

ASPIRACIONES DE VIDA 2026

Una encuesta de Global Advisor
en 30 países

Agosto 2026



INTRODUCCIÓN:

Aspiración sin expectativas

Bienvenidos al informe «Aspiraciones de vida 2026», que analiza cómo perciben las personas de 30 países lo que constituye una vida exitosa en la actualidad. Nuestra conclusión principal: **las personas parecen coincidir en lo que consideran una vida exitosa, pero surgen diferencias cuando se trata de quiénes creen que pueden lograrla.**

Nuestra encuesta revela que se prioriza la seguridad económica, con un empleo estable (65%) y ser propietario de una vivienda (58%) como indicadores clave de una vida exitosa, por delante de otros hitos como tener hijos (31%) o casarse (25%). Este enfoque en la seguridad económica refleja los altos costos de vivienda, la incertidumbre económica y el elevado costo de vida que se observan en muchas partes del mundo.

Los hombres le dan mayor importancia a los indicadores familiares tradicionales.

Si bien hombres y mujeres clasifican una serie de acontecimientos de la vida en el mismo orden de importancia, los hombres son significativamente más propensos que las mujeres a afirmar que casarse (+7 puntos porcentuales) y ser padres (+5 pp) son signos importantes de una vida exitosa. Este patrón se mantiene en casi todos los países encuestados. Parecería que el estilo de vida de la «esposa tradicional» aún está lejos de convertirse en una tendencia dominante.

Observamos un grado sorprendente de coincidencia entre las generaciones sobre lo que define una vida exitosa. Las narrativas populares suelen presentar a la Generación Z como fundamentalmente diferente de sus padres y abuelos. A pesar de que los jóvenes de hoy en día se casan, compran una casa y tienen hijos más tarde en la vida, los adultos jóvenes, en general, clasifican los hitos de la vida en el mismo orden que las generaciones mayores.

Donde las generaciones divergen no es en las aspiraciones, sino en las expectativas. Cada generación tiene menos confianza que la anterior en que alcanzará los hitos importantes antes de que termine su vida, con una caída pronunciada en el caso de la Generación Z. Esta brecha es particularmente evidente en lo que respecta a las expectativas de llegar a ser padres algún día o de ser dueños de una casa, a pesar de que la Generación Z comparte la opinión de las generaciones mayores sobre la importancia de estos hitos.

Si la confianza aumenta con la edad o si la Generación Z es realmente diferente de las generaciones anteriores sigue siendo una pregunta sin respuesta. Habrá que estar atentos a cómo cambian (o no) sus expectativas.

Continúa en la página siguiente.

65%
de las personas en 30 países afirma que **tener un trabajo estable a tiempo completo es un indicador importante de una vida exitosa**, por delante de otros hitos como casarse o ser padre o madre.

INTRODUCCIÓN:

Aspiración sin expectativas

La Generación Z también es mucho más propensa a decir que se sentirá triste si no logra alcanzar estos hitos, lo que genera preocupaciones sobre un futuro potencialmente sombrío en el horizonte.

La distinción entre aspiración y expectativa es importante porque señala que la «adultez tardía» no es resultado de un cambio en los valores, sino de las barreras que impiden alcanzarlos.

En los países occidentales*, la Generación Z tiende más a esperar tener una mascota que a convertirse en padres. Casi seis de cada diez miembros de la Generación Z en nuestra muestra de mercados europeos y norteamericanos ya han tenido una mascota como adultos o esperan tenerla en algún momento de su vida (58 %). Solo el 44 % dice lo mismo respecto a convertirse en padres.

Existe una variación significativa según la región. Los países latinoamericanos se

ubican sistemáticamente en los últimos lugares en cuanto a los hitos familiares tradicionales, siendo México, Perú y Colombia los tres países menos propensos a considerar que ser padre o madre es un indicador importante de una vida exitosa (México: 16 %; Perú y Colombia: ambos 19 %).

Pero incluso dentro de las mismas regiones observamos grandes variaciones. Malasia ocupa el primer lugar en considerar que casarse es un indicador importante de éxito (42 %), mientras que la vecina Indonesia ocupa el último lugar con apenas un 10 %.

De manera similar, en Europa hay tanto países líderes como casos atípicos en casi todos los eventos de la vida. Gran Bretaña ocupa el primer lugar en cuanto a considerar la compra de una vivienda como un evento clave de la vida, con un 69 %, mientras que Alemania se ubica en el penúltimo lugar, con un 38 %.

La línea divisoria más clara es el ingreso.

Los hogares con ingresos más altos tienden más a considerar importantes los hitos tradicionales, tienen más probabilidades de haberlos alcanzado ya y se muestran más seguros de alcanzar los que aún les faltan. Los encuestados de ingresos más bajos se muestran menos seguros en estas tres medidas.

Nuestros hitos modernos en constante cambio no son una cuestión de abandonar los valores tradicionales. Son cuestiones de viabilidad.

Este documento contiene los datos principales del estudio. Para obtener el conjunto completo de preguntas y los datos a nivel de cada país, por favor, contáctanos.

Puedes encontrar más información sobre nuestro trabajo en torno a los hitos modernos y cómo están cambiando en el [Informe Ipsos de Generaciones 2026](#).



Emilie Rochester,
Senior Content Manager, Ipsos
Emilie.Rochester@Ipsos.com

*Las etiquetas generacionales tienen una aplicación significativa limitada fuera de Norteamérica y Europa. Los países del mundo occidental incluyen: Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Países Bajos, España, Suecia y Estados Unidos. Para más información, véase [Ipsos Generations Report 2024 | Beyond the Stereotypes](#)

A simple vista

HITOS MODERNOS

La seguridad económica lidera el camino

El **empleo estable (65%)** y la **propiedad de vivienda (58%)** son los principales indicadores del éxito global.



Los hombres priorizan los marcadores familiares tradicionales

Los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de ver el **matrimonio (+7 pp)** y la **paternidad (+5 pp)** como señales importantes de una vida exitosa.



