



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

**Grado en Economía
Economía de la Soledad**

Martín García Ortiz

Tutor: José Luis García Lapresta

Departamento de Economía Aplicada

Curso: 2021-2022

Índice

Resumen.....	5
Abstract.....	5
1. Introducción.....	6
2. Metodología.....	7
3. El concepto de soledad.....	7
4. Causas de la soledad.....	8
4.1. El entorno laboral.....	8
4.1.1 Temporalidad.....	9
4.1.2 Desempleo.....	9
4.1.3 Teletrabajo.....	9
4.2 Urbanismo.....	10
4.3 Redes sociales.....	11
4.4 Desconfianza en instituciones públicas.....	12
4.5 Soledad y COVID-19.....	12
5. La Situación de la soledad en la actualidad.....	13
5.1 Demografía.....	13
5.1.1 El envejecimiento: La evolución de la población de más de 65 años.....	13
5.1.2 Soltería y viudedad.....	14
5.2 Hogares unipersonales.....	15
5.3 Eurostat: Interacción social y relaciones de confianza en Europa (2013-2015)...	16
5.3.1 Soledad por países europeos.....	16
5.3.2 Soledad y renta.....	17
5.4 El caso de los jóvenes.....	18
5.5 Conclusión: ¿Estamos más solos?.....	19
6. Impacto económico de la soledad.....	20
6.1 Coste al sistema público de salud.....	20
6.2 Efectos en la productividad y el crecimiento.....	21
6.3 Las preferencias del consumidor solitario.....	22
6.4 Las oportunidades de negocio.....	23
6.4.1 Las emisiones en directo: Twitch , YouTube y otros.....	24
6.4.2 Redes sociales.....	26
6.4.3 Economía sumergida: drogas y prostitución.....	27
6.4.4 Industria farmacéutica.....	27
6.4.5 Pagar por compañía.....	29

7. Acciones respecto al fenómeno de la soledad.....	29
7.1 La medición de la soledad	30
7.2 Políticas contra la soledad	30
7.3. El estudio económico de la soledad.....	31
8. Conclusiones.....	32
Referencias	34
Anexos.....	39
Gráficos	39
Tablas	39
Ilustraciones	39

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar el fenómeno de la soledad desde un punto de vista no solo social sino sobre todo económico, para poder definir si realmente presenta un fenómeno de interés para el estudio de los economistas. Observando los trabajos ya existentes sobre soledad y economía, el documento presentará una imagen general sobre la relación entre ambos fenómenos. Se observarán las causas y situación de la soledad, en relación con la economía, así como sus efectos sobre distintos áreas como el gasto público, el crecimiento y la productividad. También se estudiarán los mercados beneficiados por la misma, si los hubiese, y, finalmente, se analizarán las acciones respecto al estudio y el tratamiento de este fenómeno.

Palabras clave: Soledad, Aislamiento, Economía, Salud pública

Abstract

The aim of this study is to analyze loneliness not only as a social issue, but mainly as an economic one, in order to state whether it presents a relevant matter for economists to study. By observing the existing works about loneliness and economics, the study will present a general image on the relationship between both phenomenoms. The document will investigate the causes and current situation of loneliness, in relation to the economy, as well as its effects on several áreas, such as public spending, economic growth and productivity. The markets who may benefit from loneliness will also be studied. Finally, the actions regarding the study and the treatment of loneliness by public institutions will also be described.

Key words: Loneliness, Social isolation, Economics, Public health

1. Introducción

“El infierno es el otro” – Jean Paul Sartre

Toda persona se ha sentido sola en algún momento de su vida. A diario se ven casos de ancianos solitarios que no tienen con quien hablar, o jóvenes que se sienten aislados al carecer de amistades en sus institutos o universidades. La soledad es una realidad para muchas personas, bien sea de manera temporal o como algo extendido en el tiempo. Más allá de quien es más introvertido por naturaleza, la sensación o realidad de no tener personas alrededor con las que no solo interactuar o hacer planes, sino en las que poder confiar y pedir ayuda resulta sumamente desagradable e incluso dolorosa para cualquiera.

Durante 2020, el conjunto de la sociedad en todos los países del mundo vivió la llegada de la pandemia de la COVID-19. Desde marzo de 2020 (exceptuando China), la mayoría de países occidentales vieron como a raíz de las restricciones, sus libertades se veían comprometidas como nunca antes. Dichas restricciones cortaron casi total o totalmente nuestras relaciones (físicas al menos) con toda persona que no conviviese con nosotros. En los casos en las que las personas vivían solas, esto supuso un aislamiento casi total durante algo menos de dos meses. Este aislamiento general, vivido por casi la totalidad del planeta, hizo que se considerase el fenómeno de la soledad con una atención mucho mayor a la prestada hasta el momento.

Nuestra sociedad, en parte también a raíz de la pandemia, ha mostrado un mayor interés en los últimos años por la salud mental. Temas tabú como la depresión o la ansiedad han cobrado una gran relevancia en el debate social y político, motivados por los preocupantes datos sobre suicidio en muchos países. Con este interés llega la pregunta sobre qué factores sociales o personales pueden guardar relación con este tipo de padecimientos relacionados con la salud mental. No existe solo una salud física, sino también una mental, de gran importancia, y fuertemente relacionada con la primera. La compañía y el apoyo de otros parecen, a priori, algo fundamental a la hora de mantener una buena salud mental.

¿Qué importa todo esto para a un economista? Esa es la cuestión sobre la que se basa este trabajo. Recopilando y analizando los estudios y trabajos publicados en distintas áreas sobre las soledad, se intentará relacionar la soledad y distintos aspectos de la economía. Comenzaremos definiendo la soledad, para luego observar las causas de la misma, en relación también con fenómenos económicos como el desempleo o la temporalidad. Tras ello, veremos la tendencia en los últimos años de la soledad y su situación actual, es decir, si realmente existen más personas solas y si esta situación es diferente según ciertas condiciones sociales. Posteriormente se describirán las consecuencias de la misma en distintas áreas, tanto sus efectos (positivos o negativos) sobre los costes, la productividad o el crecimiento; como la manera en la que condiciona a ciertos consumidores, creando nuevos mercados y oportunidades de negocio. Finalmente, se examinarán las acciones tomadas respecto a la soledad, tanto en la materia de estudio, como desde los poderes públicos. Con todo ello podremos responder: ¿es la soledad realmente relevante para la Economía? ¿Debemos hacer algo al respecto?

2. Metodología

Abordar el problema de la soledad en la actualidad resulta altamente complicado por la escasez de estudios y sobre todo de datos sobre la misma. Son muy pocos los datos de verdadera soledad siguiendo criterios como la escala UCLA, la escala Este II u otros criterios similares, los cuales utilizan afirmaciones y preguntas de escala para elaborar encuestas que permitan medir el nivel de soledad. En el caso de los datos disponibles además, su extensión a lo largo del tiempo es escasa o nula, siendo mayoritariamente datos de corte transversal, por lo que estudiar la evolución de la soledad y sus posibles factores resulta de gran dificultad. Por otro lado, aunque Eurostat y la OCDE sí tienen algunos datos relativos a dicho fenómeno, tienden a estar incompletos, resultando en muestras más pequeñas y con importantes ausencias (como la de China en el caso de la OCDE). Por otro lado, la recopilación de datos primarios resulta un proceso complicado y fuera de alcance por los medios disponibles.

Por ello se ha empleado mayoritariamente literatura ya existente sobre la soledad, sus causas y/o su impacto económico, con estudios que o bien han obtenido datos mediante la realización de experimentos y/o encuestas, o bien han analizado datos disponibles en bases de datos propias o ajenas. En los casos en los que se ha podido emplear la información disponible en bases de datos, como las mencionadas Eurostat y OCDE, se ha hecho, realizando en alguno de los casos (cuando ha sido posible) contrastes estadísticos, como un análisis de la mediana, utilizando el software estadístico SPSS y buscado posibles factores o condicionantes de la soledad. También se han manejado datos del Instituto Nacional de Estadística para las estadísticas demográficas (como el envejecimiento o el porcentaje de solteros), sociales y económicas españolas (por ejemplo el precio de la vivienda).

3. El concepto de soledad

Resulta bastante obvio comenzar preguntándose: ¿qué es estar solo? Como a la hora de definir otras sensaciones o sentimientos (¿qué es tener miedo?, por ejemplo) acotar un término tan abstracto resulta altamente complicado. Sin embargo, sí podemos hacer ciertas distinciones que permitan identificar diferencias o, si somos más precisos, dimensiones de lo que significa e implica la soledad. Apoyándonos tanto en la literatura como en los indicadores relacionados con la soledad empleados por Eurostat podemos separar dos conceptos claves:

- **Aislamiento social:** El aislamiento social hace referencia a la falta de interacción significativa y/o afectiva con otras personas, bien sean estos amigos, pareja o familiares, entre otros como indican Matook et al. [34]. Podemos vincular este término a grupos como los mayores de 65 años que viven solos, por ejemplo, o a fenómenos como la exclusión social.
- **Sentirse solo:** Este término se refiere a una experiencia mucho más compleja y difícil de cuantificar o medir de manera estándar. Sin embargo, este sentimiento subjetivo tiene la misma o mayor importancia que el anterior término. Aunque el aislamiento social pueda ser algo relativamente más minoritario en ciertos grupos, como los jóvenes, el sentimiento de soledad en muchos de ellos está más extendido y, de acuerdo con algunos autores, está en aumento [63]. Mientras que

el aislamiento social total puede ser más difícil de experimentar en nuestros tiempos, a raíz de las redes sociales e Internet, la soledad no parece haber retrocedido como veremos. Podemos estar más acompañados y a la vez más solos.

Este aspecto subjetivo resulta especialmente interesante a un nivel microeconómico si lo vinculamos al concepto de utilidad como lo hace Rojas [50]. Debe enfocarse la utilidad como algo no presente en los bienes o servicios en sí, sino como un valor que el propio consumidor otorga a dichos bienes o servicios. Sentirse solo provoca alteraciones en nuestras preferencias, siendo además la compañía una necesidad humana de gran prioridad después de las necesidades puramente esenciales a nivel físico, como comer o dormir, como ya describió Maslow [33]. Unos consumidores más solos buscarán aliviar dicho sentimiento a raíz de sus decisiones de consumo (y por lo tanto también de trabajo).

Al igual que en muchos otros casos, desde un punto de vista tanto sociológico como económico, se torna esencial observar el aspecto institucional de la soledad. En este aspecto a raíz de las ideas que Hertz [18, pp. 20-22] incorpora hemos denominado “soledad institucional” a este sentimiento. Dicho término hace referencia a la soledad experimentada por los individuos por el desligamiento con gran parte de las instituciones sociales, especialmente (aunque no solo), las públicas y estatales. Con la llegada de las crisis del 2008 y de la pandemia, con su impacto en la vida de los ciudadanos, la desconfianza en las instituciones públicas, el Estado y sobre todo, los políticos, ha experimentado un gran aumento. A raíz de ello, este tipo de soledad ha adquirido especial relevancia. Como señala Hertz [18, pp. 61-70], la “soledad institucional” muestra importantes vínculos con acontecimientos como el crecimiento de movimientos populistas.

4. Causas de la soledad

Como nos ocurrirá a lo largo de todo este estudio, establecer con completa seguridad los motivos que llevan a las personas a sentirse o a estar solas resulta prácticamente imposible. Un aspecto fundamental es la falta de datos, y especialmente, de series temporales extendidas en largos periodos, que nos permitan correlacionar la evolución de la soledad con otras variables socioeconómicas, como pudieran ser el desempleo o la riqueza. Aun así, podemos comprobar lo que otros estudios han hallado mediante encuestas, experimentos y otros métodos; y recopilar cuáles de ellos han encontrado relación entre la soledad y determinados factores de diversos tipos: psicológicos, sociológicos y, por supuesto, económicos.

4.1. El entorno laboral

En esta subsección estudiaremos la literatura existente sobre el efecto en la soledad de las condiciones laborales de los individuos. Al ser este un aspecto muy amplio, nos detendremos primeramente en dos realidades muy cercanas y estudiadas por los economistas a menudo, la temporalidad y el desempleo. Posteriormente, examinaremos una modalidad laboral que ha adquirido gran popularidad con la pandemia, el teletrabajo.

4.1.1 Temporalidad

Respecto a la temporalidad hallamos el estudio realizado en la Universidad de Gante por Moens et al., [37]. Dicho trabajo estudió el nivel de soledad percibido, junto a la satisfacción en el lugar de trabajo de una muestra de casi 1400 empleados, evaluando ambos factores entre trabajadores temporales e indefinidos. El estudio concluyó que, tanto la satisfacción laboral como la soledad eran mayores en los trabajadores temporales, existiendo una relación significativa entre ambas realidades.

Esta relación no resulta ilógica. Al haber mayor movilidad entre empleos dentro de los trabajadores temporales, es normal que los lazos con el entorno laboral (como los compañeros, por ejemplo) resulten menos relevantes o profundos. Además, estos trabajos suelen estar peor retribuidos, lo que supone menos renta y menos posibilidades de ocio, estando éste relacionado con la soledad. Teniendo en cuenta el problema de temporalidad extendido en numerosos países, podemos estar ante un factor de importancia a la hora de explicar el posible crecimiento de la soledad en gran parte de los países desarrollados.

4.1.2 Desempleo

Algo similar ocurre con el desempleo. Como es sabido, éste ha supuesto un importante problema, tanto a raíz de la crisis del 2008, como a la COVID-19. Además, su incidencia ha sido particularmente fuerte en las economías mediterráneas como España (Gráfico 1). También, Penning et al. [41] han podido establecer una relación positiva en mayor puntuación en la escala UCLA de soledad (simplificada) y el desempleo, empleando una muestra de más de 200 individuos, divididos por su situación laboral.

La relación vuelve a ser lógica. Por un lado, la falta de empleo imposibilita la relación con otros compañeros y reduce la interacción social (incluso si esta no es especialmente afectiva o significativa). Por otro lado, la reducción del ocio a raíz de las limitaciones de renta es todavía mayor que en el caso de la temporalidad, ya que como mucho percibimos la prestación por desempleo, que apenas permite cubrir las necesidades básicas como la vivienda [21]. Kung [23] señala que este efecto empeora en el caso del desempleo a largo plazo, al prolongarse dichas realidades a lo largo del tiempo y debilitarse todavía más los lazos con otros individuos.

4.1.3 Teletrabajo

Aunque en 4.5 se tratarán los efectos del COVID y las restricciones contra la soledad, se estudiarán aparte los efectos del teletrabajo. El motivo no es otro que, mientras que las restricciones han sido algo exclusivo de la pandemia, el teletrabajo ya llevaba implementándose durante años en muchos países. Para muchas compañías este tipo de modalidad laboral permite ahorrar costes vinculados al mantenimiento de las oficinas o el lugar de trabajo, entre otros. Para los trabajadores permite una mayor flexibilidad y un posible abaratamiento del coste de vida, al poder trabajar para compañías fuera de su lugar de residencia sin necesidad de desplazamiento. En la Unión Europea el teletrabajo suponía casi un 10% del empleo total de media antes de la pandemia [6]. Tras la misma, la media ha aumentado hasta un 12,3%.

