



AMOR I RELACIONS | | Actualitzat el 25/09/2024 a les 19:00

Poden els diners comprar la felicitat? Un estudi fixa una xifra



En un món cada cop més marcat per l'estrès i les expectatives, la recerca de la felicitat ha esdevingut una prioritat per a moltes persones. La famosa afirmació que "els diners no compren la felicitat" ha estat un mantra comú, però la realitat és més complexa. Recentment, un nou estudi ha aportat dades que desafien aquesta idea tradicional, fixant una xifra concreta que podria oferir una perspectiva renovada sobre la relació entre els ingressos i el benestar emocional.

Fa més d'una dècada, el 2010, es va publicar un estudi que deia que amb **75.000** dòlars la gent comença a ser feliç. Aquest estudi s'ha anat actualitzant i segons *The Wall Street Journal*, és el següent:

A partir de **110.000 dòlars** la taxa de felicitat multiplica a la de les persones que no tenen aquests diners.

Entre els que cobren menys de **10.000 euros a l'any**, només el 35% es declara molt feliç. Entre els que es consideren pobres, només és un de cada tres.



A l'altre extrem, els que cobren més de **mig milió a l'any**. El 100% d'aquests es declaren feliços.

És a dir, els diners donen la felicitat i es dispara a partir de 110.000 euros. La segona conclusió és que com més diners tens, més feliç ets. Duplicar el teu salari de 50.000 a 100.000 euros genera la mateixa felicitat que duplicar-la de 100 a 200.000.

L'economista Matt Killingsworth, l'investigador principal d'aquest tema, afirma que no són els béns que un pot comprar, sinó les opcions que aquests diners et donen. Són les que generen aquesta sensació de felicitat. Avui, el Journal, en una de les coses més divertides que es publiquen en Economia, diu que aquesta xifra màgica, aquests 110.000 euros, en realitat no existeix, i que cada persona té el seu propi número.

Això sí, el que hem de tenir en compte és que sovint ens sentim pressionats per l'èxit econòmic, de fet aquesta investigació diu que la felicitat pot ser un objectiu més accessible si ens centrem en les experiències que valorem.