

INFORME DE FELICIDAD DE IPSOS 2026

Una encuesta de Global
Advisor en 29 países

Marzo 2026



Qué hay que saber

La gente está más feliz que el año pasado

En 25 de los 29 países encuestados, la gente está más feliz que hace 12 meses. Solo tres países dicen estar menos contentos este año que en 2025. De media, en 29 países, el 74% dice estar contento, y el 18% dice estar muy contento. El 27% no está contento, y el 5% no está contento en absoluto.

Sentirse valorado y la familia son los mayores motores de la felicidad

Las personas que se sienten felices dicen sentirse valoradas (37%) y su relación con su familia e hijos (36%) tienen el mayor impacto en su felicidad. Aunque las relaciones personales tienen el mayor efecto en la felicidad, son los factores externos los que impulsan la infelicidad. Mi situación financiera se considera la principal causa de lo que hace infeliz a la gente (57%). Este es el caso de 28 de los 29 países encuestados.

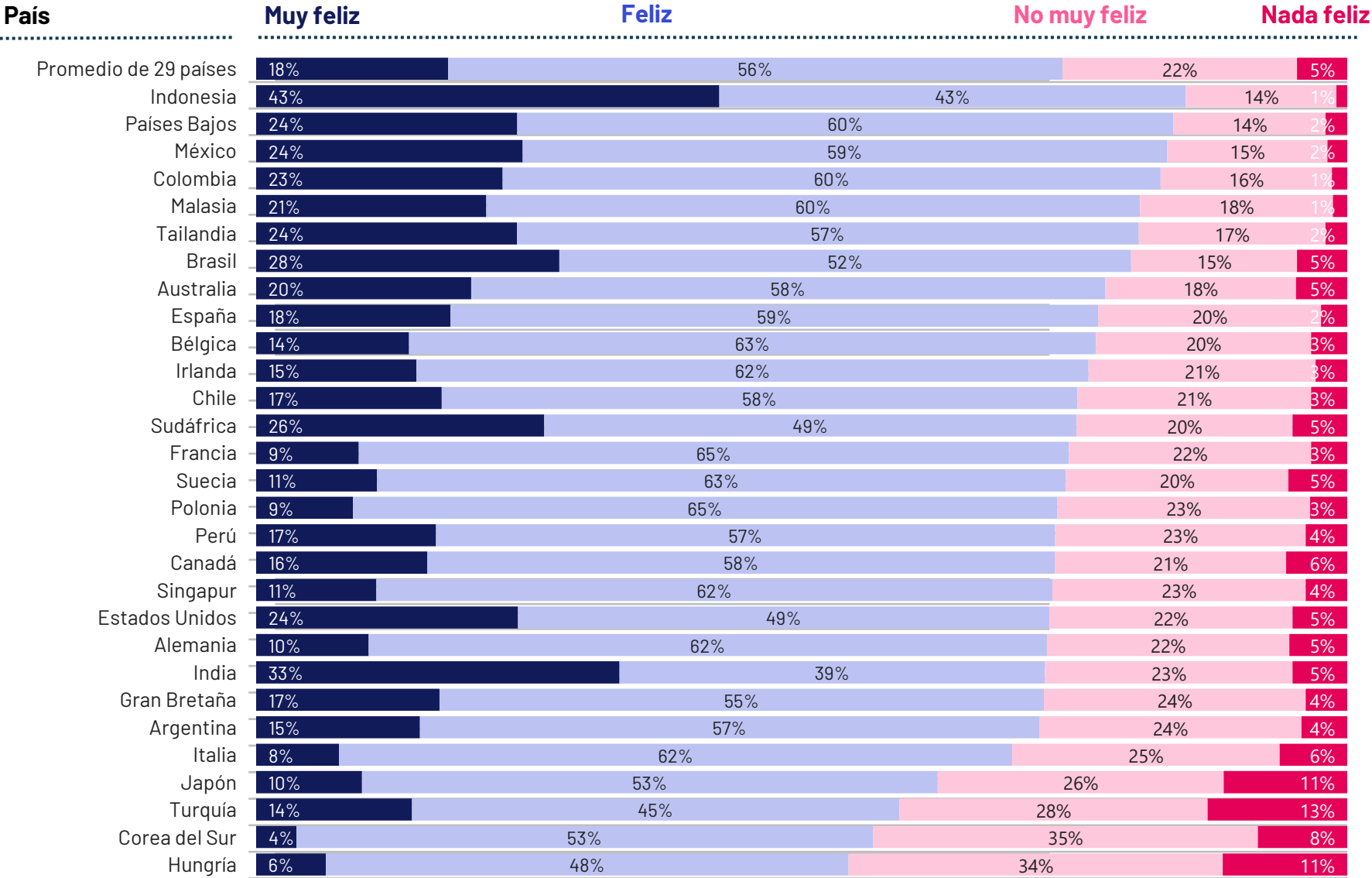
Las economías en dificultades tienen menos impacto en la felicidad

Este año, la gente ve menos probable que la economía de su país sea una fuente de infelicidad que en 2025 en todos los países encuestados, excepto en cuatro. En nuestra encuesta *What Worries the World*, vemos que más personas piensan que la economía de su país es más fuerte ahora que el año pasado, lo que sugiere que la ligera mejora de las condiciones podría explicar el aumento de la felicidad este año.

P1: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

Haz clic aquí para ver tendencias de años anteriores

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



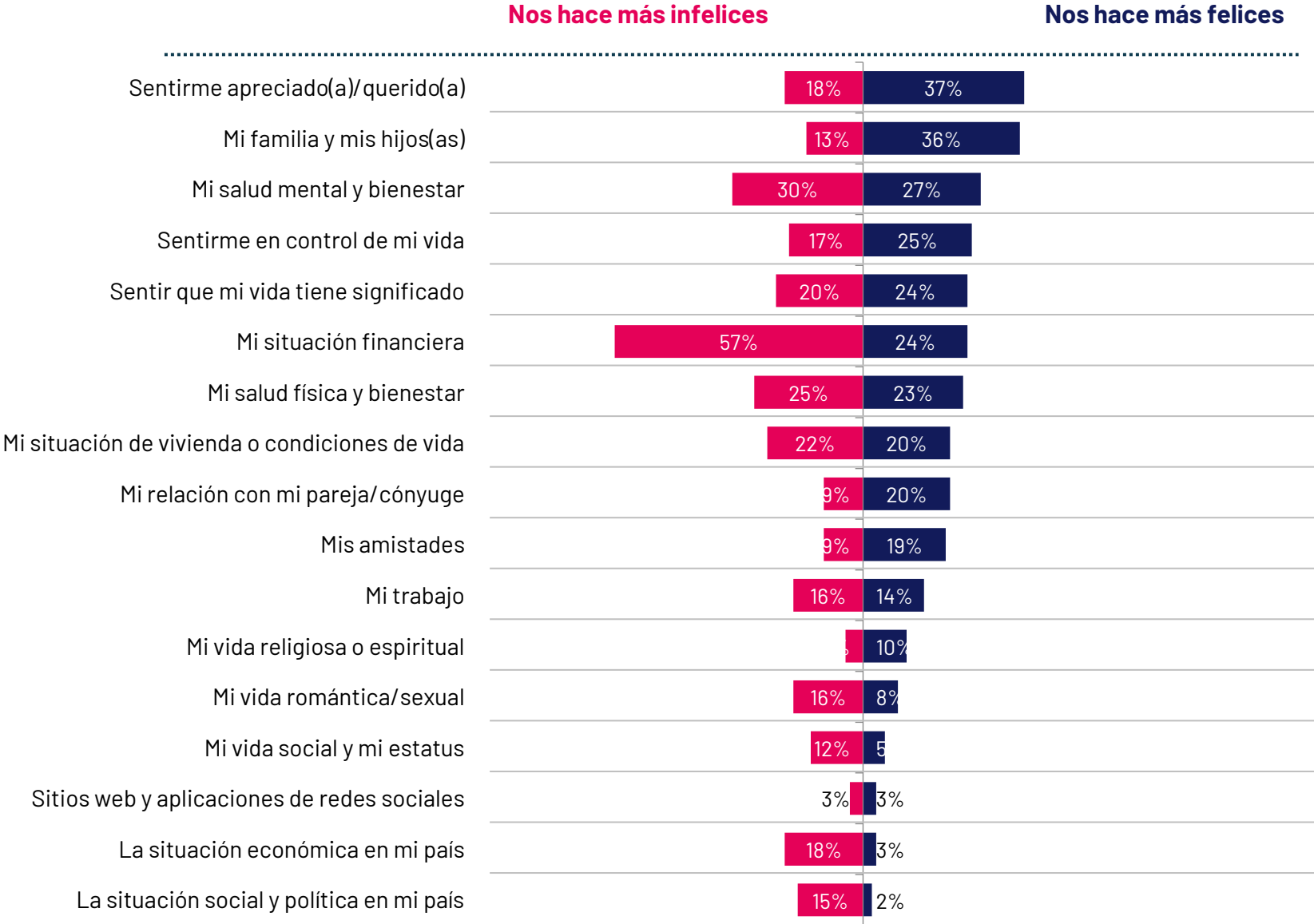
¿Qué nos hace felices?