A pesar de sus efectos positivos, el teletrabajo supone omitir uno de los principales lugares de interacción social para una parte importante de la población: el entorno laboral. De manera parecida a como veíamos en 4.1.1., esta omisión puede tener un

impacto sobre la soledad en aquellos trabajadores, que bien optan por esta modalidad, o bien la adoptan como única opción. María y Ledesma [32] hallaron que los teletrabajadores declaran sentirse más solos de media y más aislados. Además, obtuvieron estas tendencias con datos previos a 2020 por lo que se eliminan otros efectos paralelos del contexto de la pandemia que examinaremos en 4.5 Soledad y COVID-19.

4.2 Urbanismo

Como describe López [29], desde la segunda mitad del siglo XX, en España, al igual que en muchos países, se popularizaron modelos urbanísticos que comprendían grandes zonas residenciales alejadas del centro de las ciudades. Primeramente, se dio el fenómeno de ciudad dormitorio, con grandes bloques de edificios y viviendas más baratas que las céntricas. Sin embargo, más adelante se ha adoptado el modelo chalet, muy influido por los *suburbs* de los países anglosajones, especialmente Estados Unidos.

Estas zonas se caracterizan, entre otros, por una escasez de espacios comunes, como parques, cafeterías u otros negocios donde sea posible la interacción con otras personas, limitando muchas veces el ocio a las actividades posibles dentro de las viviendas. Además, el modelo chalet no implica momentos de interacción diarios que un edificio “obliga a tener”, como coincidir en el ascensor o en el portal. También se viven fuertes segregaciones por cuestiones de renta, entre otros, formando además “burbujas” respecto a la ciudad y sus barrios con la aparición de colegios y otros espacios, también, muy condicionados a la renta y con poca diversidad.

Con el coste de vivir en los centros de las ciudades creciendo y la burbuja inmobiliaria de principios de siglo, este tipo de vivienda creció astronómicamente, siendo muchos de sus beneficiarios jóvenes de unos 30 años, en muchos casos en proceso de formar una familia y que buscaban una opción viable. López [29] los denomina como la *generación PAUers*, haciendo referencia a la prueba de selectividad que tuvieron que realizar dichas generaciones. Además, sitúa en este tipo de urbanizaciones un factor favorable al individualismo, la segmentación y el aislamiento social respecto a lo externo a la urbanización y a la ciudad en general.

En este aspecto, se habla de un componente demográfico distinto de los otros, ya que dichas viviendas suelen ser ocupadas por parejas o familias de mediana edad. No son los mayores de 65 años de los que hablábamos previamente, o los adolescentes y jóvenes que trataremos en 5.4 El caso de los jóvenes. De hecho, es un grupo sobre el que la literatura escasea y del que a raíz de su falta de atención, no es posible evaluar bien su situación respecto a la soledad. Esto supone un fuerte factor limitante al hablar de edades donde se dan procesos vitales como irse a vivir fuera y formar una familia (o no hacerlo mientras otros lo hacen).

La falta de datos hace que resulte bastante difícil contrastar esta hipótesis y, al no existir apenas trabajos que relacionen la soledad con este tipo de urbanismo, esto es todavía más complicado. Aun así, siendo bastante lógico el razonamiento que realiza López [29], parece adecuado al menos mencionarlo como una de las posibles causas más relacionadas con la economía y con un grupo de edad distinto a los vistos en otras secciones.

4.3 Redes sociales

La relación de la soledad con las redes sociales es uno de los campos más complejos. Por un lado, las redes sociales son vistas en ocasiones como un medio de fomentar el sentimiento de soledad, normalmente mediante la promoción de estilos de vida inalcanzables para la mayoría y en muchos casos irreales. Esta línea de razonamiento vincula la soledad con la envidia hacia otros y la autoestima. También hay que tener en cuenta el acoso o la discriminación por redes sociales. Por otro lado, para muchos individuos, las redes sociales se han convertido en un medio de conectar con otras personas y formar amistades que, en ciertos casos, no son capaces de hacer de manera presencial o física.

Esto crea una especie de pregunta al estilo del huevo y la gallina: ¿crean las redes personas solitarias? ¿buscan las personas solitarias las redes sociales? Y, además, ¿es su efecto sobre la soledad negativo o positivo? Dentro de las importantes limitaciones encontradas, vuelve a estar presente la dificultad de obtener datos, por lo que de nuevo se ha optado por examinar en mayor profundidad la literatura existente. Por otro lado, fruto de ese ciclo que se ha mencionado, se estudiarán tanto primeramente las redes sociales en la sección de causas, como posteriormente analizando el impacto económico de la soledad. Por el momento se comenzará con la primera pregunta: ¿crean las redes sociales personas solitarias?

Los trabajos existentes ofrecen respuestas diversas a esta pregunta. Pérez y Quiroga-Garza [42] señalan una relación positiva entre nivel de soledad y uso de redes sociales. Además, su estudio se apoya en otra literatura existente que señala que el “gancho” de las redes sociales es precisamente el alivio de sensaciones negativas como la soledad, como también señalan Fumagalli et al. [11]. Sin embargo, como nos indican Rokach y Borck [51], la sensación de soledad no mejora porque los usuarios olvidan intentar solucionar el origen de dicha soledad al encontrar una “vía de escape” en las redes sociales. Con lo cual entramos en un “círculo vicioso” en el que las redes sociales provocan alivio de la soledad pero impiden que esta cese, creando adicción con “acción dañina”

Apoyando el caso contrario encontramos el trabajo de Sheldon [56], que estudiaba la puntuación de los usuarios de dicha red social en ciertos aspectos vitales, incluida la soledad. Dicho trabajo dividió a los participantes en usuarios y no usuarios de Facebook, hallando que la soledad o la timidez llevaban a muchos de los participantes a no crearse a una cuenta de Facebook. También halló un efecto positivo en los usuarios que se declaraban tímidos pero sí usaban Facebook. Podemos considerar, teniendo en cuenta los estudios antes presentados, si estamos ante ese círculo vicioso del que se hablaba y que era mencionado previamente.

Matook et al. [34] indican que las interacciones comunales reducen el nivel de soledad, mientras que aquellas en las que se supone que debe existir un “intercambio” tienden a incrementarla, siendo en este último caso a menudo la causa precisamente la ausencia de este supuesto intercambio o la no equivalencia. Por ejemplo, un mensaje o un comentario no respondido. También se encontró una relación negativa entre el nivel de soledad percibido y un uso más activo de las redes sociales, en el que el usuario no se limita a ser un mero espectador, sino que participa con comentarios u otros medios. Lo

contrario ocurre con el uso pasivo, que parece guardar una relación positiva con la soledad.

La diversidad de opiniones y conclusiones no facilita poder sacar una conclusión clara sobre si las redes sociales en su conjunto provocan una mayor soledad. Sin embargo, dicha diversidad añadida a otra literatura observada al final de esta sección parece indicar que ambos casos son posibles, y que dicha diferencia puede darse a raíz del distinto uso que se les dé a las redes sociales, mejorando el nivel de soledad cuando dichas interacciones son activas y proporcionan un sentido de comunidad. Estudiaremos dicho caso en secciones posteriores, al hablar de las oportunidades de negocio surgidas a partir de la soledad.

4.4 Desconfianza en instituciones públicas

A raíz del concepto de soledad institucional obtenido de Hertz [18], se ha estudiado si existe alguna relación positiva entre nivel de soledad y desconfianza en las instituciones del país. Como mencionamos en 3, la confianza de los ciudadanos en ciertas instituciones, especialmente en los gobernantes y políticos, se ha deteriorado considerablemente en los últimos años, parcialmente por la llegada de la crisis del 2008 (y sus efectos) y posteriormente de la pandemia.

Hertz [18, pp. 61-63] señala además que dichos individuos pueden ser más fácilmente atraídos por partidos o plataformas populistas al proveer una sensación de pertenencia a un grupo social, que además está discriminado. Mediante los datos de Eurostat se observa que la confianza en los políticos y las instituciones públicas en 2013 (Tabla 1) ya se situaba por debajo del 5 en una escala de 10 puntos para la gran mayoría de países de la Unión Europea, no llegando la cifra en nuestro país ni siquiera al 2. También era baja la confianza en el sistema legal en la mayoría de países, aunque mayor que en los políticos (4,6 de media frente a 3,5). Algo más alta es la confianza en la policía, que se sitúa cerca del 6. Si pensamos en fenómenos como el Brexit o el éxito de propuestas electorales como la de Trump, la soledad institucional parece poder ser un importante factor en nuestra vida política y con ello en la economía, mereciendo quizás una mayor atención junto al aislamiento social y el sentimiento de soledad descritos en 3. El concepto de soledad.

4.5 Soledad y COVID-19

Sería imposible abordar el tema de la soledad sin mencionar uno de los factores que ha provocado un aumento de la atención pública hacia el problema. Durante marzo de 2020 la mayoría de países occidentales decretaron estrictas medidas de confinamiento para frenar la expansión del virus de la COVID-19, después de que China, lugar de origen de la pandemia, lo hubiese hecho unos meses antes. Dichas medidas, aunque han ido cambiando y relajándose progresivamente, han restringido fuertemente nuestra vida diaria y, especialmente, las interacciones con las personas fuera de nuestro núcleo conviviente. En España, salvo excepciones, estuvo prohibido salir de casa durante casi dos meses. Como veremos en 5.2 Hogares unipersonales, muchas personas en España residen solas, lo que significó la casi imposibilidad total de interactuar con amigos, pareja o conocidos en persona durante casi 60 días.

La OCDE [40] señalaba un notable aumento en la soledad durante los primeros meses de la pandemia, seguido de un descenso coincidente con la relajación de las restricciones durante el verano de 2020, para luego volver a ascender durante los siguientes meses hasta la elaboración del informe, durante los cuales la segunda y tercera ola volvieron a obligar a imponer restricciones más estrictas (recordemos el caso de España y el toque de queda). La relación entre estas restricciones y un aumento de la soledad parece evidente y obvio, es normal que al ver a menos personas (o a prácticamente ninguna, al menos conocida) nos sintamos más solos.

Es necesario, aun así, tener en cuenta otro factor. Según Heatley Tejada et al [17] el contacto físico disminuye la sensación de soledad en las personas. Esta relación también resulta bastante intuitiva para cualquiera. Tengamos ahora en cuenta que las restricciones no solo limitaban la interacción sino que intentaban desincentivar en la mayor medida el contacto posible con otros, profundizando en el sentimiento de soledad de muchos, entre otros los más mayores. Veremos en 6.4 Las oportunidades de negocio que muchas personas recurrieron a servicios que redujeran esta soledad y que dieran cierta sensación de compañía y/o comunidad.

5. La Situación de la soledad en la actualidad

A la hora de hablar de soledad, al igual que ocurre en otros temas, la falta de datos hace que resulte difícil hacer un retrato completamente preciso de la situación y evolución de la misma. Sin embargo, es posible emplear la literatura existente para encontrar fenómenos o realidades estrechamente relacionados con la soledad que nos permitan hacer una aproximación sobre la soledad en el momento actual. El análisis se centrará en España, aunque también mencionaremos otros países con sociedades relativamente similares en los que estudios realizados aportan cierta luz sobre la soledad actualmente y su evolución en los últimos tiempos.

Primeramente, se estudiará la evolución de ciertos grupos demográficos en España y otros países. Estos grupos, como iremos viendo, suelen estar vinculados con mayores niveles de soledad por diversas razones, muchas de ellas lógicas y entendibles incluso sin necesidad de grandes conocimientos en el tema. Además, también observaremos la situación de varios indicadores de soledad. Para ello, se han empleado datos de Instituto Nacional de Estadística y se ha analizado la evolución y estado actual de las mismas. Por último, estudiaremos las estadísticas de soledad existentes provenientes de diversos estudios o instituciones públicas, entre otros.

5.1 Demografía

En esta subsección se describirán dos realidades demográficas que guardan relación con la soledad. Primeramente, en 5.1.1 se estudiará el envejecimiento en España. Tras ello, se analizará la evolución de la proporción de solteros y viudos en nuestro país. En ambos casos, se han elegido estos grupos, empleando trabajos ya existentes.

5.1.1 El envejecimiento: La evolución de la población de más de 65 años

Como es ampliamente conocido, la mayoría de países occidentales han experimentado un cambio en sus pirámides de población como resultado de la bajada tanto en mortalidad como en fertilidad/natalidad en los últimos cien años. A pesar de que las cifras varían y de la dificultad de medir precisamente el sentimiento, o incluso la

situación de soledad, la mayoría de estudios coinciden en que los adultos de más elevada edad suelen ser una de las franjas más propensas a experimentar dicho sentimiento/situación.

A la hora de estudiar este envejecimiento hemos usado la línea de los 65 años para dividir a la población envejecida del resto. Las razones para dicha división son dos, aunque la primera es normalmente resultado de la segunda: primero de todo, es la cifra más común a la hora de señalar el grupo de edad perteneciente a dicha población; y segundo, dicha edad, a pesar de las reformas laborales, sigue estando muy próxima al momento de jubilación de la mayoría de la población activa, siendo este un momento donde se pierde una importante fuente de socialización, que normalmente lleva existiendo durante un extendido periodo de tiempo.

Respecto a la metodología, hemos tenido en cuenta tanto datos relativos como absolutos. A pesar de que es como siempre relevante tener en cuenta la evolución de la población total y situar los datos en dicho contexto para poder comparar distintos momentos temporales, también resulta importante concebir el crecimiento del número de personas que experimentan soledad en alguna de las formas descritas al principio. Dicho crecimiento puede ser el mero resultado del crecimiento poblacional, que presiona a la disponibilidad de recursos de diversas maneras, siendo el impacto de más personas solas otro de esos posibles impactos.

España ha experimentado un considerable envejecimiento desde el inicio de siglo en términos relativos, principalmente en la última década (Gráfico 3). Mientras que el aumento de la inmigración, entre otros, pudo mitigar dicho envejecimiento durante la primera década del siglo XXI [19] el inicio de la crisis económica expulsó a gran parte de la población inmigrante hacia otros países, bien fuesen sus países de origen u otros países que no hubiesen padecido los efectos de la Gran Recesión con la misma intensidad que España. A finales de esta última década, se ha podido recuperar una importante parte de dicha migración, aunque ello no haya podido frenar el envejecimiento, como sí lo hizo a principios de siglo.

En cualquier caso, desde 2012 el porcentaje de personas mayores de 65 años ha crecido casi 3 puntos en España. En términos absolutos (Gráfico 2) esto ha supuesto un aumento de 3 millones de personas mayores en España en nuestro país desde principios de la década de 2010. Casasnovas y Beigelman [4] señalan que un 26% de las personas mayores atendidas por Cruz Roja y un 30% según Sanitas, se sienten solas. Si tenemos en cuenta que la población mayor ha aumentado en 3 millones desde principios de siglo, y si dichas cifras son así podemos estar hablando de un aumento de cerca de un millón de personas solas. Cifras parecidas a las de Sanitas presenta el CIS [5] aunque siendo este estudio de algo antes principios de siglo, los datos pueden no corresponderse con la realidad de 2022. En la actualidad dicho 30% situaría la cifra de personas mayores que se sienten o están solas en casi 3 millones. Como veremos 6.1, el impacto de dicha cifra, especialmente en los servicios públicos y el sistema sanitario, es enorme.

5.1.2 Soltería y viudedad

Otro de los colectivos más propensos a experimentar la soledad son los solteros, de acuerdo con León et al [26]. En este caso, estar soltero no implica necesariamente estar más solo (al igual que tampoco ocurre en personas mayores). Sin embargo, sí que

suelen encontrarse un mayor nivel de soledad en este tipo de personas al no existir los lazos con el entorno que una pareja o una familia provee, aunque puedan existir otras relaciones que reemplacen estos lazos. Por resumirlo en pocas palabras, y utilizando términos económicos, digamos que teóricamente, *ceteris paribus*, una persona soltera de media mostrará una mayor soledad percibida o vivida que una en pareja. Además, tienden a vivir solos con mayor frecuencia, aspecto que veremos en la siguiente sección. Como en otros casos, centraremos nuestro análisis en España.

