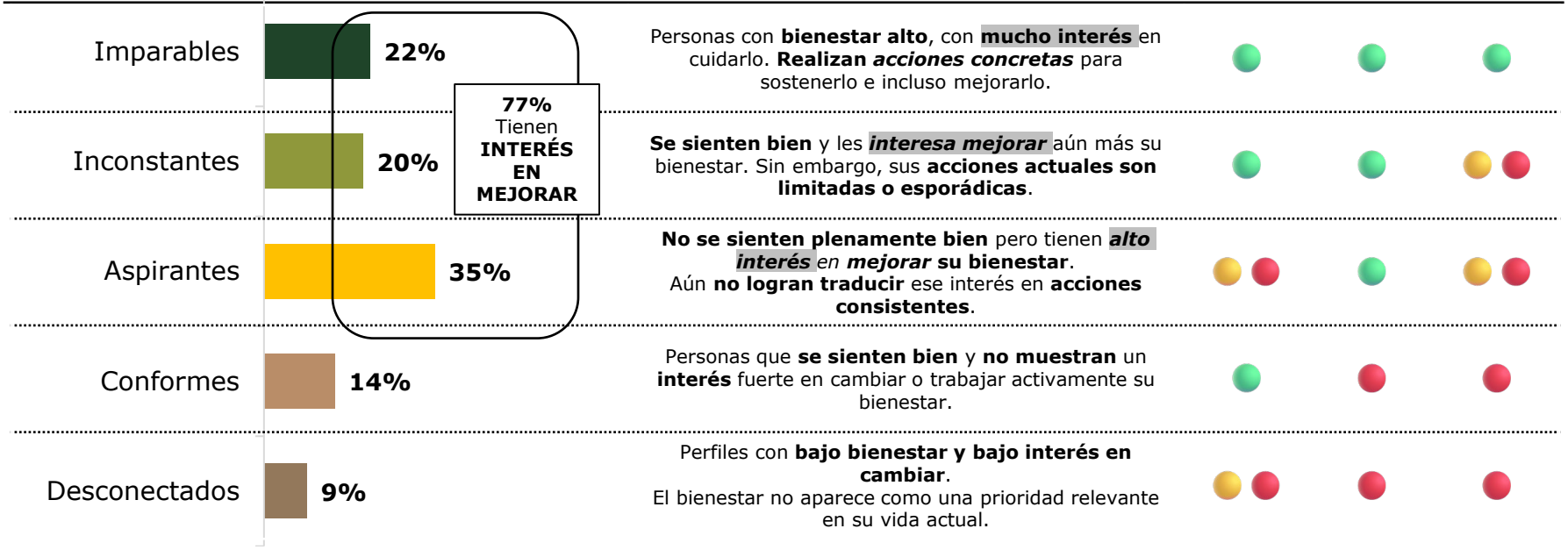
### CUANTO HACÉS PARA MEJORAR TU BIENESTAR



En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu sensación de bienestar actualmente? / ¿en qué medida te interesaría hacer cambios en tu vida para mejorar tu bienestar? / ¿qué tanto dirías que hacés para mejorar tu bienestar?  
Base: Total entrevistados (836 casos)

La **mayor parte** de lxs jóvenes tiene un **interés en mejorar su bienestar**, con predominio de quienes **todavía necesitan potenciar acciones concretas**.