MÁS COSAS NOS UNEN QUE DIVIDEN

A pesar de cómo se suele pensar, la Generación Z comparte la misma visión que las generaciones mayores sobre los hitos importantes de la vida

LA BRECHA ASPIRACIÓN-EXPECTATIVA

Generación Z "occidental": mascotas antes que la paternidad



58%

ya tienen, o esperan tener una **mascota**

44%

ya son, o esperan convertirse en **padre o madre**

LA CUESTIÓN DE CONFIANZA DE LA GENERACIÓN Z

Cada generación tiene menos confianza que la anterior en alcanzar grandes hitos



ALTO RIESGO EMOCIONAL PARA LOS JÓVENES

La Generación Z es la generación con mayor probabilidad de sentirse triste si no logra alcanzar sus metas

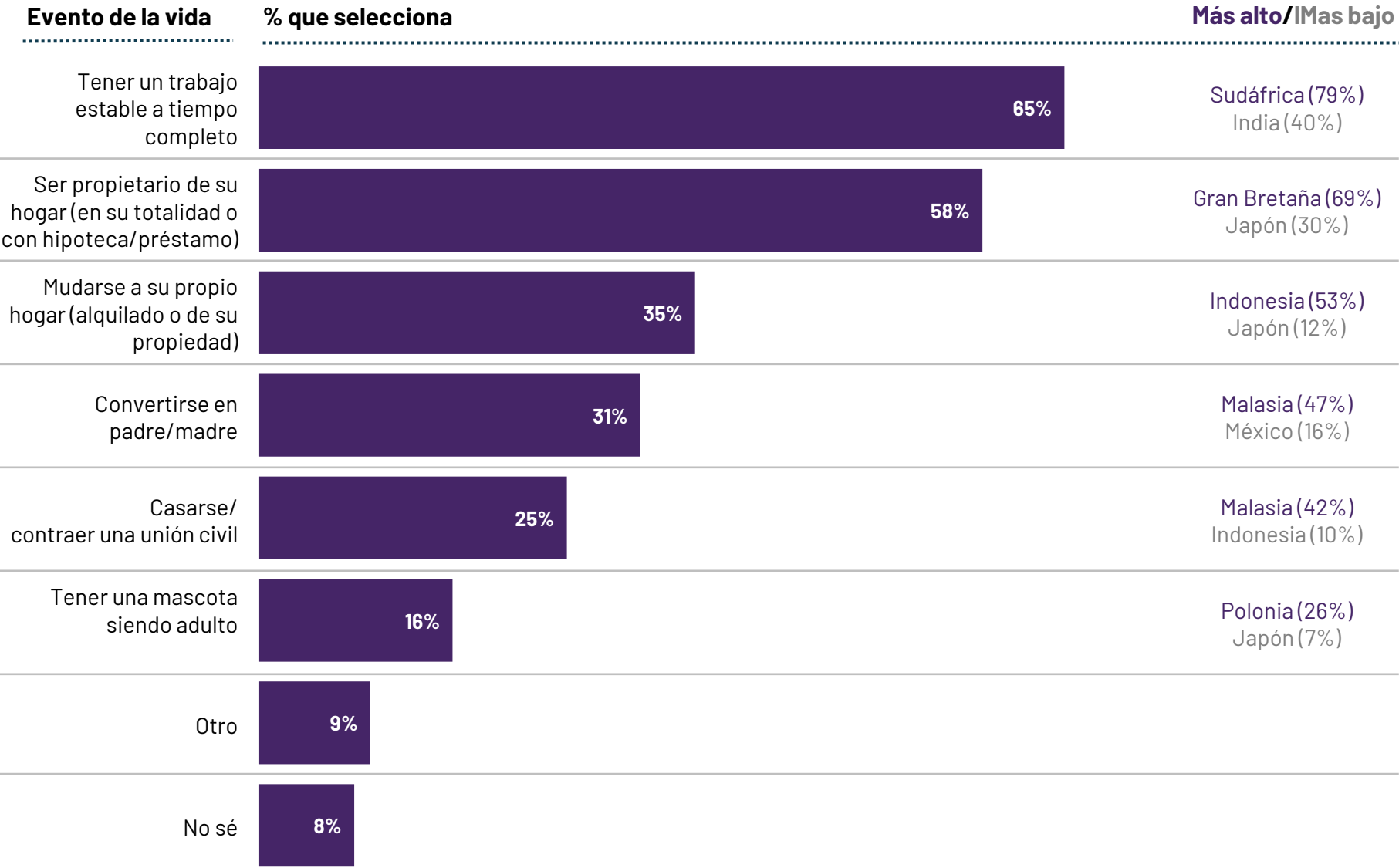
MARCADORES MODERNOS DE ÉXITO

El empleo seguro es el principal signo de una vida exitosa. Esto es especialmente significativo dadas las generalizadas preocupaciones sobre el futuro del trabajo, en una era de rápida adopción de la IA y volatilidad económica global.

¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría importantes signos de una vida exitosa en la actualidad? (seleccione todas las opciones que correspondan)

Promedio de 30 países

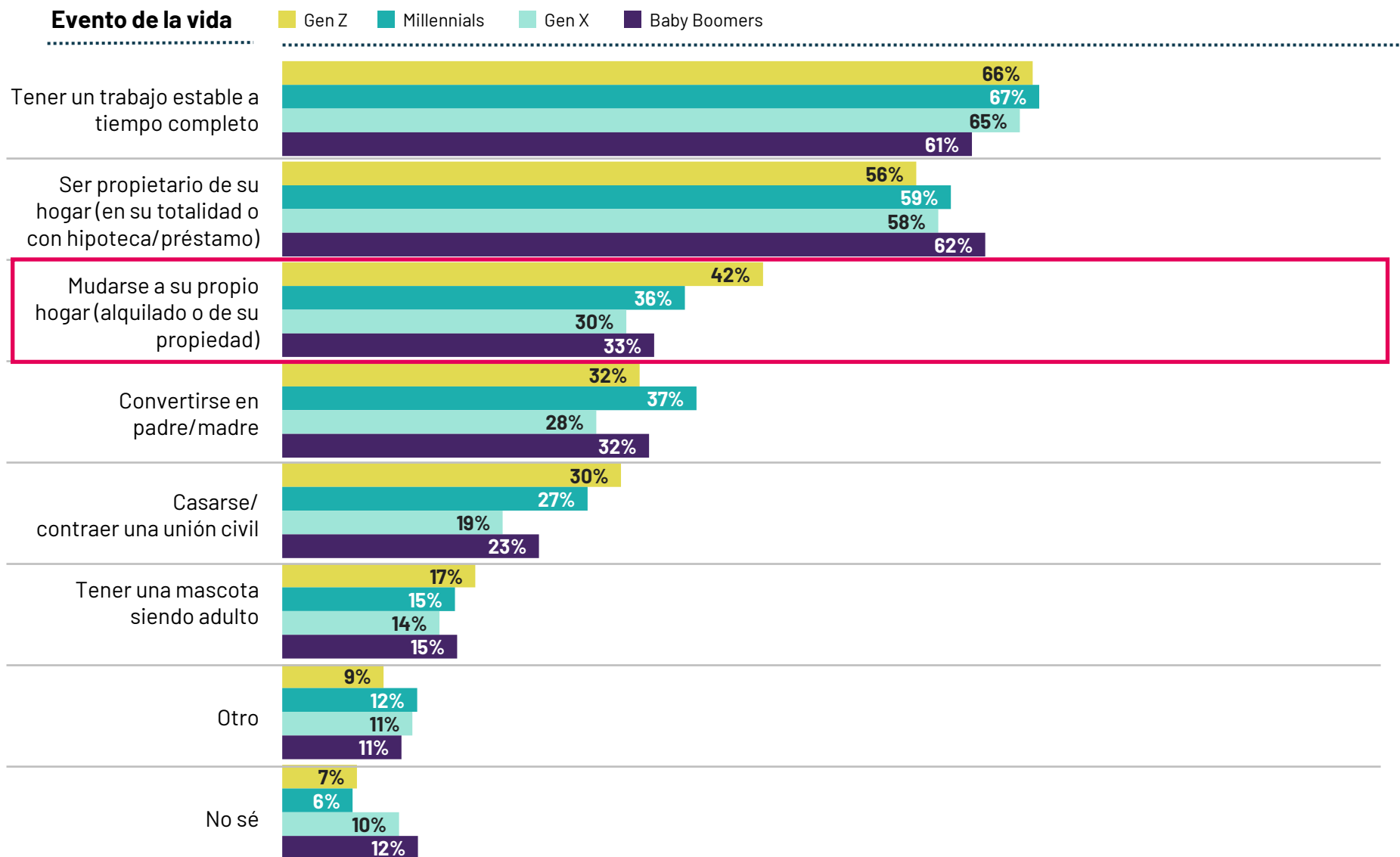
Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.