Podemos encontrar un mayor porcentaje de solteros entre los hombres donde los datos de los últimos años rozan el 40% para los últimos años. En el caso de las mujeres, el porcentaje ha cambiado de menos del 30% a casi un 33%. Tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres la proporción de solteros ha aumentado algo más de un 2%, dándose la mayoría de dicha subida en los últimos 5 años, desde 2016. Estas cifras son mayores en Europa observamos los datos de Eurostat (Gráfico 4). Como veremos posteriormente, este colectivo ha sido el objeto de grandes operaciones comerciales en ciertas partes del mundo.

Respecto a los viudos, Abrahams [1] señala que también son más propensos a experimentar soledad, las cifras han variado a lo largo de la década pero no encontramos un especial crecimiento en nuestro país (Gráfico 5). La cifra presenta un notable aumento en 2013 y los años contiguos pero ha vuelto a bajar en números absolutos en los últimos años de la década manteniéndose el dato más bajo que estos años durante 2020 y 2021, cuando la pandemia ha golpeado de manera especialmente fuerte a los grupos de mayor edad, causando un gran número de fallecimientos. Por lo tanto, no vemos un crecimiento como el de los solteros en estos últimos años para nuestro país. Eurostat [7] parece reflejar un panorama similar en la Unión Europea aunque los datos son bastante incompletos.

5.2 Hogares unipersonales

Uno de los indicadores de soledad más empleados suele ser los hogares ocupados por una única persona. Este indicador suele estar además fuertemente relacionado con varios de los colectivos que hemos visto previamente, como los solteros o los viudos.

En España (Gráfico 6) esta cifra ha experimentado un aumento de casi 400.000 hogares unipersonales desde 2013. Aun teniendo en cuenta la relativa recuperación económica de la crisis de 2008 que comienza dicho año, resulta sorprendente teniendo en cuenta los datos macroeconómicos y la percepción general de la situación económica de España que durante una década tan complicada este dato haya aumentado tanto.

Tengamos en cuenta que el coste de la vivienda se ha encarecido [21], bien sea en alquiler o en propiedad y que el uso de Internet y otras tecnologías ha permitido la creación de nuevas fórmulas para compartir piso. Mientras que en otros colectivos resulta comprensible que un peor contexto económico desincentive el emprender dichos proyectos vitales, en este caso, la lógica económica nos llevaría por el camino opuesto. Teniendo en cuenta esto, parece haber otros motivos para dicho incremento, pudiendo ser la falta de alguien con quien vivir uno de ellos.

5.3 Eurostat: Interacción social y relaciones de confianza en Europa (2013-2015)

Dentro de las múltiples estadísticas ofrecidas por Eurostat, podemos encontrar en su sitio web datos relativos a la calidad de vida en los países de la Unión Europea que incluyen apartados relativos a la interacción, cohesión y sobre todo apoyo social. Este último contiene dos estadísticas muy relacionadas con la soledad para los años 2013 y 2015:

1. Número de personas que consideran que tienen a alguien a quien pedir ayuda si lo necesitan.
2. Número de personas que consideran que tienen a alguien con las que hablar de temas privados/personales.

Por otro lado, y más ligado al concepto de aislamiento social, encontramos datos referentes a hábitos de socialización dentro del propio Eurostat con parecido horizonte temporal:

3. Frecuencia de contacto con familiares o amigos.

5.3.1 Soledad por países europeos

Empleando los datos de Eurostat podemos ver el porcentaje de personas que declaraban poder tener alguien a quien pedir ayuda si lo necesitaban en 2015 (y 2013) y examinar en cuales de ellos el porcentaje es menor. Como puede observarse en los Gráficos 7 y 8, los datos muestran que la mayoría de países presenta porcentajes bastantes altos, y en todos los que se dispone de datos la proporción de personas que declaraban tener a alguien a quien pedir ayuda se situaba, como mínimo, por encima del 86%.

Respecto a los países con menor nivel de soledad encontramos los países escandinavos (Suecia, Noruega y Finlandia) junto a Eslovaquia, Hungría y República Checa, obteniendo en todos porcentajes mayores al 97%. Este último, junto a Finlandia presenta el mayor dato, con un 98,1% de personas que declaran tener a alguien a quien pedir ayuda si lo necesitan. Destaca el hecho de que todos los países pertenecientes al nivel superior de apoyo social limitan con otro país de ese mismo grupo, lo que puede indicar que algún aspecto relacionado con la situación geográfica o las similitudes culturales entre países limítrofes podría tener efecto en esta percepción del apoyo social.

Encontramos una mayor dispersión en los países con un porcentaje menor de personas que dicen no tener a alguien a quien pedir ayuda. Lidera por la cola esta lista Italia, donde más de un 13,2% de personas declaran no tener a alguien a quien pedir ayuda, seguida de Luxemburgo (12,9%), Macedonia del Norte (11,6%), Portugal (9,6%), Países Bajos (9,1%) y Letonia (8,2%). España, por su parte, se sitúa cerca de pertenecer al grupo de países con mayor nivel de apoyo social, con un 96,9% de ciudadanos que declaran poder acudir a alguien para pedir ayuda. El resto de países se sitúan entre las categorías mencionadas, con varios de ellos presentando datos poco fiables según Eurostat (por ejemplo, Reino Unido e Irlanda).

Si comparamos los datos de 2015 con los pertenecientes a 2013 vemos una mejoría en esa diferencia de 2 años en el porcentaje de personas que respondían afirmativamente a la pregunta planteada. En la mayoría de países la proporción aumentó en dicho periodo

con las excepciones de Dinamarca, Estonia, Países Bajos, Austria, Suiza y Eslovenia ¹. Las mayores diferencias negativas se dieron en Países Bajos (1,8 puntos) y Austria (1,1 puntos). Para el resto de países el cambio fue positivo resultando en una diferencia media global de 1,8 puntos² positivos en el grupo de personas que declaraban poder contar con ayuda. Destacan dentro de las subida de Grecia con 10,7 puntos³, pasando de ser uno de los países con menor porcentaje de personas con apoyo social suficiente a casi pertenecer al grupo superior. En el caso español el dato aumentó en casi un punto.

Frente a otros apartados que parecen indicar un aumento en la soledad, tanto en su conjunto como en grupos de edad o secciones demográficas concretas, los datos de Eurostat parecen representar un panorama más optimista. Sin embargo, debemos ser especialmente escépticos de dicha evolución. Primeramente, solo eliminando todos los países en los que los datos son poco fiables para al menos uno de los años, la subida media se estanca en un 0,7 puntos. Mientras que los datos de 2015 muestran mayor fiabilidad, los de 2013 presentan más países para los que los datos no son fiables, por lo que a la hora analizar la evolución estos datos deben de ser estudiados con cuidado.

En segundo lugar, los datos muestran solo la evolución para dos años, a diferencia a otros como los de la OCDE cuya duración se prolonga más. El último dato, además, es de 2015, previo a la subida de otros de nuestros indicadores como la subida de los hogares unipersonales. Finalmente, a pesar de ser Eurostat una fuente por lo general fiable de información, algunos datos como la subida de 10 puntos en Grecia en tan solo dos años parecen algo extraños, aunque tampoco podemos ignorarlos. Por lo cual, a la hora de concluir si la soledad ha aumentado o disminuido, aunque se puedan en cuenta estos datos, deben de considerarse también las limitaciones expuestas.

5.3.2 Soledad y renta

Si queremos ver la soledad desde una perspectiva económica, la cuestión de la renta parece un aspecto esencial a la hora de tratar dicho problema. Para esta subsección, contamos con unas de las pocas estadísticas accesibles sobre soledad. Gracias a los datos de Eurostat podemos ver el porcentaje de personas que tienen un determinado número de interacciones con amigos o familia por cuantiles de renta en gran parte de los países de la Unión Europea en 2015. Se ha otorgado prioridad a los datos sobre amigos, al no poder usar las interacciones con familia o amigos en su conjunto y por estar estas más vinculadas a relaciones “no obligadas” y no tan condicionadas por la distancia al lugar de residencia de su familia (aunque ello pueda ser un factor relevante).

Se han empleado los niveles más altos de soledad, es decir, individuos que declaraban no haber tenido contacto con amigos en los últimos 12 meses. Calculando la media europea por países encontramos que claramente el porcentaje de individuos en marcado en esta categoría era menor para los niveles más altos de renta, ascendiendo dicho porcentaje según íbamos situándonos en cuantiles con rentas inferiores. Para ampliar esto y estudiar si fuera posible sacar conclusiones para la población europea realizamos un análisis no paramétrico (Ilustración 1) de la mediana (al no poder cumplir la muestra las hipótesis de normalidad e igualdad de varianzas necesarias para un análisis

¹ De nuevo no incluimos a Reino Unido al ser su dato poco fiable.

² Si solo tomamos los datos declarados fiables la subida es de 0,7 puntos.

³ Se ha omitido a Croacia que presentaba una subida de 13 puntos por baja fiabilidad.

ANOVA) por grupos de renta tomando como la hipótesis nula la igualdad de medias entre los distintos cuantiles.

Los resultados nos permiten rechazar dicha hipótesis nula a un nivel de significación del 5%. Teniendo en cuenta esto, no resulta demasiado atrevido decir que el nivel más alto de soledad está condicionado por la renta de los individuos (Ilustración 1). Además se encontraron diferencias significativas entre el grupo de renta más baja y los tres grupos de mayor renta. También se hallaron diferencias significativas entre el grupo de más renta y los grupos 3 de menor renta.

Estos resultados parecen concordar con los expuestos por Kung et al. [23], donde el nivel de aislamiento social percibido por los encuestados disminuía según aumentaba la renta (también dividiendo por cuantiles). Pero los resultados no se limitaban a las interacciones o el aislamiento social, cuando los encuestados eran preguntados por el nivel de apoyo social que decían sentir, la relación con la renta se mantenía, cada cuantil de renta superior presentaba un porcentaje de individuos que declaraban “no tener apoyo social” disminuía.

Sorprendentemente, y teniendo en cuenta la ambigüedad del tema y la dificultad de establecer relaciones sólidas entre otras realidades y la soledad, en este caso, aunque tampoco podemos concluirlo de manera rotunda, sí parece haber una relación clara entre el nivel de renta y el de soledad. Más concretamente una relación inversa. Como hemos mencionado esto también supone uno de los aspectos económicos más importantes de la soledad, ya que la denominada “economía de la soledad” no se limita solo a las consecuencias de la misma, sino también a sus factores o condicionantes.

5.4 El caso de los jóvenes

Hasta ahora, hemos centrado el trabajo mayoritariamente en las personas mayores a la hora de asociar ciertos grupos de edad a una situación o sensación de soledad. Sin embargo, al igual que ocurre en temas relacionados a la salud mental, el grupo de edad de entre los 15 y los 30 años resulta de gran interés también. Esta cohorte de edad comprende a individuos con una mayor vinculación y uso de las redes sociales, y la interacción con amigos, así como la aceptación del resto de personas, tienden a ser muy importantes para los jóvenes. Por ello, la situación de soledad puede tomar un carácter distinto pero muy intenso para ellos. Finalmente, aunque quizás los más jóvenes tienen menos tendencia a usar el sistema de salud, los costes en productividad pueden ser más intensos en ellos, y el tipo de bien consumido a raíz del sentimiento de soledad puede ser distinto y en grandes cantidades, sobre todo si está vinculado a Internet y las redes sociales.

En el caso de los adolescentes, los datos de la encuesta PISA de la OCDE analizados por Twenge et al. [64] en Reino Unido, sobre soledad en la educación secundaria indican un importante aumento de la soledad percibida en el instituto por parte de los jóvenes de los países de la OCDE. Dicha encuesta realizaba las siguientes preguntas a estudiantes de instituto de 15 a 16 años y pedía que respondiesen del 1 al 4 (1 “muy en desacuerdo” - 4 “muy de acuerdo”) en función de lo acuerdo o en desacuerdo que estaban con la afirmación que se exponía en relación a su situación en el instituto. Tras ello, se podía elaborar la puntuación media de cada estudiante del 1 al 4 para determinar un mayor o menor nivel de soledad.

- Hago amigos fácilmente en el instituto (escala inversa).
- Me siento como un extraño en el instituto.
- Parezco caerles bien a otros estudiantes (escala inversa).
- Me siento raro/fuera de lugar en el instituto.
- Siento que tengo un lugar/pertenezco en el instituto.
- Me siento solo en el instituto.

En países como Alemania o Suecia la subida del porcentaje de estudiantes con un “alto nivel de soledad” (una puntuación media superior a 2,2 sobre 4) había aumentado en casi 10 puntos porcentuales (de 2012 a 2018), siendo la media de la Europa Protestante⁴ un incremento de 9 puntos porcentuales. En la Europa Católica⁵ la media⁶ por su parte había subido unos 11 puntos hasta situarse en torno al 25%. España, por su parte, presentaba un dato en 2018 de en torno al 15%, con un incremento mayor de 6 puntos desde 2012, aunque curiosamente con un dato muy similar al de principios de siglo. La Europa Báltica⁷ presentaba un incremento de 17 puntos situándose cerca del 40%. Por último, los datos de la llamada Europa Ortodoxa⁸ mostraban los datos más preocupantes del continente con un dato que se había duplicado, llegando a superar el 44%.

Fuera de Europa encontramos un dato en torno al 35% en los países anglosajones⁹, con un incremento de 18 puntos desde 2012. América Latina¹⁰ por su parte presentaba un menor incremento y dato de soledad al anterior aunque sus cifras llegaban a superar el 31%, con un crecimiento de 15 puntos en el porcentaje de adolescentes que puntuaban alto en soledad. Corea del Sur, por su parte, supone el único país de la lista donde el porcentaje ha experimentado un menor incremento, con menos de 2 puntos de incremento aunque con un dato en torno al 20%. Rusia (recordemos la gran subida en la Europa Ortodoxa) supone el país con el dato más elevado, rozando el 45%. En el conjunto global existe una subida de 13 puntos en el dato medio de soledad, que se situaba en 2018 en torno al 30%.

5.5 Conclusión: ¿Estamos más solos?

Desde 5.1 hasta 5.4 hemos visto diferentes aspectos de la realidad de la soledad en nuestro país y en otros y su evolución durante la última década. Cabe pues intentar recopilar los resultados observados y ofrecer algún tipo de diagnóstico sobre la situación actual de la soledad. Como ocurre con todos los aspectos relacionados con este fenómeno, las grandes limitaciones y la complejidad del tema hacen que esta pregunta no sea fácil de responder y que no podamos contar con seguridad absoluta al responderla.

Aun así, durante nuestro estudio hemos observado tanto los solteros como los hogares unipersonales han crecido en la última década, a pesar de la difícil situación económica en gran parte de esos años. Por otro lado, la literatura estudiada apoyada en las estadísticas de la OCDE indica un aumento en la gran mayoría de países en la

⁴ Alemania, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Islandia, Países Bajos, Suecia y Suiza.

⁵ Austria, Bélgica, España, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, Polonia, Portugal y República Checa.

⁶ Media ponderada en función del número de habitantes de cada país respecto al total de la zona.

⁷ Letonia.

⁸ Bulgaria y Rusia.