**ACTITUDES HACIA EL BIENESTAR**

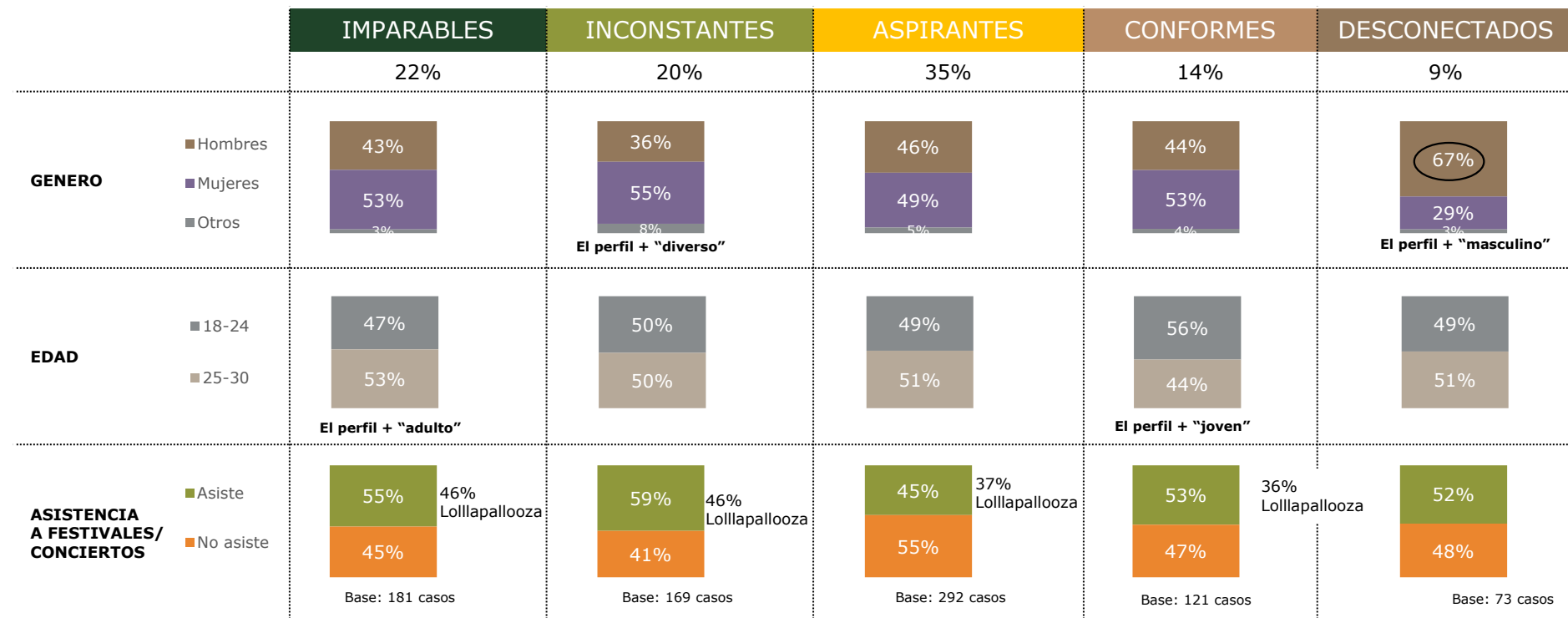


En una escala de 1 a 5, ¿cómo calificarías tu sensación de bienestar actualmente? / ¿en qué medida te interesaría hacer cambios en tu vida para mejorar tu bienestar? / ¿qué tanto dirías que hacés para mejorar tu bienestar?  
 Base: Total entrevistados (836 casos)

**Inconstantes & Desconectadxs:** los perfiles con mayor distinción por **género**.

**Conformes:** el perfil más **adulto**.

**Inconstantes:** el segmento con mayor consumo de eventos **musicales**.



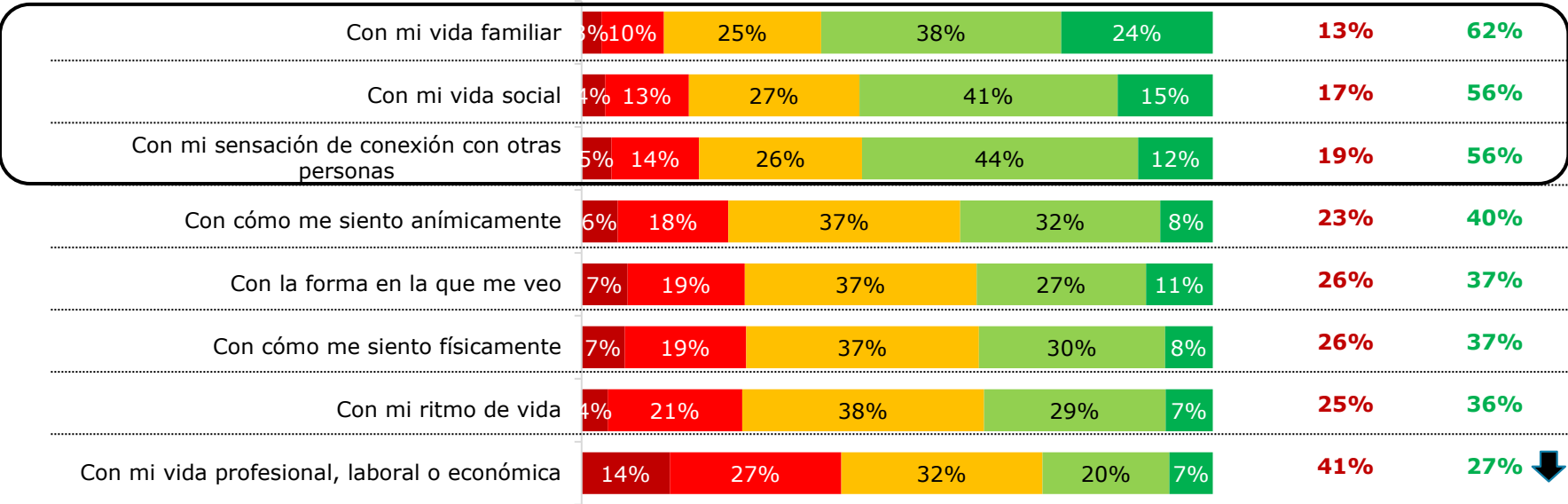
Los que + consumen shows musicales

# La mayor satisfacción se concentra en los vínculos: conexión con otrxs, vida social y familiar. Lo laboral, profesional y económico aparece como el principal foco de insatisfacción.

## SATISFACCIÓN CON ASPECTOS DE LA VIDA

■ 😞 Para nada satisfecha/o  
 ■ 😞 Poco satisfecha/o  
 ■ 😊 Algo satisfecha/o  
 ■ 😊 Bastante satisfecha/o  
 ■ 😄 Muy satisfecha/o

**B2B**      **T2B**



¿Qué tan satisfecha/o estás con los siguientes aspectos de tu vida? (RU)  
 Base: total encuestadxs (836 casos)

Aspirantes y Desconectadxs con **insatisfacción generalizada**. En **Desconectadxs** hay una particular **insatisfacción con lo laboral/económico**.