Sentirnos valorados y nuestra relación con nuestras familias se ven como las dos principales razones que nos hacen felices.

En cuanto a lo que nos hace infelices, existe un amplio acuerdo: nuestra situación financiera. No importa tu edad, dónde vivas o cuánto ganes, si estás infeliz, tus finanzas personales son la causa más probable de esa infelicidad.

P: Por favor, elige las tres áreas principales de tu vida que contribuyen a que te sientas feliz*/infeliz†

Promedio de 29 países



*Preguntado solo a quienes respondieron muy feliz o feliz a P1. †Preguntado solo a quienes respondieron no muy feliz o nada feliz a P1.

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.

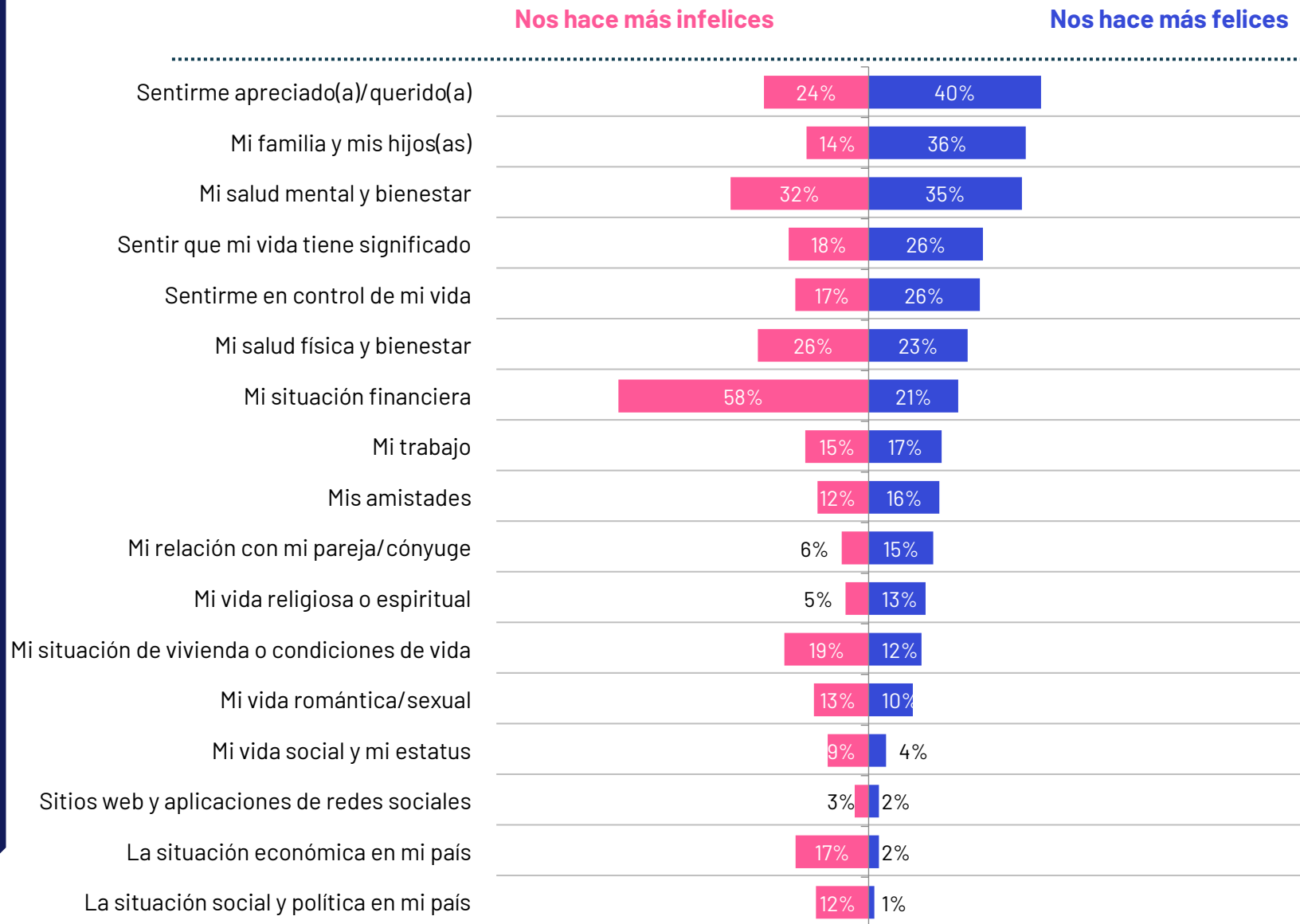
¿Qué nos hace Felices en LATAM?

Sentirnos valorados y nuestra relación con nuestras familias se ven como las dos principales razones que nos hacen felices.

En cuanto a lo que nos hace infelices, existe un amplio acuerdo: nuestra situación financiera. No importa tu edad, dónde vivas o cuánto ganes, si estás infeliz, tus finanzas personales son la causa más probable de esa infelicidad.

P: Por favor, elige las tres áreas principales de tu vida que contribuyen a que te sientas feliz*/infeliz†

Promedio de LATAM (seis países)



*Preguntado solo a quienes respondieron muy feliz o feliz a P1. †Preguntado solo a quienes respondieron no muy feliz o nada feliz a P1.

Base: 4.006 adultos menores de 75 años en seis países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.