⁹ Australia, Canadá, Estados Unidos, Irlanda, Nueva Zelanda, Reino Unido.

¹⁰ Brasil, Chile, México, Perú.

soledad percibida por los adolescentes. Finalmente tenemos los efectos de la pandemia, donde podemos afirmar con casi total seguridad (apoyándonos de nuevo en la literatura y en las estadísticas de la OCDE) que se ha producido un aumento de la soledad, muy posiblemente causado por las restricciones impuestas para frenar el contagio. Encontramos como única posible contradicción los datos de Eurostat, aunque como hemos visto y como indica la propia base de datos, no resultan muy fiables para medir la evolución y registran un periodo de tiempo muy corto.

Podemos pues indicar que, de acuerdo a los trabajos empleados, y a los datos examinados, la soledad presenta una tendencia creciente, especialmente en la última década. Varios de los indicadores nos muestran además un mayor aumento a partir de mitad de década pasada, aumento que se ha visto pronunciado por la llegada de la pandemia y las restricciones. Visto que, efectivamente, estamos más solos, veamos cómo se traduce dicha evolución y cuáles son las consecuencias de la soledad en distintos ámbitos de la Economía.

6. Impacto económico de la soledad

6.1 Coste al sistema público de salud

Al describir del concepto de soledad en 3, mencionábamos el papel del Estado en el sentimiento de soledad. En esta subsección veremos que el Estado es uno de los principales perjudicados por los efectos de la soledad, estando muy vinculados dichos efectos con el grupo de edad más avanzado y sobre todo, con el sistema sanitario. También tendrá un papel importante el aspecto de la salud mental, que ha adquirido mayor relevancia y que guarda una estrecha relación con el sentimiento de soledad y el aislamiento social.

Primeramente, la literatura existente sobre el tema parece apuntar de manera bastante clara a que la sensación de soledad tiene un efecto negativo considerable en el estado de salud física. Así lo indica Hertz [18] pero también Kung et al. [23], o Casanovas y Beigelman [4]. Todos ellos apuntan a un fuerte perjuicio a la salud de los individuos solitarios. Hertz [18, pp. 31-51] apunta a que la soledad somete al cuerpo a una sensación de estrés. Si bien este estrés puede resultar práctico o beneficioso en momentos puntuales, cuando está causado por este sentimiento se prolonga a lo largo del tiempo, con efectos como aumento de la presión sanguínea y el colesterol, además de hacer al individuo más vulnerable a trastornos de salud graves de otros tipos.

En el caso de Casanovas y Beigelman [4] las conclusiones se acercan a las de Hertz, apuntando a un deterioro del sistema cardiovascular a lo largo del tiempo, lo que supone un aumento de la mortalidad. También señalan que el estado de salud percibido o detectado en personas mayores que vivían solas tendía a ser peor con casi un 10% menos de individuos que declaraban que su estado de salud era “bueno” o “muy bueno”. Además, en las personas que vivían solas, el porcentaje que declaraba que dicho estado era “muy malo” era 2% mayor que el correspondiente al grupo que no vivía solo

Pero el impacto de la soledad no se limita a la salud física, sino que también supone un gran problema cuando hablamos de salud mental (aunque ambos conceptos distan de ser realidades independientes). Losada et al [30] señalaban que la literatura existente situaba hasta un 50% de la varianza en la salud mental de una muestra en la soledad. Por

otro lado, y muy vinculado a la salud mental, los individuos solitarios muestran una mayor facilidad para adoptar conductas de riesgo como el consumo de alcohol o drogas, a falta de ejercicio, según Shankar et al. [55].

Tengamos en cuenta que esto no sólo afecta al sistema público de salud sino también a las aseguradoras, que pueden tener individuos asegurados de gran riesgo sin conocerlo, produciendo un problema de selección adversa (o de riesgo moral) que perjudica a las aseguradoras. A su vez, dichas aseguradoras pueden ser más reticentes a ofrecer condiciones favorables a nuevos demandantes de protección o subir sus tarifas al tratar a todos sus individuos como personas de potencial riesgo alto, al ser la soledad una cualidad difícilmente observable. Dicha cobertura también deberá tener en cuenta riesgos relacionados con la salud mental como el suicidio, en el caso de los seguros de vida.

A pesar de dicha dificultad para establecer la relación directa de causalidad entre soledad y depresión u otros trastornos y de delimitar efectos en salud mental y salud física, lo que claramente indica la mayoría de la literatura es que las personas que se sienten o que están solas hacen un mayor uso del sistema de salud y visitan más al médico. En Estados Unidos, Gerst-Emerson y Jayawardhana [14] estimaron que las personas que se sentían solas tenían de media tanto más visitas al hospital como a su médico. Lo mismo ocurre en el caso australiano de Kung et al. [23] que hemos referenciado, que encontró una diferencia de hasta 4 visitas al doctor entre un colectivo y otro. También el caso español de Casanovas y Beigelman [4] encontró dicha relación, con el uso de las urgencias siendo un 60% superior para las personas que se sentían solas.

¿Cuánto nos cuesta la soledad, entonces? En el aspecto de la salud mental se ha estimado que cada paciente relacionado con este tipo de trastornos supone un coste de 2474€, aunque estos costes incluyen otros indirectos relacionados con la productividad (que veremos en 6.2). Otros trastornos especialmente vinculados con los más mayores, y más concretamente el Alzheimer, se estima que suponen unos 20800 millones de euros cada año. Teniendo en cuenta además el progresivo envejecimiento de la población, estos costes previsiblemente crecerán en los próximos años, especialmente si el porcentaje de pacientes mayores solitarios se mantiene o crece (recordemos que previamente lo habíamos situado en torno al 30% en España).

Además, gracias a la literatura existente podemos obtener acceso al cálculo de coste global de la soledad en materia de salud en varios países. Hamermesh [15] situó que en Estados Unidos el coste de la soledad por paciente en poco más de 1600 € al año, suponiendo un coste total de 67000 millones de dólares al año, suponiendo un coste similar a la artritis o la tensión arterial alta. En Reino Unido, McDaid et al. [35] estimaron en aproximadamente 6000 libras el coste adicional por paciente (dentro del colectivo de las personas mayores) a los 10 años causado por la soledad.

6.2 Efectos en la productividad y el crecimiento

El deterioro del estado físico y mental de los pacientes solitarios no limita sus efectos al sistema de salud. Los individuos solitarios experimentan dichos efectos en casi todos los ámbitos de su vida, incluyendo entre ellos el laboral. Es conocido que la motivación del trabajador, además de otras circunstancias personales y sociales, afecta a su rendimiento

y, por lo tanto, a su productividad. A nivel nacional es posible preguntarse si un mayor nivel de soledad puede tener efectos en la productividad del trabajo en el país y por ello, en el crecimiento del mismo.

La productividad laboral parece guardar una clara relación con la soledad. Los trabajadores más solitarios suelen ser menos productivos. Dichos trabajadores muestran una menor motivación, menor compromiso con la empresa y tienden a coger más días de baja que sus compañeros. Esto último puede estar perfectamente justificado si recordamos los efectos sobre la salud vistos en 6.1. La New Economic Foundation [25] estimó que un trabajador solitario experimenta es un 1,3% menos productivo de media, situando el coste en Reino Unido de dicha reducción de productividad en más de 600 millones de libras.

En el ámbito nacional Burlina y Rodríguez-Pose [3] señalan que los países con mayores niveles de soledad tienden a experimentar efectos negativos sobre su productividad, reduciendo su nivel de crecimiento. Sin embargo, indican que los niveles con altos niveles de interacción social también presentan un menor nivel de crecimiento. Esto se atribuye a un mayor número de distracciones al haber más encuentros y actividades sociales, como ocurre en los países mediterráneos según Burlina y Rodríguez-Pose [3]. Ambos autores exponen que existen ciertos beneficios de un estilo de vida más solitario, sobre todo en lo que respecta a la vivienda, aunque matizan que esto ocurre cuando esta soledad es elegida y no impuesta o no deseada. De cualquier manera, sí indican que un alto nivel de soledad, sobre todo no deseada, lastra el crecimiento de los Estados.

6.3 Las preferencias del consumidor solitario

En la base de la teoría económica se sitúan las preferencias del individuo, a partir de ellas se determina su consumo óptimo teniendo en cuenta su renta y los precios de los bienes, construyendo así las demandas individuales o de un determinado sector. Normalmente suponemos las preferencias dadas y nos centramos en el comportamiento maximizador, pero en nuestro caso estudiaremos la naturaleza de las preferencias de un consumidor solitario, de acuerdo con la literatura existente. Sobre las diferencias en las preferencias Fumagalli et al. [11] han recopilado los últimos hallazgos en Psicología y Economía sobre el perfil del consumidor solitario.

El consumidor solitario se muestra fuertemente condicionado por el resto de individuos que le rodean a la hora de realizar sus decisiones de consumo. Vemos varias maneras de reflejar esto: en primer lugar, los consumidores solitarios son más propensos a realizar un consumo ostentoso en busca de estatus o reconocimiento de otros. Dicho tipo de consumo nos recuerda mucho al descrito por el sociólogo Thorstein Veblen [66]. El consumo ostentoso encontrará más atractivos bienes más caros o de lujo porque lejos de buscar un beneficio para sí mismo directamente del consumo del bien lo que intenta es realizar una demostración de estatus al adquirir dichos bienes.

Por otro lado, el consumidor solitario, a pesar de lo que se puede presuponer, tenderá a seguir los gustos de la mayoría, y no tendrá a tener gustos más particulares o minoritarios. Dicho consumidor buscará de nuevo la aceptación de otros mediante las similitudes con otros en lo que adquiere. De nuevo, no elige teniendo en cuenta la utilidad que teóricamente le va a reportar el bien en sí, sino que su elección dependerá de la elección del resto de personas que le rodean. Situaciones como esta parecen

difícilmente compatibles con la manera en la que tradicionalmente se suponen las decisiones de consumo y podría llevar a situaciones análogas a las descritas por Sen [54] en su paradoja del liberal parietano en la que la agregación de las preferencias se convierte en imposible.

También encontramos paradójicamente un mayor rechazo a los servicios que supongan cercanía o contacto físico, al verse el entorno como algo lejano y amenazante. Por ello, se preferirán servicios o maneras de adquirir bienes en las que exista menor interacción con otras personas, o en las que dicha interacción sea más breve o menos cercana. Algunos ejemplos de esto podrían ser preferir las compras por Internet o en cajas automáticas, en las que la interacción con cajeras o trabajadores es mínima o nula. También puede haber rechazo a actividades como talleres de danza o masajes en los que abunda el contacto físico. Este punto parece chocar con la relación inversa entre contacto físico y nivel de soledad, aunque dicho fenómeno es descrito como una especie de rueda, en el que la falta de contacto físico genera más rechazo al contacto y la interacción, generando más soledad y más rechazo.

Finalmente, como veremos en 6, el consumo tenderá a aliviar la sensación de soledad o el aislamiento. Sin embargo, esto no tiene por qué necesariamente ser beneficioso. Al igual que señalábamos en el sección de redes sociales, el consumo de estos bienes tenderá a evitar que se lidie o intente resolver el origen del sentimiento de soledad, empeorando en el medio largo plazo la situación social (y psicológica-emocional) de los individuos solitarios, como describían tanto Fumagalli et al. [11] como Pérez y Quiroga-Garza [42]. Con lo cual, se trata de un consumo que podría asimilarse al de tabaco o alcohol, en la que los agentes adquieren y consumen bienes que van a ser perjudiciales para ellos.

6.4 Las oportunidades de negocio

Como ya se ha mencionado, las limitaciones de datos sobre el nivel de soledad son evidentes. Por un lado, tenemos la literatura observada al describir las preferencias de los consumidores vistas en 6.3, permitiendo aplicar dichas preferencias a ciertos bienes. Aun así, aunque hemos empleado un conjunto de hallazgos sobre el tema, la literatura no es tan extensa y todos los estudios presentan limitaciones, por lo que, no necesariamente la definición de preferencias debe ser perfecta (recordemos el comportamiento paradójico respecto al contacto físico por ejemplo). Por ello, volvemos a estar fuertemente limitados.

Sin embargo, existe una salida a este problema a raíz de las extraordinarias circunstancias vividas en los últimos dos años. Gracias a la pandemia y a las restricciones y confinamientos, y en especial en nuestro país, donde las restricciones fueron especialmente duras (sobre todo al comienzo de la pandemia), existe un periodo de tiempo donde la interacción social (como mínimo la presencial) ha estado considerablemente limitada y donde el sentimiento de soledad ha crecido, de acuerdo con la OCDE [40]. Debe recordarse además, que el contacto físico parece guardar una relación inversa con el sentimiento de soledad, como decían Heatley Tejada et al. [17], con lo que la influencia de ese factor ha sido fuerte durante dicho periodo de tiempo, al ser el contacto poco recomendable o estar casi prohibido durante meses.

Esto permite observar la evolución de ciertas empresas o ramas de actividad durante los meses más duros del confinamiento y, aunque no con total seguridad (siendo esto de nuevo una constante), establecer relaciones entre la falta de interacción social, o la soledad, y el consumo de ciertos bienes o servicios por parte de la población. Por otro lado, podemos de nuevo revisar la literatura existente a la hora de estudiar otros mercados. También se ha tratado de analizar la influencia de la soledad en sectores de la economía sumergida, como puede ser la venta de drogas o la prostitución, aunque en este aspecto la falta de datos será todavía mayor por lo que los resultados son más limitados.

6.4.1 Las emisiones en directo: Twitch , YouTube y otros

Uno de los mercados que ha experimentado un mayor crecimiento desde el inicio de la pandemia es el de la emisión de contenidos en directo. Este mercado comprende plataformas en las que los retransmisores, mejor llamados *streamers*, emiten contenido de entretenimiento producido por ellos y consumido de manera simultánea por una audiencia a través de Internet, de manera similar a como se emite un programa de televisión en directo. Dichos *streamers* además han ganado gran popularidad y reconocimiento en nuestro país en los tiempos recientes (hasta aquellos que no los consumen han comenzado a familiarizarse con los nombres ElRubius o especialmente Ibai).

Probablemente al hablar de este mercado y su crecimiento durante la pandemia nos puedan surgir dudas sobre qué motiva el consumo de estos servicios. ¿Estamos ante una cuestión de aburrimiento o realmente estos servicios suponen una forma de compañía? Aunque probablemente la falta de datos y la complejidad de la pregunta hagan difícil poder dar una respuesta, observemos las características del servicio ofrecido en este caso frente a otras formas de entretenimiento que hayan podido haber experimentado también cierto crecimiento durante la pandemia.

Tengamos en primer lugar en cuenta la naturaleza del contenido visualizado en este tipo de plataformas y en otras donde, aunque el contenido no sea en directo, guarda ciertas similitudes con lo normalmente retransmitido en ellas. Frente a otras formas de entretenimiento como Netflix, Apple TV o Amazon Prime, que ofrecen contenido con una gran producción, como películas, series o documentales, plataformas como Twitch o YouTube muestran formas de contenido mucho más sencillo mayoritariamente, que a menudo consiste en una sola persona hablando a una cámara en su habitación o jugando a videojuegos. Además, estas retransmisiones suelen permitir la interacción con el emisor por medio del chat, pudiendo incluso publicar en plataformas como Twitch mensajes de voz (mediante una voz virtual), y siendo dicha interacción en ocasiones muy dinámica. Observando la audiencia de los diferentes tipos de formatos, se puede ver que el tipo de contenido más exitoso en 2021 fue el *just chatting* (solo hablando) [59], es decir, retransmisiones consistentes en el streamer hablando sin hacer otro tipo de actividades e interactuando normalmente con el chat. Este tipo de formato presenta 3100 millones de horas visualizadas en todo el mundo en 2021 [60].