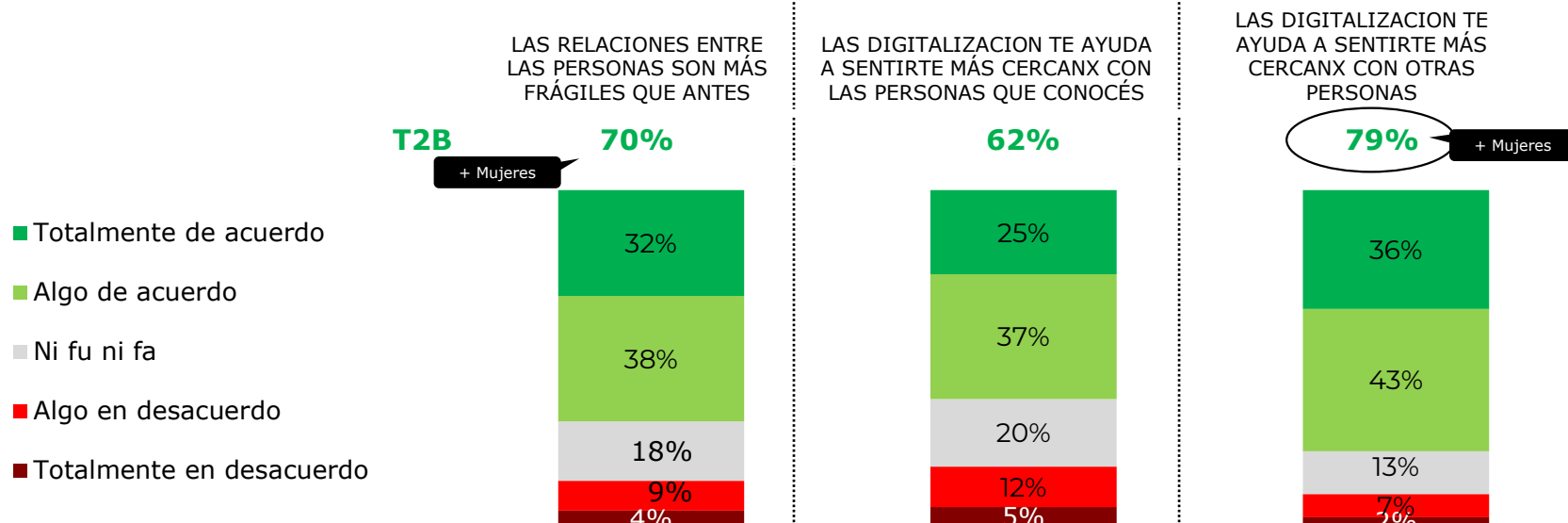
Lxs **inconstantes** no están **satisfechos con su forma de verse**, pero sí con su **vida social**.

**SATISFACCIÓN CON ASPECTOS DE LA VIDA** Según segmentos actitudinales - **T2B. BASTANTE | MUY SATISFECHX**

	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Con mi vida familiar	62%	77% ↑	71%	46% ↓	80% ↑	41% ↓
Con mi vida social	56%	74% ↑	66% ↑	36% ↓	77% ↑	35% ↓
Con mi sensación de conexión con otras personas	56%	74% ↑	64%	38% ↓	67% ↑	41% ↓
Con cómo me siento anímicamente	40%	65% ↑	49%	14% ↓	61% ↑	25% ↓
Con la forma en la que me veo	37%	63% ↑	26% ↓	21% ↓	57% ↑	33%
Con cómo me siento físicamente	37%	65% ↑	26%	21% ↓	59% ↑	21% ↓
Con mi ritmo de vida	36%	68% ↑	30%	13% ↓	58% ↑	29%
Con mi vida profesional, laboral o económica	27%	50% ↑	23%	14% ↓	41% ↑	7% ↓

Los **vínculos** son la principal fuente de satisfacción, pero también **se perciben más frágiles que nunca**. Si bien **2 de cada 3** sienten que la **digitalización** acerca a los **conocidos**, gana **mayor protagonismo para conectar con gente nueva**.

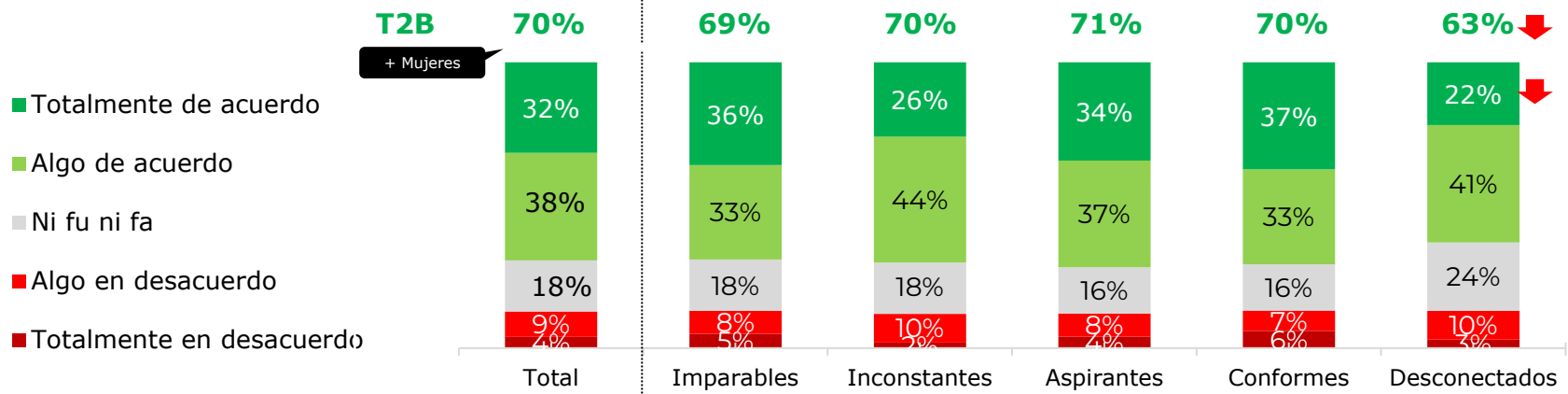
## GRADO DE ACUERDO CON FRASES



¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la idea de que...?  
 Base: Total entrevistados (836 casos)

El grupo de lxs **Desconectadxs** son los que menos creen que las relaciones son más frágiles que antes.