Los mayores son los más felices

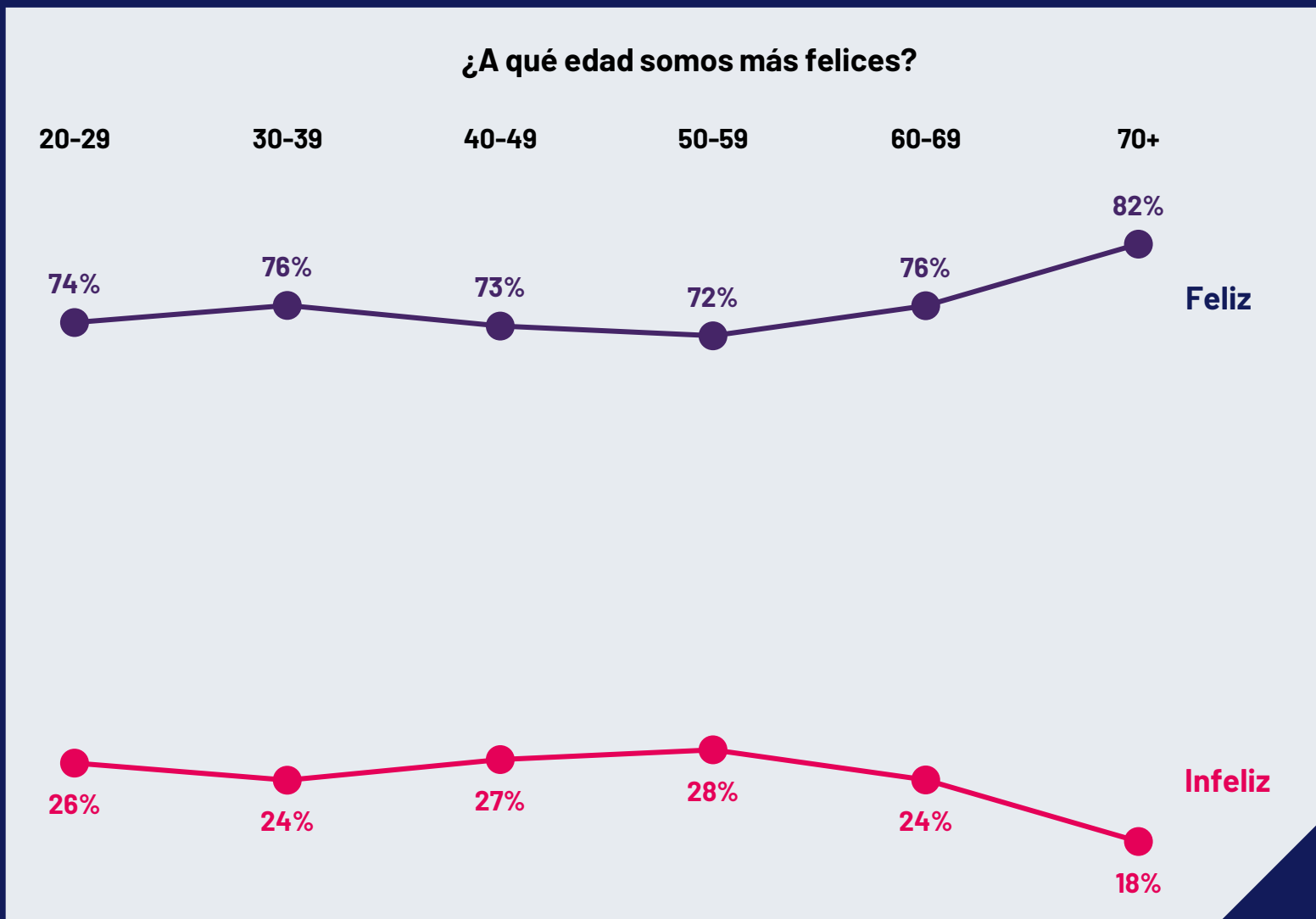
Cuando se trata de felicidad y edad, hay buenas noticias y no tan buenas.

La noticia menos buena es que somos menos felices y más infelices a medida que envejecemos, siendo las personas de más de 50 años las menos felices y las más descontentas.

La buena noticia es que, una vez superemos esta década, seremos más felices que nunca.

P: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

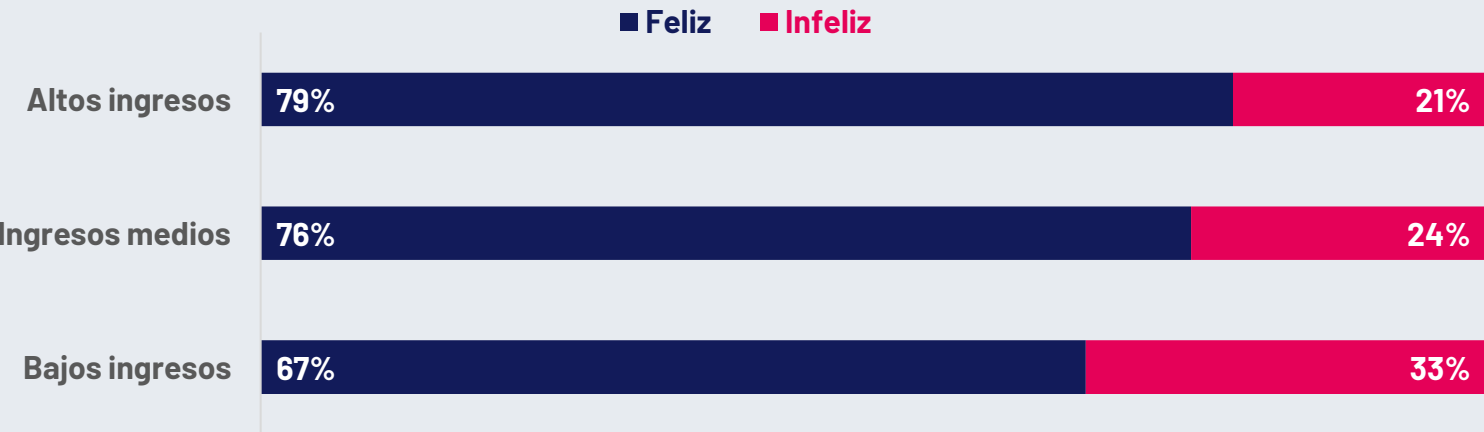
Promedio de 29 países



Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.

¿El dinero trae felicidad?

P: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?
Promedio de 29 países



El mayor impulsor de la felicidad

- Bajos ingresos**– Sentirme apreciado(a)/querido(a) **39%**
- Ingresos medios**– Mi familia y mis hijos(as) **37%**
- Altos ingresos**– Mi familia y mis hijos(as) **40%**