En segundo lugar, observemos al público objetivo y mayoritario de este tipo de servicios: jóvenes u adolescentes, un colectivo con una fuerte relación con Internet y las redes sociales (donde la gran de los principales retransmisores ganan popularidad) y

cuyo nivel de soledad ha aumentado en los últimos años, de acuerdo con Fergusson [9]. También es relevante el tipo de relación que muchos jóvenes tienen con los llamados *streamers* o *YouTubers*, siendo estos auténticos ídolos y sintiendo los jóvenes muchas veces un fuerte vínculo emocional con ellos. Son habituales además, las declaraciones de seguidores o fans sobre cómo el contenido ofrecido por ellos les ayuda en el día a día e influye positivamente sobre su estado de ánimo.

Como se decía en la 4.3, mientras que un uso pasivo como espectador podía causar una mayor sensación de soledad, un empleo más activo con mayor interacción tendía a mostrar una relación inversa con el nivel de soledad percibido por los individuos, según Pérez y Quiroga-Garza [42]. Twitch y este tipo de plataforma ofrecen precisamente esto, un espectador mucho más activo que interactúa con el retransmisor y con otros usuarios, creando una comunidad de seguidores de un mismo *streamer*.

Observemos cómo se ha comportado este mercado durante la pandemia. Sólo en marzo de 2020 el número de visualizaciones de YouTube Gaming creció un 15%, mientras que en el caso de Twitch sus visualizaciones aumentaron en un 10% [59]. En Estados Unidos el número de usuarios de Twitch creció en 9 millones de 2019 a 2020 [59], mientras que el número de usuarios concurrentes creció en un millón solo del primer al segundo trimestre de 2020 y las horas de retransmisión consumidas aumentaron en casi 2 mil millones en ese periodo. Los datos indican un crecimiento de otras mil millones de horas en todo el mundo desde entonces [59]. Por intentar entender la relevancia de esta magnitud, dicho incremento sería equivalente a que cada persona del planeta viese 15 minutos más de Twitch.

Podemos concluir que claramente las plataformas de emisión de contenido en directo, lideradas por Twitch, han experimentado un gran crecimiento desde el inicio de la pandemia. Y podemos entender que aunque no tengamos una relación exacta y cuantificable de que la soledad haya motivado dicha subida, tanto por el contexto temporal como por la naturaleza del servicio, la clase de relación de consumidor y el tipo de formato más común, además de los testimonios de tanto creadores como consumidores, resulta como mínimo verosímil o posible que este tipo de servicios produzcan cierta sensación de compañía o acompañamiento.

En lo que se refiere a las retransmisiones en directo, y como ya ha sido mencionado, la posición dominante en el mercado pertenece a Twitch. El 58% de los usuarios la declaran como su plataforma preferida. Desde 2014 Twitch es una filial de Amazon. Por su parte la segunda plataforma más popular es YouTube Gaming, vinculada a YouTube, y por lo tanto una filial de Google. Les sigue Facebook Gaming, controlada por Facebook. En conclusión se trata de un mercado altamente concentrado con un productor muy dominante (Twitch) y cuyos principales agentes son filiales de grandes compañías multinacionales con otras vías de negocio todavía más relevantes que la retransmisión de contenido. Hay que destacar también el caso de Mixer, respaldado por Microsoft, que tras un relativo éxito inicial en la plataforma finalizó sus operaciones en 2020. Por lo cual parece un mercado con fuertes barreras de entrada, donde la marca está muy consolidada y donde disponer de los recursos más valorados, es decir, de los *streamers* más seguidos, decide el líder (Twitch).

En todas ellas, el acceso al contenido en directo es gratuito. Sin embargo, existe la opción de adquirir una suscripción para adquirir determinadas ventajas como la visualización del vídeo una vez terminada la emisión, ciertos privilegios en el chat o evitar anuncios [65]. En el caso de Twitch, la suscripción viene incluida al adquirir una cuenta de Amazon Prime. Vemos que de nuevo uno de los principales atractivos a la hora de realizar una compra extra es la comunicación con el *streamer*.

Pero la oportunidad de negocio no se termina en el consumo de la propia retransmisión. En Estados Unidos, un 37% de los usuarios de Twitch afirmaba haber comprado algún producto anunciado por alguno de los *streamers* que veían habitualmente. Además, la mitad de la audiencia no ve con malos ojos tener publicidad como parte del contenido, cosa de gran relevancia porque estas plataformas se han convertido en lugares de promoción de muchas empresas [60]. Además, los usuarios de Twitch interactúan más con empresas por Internet que otros usuarios de redes sociales.

6.4.2 Redes sociales

En España, el INE señalaba que el uso compulsivo de Internet había aumentado un 0,8% [39, p. 18]. Se ha discutido previamente en la subsección 4.3 si el uso y la aparición de las redes sociales podía tener un efecto positivo o negativo en el sentimiento de soledad. Esta subsección estará más centrada en el comportamiento de los individuos solitarios en relación con dichas redes sociales, estudiando si este mercado puede salir beneficiado de un aumento de la soledad. Ambos apartados, a pesar de todo, no son realmente independientes y, como vimos previamente, es posible que este tipo de consumo funcione realmente de manera cíclica, por lo que las grandes redes sociales se beneficiarían de una soledad que ellas mismas promueven.

Como vimos en la subsección 4.3, una gran parte de los usuarios sentían cierto alivio al emplear estas redes sociales, bien fuera por la compañía telemática recibida, sobre todo en ciertos tipos de actividades o redes sociales; o bien fuese por servir puramente como distracción. Sheldon [56] encontró que para los usuarios tímidos Facebook podía resultar beneficioso. Durante la pandemia en nuestro país, muchos usuarios utilizaron las redes sociales para sustituir las relaciones que normalmente tenían físicamente, lo que resultó en un incremento del 28% en el uso de las redes sociales como indica Rosen [52].

Sin embargo, este movimiento no supuso necesariamente una mayor felicidad o bienestar para los usuarios, de hecho, el efecto fue más bien el contrario. No todos los efectos fueron negativos aun así. Los usuarios que emplearon las redes sociales para conectar con otras personas y realizar actividades juntos, como ejercicio o cocina, sí reportaron efectos positivos. Rosen et al. [52, p. 17] señalan que con una adecuada dirección, el consumo de estas redes sociales puede tener efectos positivos. Hawk et al. [16, p. 31] por su parte señalan que, en el caso de los jóvenes, y especialmente los adolescentes, las redes sociales suponían una manera de búsqueda de aceptación social. Muchos individuos, en ocasiones motivados por el rechazo social experimentado previamente, recurrían a un uso compulsivo de las redes sociales en busca de dicha aceptación. Esto derivaría a una fuerte asociación entre comportamientos narcisistas y el uso de las redes sociales en los jóvenes.

Al igual que sucedía en 4.3 Redes sociales, se observa una gran diversidad de opiniones sobre la relación de la soledad y las redes sociales. Parece aun así haber un consenso en que los individuos solitarios buscan emplear las redes sociales y en que ambos fenómenos no son independientes. Sin embargo, si este uso se limita a ser un alivio a corto plazo, una solución a largo plazo, o ni siquiera ninguna de las dos, es una pregunta por ahora abierta.

6.4.3 Economía sumergida: drogas y prostitución

Como ya se mencionaba en 6.1 los pacientes solitarios en muchos casos muestran un peor estado de salud al asumir más comportamientos dañinos o de riesgo entre los que se incluye el consumo de drogas. Dicho consumo tendría motivaciones similares a las del uso de redes sociales y supondría una forma de alivio temporal de la sensación o sentimiento de soledad, a pesar de sus consecuencias negativas en el largo plazo (recuérdense las subsecciones 6.3 y 4.3).

En el caso de la prostitución, Meneses et al. [36] señalan que la soledad suele ser considerada uno de los motivantes a la hora de consumir dicha clase de servicios, planteando un importante debate moral. Mediante la satisfacción de la necesidad de contacto físico y sexual que proporcionan dichos servicios, se causan, directa o indirectamente, importantes perjuicios para la sociedad. La prostitución se sostiene bajo otras prácticas, como la trata de blancas, la integración en redes criminales con actividades violentas o el narcotráfico. Este tipo de consumo solitario contribuye a la existencia de dichas actividades, las cuales son ilegales y dañinas para el conjunto de los ciudadanos.

En España, según las encuestas realizadas por el CIS en 2014, un tercio de los hombres encuestados reconoció haber sido consumidor de prostitución [45]. El Instituto Nacional de la Juventud por su parte [67, p. 338] halló que un 10% de los hombres jóvenes declaraban haber sido consumidores de prostitución. En 2014 el INE calculó que la prostitución suponía una actividad económica equivalente al 0,35% del PIB español. Estas cifras llevadas a 2021 supondrían una cifra de 4.210 millones de euros [19]. Respecto al caso de las drogas, el INE [39] indica un aumento del porcentaje de personas que dicen haber consumido cannabis y cocaína alguna vez, aunque el aumento del consumidor más reciente es menor, con 0,6 puntos. Según el informe del INE que mencionábamos [19], el tráfico de drogas tendría una mayor relevancia económica que la prostitución, un 0,50% del PIB.

También nos encontramos con importantes efectos negativos en el caso de las drogas. Los consumidores solitarios buscan un alivio temporal de la sensación de soledad, agravando en muchos casos el problema. Pero el coste social no se limita a ello sino que su salud se ve fuertemente empeorada por el consumo de estas sustancias, aumentando la necesidad de asistencia sanitaria (recuérdese 6.1). Finalmente, este consumo contribuye a la realización de actividades criminales y violentas con efectos altamente perjudiciales y que suponen un mayor gasto público en seguridad, entre otros.

6.4.4 Industria farmacéutica

El mayor uso del sistema sanitario por individuos solitarios, bien por razones de salud física, que parece deteriorarse con la soledad por motivos de salud mental o física, o bien por otras razones (compañía) implica ciertas consecuencias en la industria

farmacéutica. En este campo es lógico pensar que si se requiere una mayor cantidad de recursos sanitarios para atender a estos pacientes los proveedores de dichos recursos aumenten sus ventas y/o su beneficio.

Fundamentalmente, se ha evaluado la evolución del consumo de medicamentos relacionados con dos problemas de salud mental fuertemente vinculados a la soledad, como son la ansiedad y la depresión (véase 6.1). El estudio ha intentado evaluar la evolución de dicho comportamiento durante los últimos años en nuestro país. Se ha prestado además especial atención al periodo transcurrido desde la llegada de la pandemia, donde, como hemos visto en la subsección 4.5, se ha producido un incremento en el nivel de soledad percibido.

Se han empleado datos de CONCYLIA (Sistema de Información de Farmacia. Gerencia Regional de Salud de Castilla y León) para ver la evolución de dicho consumo en nuestra Comunidad. Se han empleado DDD (dosis diarias definidas) para cuantificar los datos, y se ha comparado la evolución de ellas respecto al número total de medicamentos recetados. Debe tenerse en cuenta que muchos de los tratamientos se renovaron automáticamente durante los primeros meses de la pandemia, por lo que el crecimiento de los datos puede deberse parcialmente a ello. Para poder analizar todos los datos conjuntamente hemos estudiado la evolución mediante un Índice 100, siendo el año base 2012. Pasamos al análisis de los datos, que pueden observarse en el Gráfico 9.

En todos los casos las DDD muestran una tendencia creciente desde 2012 y todos muestran una evolución similar respecto a los picos y caídas. En los tres casos se observa un pico en marzo de 2020, bien sea por circunstancias como la llegada de la pandemia y la necesidad de mayor cantidad de medicamentos, o por la renovación automática de tratamientos que hemos mencionado. También puede ser que cada uno tenga una razón diferente, aunque el comportamiento tan similar parece indicar un factor común.

Hasta 2018 tanto antidepresivos como ansiolíticos se han mantenido por encima de las DDD totales en crecimiento respecto a su valor de 2012. Sin embargo, a partir de entonces, los ansiolíticos y antidepresivos han guardado distinto comportamiento. Mientras que los antidepresivos se han despegado del total creciendo considerablemente más, los ansiolíticos han experimentado un crecimiento más moderado, quedando por debajo del dato total de las DDD. Este efecto se ha acentuado durante la pandemia, cuando el crecimiento de los antidepresivos ha sido especialmente fuerte, siendo mayor que el total, que a su vez ha sido mayor que los ansiolíticos.

Esto ofrece respuestas mixtas sobre la relación de la soledad con el consumo de estos medicamentos. Por un lado, claramente ha habido un crecimiento muy considerable en la cantidad de antidepresivos prescritos a paciente durante la pandemia. Por otro lado, aunque los ansiolíticos hayan crecido, este aumento ha sido menor al general, por lo que no podemos decir que nos encontramos en el mismo caso. A pesar de todo, es un hecho que la pandemia ha tenido efectos muy perjudiciales sobre la soledad y la salud mental, por lo que es posible que en el caso de los antidepresivos este haya sido un factor mayor. Es posible también que ansiedad y depresión guarden distinta relación con la

soledad y que dichas diferencias pudieran explicar parcialmente este distinto comportamiento.

6.4.5 Pagar por compañía

Encontramos en Hertz [18] numerosos testimonios de personas que decían pagar por compañía o por amistad. Este tipo de iniciativa económica no tiene por el momento el impacto y la magnitud que otras de las iniciativas descritas tienen por gran parte del mundo. Sin embargo, sí muestra un considerable crecimiento en los últimos años y es quizás uno de los campos donde el debate moral resulta más complejo. Por un lado puede argumentarse que si alguien demanda compañía y alguien la ofrece no hay nada malo en que se realice un intercambio comercial. Sin embargo, puede también defenderse que la compañía no es algo que se pueda vender y muchas de estas actividades se equiparan en ocasiones a otras como la prostitución, como veremos con los llamados *sugar daddys*.

Algunas de estas iniciativas incluyen Rent a Friend (alquila un amigo), en la que es posible alquilar a una persona para que pase tiempo con nosotros. La tarifa es elegida por cada usuario y cuenta con más de 620.000 “amigos” en todo el mundo indica Hertz [18]. También encontramos apps como Kiki Social, en la que es posible contactar con otros usuarios para hacer planes juntos. Sin embargo, los usuarios que reciben propuestas de planes reciben una retribución económica por lo que resultar atractivo y ser solicitado por un mayor número de personas reporta un mayor beneficio económico.

Otro fenómeno surgido en los últimos años mediante las redes sociales son los coloquialmente llamados *sugar daddy*: es decir, hombres, normalmente de mayor edad, que pagan a chicas jóvenes para que estas pasen tiempo con ellos [31]. Las actividades realizadas en ese tiempo compartido varían y pueden tener en ocasiones cierta connotación sexual. Sin embargo, en muchos casos, el trabajo se limita a pasar tiempo con el *sugar daddy* y tener una conversación de manera periódica. En ocasiones se encuentra cierto paralelismo entre este tipo de actividades y la prostitución, especialmente cuando existe contenido sexual de por medias y teniendo en cuenta el tipo de consumidor y de oferente (hombre más mayor y chica joven en la mayoría de casos). Muchas veces este tipo de relaciones surgen a partir de redes sociales como Instagram, en otros casos se usan aplicaciones de citas como Seeking Arrangement o SugarDaddyEspaña en nuestro país [31]. Como en otros casos, este tipo de mercado plantea importantes cuestiones morales.