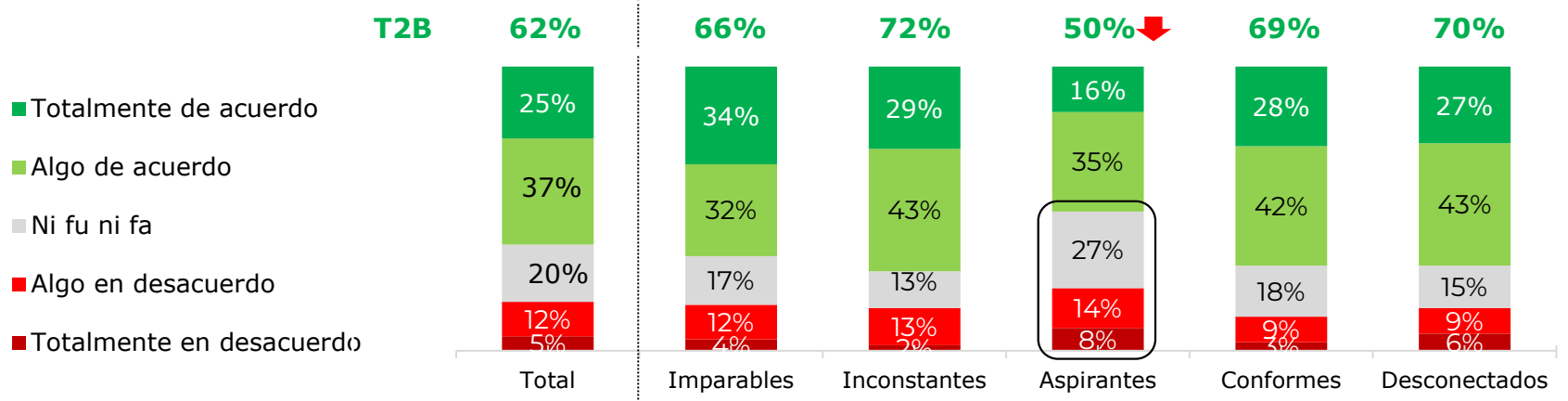
“LAS RELACIONES ENTRE LAS PERSONAS SON MÁS FRÁGILES QUE ANTES”



¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la idea de que las relaciones entre las personas son más frágiles que antes?  
 Base: Total entrevistadxs (836 casos)

# Lxs "Aspirantes" son quienes **menos se apoyan en la digitalidad** para sentirse cerca de los que conocen

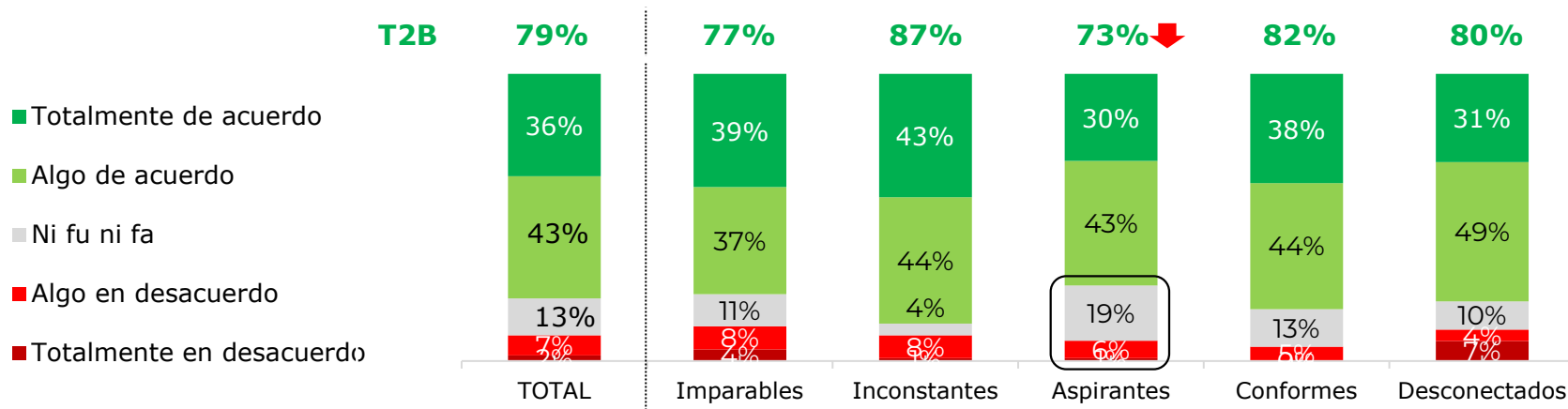
"LA DIGITALIZACION TE AYUDA A SENTIRTE MÁS CERCANX CON LAS **PERSONAS QUE CONOCÉS**"



¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la idea de que la digitalización te hace sentir más cercanx con las personas que conocés?  
 Base: Total entrevistadxs (836 casos)

Y es también el segmento que **menos peso le asigna** respecto de acercarse a **otras personas**.