A pesar de las narrativas que dicen que la Generación Z es diferente, vemos una alineación entre generaciones sobre qué hace que una vida sea exitosa. Mudarse a tu propia casa destaca como un área de diferencia.

¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría importantes signos de una vida exitosa en la actualidad? (seleccione todas las opciones que correspondan)

(% que selecciona)



*Las etiquetas generacionales tienen una aplicación significativa limitada fuera de Norteamérica y Europa. Los países del mundo occidental incluyen: Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Países Bajos, España, Suecia y Estados Unidos. Para más información, véase [Ipsos Generations Report 2024 | Beyond the Stereotypes](#)

** Gen Z: nacida entre 1996 y 2012; Millennials: 1980-1995; Gen X: 1966-1979; Baby Boomers: 1945-1965

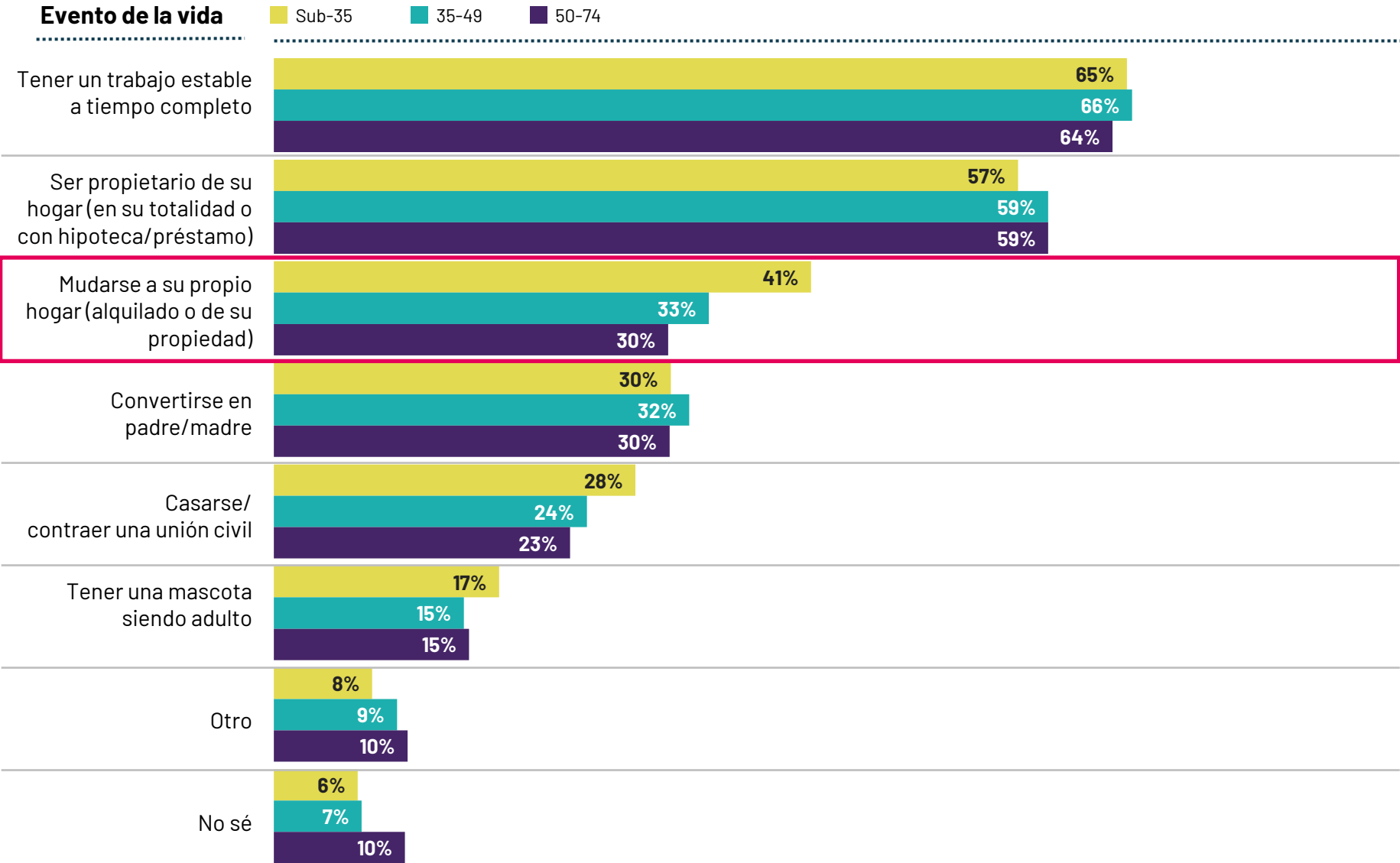
Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

El mismo patrón se repite a nivel global cuando observamos las actitudes por edad: los jóvenes están alineados con los mayores, salvo que se mudan a su propio hogar.

¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría importantes signos de una vida exitosa en la actualidad? (seleccione todas las opciones que correspondan)

Promedio de 30 países
(% que selecciona)

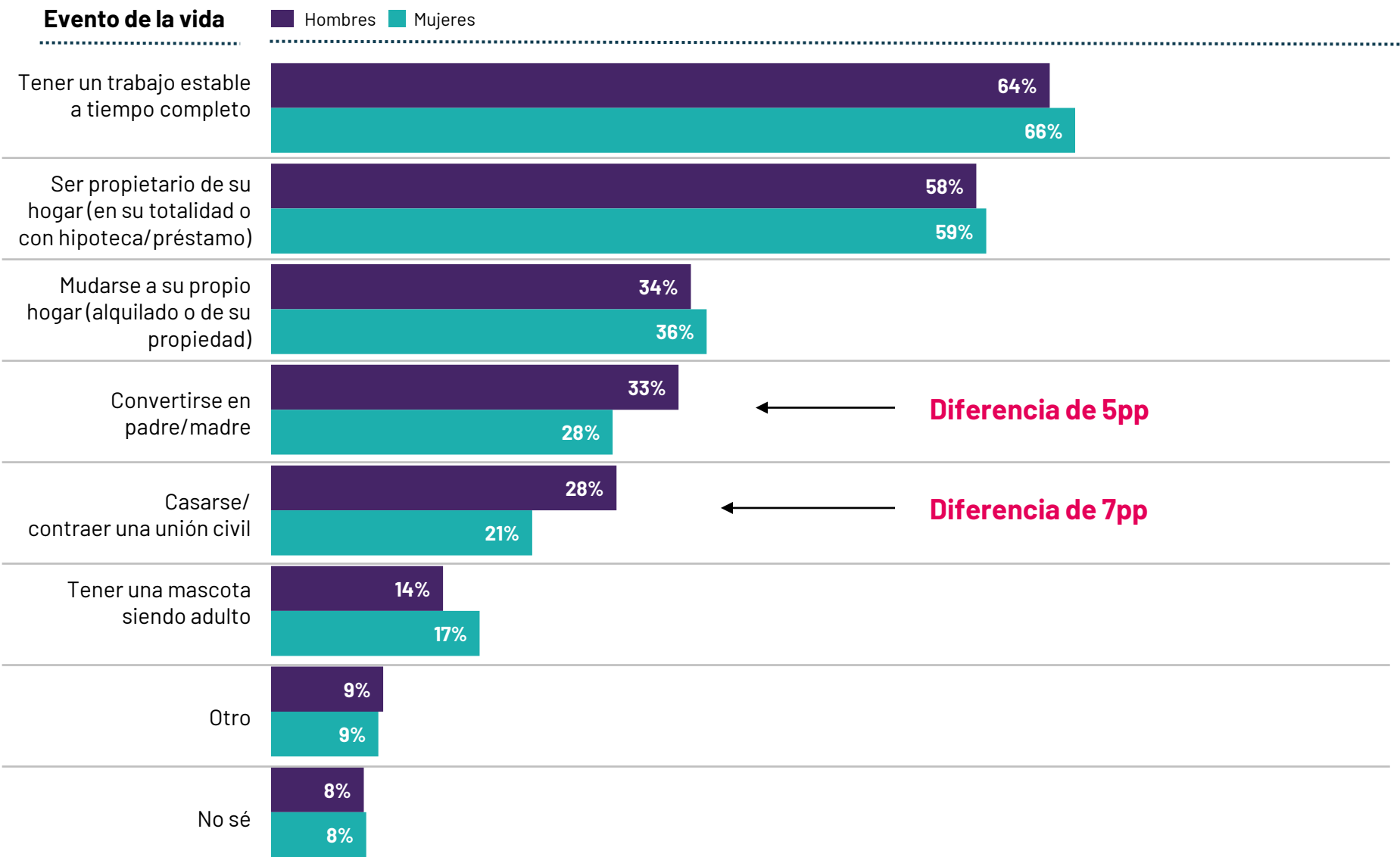
Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.



Aunque hombres y mujeres clasifican los eventos de la vida en el mismo orden, los hombres son más propensos a decir que los marcadores familiares tradicionales como tener un hijo y casarse son indicadores importantes de una vida exitosa.

¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría importantes signos de una vida exitosa en la actualidad? (seleccione todas las opciones que correspondan)

Promedio de 30 países
% que selecciona

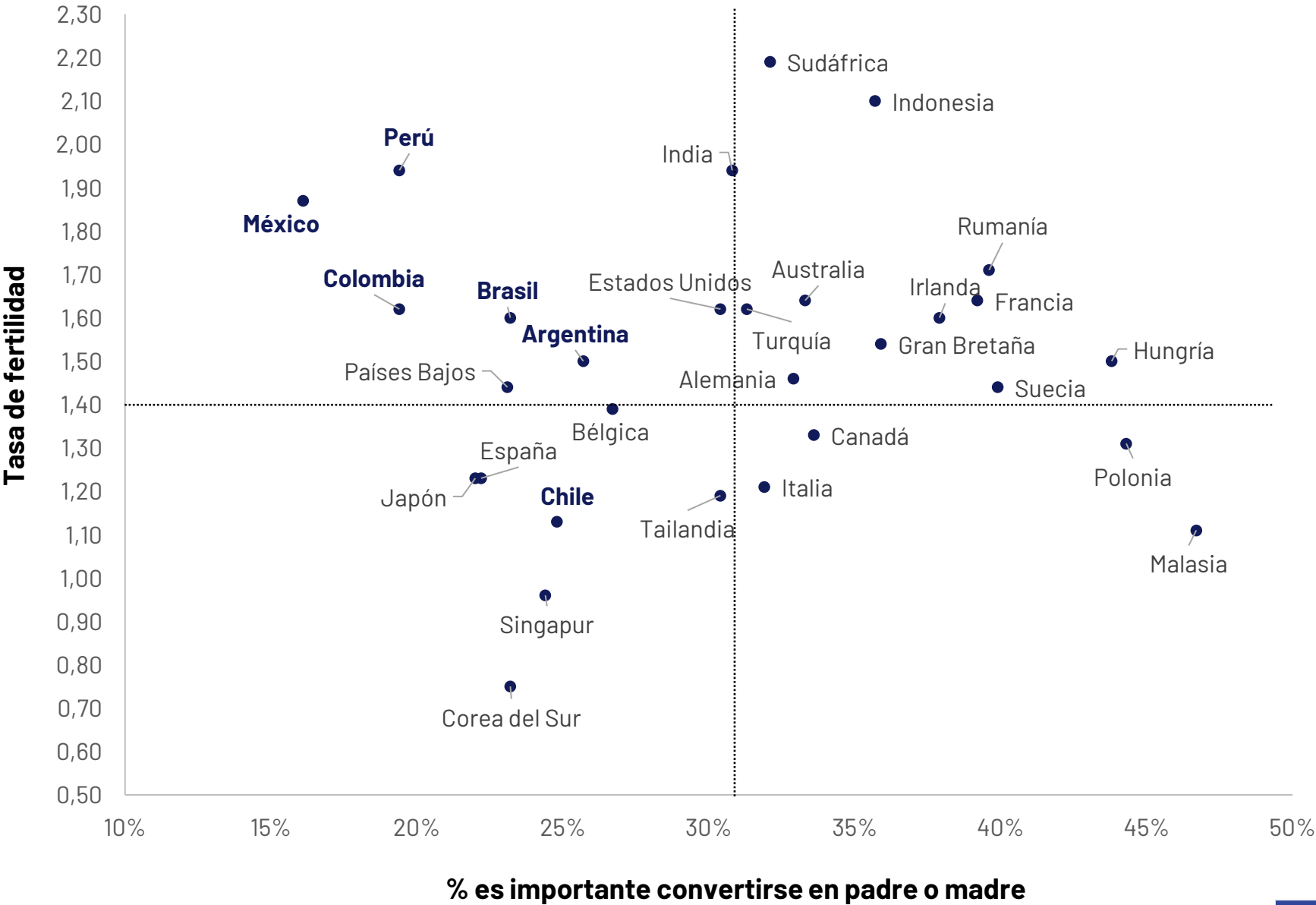


Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

No existe una relación clara entre la importancia que un país otorga a convertirse en padre o madre y su tasa de fertilidad. Los países que otorgan mayor importancia a convertirse en padre o madre no tienen necesariamente tasas de fertilidad más altas.