7. Acciones respecto al fenómeno de la soledad

La soledad parece tener una clara relación con determinadas realidades de nuestra economía, como el desempleo. También se ha observado que la soledad provoca efectos de importante magnitud en la economía, siendo dichos efectos en muchos casos negativos. Cabe preguntarse pues, tanto si deben de tomarse acciones tanto para comprender mejor la soledad, especialmente desde un punto de vista económico, como para combatirla desde el Estado. Es esto precisamente lo que se desarrollará en esta sección.

7.1 La medición de la soledad

A lo largo del trabajo se ha expuesto la limitación de datos sobre soledad. Aunque tenemos estadísticas fiables sobre los hogares unipersonales, o datos de Eurostat sobre las interacciones sociales, estos indicadores no proveen una magnitud con la que intentar cuantificar la soledad. Tener dicha capacidad resulta fundamental para emplear una medida estándar que nos permita comparar países, géneros o momentos temporales distintos y buscar causas o relaciones mediante contrastes estadísticos. La medición, además, debe afrontar la ambigüedad existente al definir el concepto de soledad, decidiendo si emplea el concepto de aislamiento social, el sentimiento de soledad o ambos (o incluso el concepto de soledad institucional).

En este campo encontramos dos escalas de medición que, mediante una serie de preguntas cuyas respuestas se puntúan (normalmente del 1 al 5), obtienen una puntuación que nos permite cuantificar la soledad. Estas dos escalas son la escala UCLA y la Escala Este-II. Ambas enfocan la medición de la soledad de maneras distintas aunque presentan elementos en común y, según autores como Hertz [18, p. 21], también muestran limitaciones comunes en su base conceptual.

La escala UCLA, como su nombre indica, fue elaborada por la Universidad de California en Los Ángeles y publicada inicialmente en 1978 [41]. Ha sido desde entonces revisada en varias ocasiones hasta llegar a la versión actual (véase Tabla 2). Dicha escala consiste en un cuestionario auto rellenable cuyas preguntas se centran en la soledad como percepción subjetiva o sentimiento. Consta de 20 preguntas y en función de la puntuación total se clasifica los individuos en los siguientes niveles:

- 20-34: Nivel de soledad bajo
- 35-49: Nivel de soledad moderado
- 50-64: Nivel medio-alto de soledad
- 64-80: Nivel alto de soledad

Por su parte la Escala Este II fue elaborada en 2009 por el CSIC [26] en colaboración con la Universidad de Granada. Dicha escala presta una mayor atención a otros aspectos de la soledad como los hábitos diarios, entre los que se incluye el uso de redes sociales o la participación en actividades sociales, además de la frecuencia de encuentros con amigos o familiares. Es decir, encontramos una mayor presencia del aislamiento social en dicha escala en contraste con la UCLA.

Sin embargo, es notable la limitación de la soledad a estos dos conceptos y la poca combinación de ambos en muchos campos. Hertz [18] señala la importancia del sentimiento y los hábitos en diversos ámbitos de la vida social de una persona, como el ámbito laboral, la familia o la interacción con las instituciones y poderes públicos. A pesar de ello dichas escalas arrojan buenos resultados por lo general y sirven para explicar un porcentaje notable de la variabilidad. Resulta pues un reto futuro el intentar abarcar otros ámbitos y conceptos, incrementando la efectividad de la escala y considerando no provocar una extensión excesiva de las mismas.

7.2 Políticas contra la soledad

Habiendo observado los efectos que la soledad tiene sobre la sociedad y sobre el sistema público, es posible ver que el crecimiento de la misma supone un importante perjuicio

en muchas ocasiones. Por ello, en los últimos años han comenzado a surgir medidas por parte de las instituciones con el objetivo de combatir la soledad y reducir dichos efectos. Sin embargo, estas políticas son por el momento escasas y poco extendidas en la mayoría de países.

Una de las políticas con más repercusión mediática ha sido la creación de un Ministerio de la Soledad en Reino Unido, creado en 2018 por Theresa May [38]. Dicho organismo aborda este fenómeno centrándose especialmente en las personas mayores, de las que la mitad vive sola en Reino Unido. Ha sido pionero, además, en publicar la primera estrategia estatal del mundo para combatir la soledad [62]. Dicha estrategia se centra, entre otros objetivos, en reducir el estigma asociado con la soledad, aumentar la cantidad de datos disponibles para el estudio de la misma y cambiar la consideración de las políticas públicas, para apoyar iniciativas y organizaciones que ayuden a conectar personas. Además, se ha publicado desde 2018 un informe anual sobre la soledad en Reino Unido [62].

Japón ha imitado esta iniciativa tras la pandemia, a raíz de los preocupantes datos sobre salud mental y suicidio. Por su parte, otros Estados como Alemania, Francia y Australia, han planteado también la creación de instituciones similares. En nuestro país, el Gobierno, junto a las Comunidades Autónomas, se encuentra diseñando la *Estrategia contra la Soledad no Deseada en las Personas Mayores*, con medidas como la implantación de prestaciones para las personas en aislamiento, la creación de una red de ONG (Red Amigo) y el establecimiento de una línea de ayuda (teléfono Cerca de Ti). A nivel autonómico, el único plan existente es el de Castilla y León: *Plan estratégico contra la soledad no deseada y el aislamiento social de Castilla y León 2022/2027*.

7.3. El estudio económico de la soledad

Todo lo estudiado hasta este momento se ve limitado por la escasez de estudios sobre la relación entre la soledad y distintos aspectos de la actividad económica. La pandemia ha motivado un mayor interés social por este tema, provocando la aparición de nuevas investigaciones e iniciando el camino para comprender la soledad desde un punto de vista económico. Cabe sin embargo preguntarse si este tipo de estudio es relevante; y si la economía y los economistas actuales cuentan con las herramientas necesarias para poder explicar este fenómeno.

En primer lugar, parece que en el aspecto del sector público y las políticas gubernamentales el enfoque económico es completamente necesario. Sin embargo, la medición de la consecución de los objetivos de reducción de soledad se torna complicada a la hora de valorar el éxito de estas políticas. Vincular aspectos como el uso del sistema de salud, la esperanza de vida o la salud mental de la población directamente a la soledad es considerablemente difícil. Son necesarias técnicas de evaluación que puedan adaptarse a esta complejidad. Por otro lado, la ampliación de los datos disponibles resulta imprescindible para poder llevar a cabo cualquier tipo de evaluación.

Por el aspecto de los consumidores encontramos una débil relación entre la teoría del consumidor normalmente estudiada y empleada, y la realidad de los que hemos denominado “consumidores solitarios”. Dichos consumidores toman decisiones en relación al consumo de otros, y en muchas ocasiones reciben efectos perjudiciales tanto

a corto como a medio-largo plazo. La idea de un consumidor racional perfectamente informado y cuyas decisiones se toman de manera puramente individual no parece casar con lo descrito en la subsección 6.3.

Por ello, a la hora de profundizar en el futuro en el aspecto económico de la soledad y el aislamiento social, es quizás necesario introducir nuevos conceptos y teorías. Considerar el papel del entorno y la sociedad en las decisiones de un consumidor resulta fundamental para entender el comportamiento de los individuos solitarios. Es posible también que esto ocurra en muchos otros casos, al mostrar la mayoría de personas una fuerte influencia de su entorno en muchos aspectos vitales.

8. Conclusiones

Durante el presente trabajo hemos examinado, basándonos principalmente en previos estudios, el concepto de soledad acompañado de sus causas y el estado actual de la misma a partir de los datos disponibles, tanto de soledad, como de alguno de sus indicadores más utilizados. Tras haber realizado esto, hemos observado el impacto de dicho fenómeno en distintas áreas de nuestra economía. Primeramente, nos hemos centrado en el impacto de costes y productividad, tanto en el sector público (sistema de salud), como en el privado. Posteriormente, hemos visto que la soledad también abre la puerta a nuevos mercados y supone un posible motivador de los consumidores en varios servicios. Finalmente, se han descrito alguna de las acciones llevadas a cabo tanto para aliviar la soledad a nivel estatal, como para su estudio presente y futuro por parte de sociólogos, psicólogos y economistas, entre otros. Tras haber estudiado todas estas secciones podemos resumir lo hallado en las siguientes conclusiones:

- La soledad ha aumentado en la mayoría de países en los últimos quince años. La mayoría de indicadores y estadísticas disponibles apuntan a una tendencia creciente extendida a lo largo de casi todo el siglo XXI, previa ya a la pandemia. La llegada de la COVID-19, sin embargo, ha aumentado la incidencia de la soledad notablemente por encima de los valores esperados con la tendencia previa, agudizando sus efectos.
- Las personas mayores son uno de los grupos más afectados por la soledad y el envejecimiento de la población hace que este problema se haya tornado de mayor importancia y gravedad durante estos últimos años. Aun así, el grupo de los más jóvenes también experimenta un preocupante aumento en los últimos años. En el primer caso (personas mayores) sus efectos están mucho más vinculados con la carga a servicios públicos, más concretamente el sistema de salud. En el caso de los jóvenes, la relación es mucho más fuerte con Internet y servicios y plataformas vinculados al mismo. Respecto a las edades medias, las conclusiones son más ambiguas, pudiendo aun así decir que los cambios en el entorno laboral, sucedidos por las crisis y la pandemia, han repercutido negativamente sobre la soledad, aumentándola.
- Los servicios públicos sufren una importante carga a raíz del aumento de la soledad, especialmente mediante el sistema de salud. La soledad supone un gran coste para las arcas públicas tanto por la salud física, como mental, como por el exceso de uso de dichos servicios en busca de compañía. En el caso de la salud

física y mental, la soledad supone un importante deterioro para aquellos individuos que la sufren.

- Tanto para el sector privado como para el público, y el conjunto de la economía, la soledad implica una importante pérdida de productividad laboral con grandes costes. Aquellos empleados que experimentan soledad por lo general muestran peor rendimiento, tanto por motivos de salud como de motivación y compromiso. Unos niveles altos de soledad pueden suponer una importante lastra para el rendimiento de una empresa y/o el crecimiento de la economía, además de lastrar la posibilidad de aumento de los salarios y la capacidad de consumo de los ciudadanos.
- Las oportunidades de negocio están muy vinculadas en su mayoría a las redes sociales, y en muchos casos, al público joven, tanto como consumidor, como oferente en alguna ocasión (*sugar daddys*). Muchos de estos mercados plantean serias cuestiones morales y en alguno de los casos, claros perjuicios para la sociedad; tanto por el daño que hacen a los individuos consumidores a medio-largo plazo, como por la naturaleza de muchos de estos servicios (por ejemplo la prostitución o las drogas).
- Todo lo anterior hace que sea necesario considerar la cuestión de la soledad como un fenómeno de gran importancia, no solo desde el punto de vista social, sino también desde el económico. Aunque se han comenzado a desarrollar políticas y estudios sobre este tema, el esfuerzo actual es todavía insuficiente y debe continuar a lo largo del tiempo con dos objetivos. Primeramente, ampliar los datos disponibles para poder realizar una mayor cantidad de estudios de mayor calidad que, con menos limitaciones, permita extraer conclusiones más claras sobre el fenómeno de la soledad, sus causas y sus efectos. Y en segundo lugar, llevar a cabo estrategias coordinadas por parte de las instituciones públicas para combatir dicho fenómeno, y paliar los efectos negativos vinculados al mismo que hemos visto.
- Finalmente, como economistas, es necesario ampliar las miras a la hora de explicar ciertos sucesos. El efecto de la sociedad en las decisiones económicas tanto a nivel micro principalmente, como a nivel macro, supone uno de los factores más relevantes en nuestro momento actual. Un modelo tradicional difícilmente podrá tener en cuenta los efectos de la soledad sobre el comportamiento de consumidores y productores.

Referencias

- [1] Abrahams, C. (2018). All the lonely people: loneliness in later life.
- [2] Baarck, J. , Balahur, A., Cassio, L., d’Hombres, B., Pásztor, Z., & Tintori, G. (2021). Loneliness in the EU - Insights from surveys and online media data. <https://doi.org/10.2760/28343>.
- [3] Burlina, C., & Rodríguez-Pose, A. (2021). Alone and Lonely. The economic cost of solitude for regions in Europe. www.cepr.org.
- [4] Casanovas, G. L., & Beigelman, M. (2020). Colección Health Policy Papers. La nueva economía de la soledad. Soledad y salud de las personas mayores.
- [5] CIS. (1998). La Soledad en las Personas Mayores (No. 2279; Issue 2279).
- [6] Comisión Europea - European Commission. (s.f.). Eurostat: estadísticas europeas. Obtenido de Comisión Europea - European Commission. Disponible en: <https://n9.cl/p1j5u>.
- [7] Eurostat. 2022. Population on 1 January by age, sex and legal marital status. Disponible en: <https://n9.cl/2sgr9>.
- [8] Felice, E., & Fernández, L. C. (2020). Historia Económica de la Felicidad: Una nueva visión de la historia del mundo. Editorial Crítica. <https://books.google.es/books?id=JdHGDwAAQBAJ>.
- [9] Fergusson, M. (2018). Loneliness is not just a problem for the elderly. <https://www.proquest.com/magazines/loneliness-is-not-just-problem->.
- [10] Fernández Sánchez, N. (2016). Redes sociales virtuales, ¿fortalezas o debilidades? un análisis psicosocial relacionado con el cybersexo y la soledad - Virtual social networks, strengths or weaknesses? A psychosocial analysis in relation to cybersex and loneliness. *HAMUT’AY*, 3(2), 42. <https://doi.org/10.21503/hamu.v3i2.1309>.
- [11] Fumagalli, E., Shrum, L. J., & Lowrey, T. M. (2022). Consuming in response to loneliness: bright side and dark side effects. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101329. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsy.2022.101329>.
- [12] García Sanmartín, P. (2021). La soledad en los adolescentes y sus correlaciones con las fortalezas psicológicas y el abuso de las redes sociales. *Revista Sobre la Infancia y la Adolescencia*, 21, 72. <https://doi.org/10.4995/reinad.2021.14447>.
- [13] Germán Muñoz, G. (2010). Las Redes Sociales: ¿forma mediática contra la soledad y el aburrimiento? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 8, 51–64.
- [14] Gerst-Emerson, K., & Jayawardhana, J. (2015). Loneliness as a public health issue: The impact of loneliness on health care utilization among older adults. *American Journal of Public Health Gerst-Emerson and Jayawardhana. Research and Practice*, 105(5), 1013. <https://doi.org/10.2105/AJPH>.