El mayor impulsor de la infelicidad

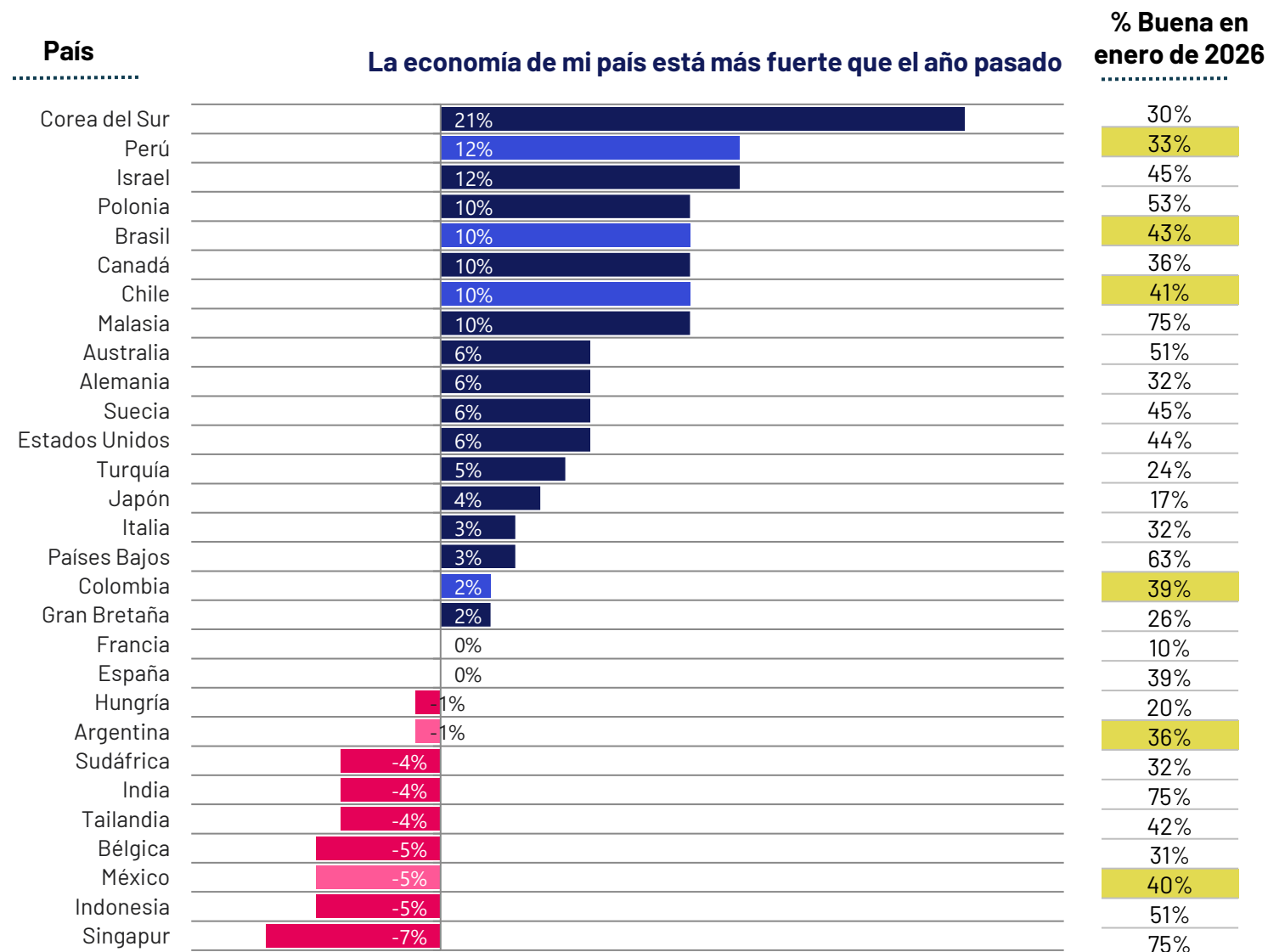
- Bajos ingresos**– Mi situación financiera **61%**
- Ingresos medios**– Mi situación financiera **57%**
- Altos ingresos**– Mi situación financiera **54%**

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026



Más personas piensan que su economía es más fuerte en enero de 2026 que el año pasado en 18 de los 29 países encuestados en nuestro informe «What Worries the World».

P: ¿Cómo describiría la situación económica actual en su país? Cambio en puntos porcentuales desde enero de 2025 en quienes creen que su economía es buena



La economía de mi país está más débil que el año pasado

Base: Muestra representativa de 25.270 adultos de 16 a 74 años en 30 países participantes, del 24 de diciembre de 2025 al 9 de enero de 2026.

Apéndice

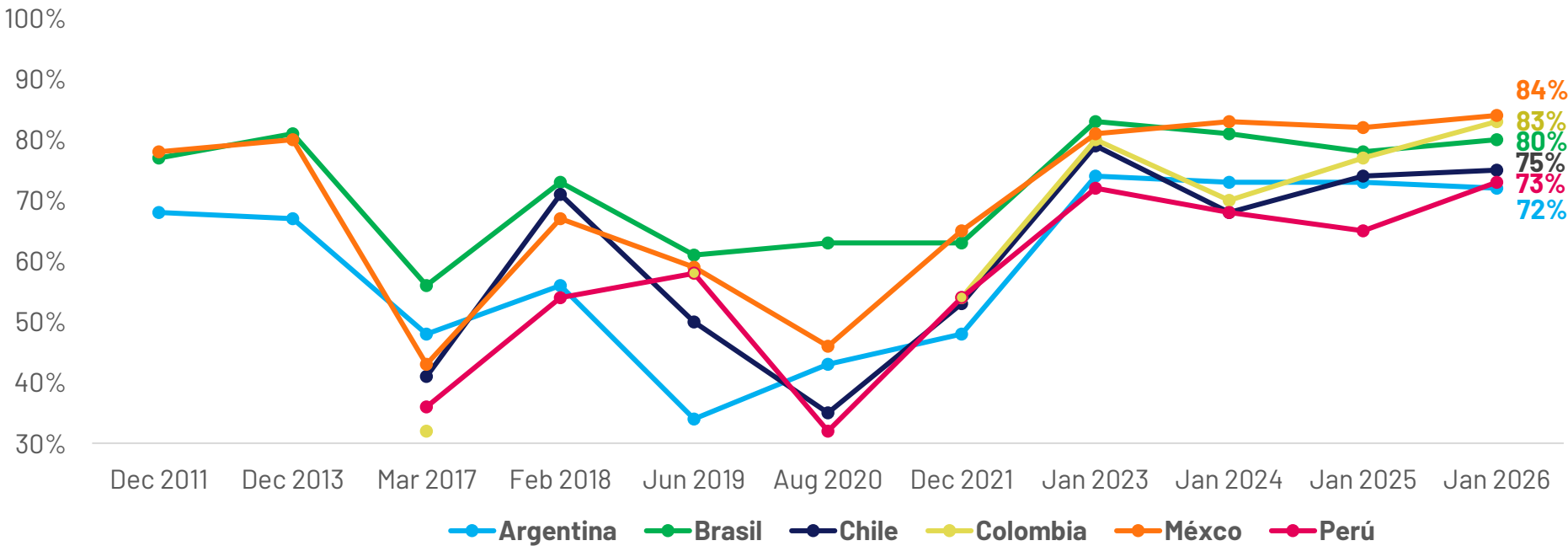
Felicidad a lo largo de los años: 2011 - 2026