Fuente: Ipsos, Perspectivas de la población mundial de la ONU

Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.



EXPECTATIVAS PARA LA VIDA



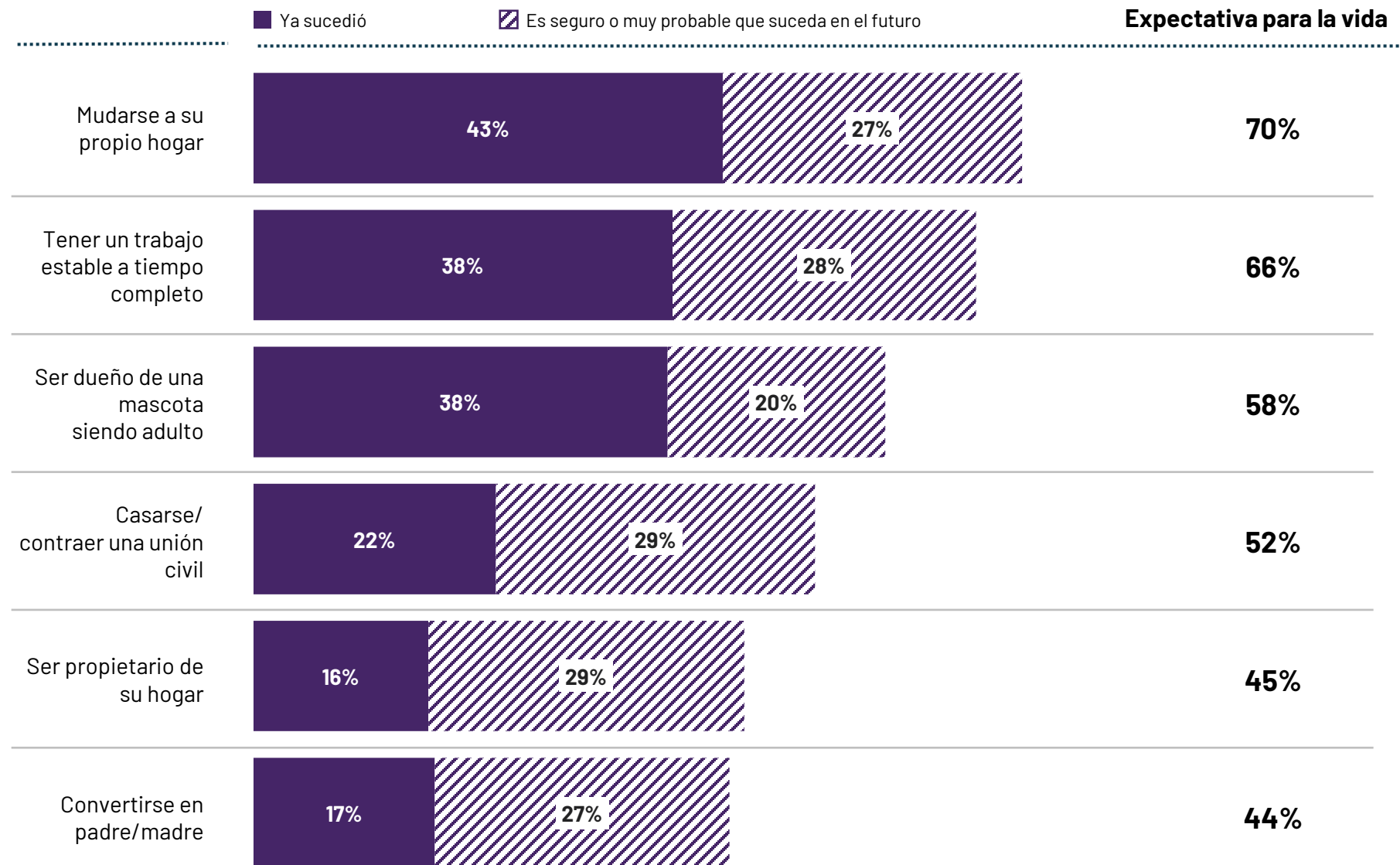
En los países occidentales*, la Generación Z es más propensa a decir que tendrá una mascota en su vida que tener un hijo.

P. Para cada una de las siguientes opciones, ¿podría contarnos si le ha sucedido en su vida hasta ahora?

P. Indique si espera que le suceda alguna de las siguientes opciones durante su vida.

[entre aquellos a quienes aún no les ha pasado]

Base: 1.885 adultos online menores de 31 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.



*Las etiquetas generacionales tienen una aplicación significativa limitada fuera de Norteamérica y Europa. Los países del mundo occidental incluyen: Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Países Bajos, España, Suecia y Estados Unidos. Para más información, véase [Ipsos Generations Report 2024 | Beyond the Stereotypes](#)