- [15] Hamermesh, D. S. (2020). Life satisfaction, loneliness and togetherness, with an application to Covid-19 lock-downs. *Review of Economics of the Household*, 18(4), 983–1000. <https://doi.org/10.1007/s11150-020-09495-x>.
- [16] Hawk, S. T., van den Eijnden, R. J. J. M., van Lissa, C. J., & ter Bogt, T. F. M. (2019). Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress. *Computers in Human Behavior*, 92, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.032>.
- [17] Heatley Tejada, A., Dunbar, R. I. M., & Montero, M. (2020). Physical contact and loneliness: being touched reduces perceptions of loneliness. *Adaptive Human Behavior and Physiology*, 6(3), 292–306. <https://doi.org/10.1007/s40750-020-00138-0>.
- [18] Hertz, N., & Borrajo, F. (2021). *El siglo de la soledad: Recuperar los Vínculos Humanos en un Mundo Dividido*. Ediciones Paidós. <https://books.google.es/books?id=TqY4EAAAQBAJ>.
- [19] Instituto Nacional de Estadística. (2014). *Contabilidad Nacional de España. Nueva base 2010*. Disponible en: <https://n9.cl/rct0o>.
- [20] Instituto Nacional de Estadística. (2022). *Flujo de inmigración procedente del extranjero por semestre, sexo y edad*. Disponible en: <https://n9.cl/it4i5>.
- [21] Instituto Nacional de Estadística. (2022). *Índices por CCAA: general, vivienda nueva y de segunda mano*. Disponible en: <https://n9.cl/z9lm2>.
- [22] Jeste, D. v., & Lee, E. E. (2020). Loneliness versus wisdom amid two concurrent pandemics of loneliness. *American Journal of Geriatric Psychiatry* (Vol. 28, Issue 12, pp. 1245–1247). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.jagp.2020.08.017>.
- [23] Kung, C. S. J., Kunz, J. S., & Shields, M. A. (2021). Economic Aspects of Loneliness in Australia. *Australian Economic Review*, 54(1), 147–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8462.12414>.
- [24] Kung, C. S. J., Pudney, S. E., & Shields, M. A. (2022). Economic gradients in loneliness, social isolation and social support: Evidence from the UK Biobank. *Social Science & Medicine*. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115122>.
- [25] Jeffrey, K., Abdallah, S., & Michaelson, J. (2022). The cost of loneliness to UK Employers.
- [26] León, J., Jiménez, C., Mercedes, M., Gallego, V., Henao Villa, E., & Quintero Echeverri, Á. (2010). Validación de la escala ESTE para medir la soledad de la población adulta. *Investigación y Educación en Enfermería*, 28(3), 416–427.
- [27] Lim, M. S., & Kim, J. (2018a). Facebook users' loneliness based on different types of interpersonal relationships: Links to grandiosity and envy. *Information Technology and People*, 31(3), 646–665. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2016-0095>.
- [28] Liu, L. J., & Guo, Q. (2007). Loneliness and health-related quality of life for the empty nest elderly in the rural area of a mountainous county in China. *Quality of Life Research*, 16(8), 1275–1280. <https://doi.org/10.1007/s11136-007-9250-0>.

- [29] López, J. D. (2021). La España de las Piscinas. Arpa.
- [30] Losada, A., Márquez-González, M., García-Ortiz, L., Gómez-Marcos, M. A., Fernández-Fernández, V., & Rodríguez-Sánchez, E. (2012). Loneliness and mental health in a representative sample of community-dwelling Spanish older adults. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 146(3), 277–292. <https://doi.org/10.1080/00223980.2011.582523>.
- [31] Macedo, G. (2022). Crece en España el 'sugar dating', una versión encubierta de prostitución. *elPeriodico.es*. Disponible en: <https://acortar.link/yLr2jx>.
- [32] María, A., & Ledesma, S.-T. (2021). Efectos del teletrabajo sobre el bienestar de los trabajadores Correspondencia. In *Rev Asoc Esp Med Trab* • Junio.
- [33] Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>.
- [34] Matook, S., Cummings, J., & Bala, H. (2015). Are you feeling lonely? the impact of relationship characteristics and online social network features on loneliness. *Journal of Management Information Systems*, 31(4), 278–310. <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.1001282>.
- [35] McDaid, D., Bauer, A., & Park, A.-L. Making the economic case for investing in actions to prevent and/or tackle loneliness: a systematic review. Briefing paper. <https://n9.cl/z9lm2>.
- [36] Meneses, C., Rua, A., & Uroz, J. (2018). Exploring motives to pay for sexual services from opinions about prostitution. *Revista Internacional de Sociología*, 76(2). <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.2.17.47>.
- [37] Moens, E., Baert, S., Luc, E. V., & Ootegem, V. (2019). Does loneliness lurk in temp work? Exploring the associations between temporary employment, loneliness at work and job satisfaction. *IZA Discussion Papers (No. 12685; IZA Discussion Papers, Vol. 12685)*. www.iza.org.
- [38] Nast, C. (2022). What Britain's "Minister of Loneliness" Says About Brexit and the Legacy of Jo Cox. *The New Yorker*. Visitado el 7 Julio de 2022, de <https://n9.cl/uamp9>.
- [39] Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. (2020). Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España.
- [40] OCDE (2021). COVID-19 and Well-being Life in the Pandemic. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/1e1ecb53-en>.
- [41] Penning, M. J., Liu, G., & Chou, P. H. B. (2014). Measuring loneliness among middle-aged and older adults: The UCLA and de Jong Gierveld Loneliness Scales. *Social Indicators Research*, 118(3), 1147–1166. <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0461-1>.
- [42] Pérez, M., & Quiroga-Garza, A. (2019). Compulsive use of networking sites, feeling of loneliness and social comparison in young peopl. *Redes. Revista Hispana Para el Análisis de Redes Sociales*, 30(1), 68. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.809>.

- [43] Personas que tienen a alguien a quien pedir ayuda por sexo, edad y nivel educativo Eurostat- Data Browser. (2022). Disponible en: <https://n9.cl/qjgj2>.
- [44] Peytrignet, S., Garforth-Bles, S., & Keohane, K. (2020). Loneliness monetisation report.
- [45] Plaza, A. (2022). La prostitución en España: cuántos hombres pagan por sexo y qué zonas concentran una 'oferta' cada vez más digital. RTVE.es. Disponible en: <https://n9.cl/6zrua>.
- [46] Population on 1 January by age, sex and legal marital status. Eurostat. (2022). Disponible en: <https://n9.cl/qjgj2>.
- [47] Publico.es. Abrazos de plástico en tiempos de covid-19. (2022). Disponible en: <https://n9.cl/w4013>.
- [48] Reinhardt, G. Y., Vidovic, D., & Hammerton, C. (2021). Understanding loneliness: a systematic review of the impact of social prescribing initiatives on loneliness. *Perspectives in Public Health* (Vol. 141, Issue 4, pp. 204–213). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1757913920967040>.
- [49] Robertson, G. (2019). Understanding the psychological drivers of loneliness: the first step towards developing more effective psychosocial interventions. *Quality in Ageing and Older Adults*, 20(3), 143–154. <https://doi.org/10.1108/QAOA-03-2019-0008>.
- [50] Rojas, M. (2017). Economía de la felicidad. Hallazgos relevantes respecto al ingreso y el bienestar. *El Trimestre Económico*, 76, 537. <https://doi.org/10.20430/ete.v76i303.489>.
- [51] Rokach, A., & Brock, H. (1998). Coping with loneliness. *The Journal of Psychology*, 132(1), 107–127. <https://doi.org/10.1080/00223989809599269>.
- [52] Rosen, A. O., Holmes, A. L., Balluerka, N., Hidalgo, M. D., Gorostiaga, A., Gómez-Benito, J., & Huedo-Medina, T. B. (2022). Is social media a new type of social support? Social media use in Spain during the COVID-19 pandemic: A mixed methods study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph19073952>.
- [53] Russell, D., Peplau, L. A., & Ferguson, M. L. (1978). Developing a measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment*, 42(3), 290–294. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4203_11.
- [54] Sen, A. (1970). The impossibility of a paretian liberal. *Journal of Political Economy*, 78(1), 152–157. <http://www.jstor.org/stable/1829633>.
- [55] Shankar, A., McMunn, A., Banks, J., & Steptoe, A. (2011). Loneliness, social isolation, and behavioral and biological health indicators in older adults. *Health Psychology*, 30(4), 377–385. <https://doi.org/10.1037/a0022826>.
- [56] Sheldon, P. (2012). Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of

social network sites. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1960–1965. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.016>.

[57] Simón, P., Clavería, S., García-Albacete, G., López Ortega, A., & Torre, M. (2021). Informe juventud en España 2020. <https://cpage.mpr.gob.es>

[58] Solong, A., Maggasingang, D., Rahman, M., & Bebas, A. R. (2020). Social and economic challenge on street vending and prostitution of women. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra7), 171–184. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4009650>.

[59] Statista. (2022). Companies & Products: Twitch.

[60] Statista. (2022). Social media: Twitch in Spain 2022 Statista Global Consumer Survey-Brand Report Global Consumer Survey.

[61] Statista. (2022). Social media: Twitch in the United States 2022 Statista Global Consumer Survey-Brand Report Global Consumer Survey.

[62] Tackling Loneliness annual report. GOV.UK. (2022). Disponible en: <https://n9.cl/xva6b>.

[63] The Economist (Online). (2018, August 31). Loneliness is pervasive and rising, particularly among the young. <https://www.proquest.com/magazines/loneliness-is-pervasive-rising-particularly->.

[64] Twenge, J. M., Haidt, J., Blake, A. B., McAllister, C., Lemon, H., & le Roy, A. (2021). Worldwide increases in adolescent loneliness. *Journal of Adolescence*, 93, 257–269. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2021.06.006>.

[65] Twitch. (s.f.). Suscripciones. Obtenido de Twitch: <https://www.twitch.tv/subs?lang=es>.

[66] Veblen, T. (2004). Teoría de la Clase Ociosa. Alianza.

[67] (2021/10) Plan estratégico contra la soledad no deseada y el aislamiento social de Castilla y León 2022/2027– Espacio de participación de la Junta de Castilla y León. Participa.jcyl.es. (2022). Disponible en: <https://n9.cl/790a0>

Anexos

Gráficos

Gráfico 1: Tasa de Paro en España (2000-2022): Fuente: instituto Nacional de Estadística.....	40
Gráfico 2: Personas Mayores de 65 Años en España (2001-2021). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.....	40
Gráfico 3: Envejecimiento en España en los Últimos 20 Años: Fuente Instituto Nacional de Estadística	41
Gráfico 4: Porcentaje de solteros en España por sexo (2008-2022). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.....	41
Gráfico 5: Porcentaje de población viuda en España (2002-2012). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.....	42
Gráfico 6: Hogares Unipersonales en España (2013-2020). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.....	42
Gráfico 7: Porcentaje de personas en la Unión Europea que declaran tener a alguien de confianza por países, año 2013. Fuente: Eurostat	43
Gráfico 8: Porcentaje de personas en la Unión Europea que declaran tener a alguien de confianza por países, año 2015. Fuente: Eurostat	43
Gráfico 9: DDDs de antidepressivos, ansiolíticos y totales recetadas en Castilla y León (2012-2022) Índice 100. Fuente: CONCYLIA. Sistema de Información de Farmacia. Gerencia Regional de Salud de Castilla y León.....	44

Tablas

Tabla 1: Confianza en Instituciones Públicas en la UE en 2013 (puntuación del 1 al 10 por los encuestados). Fuente: Eurostat.....	45
Tabla 2: Escala de Soledad UCLA	46

Ilustraciones

Ilustración 1: Análisis de la mediana del % de personas que declaran no haber tenido interacciones significativas en el último año por cuantiles de renta	47
Ilustración 2 Comparaciones entre grupos de renta, prueba de la mediana:.....	50



Gráfico 1: Tasa de paro en España (2000-2022): Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

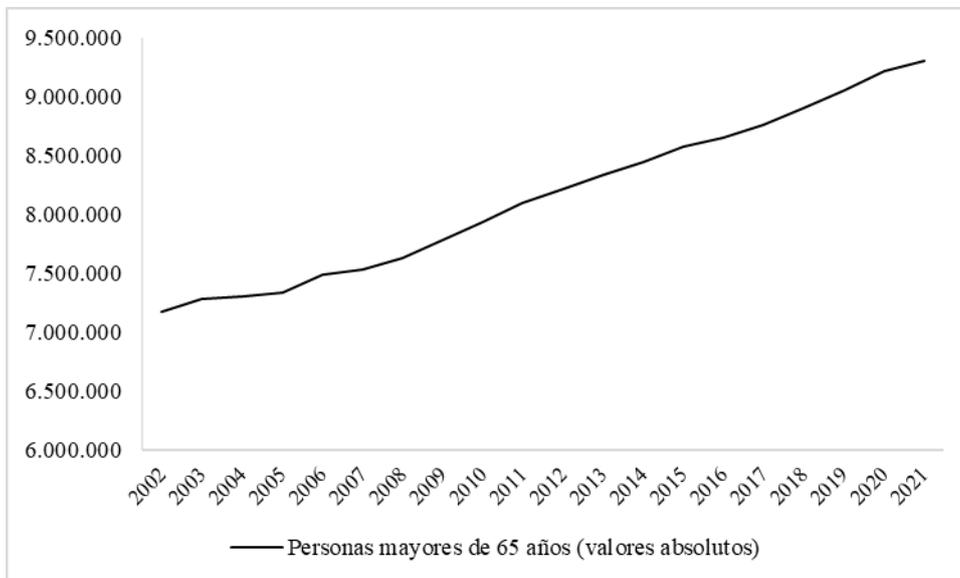


Gráfico 2: Personas mayores de 65 años en España (2001-2021). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

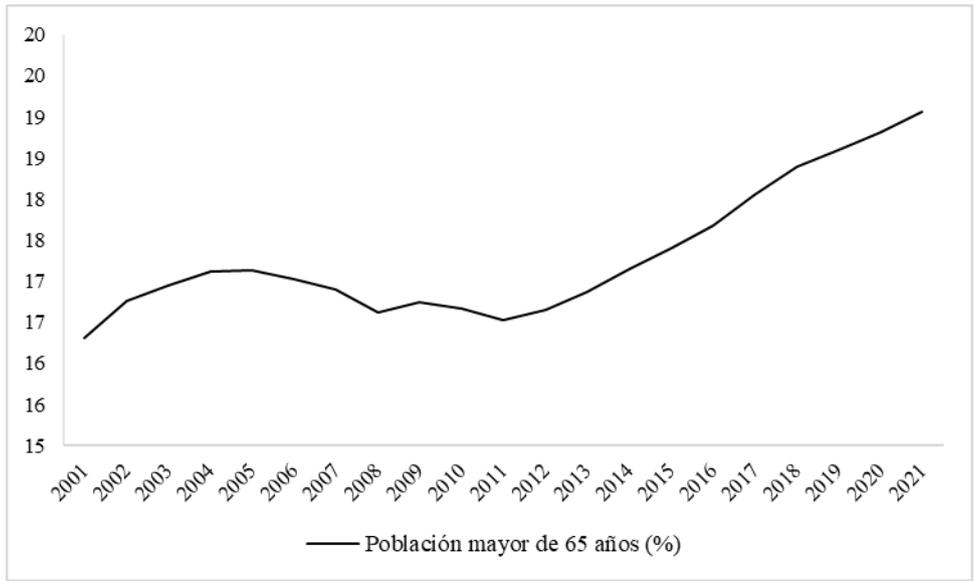


Gráfico 3: Envejecimiento en España en los últimos 20 años: Fuente Instituto Nacional de Estadística.