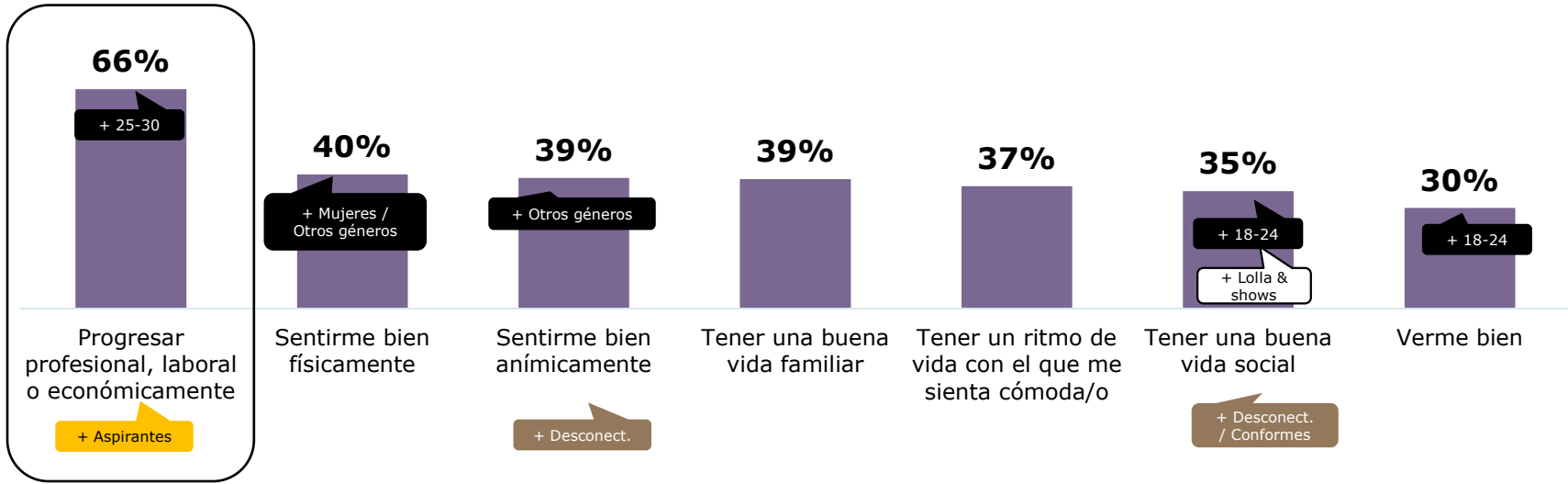
“LA DIGITALIZACION TE AYUDA A SENTIRTE MÁS CERCANX CON **OTRAS PERSONAS**”



¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la idea de que la digitalización te hace sentir más cercanx con otras personas?  
Base: Total entrevistadxs (836 casos)

El progreso económico es lo que más pesa a la hora de generar bienestar, y verse bien lo que menos.

### COSAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL BIENESTAR



De la siguiente lista, ¿cuáles dirías que son las 3 cosas que más influyen en tu bienestar?  
Base: Total entrevistados (836 casos)

Hay consenso sobre la centralidad del progreso económico como creador de bienestar, aunque es más fuerte entre lxs Aspirantes. La vida social destaca entre Conformes y Desconectadxs y tener un buen estado de ánimo es clave para estos últimos.

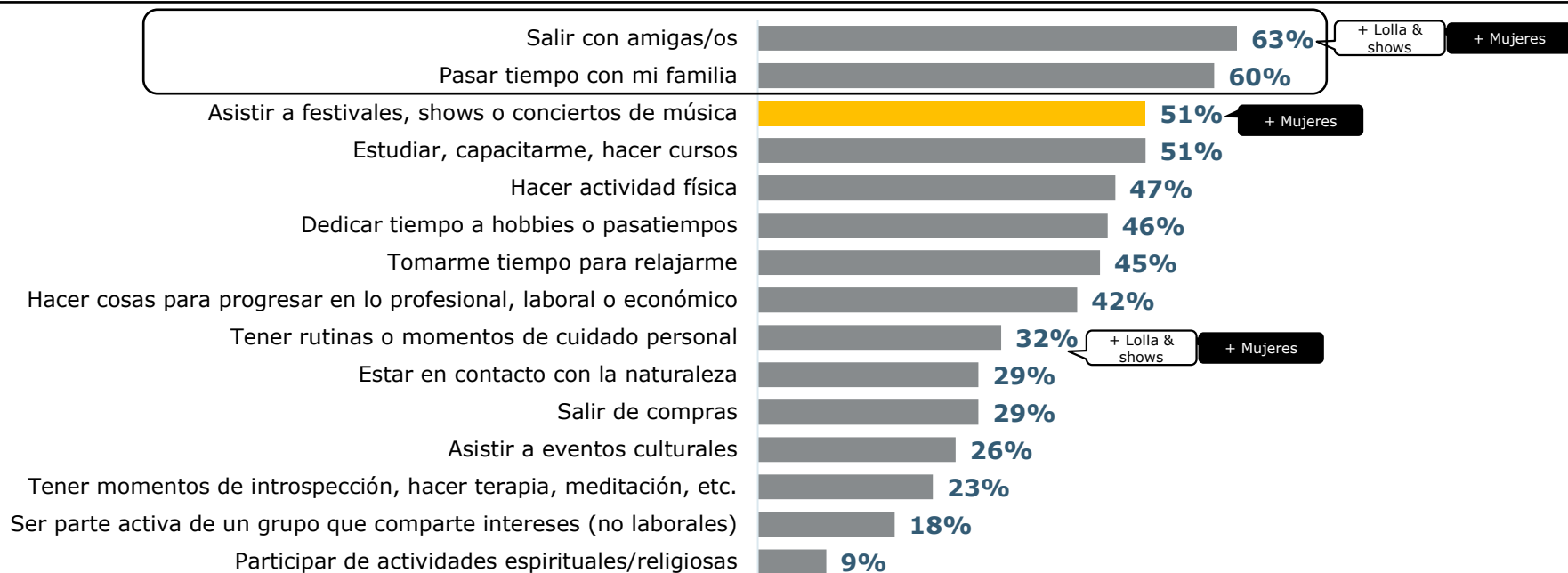
### COSAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL BIENESTAR - Según segmentos actitudinales