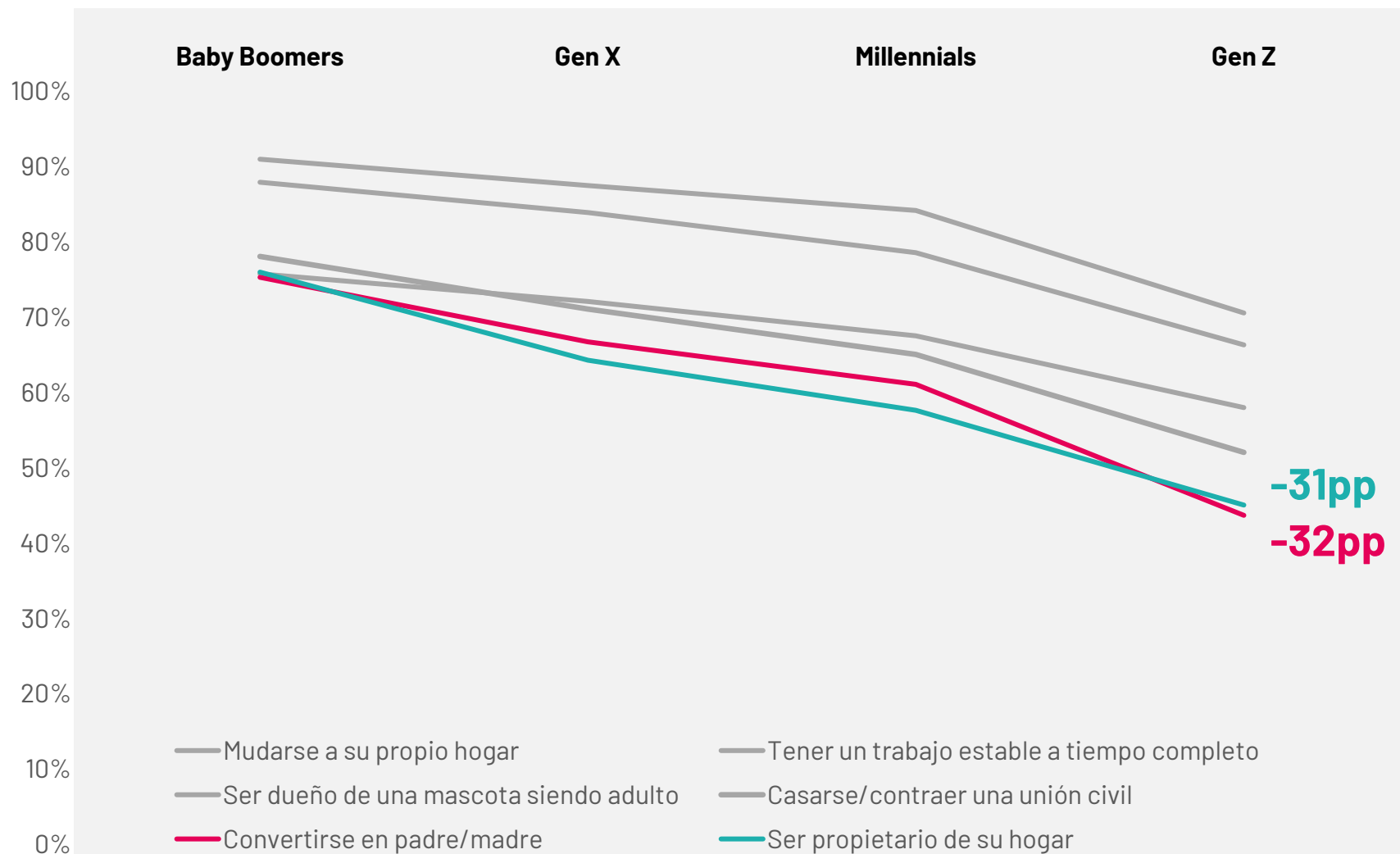
En los países occidentales*, las expectativas de alcanzar una variedad de eventos tradicionales de la vida disminuyen más en la Generación Z, especialmente convertirse en padre o tener una vivienda propia.

P. Para cada una de las siguientes opciones, ¿podría contarnos si le ha sucedido en su vida hasta ahora?

P. Indique si espera que le suceda alguna de las siguientes opciones durante su vida.

[entre aquellos a quienes aún no les ha pasado]

Expectativas para la vida (% que ya le sucedió + que es seguro o muy probable que suceda)



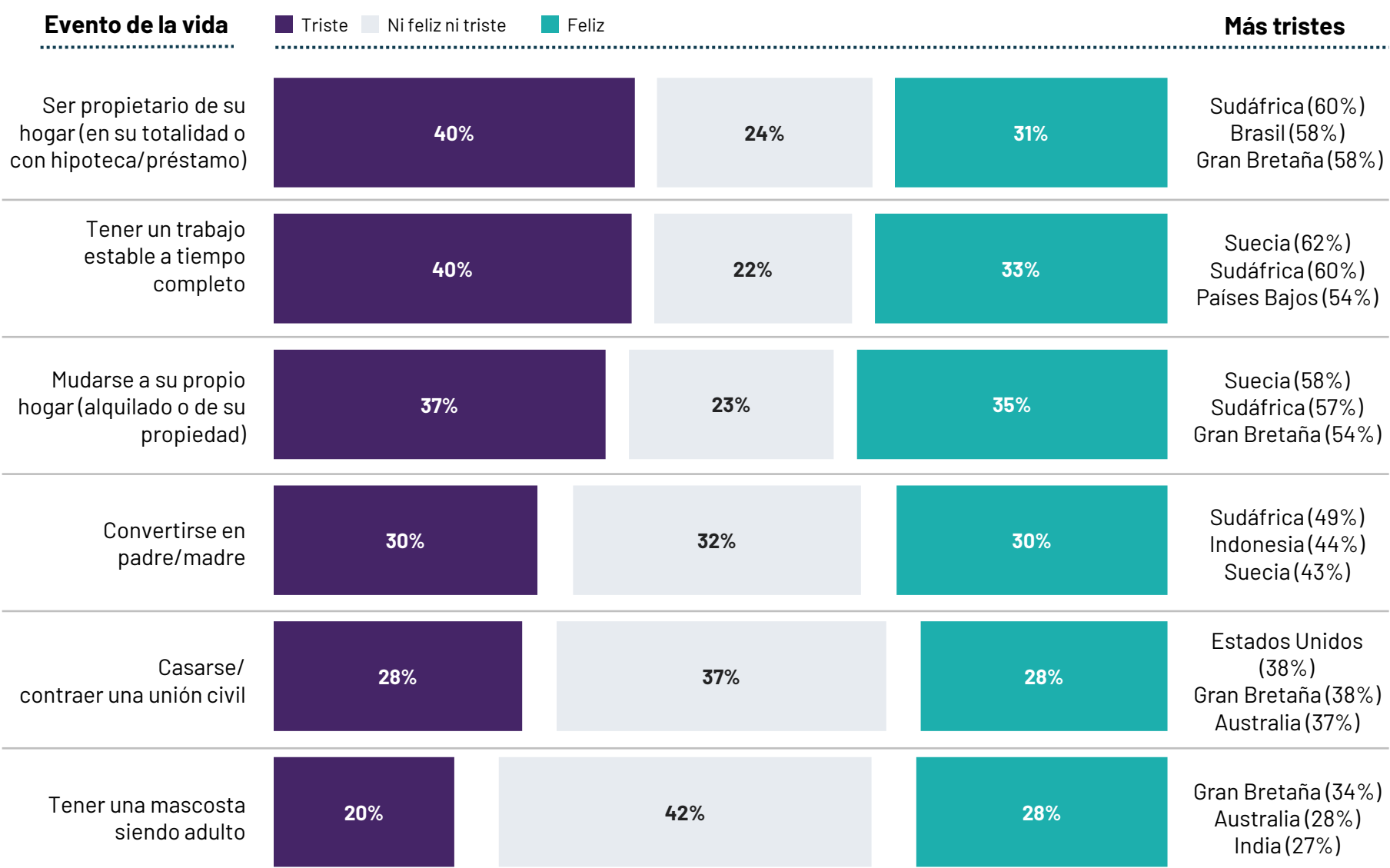
*Las etiquetas generacionales tienen una aplicación significativa limitada fuera de Norteamérica y Europa. Los países del mundo occidental incluyen: Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Países Bajos, España, Suecia y Estados Unidos. Para más información, véase [Ipsos Generations Report 2024 | Beyond the Stereotypes](#).