	Dec 2011	Dec 2013	Mar 2017	Feb 2018	Jun 2019	Aug 2020	Dec 2021	Jan 2023	Jan 2024	Jan 2025	Jan 2026	1- year change	14-year change
Indonesia								79%	82%	79%	85%	+6	-
Países Bajos						87%	86%	85%	85%	86%	84%	-2	-
México	78%	80%	43%	67%	59%	46%	65%	81%	83%	82%	84%	+2	+6
Colombia			32%		58%		54%	80%	70%	77%	83%	+6	-
Malasia				69%	52%	62%	65%	68%	77%	76%	81%	+5	-
Tailandia								71%	79%	78%	81%	+3	-
Brasil	77%	81%	56%	73%	61%	63%	63%	83%	81%	78%	80%	+2	+3
Australia	86%	84%	72%	82%	86%	77%	85%	80%	71%	71%	78%	+7	-8
España	63%	57%	43%	53%	46%	38%	55%	69%	70%	72%	77%	+5	+14
Bélgica	80%	80%	71%	80%	73%	71%	73%	68%	74%	72%	77%	+5	-3
Irlanda									77%	74%	76%	+2	-
Chile			41%	71%	50%	35%	53%	79%	68%	74%	75%	+1	-
Sudáfrica	79%	83%	59%	72%	59%	52%	65%	77%	69%	66%	75%	+9	-4
Francia	84%	81%	68%	77%	80%	78%	81%	74%	71%	73%	75%	+2	-9
Suecia	80%	87%	74%	81%	75%	74%	78%	74%	68%	73%	74%	+1	-6
Polonia	75%	72%	66%	71%	71%	68%	65%	58%	72%	71%	73%	+2	-2
Perú			36%	54%	58%	32%	54%	72%	68%	65%	73%	+8	-
Canadá	85%	83%	81%	81%	86%	78%	80%	74%	71%	67%	73%	+6	-12
Singapur							72%	71%	74%	73%	73%	=	-
Estados Unidos	85%	83%	80%	82%	79%	70%	76%	76%	72%	69%	73%	+4	-12
Alemania	76%	77%	71%	68%	78%	73%	72%	67%	65%	64%	72%	+8	-4
India	89%	87%	78%	83%	77%	66%	82%	84%	82%	88%	72%	-16	-17
Gran Bretaña	79%	81%	71%	78%	82%	76%	83%	70%	75%	70%	72%	+2	-7
Argentina	68%	67%	48%	56%	34%	43%	48%	74%	73%	73%	72%	-1	+4
Italia	73%	68%	53%	60%	57%	62%	66%	68%	58%	65%	69%	+4	-4
Japón	70%	69%	62%	60%	52%	55%	58%	60%	57%	60%	63%	+3	-7
Turquía	89%	83%	58%	60%	53%	59%	42%	61%	59%	49%	59%	+10	-30
Corea del Sur	71%	62%	48%	57%	54%	54%	57%	57%	48%	50%	57%	+7	-14
Hungría	43%	52%	48%	48%	50%	45%	51%	50%	48%	45%	54%	+9	+11

Felicidad a lo largo de los años en LATAM: 2011 - 2026

	Dec 2011	Dec 2013	Mar 2017	Feb 2018	Jun 2019	Aug 2020	Dec 2021	Jan 2023	Jan 2024	Jan 2025	Jan 2026	Cambio de 1 año	Cambio de 14 años
México	78%	80%	43%	67%	59%	46%	65%	81%	83%	82%	84%	+2	+6
Colombia			32%		58%		54%	80%	70%	77%	83%	+6	-
Brasil	77%	81%	56%	73%	61%	63%	63%	83%	81%	78%	80%	+2	+3
Chile			41%	71%	50%	35%	53%	79%	68%	74%	75%	+1	-
Perú			36%	54%	58%	32%	54%	72%	68%	65%	73%	+8	-
Argentina	68%	67%	48%	56%	34%	43%	48%	74%	73%	73%	72%	-1	+4

Felicidad en Latinoamérica (2011 - 2026)