	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Progresar profesional, laboral o económicamente	<b>66%</b>	66%	62%	76%	51%	59%
Sentirme bien físicamente	<b>40%</b>	48%	43%	36%	45%	21%
Sentirme bien anímicamente	<b>39%</b>	33%	42%	42%	30%	52%
Tener una buena vida familiar	<b>39%</b>	44%	39%	34%	42%	38%
Tener un ritmo de vida con el que me sienta cómoda/o	<b>37%</b>	39%	29%	40%	38%	35%
Tener una buena vida social	<b>35%</b>	35%	36%	30%	42%	43%
Verme bien	<b>30%</b>	18%	37%	32%	36%	25%

De la siguiente lista, ¿cuáles dirías que son las 3 cosas que más influyen en tu bienestar?  
Base: Total entrevistados (836 casos)

**Salir con amigxs** es el hábito más enraizado para los jóvenes argentinxs, al mismo nivel que **pasar tiempo en familia**.  
**La mitad de los jóvenes asiste a eventos musicales** (sobre todo mujeres).

## ACTIVIDADES HABITUALES



Para empezar nos gustaría preguntarte algunas cosas sobre tus hábitos. De la siguiente lista de cosas, ¿cuáles hacés habitualmente?  
Base: total encuestadxs (836 casos) |

Lxs **Imparablx** realizan **tareas de formación** y, como lxs **conformxs**, hacen **actividad física** (a diferencia de lxs **Aspirantxs**). Lxs **inconstantxs**, en cambio, **priorizan lo social** y el **relax**. Por último, lxs **desconectadx**, no sólo son **quienes menos estudian**, sino que **tampoco tienen rutinas de cuidado personal ni salen de compras**.

## ACTIVIDADES HABITUALES - Según segmentos actitudinales

	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Salir con amigas/os	63%	58%	75%	59%	63%	69%
Pasar tiempo con mi familia	60%	63%	70%	55%	63%	45%
Asistir a festivales, shows o conciertos de música	51%	55%	59%	45%	53%	52%
Estudiar, capacitarme, hacer cursos	51%	62%	51%	46%	52%	37%
Hacer actividad física	47%	60%	48%	38%	55%	40%
Dedicar tiempo a hobbies o pasatiempos	46%	53%	53%	40%	43%	49%
Tomarme tiempo para relajarme	45%	42%	56%	40%	45%	47%
Hacer cosas para progresar en lo profesional, laboral o económico	42%	50%	38%	39%	39%	47%
Tener rutinas o momentos de cuidado personal	32%	38%	33%	28%	37%	22%
Estar en contacto con la naturaleza	29%	33%	29%	24%	35%	30%
Salir de compras	29%	33%	31%	27%	31%	14%
Asistir a eventos culturales	26%	28%	31%	20%	31%	24%
Tener momentos de introspección, hacer terapia, meditación, etc.	23%	27%	15%	23%	28%	25%
Ser parte activa de un grupo que comparte intereses	18%	21%	18%	15%	21%	19%
Participar de actividades espirituales/religiosas	9%	11%	9%	6%	11%	9%

De la siguiente lista, ¿cuáles dirías que son las 3 cosas que más influyen en tu bienestar?

Base: Total entrevistados (836 casos)

Compartir tiempo con amigos y familia es lo que más influye al bienestar, muy por encima de actividades más "funcionales". Asistir a eventos rankea tercero, con casi el mismo nivel de importancia que pasar tiempo con la familia.

## ACTIVIDADES QUE MÁS INFLUYEN EN EL BIENESTAR







De la siguiente lista, ¿cuáles dirías que son las 3 actividades que más influyen en tu bienestar?  
Base: Total entrevistados (836 casos)

Para IXs **Inconstantes** influye más el consumo musical. Para **Aspirantes**, "hacer cosas para progresar" (a contrapelo de Ixs Conformes).

Entre **Desconectadxs** el bienestar no depende tanto de pasar tiempo con sus familias.

### ACTIVIDADES QUE MÁS INFLUYEN EN EL BIENESTAR Según segmentos actitudinales

	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Salir con amigas/os	<b>45%</b>	34%	54%	44%	50%	48%
Pasar tiempo con mi familia	<b>35%</b>	43%	37%	30%	40%	22% 
Asistir a festivales, shows o conciertos de música	<b>32%</b>	31%	42% 	29%	27%	34%
Hacer actividad física	<b>30%</b>	35%	24%	29%	33%	33%
Hacer cosas para progresar en lo profesional, laboral o económico	<b>25%</b>	20%	20%	37% 	10% 	25%
Dedicar tiempo a hobbies o pasatiempos	<b>24%</b>	26%	29%	23%	21%	18%
Tomarme tiempo para relajarme	<b>21%</b>	21%	18%	24%	21%	21%
Estudiar, capacitarme, hacer cursos	<b>17%</b>	21%	14%	17%	17%	11%
Tener rutinas o momentos de cuidado personal	<b>14%</b>	11%	15%	10%	19%	23%
Estar en contacto con la naturaleza	<b>11%</b>	8%	13%	11%	12%	11%
Tener momentos de introspección, hacer terapia, meditación, etc.	<b>10%</b>	10%	8%	11%	12%	9%

De la siguiente lista, ¿cuáles dirías que son las 3 cosas que más influyen en tu bienestar?