¿Y SI NUNCA SUCEDE?

En los 30 países analizados, lo más probable es que las personas digan que se sentirían tristes si nunca llegaran a tener una casa propia o un trabajo estable, mientras que las reacciones ante la posibilidad de no llegar a ser padres nunca están más divididas.

Para cada una de las siguientes opciones, indique cómo se sentiría si, por cualquier motivo, no le sucediera en su vida

Promedio de 30 países
(entre aquellos a quienes aún no les ha pasado)



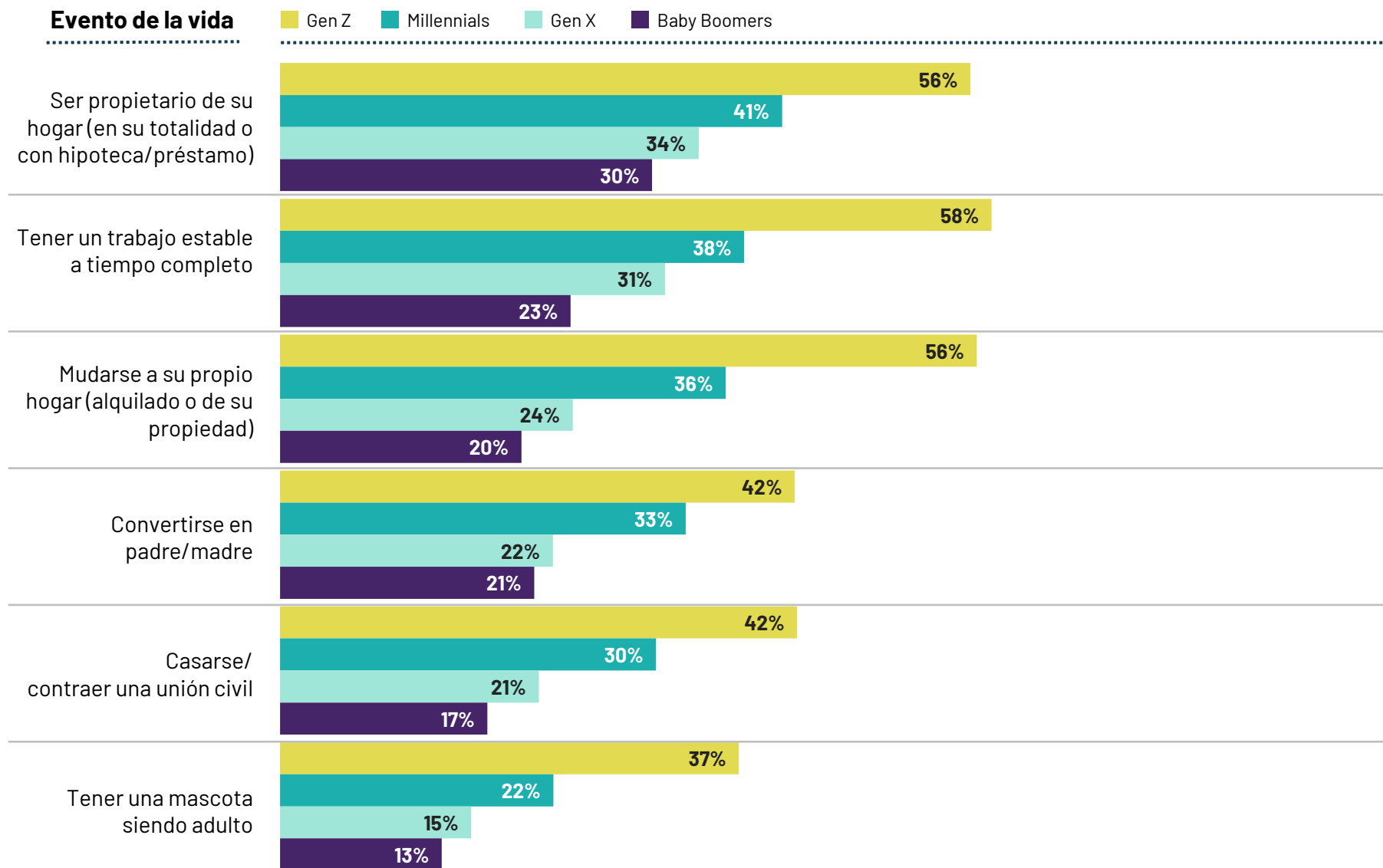
Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

En todos los eventos de la vida, la Generación Z es la que más tiende a decir que se sentiría triste si estos no ocurrieran. Esto sugiere que sus menores expectativas respecto a alcanzar estos hitos se deben a la falta de acceso y no a una falta de aspiraciones.

Para cada una de las siguientes opciones, indique cómo se sentiría si, por cualquier motivo, no le sucediera en su vida