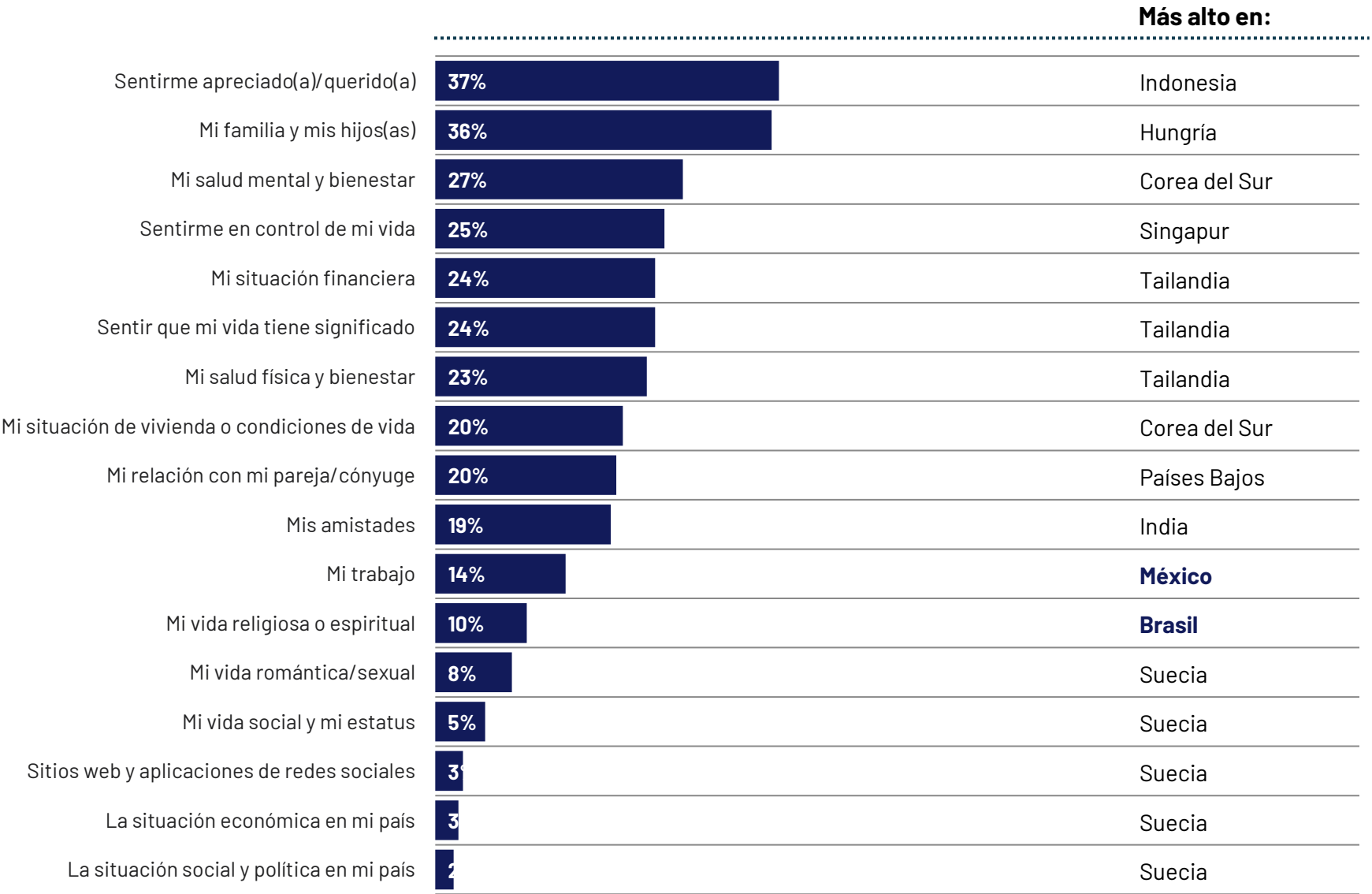


P: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta feliz

Preguntado solo a quienes respondieron muy feliz o feliz felices a P1

Promedio de 29 países

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

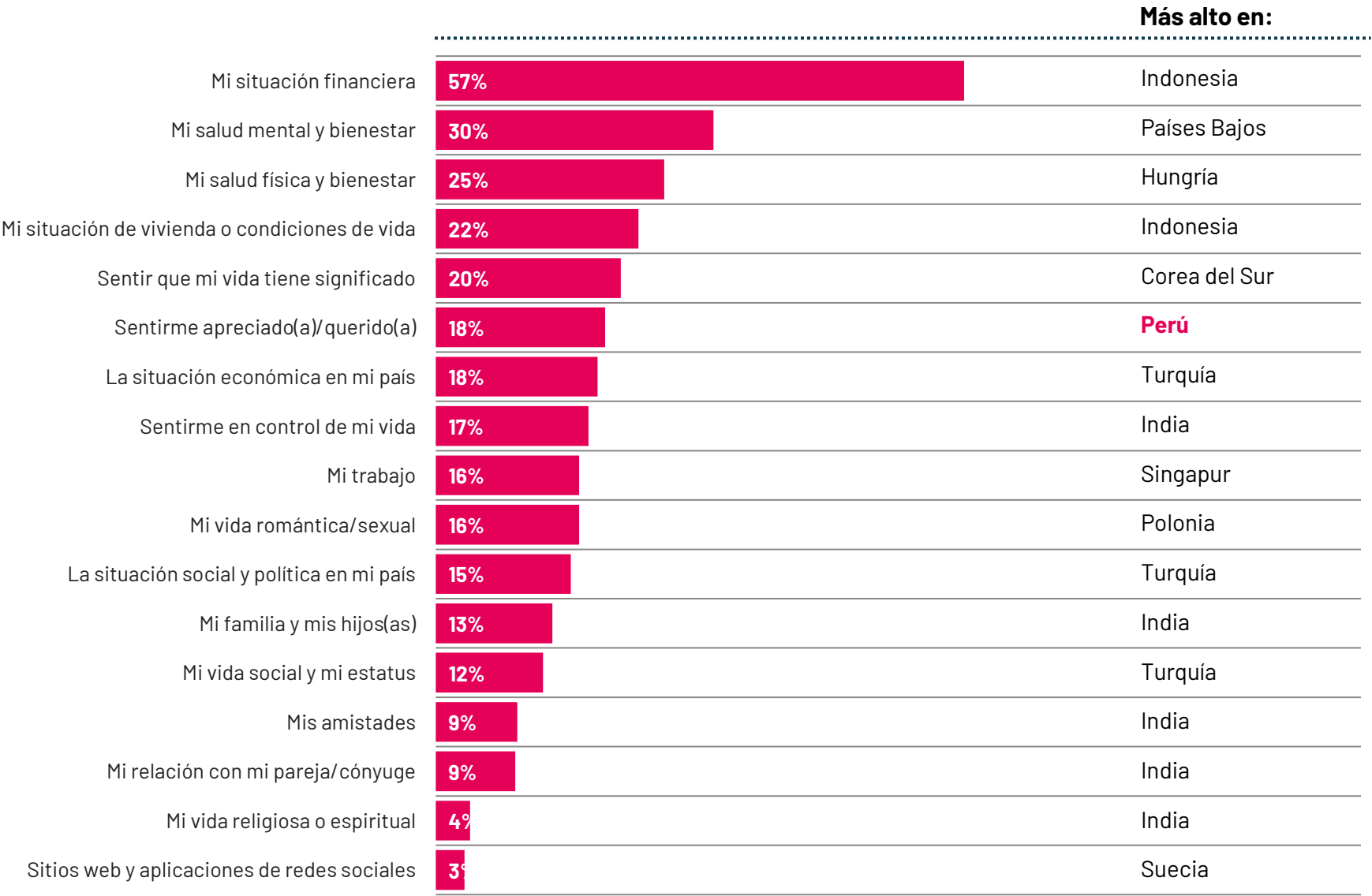


P: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta infeliz

Preguntado solo a quienes respondieron no muy feliz o nada feliz a P1.

Promedio de 29 países

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

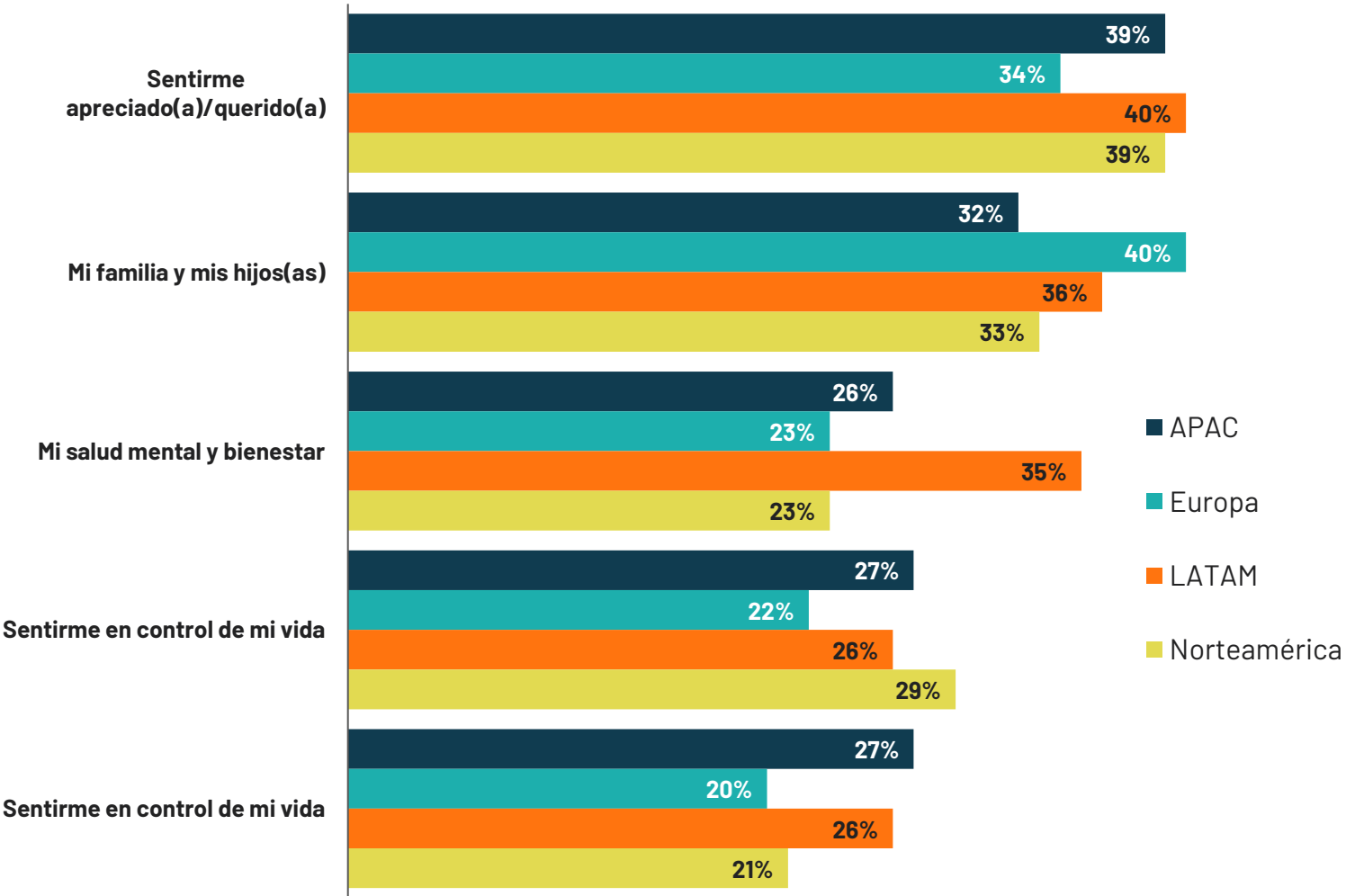


P: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta feliz

Preguntado solo a quienes respondieron muy feliz o feliz felices a P1.