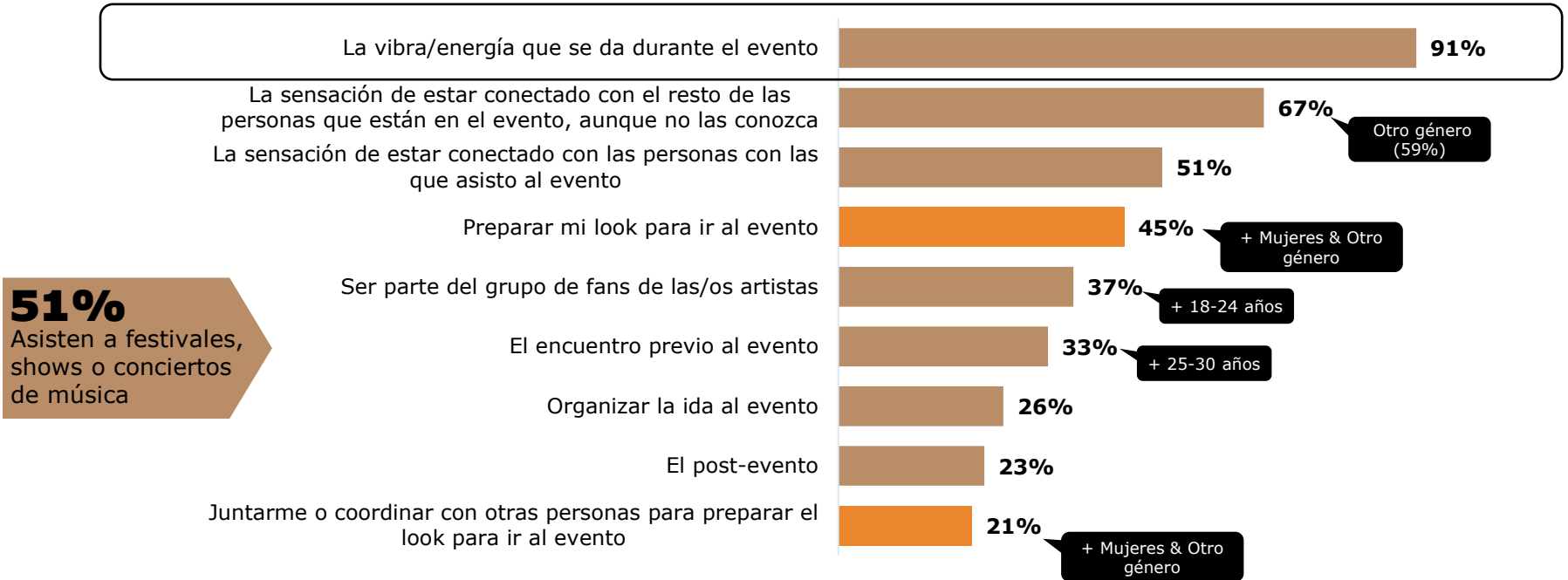
Base: Total entrevistados (836 casos)



# LOS EVENTOS Y EL LOOK

Por lejos, la **energía que se genera en los shows** es lo que más se valora y disfruta. El look y su preparación también son importantes, con fuerza entre Mujeres y Otros géneros

### LO QUE DISFRUTAN DE UN EVENTO













**51%**  
Asisten a festivales, shows o conciertos de música

¿Cuáles son las cosas que más disfrutás en relación a los eventos?  
Base: total encuestadxs que declaran asistir a shows/eventos o conciertos de música (470 casos)

Para lxs **Imparables** cobra relevancia la conexión con “desconocidxs”, mientras que para lxs **Inconstantes** la de sentirse cerca del grupo con el que asiste. Lxs **Desconectados** mantienen un perfil apático también en su vinculación con los eventos musicales.

## LO QUE DISFRUTAN DE UN EVENTO Según segmentos actitudinales

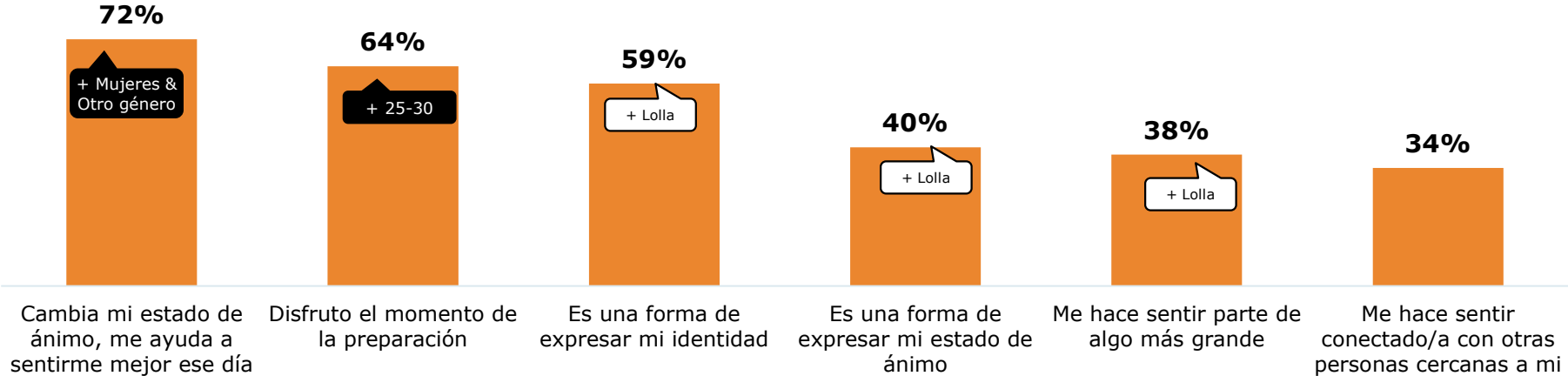
	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
La vibra/energía que se da durante el evento	<b>91%</b>	87%	93%	94%	91%	89%
La sensación de estar conectado con el resto de las personas que están en el evento, aunque no las conozca	<b>67%</b>	76% 	60%	68%	63%	63%
La sensación de estar conectado con las personas con las que asisto al evento	<b>51%</b>	49%	56% 	50%	53%	45% 
Preparar mi look para ir al evento	<b>45%</b>	48%	41%	47%	49%	27% 
Ser parte del grupo de fans de las/os artistas	<b>37%</b>	45% 	37%	29%	47% 	24% 
El encuentro previo al evento	<b>33%</b>	43% 	29%	37%	23%	19% 
Organizar la ida al evento	<b>26%</b>	34% 	22%	21%	24%	25%
El post-evento	<b>23%</b>	22%	26%	23%	22%	19%
Juntarme o coordinar con otras personas para preparar el look para ir al evento	<b>21%</b>	29%	21%	14%	26%	18%