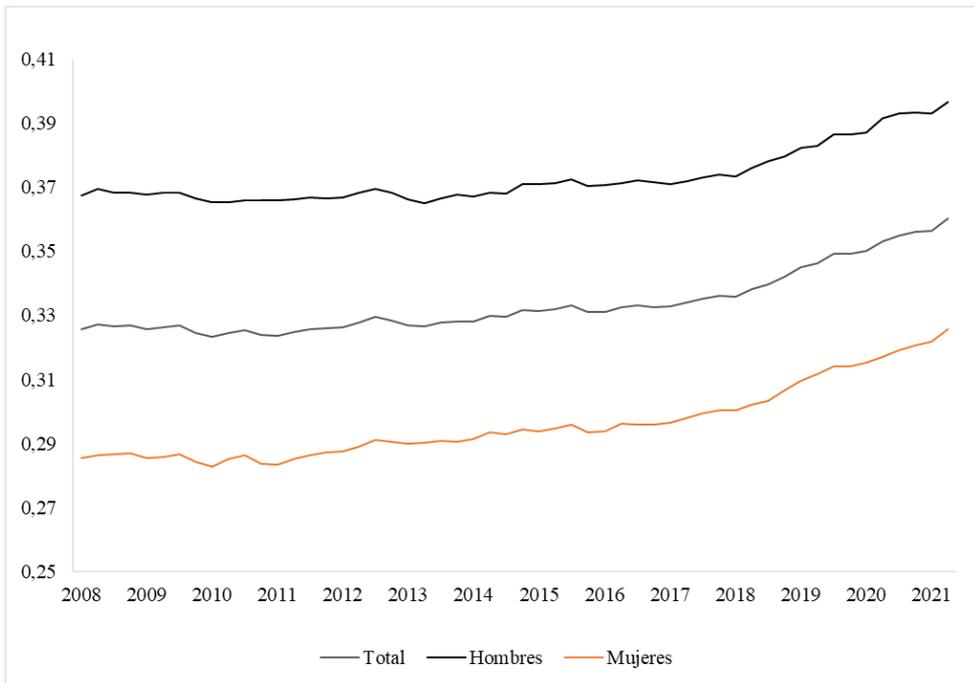


Gráfico 4: Porcentaje de solteros en España por sexo (2008-2022). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

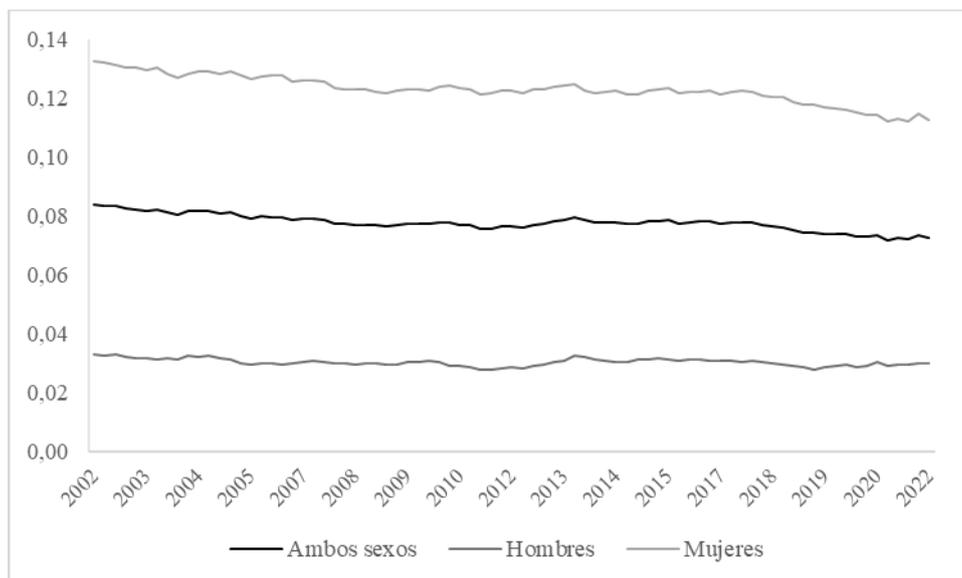


Gráfico 5: Porcentaje de población viuda en España (2002-2012). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

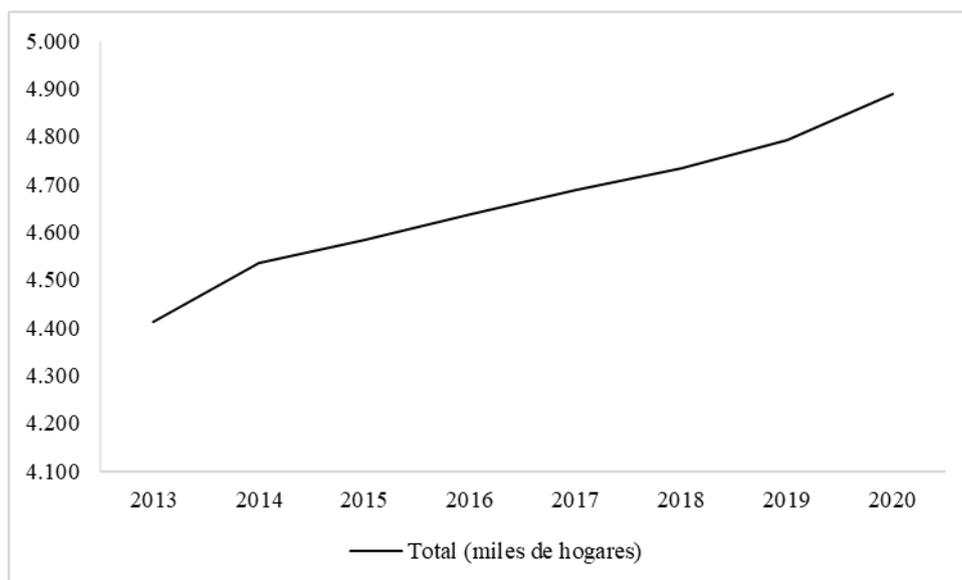


Gráfico 6: Hogares unipersonales en España (2013-2020). Fuente: Instituto Nacional de Estadística.



Gráfico 7: Porcentaje de personas en la Unión Europea que declaran tener a alguien de confianza por países, año 2013. Fuente: Eurostat.



Gráfico 8: Porcentaje de personas en la Unión Europea que declaran tener a alguien de confianza por países, año 2015. Fuente: Eurostat.

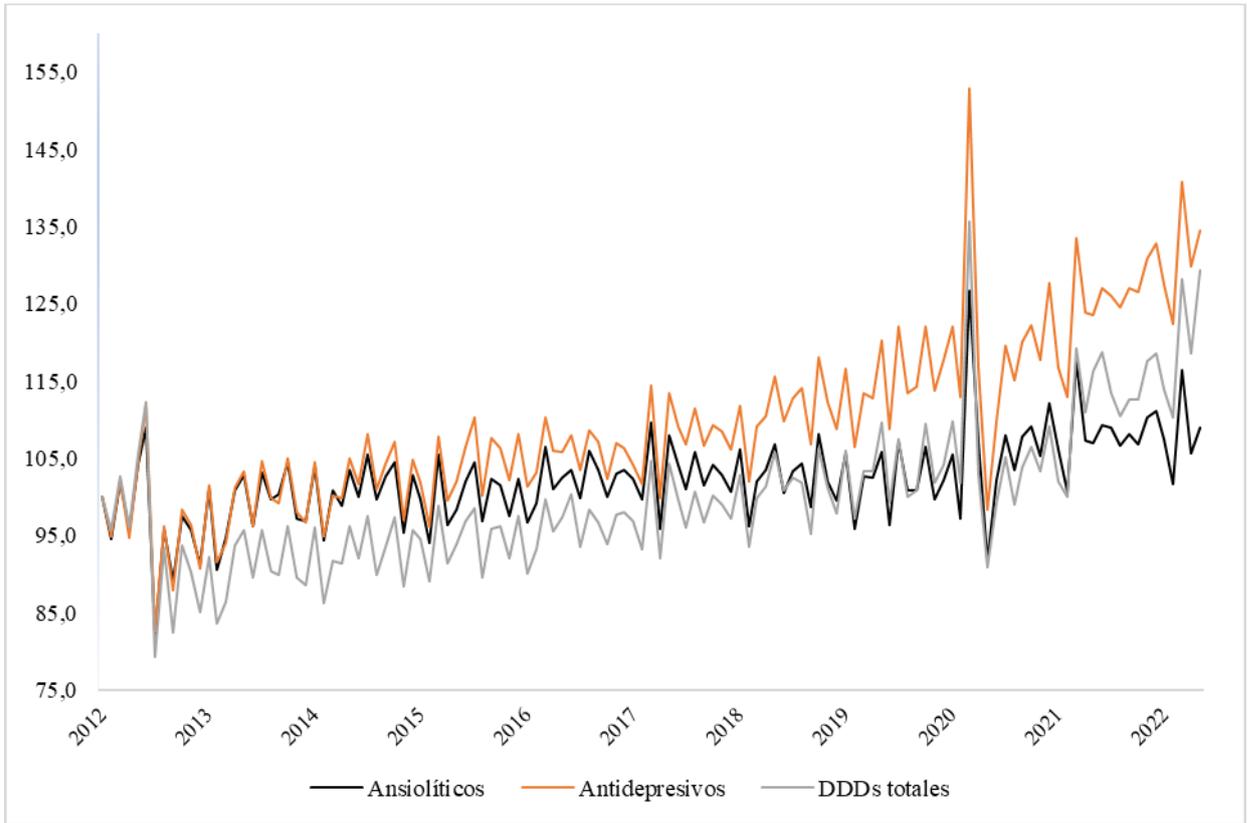


Gráfico 9: DDD de antidepressivos, ansiolíticos y totales recetadas en Castilla y León (2012-2022) Índice 100. Fuente: CONCYLIA. Sistema de Información de Farmacia. Gerencia Regional de Salud de Castilla y León.

	Confianza en la Policía	Confianza en el sistema legal	Confianza en el sistema político
Media Unión Europea	5,9	4,6	3,5
Belgica	6,1	5	4,6
Bulgaria	3,6	3	2,6
República Checa	4,9	3,8	3,7
Dinamarca	7,9	7,5	5,9
Alemania	6,4	5,3	4,9
Estonia	6	5,2	4,4
Irlanda	6,9	5,1	3,2
Grecia	5	4,1	2
España	5,4	3,1	1,9
Francia	5,6	4,5	3
Croacia	-	3,3	2,8
Italia	5,8	3,6	2,1
Chipre	4,7	3,6	2,6
Letonia	5,4	4,5	3,6
Lituania	6	4,9	4,5
Luxemburgo	6,1	5,3	5
Hungría	5,7	5,1	4,5
Malta	6,3	4,9	5,7
Países Bajos	6,6	6,2	5,5
Austria	7,2	6	4,4
Polonia	5,2	4,2	3,5
Portugal	5,4	2,9	1,7
Rumanía	6,4	5,8	4,8
Eslovenia	5,5	2,7	1,8
Eslovaquia	4,4	3,6	3,5
Finlandia	8,2	7,2	6
Suecia	7,1	6,7	5,5
Islandia	7,7	5,7	3,7
Noruega	7,5	7,2	5,9
Suiza	7,4	7	6,6
Reino Unido	6,4	5,5	3,8
Montenegro	5,2	4,8	4,6
Macedonia del Norte	5,1	4,4	4,4
Serbia	4,3	3,4	3,2
Turquía	6,5	5,4	4,9

Tabla 1: Confianza en Instituciones Públicas en la UE en 2013 (puntuación del 1 al 10 por los encuestados). Fuente: Eurostat.

ITEM	AFIRMACIÓN	PUNTUACIÓN			
1	Sintonizo (me llevo bien) con la gente que me rodea	4	3	2	1
2	Me falta compañía	1	2	3	4
3	No tengo a nadie con quien yo pueda contar	1	2	3	4
4	Me siento solo/a	1	2	3	4
5	Me siento parte de un grupo de amigos/as	4	3	2	1
6	Tengo muchas cosas en común con la gente que me rodea	1	2	3	4
7	No tengo confianza con nadie	1	2	3	4
8	Mis intereses e ideas no son compartidos por las personas que me rodean	1	2	3	4
9	Soy una persona abierta (extrovertida)	1	2	3	4
10	Me siento cercano/a de algunas personas	4	3	2	1
11	Me siento excluido/a, olvidado/a por los demás	1	2	3	4
12	Mis relaciones sociales son superficiales	1	2	3	4
13	Pienso que realmente nadie me conoce bien	1	2	3	4
14	Me siento aislado/a de los demás	1	2	3	4
15	Puedo encontrar compañía cuando lo necesito	4	3	2	1
16	Hay personas que realmente me comprenden	4	3	2	1
17	Me siento infeliz de estar tan aislado/a	1	2	3	4
18	La gente está a mi alrededor pero no siento que esté conmigo	1	2	3	4
19	Hay personas con las que puedo charlar y comunicarme	4	3	2	1
20	Hay personas a las que puedo recurrir	1	2	3	4

Tabla 2: Escala de soledad UCLA

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las medianas de Porcentaje son las mismas entre categorías de Cuantil.	Prueba de la mediana para muestras independientes	,000	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,050.

Prueba de la mediana para muestras independientes

Porcentaje entre Cuantil

Resumen de prueba de mediana de muestras independientes

N total	120
Mediana	2,350
Estadístico de prueba	21,333
Grado de libertad	4
Sig. asintótica (prueba bilateral)	,000

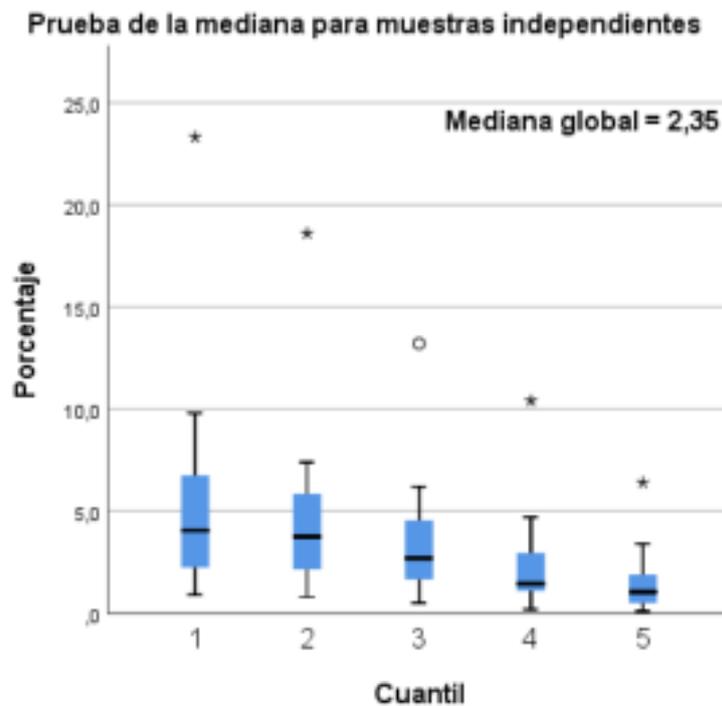


Ilustración 1: Análisis de la mediana del % de personas que declaran no haber tenido interacciones significativas en el último año por cuantiles de renta

Comparaciones por parejas de Cuantil

Sample 1-Sample 2	Estadístico de prueba	Sig.	Sig. ajustada ^a
5-4	1,371	,242	1,000
5-3	12,000	,001	,005
5-2	12,000	,001	,005
5-1	16,333	,000	,001
4-3	4,090	,043	,431
4-2	8,333	,004	,039
4-1	8,333	,004	,039
3-2	3,000	,083	,833
3-1	4,090	,043	,431
2-1	,000	1,000	1,000

Cada fila prueba la hipótesis nula que las distribuciones de la Muestra 1 y la Muestra 2 son iguales.

Se visualizan las significaciones asintóticas (pruebas bilaterales). El nivel de significación es de ,05.

- a. Los valores de significación se han ajustado mediante la corrección Bonferroni para varias pruebas.

Ilustración 2: Comparaciones entre grupos de renta, prueba de la mediana.