Por región

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026



¿Qué nos hace felices? Por país

	AVG	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	COL	FRA	GER	GB	HUN	INDI	INDO	IRE	ITA	JPN	MAL	MEX	NETH	PER	POL	SING	SA	SK	SPA	SWE	THA	TUR	US
Sentirme apreciado(a)/querido(a)	37%	44%	38%	31%	34%	39%	44%	39%	27%	40%	42%	48%	19%	60%	35%	28%	38%	56%	37%	35%	41%	34%	30%	51%	33%	37%	22%	24%	33%	39%
Mi familia y mis hijos(as)	36%	36%	32%	42%	29%	36%	42%	34%	48%	35%	41%	49%	25%	30%	39%	40%	40%	31%	38%	36%	37%	41%	30%	35%	41%	45%	22%	33%	47%	31%
Mi salud mental y bienestar	27%	35%	20%	24%	31%	23%	36%	37%	22%	23%	17%	14%	28%	24%	24%	25%	14%	26%	35%	21%	38%	23%	24%	30%	39%	33%	26%	35%	28%	23%
Sentirme en control de mi vida	25%	26%	34%	23%	29%	30%	25%	22%	20%	26%	28%	17%	32%	22%	22%	20%	26%	19%	25%	23%	28%	27%	37%	32%	16%	16%	20%	25%	20%	29%
Sentir que mi vida tiene significado	24%	24%	26%	22%	27%	17%	27%	30%	22%	16%	19%	25%	31%	32%	24%	20%	29%	30%	22%	16%	28%	30%	25%	22%	6%	18%	13%	33%	27%	25%
Mi situación financiera	24%	16%	23%	22%	20%	24%	20%	24%	16%	25%	25%	16%	30%	33%	18%	17%	31%	29%	22%	23%	21%	20%	24%	26%	29%	19%	29%	43%	26%	17%
Mi salud física y bienestar	23%	23%	17%	23%	20%	24%	22%	22%	24%	27%	18%	28%	25%	18%	18%	29%	15%	18%	27%	25%	22%	24%	23%	14%	31%	26%	30%	31%	27%	21%
Mi situación de vivienda o condiciones de vida	20%	10%	23%	22%	17%	20%	13%	11%	25%	26%	21%	22%	24%	24%	25%	27%	28%	25%	11%	29%	11%	27%	25%	16%	32%	11%	19%	20%	12%	19%
Mi relación con mi pareja/cónyuge	20%	14%	20%	31%	17%	27%	19%	12%	26%	22%	26%	35%	13%	13%	24%	26%	23%	-	16%	35%	11%	24%	16%	14%	21%	26%	12%	14%	19%	21%
Mis amistades	19%	26%	26%	24%	18%	23%	12%	13%	27%	24%	29%	16%	30%	4%	26%	23%	18%	12%	17%	24%	12%	15%	17%	12%	13%	27%	14%	8%	16%	27%
Mi trabajo	14%	12%	14%	10%	15%	10%	12%	21%	13%	12%	13%	10%	13%	13%	15%	19%	12%	18%	21%	8%	20%	13%	11%	16%	11%	18%	20%	16%	11%	11%
Mi vida religiosa o espiritual	10%	7%	9%	5%	22%	9%	9%	17%	7%	4%	6%	3%	9%	20%	14%	7%	4%	20%	9%	5%	15%	9%	13%	15%	7%	6%	2%	5%	8%	16%
Mi vida romántica/sexual	8%	11%	7%	9%	10%	7%	14%	11%	12%	8%	6%	7%	7%	4%	7%	9%	6%	7%	9%	7%	7%	7%	9%	9%	7%	10%	17%	3%	9%	10%
Mi vida social y mi estatus	5%	6%	4%	8%	3%	6%	4%	3%	8%	7%	5%	3%	7%	2%	4%	7%	3%	3%	5%	10%	4%	5%	6%	4%	6%	5%	11%	4%	10%	5%
Sitios web y aplicaciones de redes sociales	3%	4%	4%	2%	4%	3%	1%	1%	2%	4%	3%	2%	4%	1%	4%	2%	5%	5%	3%	1%	1%	3%	3%	4%	5%	1%	7%	4%	2%	5%
La situación económica en mi país	3%	4%	2%	1%	2%	1%	0%	3%	1%	2%	1%	3%	3%	1%	2%	1%	4%	2%	2%	2%	4%	1%	5%	1%	2%	1%	14%	4%	3%	3%
La situación social y política en mi país	2%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	2%	1%	0%	1%	0%	6%	1%	1%	0%	1%	1%	4%	-	1%	1%	22%	1%	3%	0%