¿Cuáles son las cosas que más disfrutás en relación a los eventos?

Base: total encuestadxs que declaran asistir a shows/eventos o conciertos de música (470 casos) |

Para 7 de cada 10 jóvenes argentinos, **prepararse para un evento cambia el estado de ánimo**. Es un momento que no solo **se disfruta**, sino que también ayuda a **expresar la identidad**.







LA PREPARACIÓN DEL LOOK



Nos comentaste que disfrutás de preparar tu look para el evento, qué es lo que te hace disfrutar de esto?  
Base: Quienes respondieron que disfrutaban de preparar su look o juntarse con otros para preparar su look para el evento (216 casos) |

En los **Desconectados**, la **preparación del look** adquiere un rol más **expresivo**: se vincula especialmente con la **identidad** y el **estado de ánimo**, más que en otros segmentos.

### LA PREPARACIÓN DEL LOOK Según segmentos actitudinales

	TOTAL	IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Cambia mi estado de ánimo, me ayuda a sentirme mejor ese día	<b>72%</b>	69%	69%	73%	75%	80%
Disfruto el momento de la preparación	<b>64%</b>	71%	71%	57%	58%	58%
Es una forma de expresar mi identidad	<b>59%</b>	65%	49%	64%	47%	71% 
Es una forma de expresar mi estado de ánimo	<b>40%</b>	51%	31%	38%	32%	62% 
Me hace sentir parte de algo más grande	<b>38%</b>	47%	33%	30%	51% 	28%
Me hace sentir conectado/a con otras personas cercanas a mi	<b>34%</b>	37%	45% 	14% 	47%	52% 

Nos comentaste que disfrutás de preparar tu look para el evento, qué es lo que te hace disfrutar de esto?

Base: Quienes respondieron que disfrutaban de preparar su look o juntarse con otros para preparar su look para el evento (216 casos) |

Dentro del cuidado personal, **las fragancias destacan como el principal generador de bienestar inmediato**. Otras rutinas acompañan, y en el caso de lxs **Conformes** las de **cuidado facial** casi igualan a los **perfumes**. El **maquillaje** queda más relegado, salvo entre Inconstantes.

Si pensás en el cuidado personal físico/estético, **¿CUÁLES SON LAS 2 COSAS QUE MÁS BIENESTAR TE PRODUCEN?**

		IMPARABLES	INCONSTANTES	ASPIRANTES	CONFORMES	DESCONECTADOS
Usar perfumes/fragancias	+ Lolla + Hombres 44%	44%	54% ↑	40%	43%	40%
Tener una rutina / usar productos de cuidado facial	+ Mujeres 30%	29%	32%	29%	36% ↑	16%
Tener una rutina / usar productos para el cuidado del cabello	+ Mujeres 29%	33%	24%	32%	25%	23%
Tener una rutina / usar productos para el cuidado corporal	28%	31%	23%	27%	27%	33%
Usar maquillaje	+ Mujeres + Lolla 19%	19%	26% ↑	21%	13%	12%
Ninguna de estas	+ Hombres 16%	12%	11%	19%	17%	27% ↑

Base: Total entrevistados (836 casos)

En **fragancias y cuidado corporal** el bienestar está impulsado principalmente por la **sensación al usarlo**. En **cabello y maquillaje**, en cambio, el bienestar se vincula más con el **resultado final**, pero **make up es también** por el **ritual**, al igual que los **faciales**.

¿QUÉ ES LO QUE TE DA ESE BIENESTAR?	HABITOS DE CUIDADO PERSONAL QUE GENERAN BIENESTAR				
	Usar perfumes / fragancias	Tener una rutina / usar productos de cuidado facial	Tener una rutina / usar productos para el cuidado del cabello	Tener una rutina / usar productos para el cuidado corporal	Usar maquillaje
<b>El momento /ritual de usarlo</b>	9% + Otro género + 18-24	22% + Mujeres & Otro género	10%	13%	23% + Otro género
<b>La sensación física al usarlo</b> (p.e. las texturas, la fragancia, la forma en la que se siente en tu cuerpo cuando lo aplicás, etc.)	59% + 25-30	39% + Hombres + 25-30	27%	45%	16%
<b>El resultado final</b>	32%	39%	63%	42%	61%

# Contacto

Adrián Kohan 📍

[adrian.kohan@gentede mente.info](mailto:adrian.kohan@gentede mente.info) ✉️

+54 911 31913782 📞