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

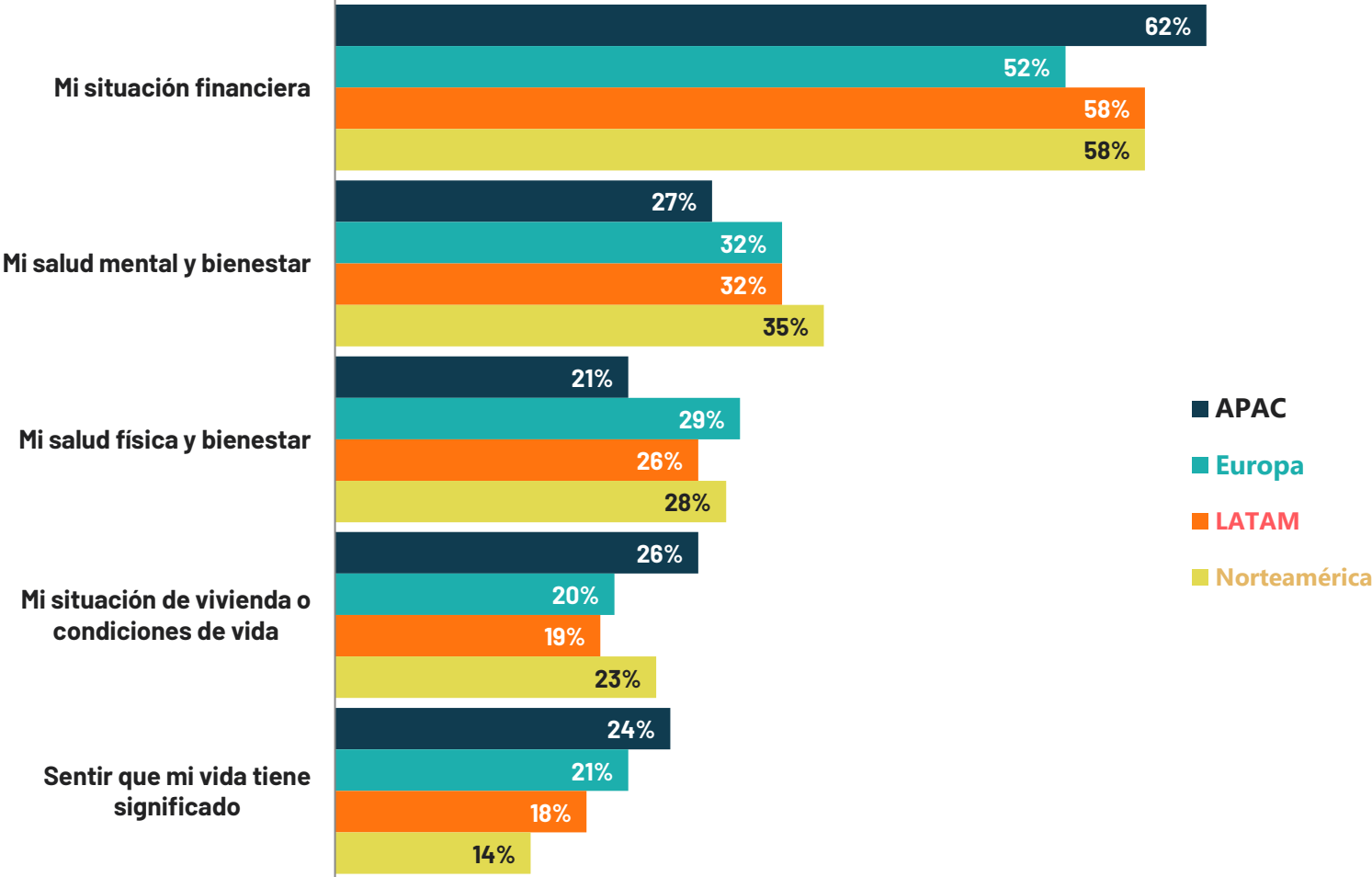
© Ipsos Happiness Index 2026

P: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta infeliz

Preguntado solo a quienes respondieron no muy feliz o nada feliz a P1.

Por región

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026



¿Qué nos hace infelices? Por país

	AVG	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	COL	FRA	GER	GB	HUN	INDI	INDO	IRE	ITA	JPN	MAL	MEX	NETH	PER	POL	SING	SA	SK	SPA	SWE	THA	TUR	US
Mi situación financiera	57%	57%	55%	52%	54%	53%	59%	63%	50%	57%	43%	58%	39%	81%	55%	50%	66%	63%	61%	39%	55%	51%	75%	75%	60%	47%	55%	67%	60%	62%
Mi salud mental y bienestar	30%	31%	35%	28%	37%	37%	39%	27%	28%	33%	37%	19%	27%	27%	36%	28%	27%	14%	31%	46%	26%	37%	35%	26%	22%	36%	40%	31%	21%	33%
Mi salud física y bienestar	25%	26%	26%	30%	15%	26%	27%	26%	21%	32%	26%	36%	26%	10%	27%	25%	17%	17%	24%	30%	32%	30%	19%	13%	24%	28%	34%	21%	12%	30%
Mi situación de vivienda o condiciones de vida	22%	16%	25%	20%	27%	18%	22%	18%	15%	17%	21%	16%	23%	45%	27%	18%	20%	38%	17%	17%	18%	24%	18%	26%	29%	21%	24%	22%	22%	28%
Sentir que mi vida tiene significado	20%	19%	20%	26%	21%	12%	18%	18%	32%	18%	26%	17%	33%	1%	18%	21%	25%	20%	15%	30%	18%	14%	13%	14%	45%	22%	10%	4%	11%	16%
Sentirme apreciado(a)/querido(a)	18%	21%	13%	21%	26%	19%	20%	26%	13%	24%	23%	26%	12%	10%	11%	27%	15%	22%	22%	24%	31%	16%	16%	13%	13%	17%	13%	5%	15%	15%
La situación económica en mi país	18%	24%	14%	14%	13%	16%	10%	22%	12%	20%	19%	19%	3%	26%	12%	10%	22%	12%	15%	5%	17%	5%	22%	33%	16%	13%	8%	37%	37%	20%
Sentirme en control de mi vida	17%	14%	19%	19%	20%	23%	13%	18%	24%	6%	19%	12%	30%	3%	23%	19%	16%	16%	26%	27%	15%	18%	12%	19%	7%	13%	17%	16%	12%	19%
Mi trabajo	16%	16%	13%	12%	13%	14%	19%	17%	13%	12%	16%	16%	10%	26%	11%	19%	17%	35%	10%	6%	12%	20%	38%	11%	12%	17%	10%	21%	12%	9%
Mi vida romántica/sexual	16%	11%	20%	21%	13%	23%	13%	10%	28%	17%	19%	15%	7%	10%	9%	19%	13%	8%	12%	18%	16%	29%	21%	15%	10%	14%	25%	2%	12%	15%
La situación social y política en mi país	15%	15%	15%	15%	11%	12%	13%	9%	18%	16%	15%	23%	1%	15%	12%	14%	17%	10%	12%	12%	11%	10%	6%	16%	13%	18%	16%	19%	27%	18%
Mi familia y mis hijos(as)	13%	19%	14%	8%	13%	10%	10%	16%	14%	17%	9%	11%	19%	8%	14%	14%	14%	13%	14%	10%	14%	13%	5%	12%	12%	17%	12%	14%	9%	11%
Mi vida social y mi estatus	12%	11%	11%	11%	12%	9%	8%	9%	14%	9%	10%	8%	11%	15%	11%	15%	12%	13%	9%	13%	8%	15%	8%	8%	17%	12%	11%	17%	20%	9%
Mis amistades	9%	11%	8%	9%	10%	8%	14%	4%	4%	11%	6%	11%	28%	1%	11%	9%	7%	7%	11%	9%	18%	5%	1%	3%	5%	10%	10%	7%	10%	6%
Mi relación con mi pareja/cónyuge	9%	4%	8%	10%	6%	14%	9%	10%	11%	9%	7%	12%	16%	14%	13%	9%	7%	-	10%	10%	2%	10%	8%	6%	7%	10%	7%	7%	10%	6%
Mi vida religiosa o espiritual	4%	5%	2%	2%	7%	2%	5%	5%	1%	3%	2%	1%	12%	6%	6%	2%	3%	9%	5%	5%	6%	1%	1%	6%	4%	2%	2%	4%	4%	2%
Sitios web y aplicaciones de redes sociales	3%	2%	3%	1%	5%	4%	2%	2%	2%	2%	4%	3%	4%	1%	4%	1%	3%	3%	7%	0%	4%	1%	2%	5%	4%	3%	7%	7%	4%	2%

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

© Ipsos Happiness Index 2026

Metodología

Metodología

Estos son los resultados de una encuesta en 29 países realizada por Ipsos en su plataforma online Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el miércoles 24 de diciembre de 2025 y el viernes 9 de enero de 2026. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23.268 adultos de 18 años o más en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 en el resto de países.

La muestra consta de aproximadamente 2.000 individuos en Japón, 1.000 individuos en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, México, España y EE. UU., y 500 individuos cada uno en Argentina, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia,

Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra en India consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 en línea.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y EE. UU. pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años. Las muestras en Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Arabia Saudí, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general.

Los resultados de la encuesta para estos países deben considerarse como reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de India representa un gran subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A, B y C en las áreas metropolitanas y las clases de ciudades de nivel 1 a 3 en las cuatro zonas.

Los datos están ponderados de modo que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. "El promedio de 29 países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no

pretende sugerir un resultado total.

Cuando los porcentajes no suman 100 o la 'diferencia' parece ser +/-1 punto porcentual más o menos que el resultado real, esto puede deberse a redondeos, múltiples respuestas o a la exclusión de respuestas de "no sé" o no declaradas.

La precisión de las encuestas online de Ipsos se calcula mediante un intervalo de credibilidad, donde N=1.000 es preciso hasta +/- 3,5 puntos porcentuales y donde N=500 es preciso +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, por favor visite la página web de Ipsos.

Para más información

Martín Tanzariello

Marketing & Communication
Ipsos Argentina

Martin.Tanzariello@ipsos.com

Jamie Stinson

Director, Global Advisor
Ipsos Knowledge Centre

Jamie.Stinson@ipsos.com