Promedio de 12 países
(entre aquellos a quienes aún no les ha pasado) % triste

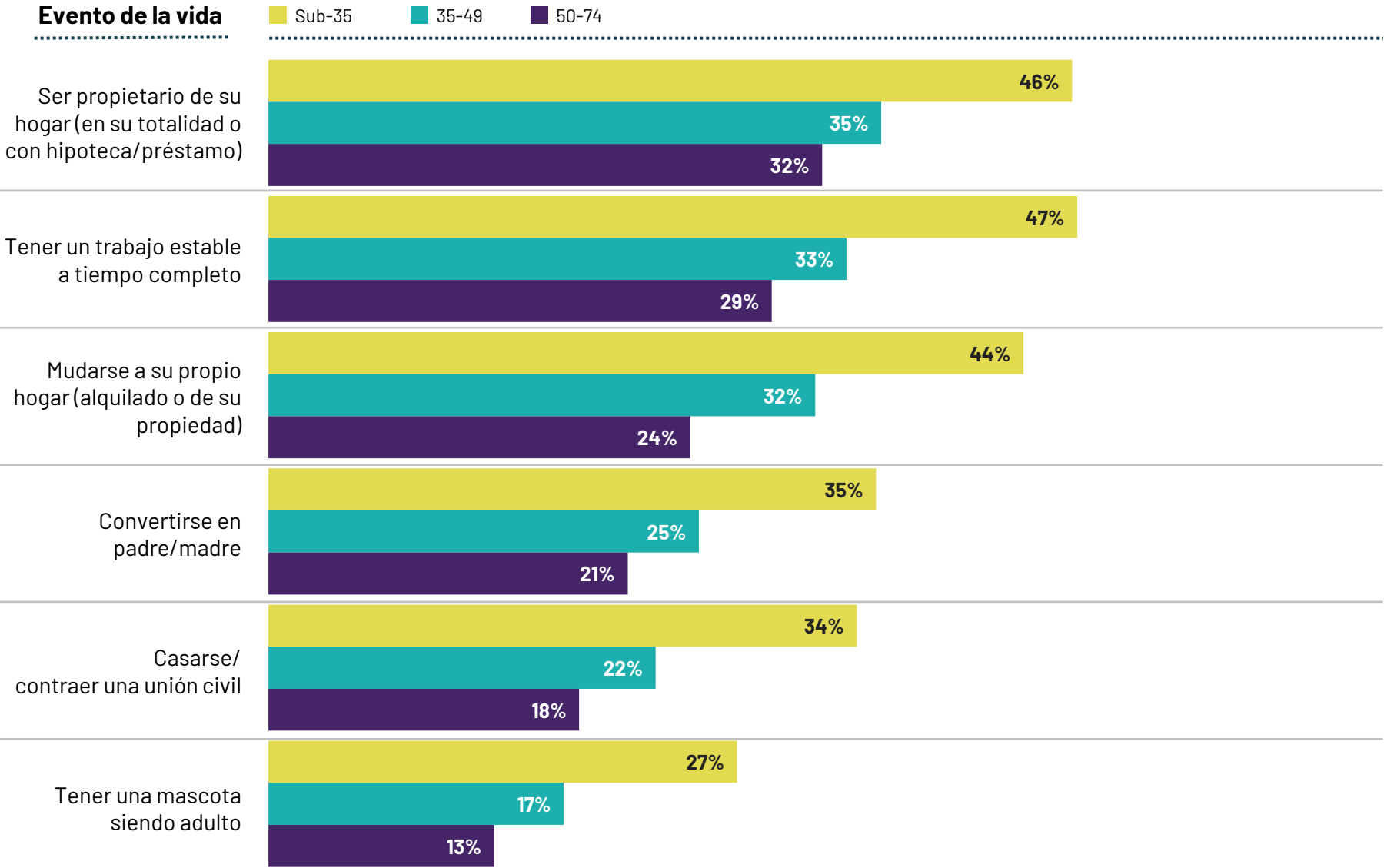
Evento de la vida



Este mismo patrón se observa en todos los grupos de edad a nivel mundial, y los jóvenes son más propensos, en todos los acontecimientos de la vida, a decir que se sentirían tristes si estos nunca ocurrieran.

Para cada una de las siguientes opciones, indique cómo se sentiría si, por cualquier motivo, no le sucediera en su vida

Promedio de 30 países
(entre aquellos a quienes aún no les ha pasado) % triste



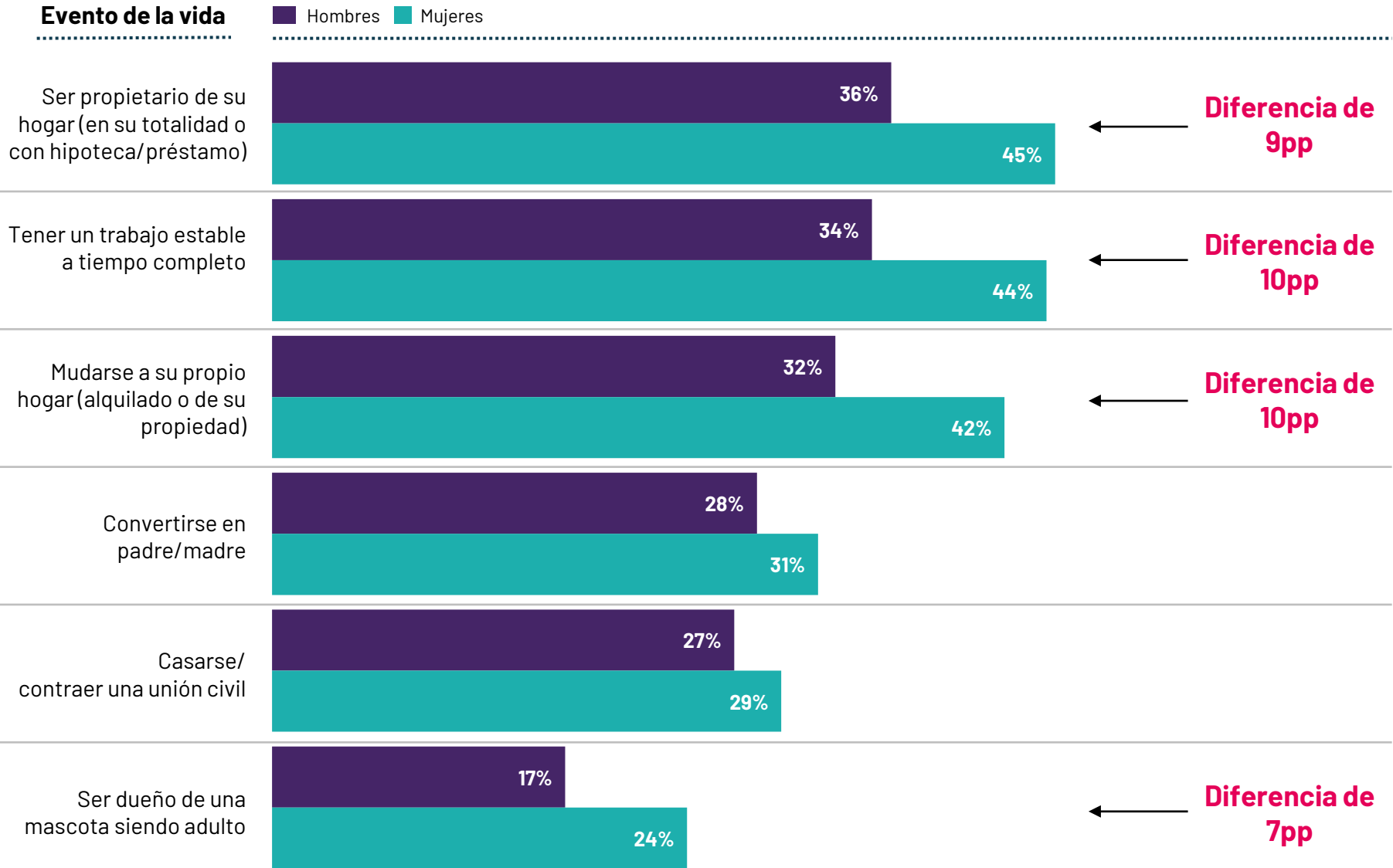
Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

Para cada evento de la vida, las mujeres tienden más a decir que se sentirían tristes si nunca sucedieran. Sin embargo, la diferencia es menor cuando se trata de ser madre y casarse.

Para cada una de las siguientes opciones, indique cómo se sentiría si, por cualquier motivo, no le sucediera en su vida

Promedio de 30 países
(entre aquellos a quienes aún no les ha pasado) % triste

Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.



¿LOS INGRESOS DETERMINAN EL ÉXITO?

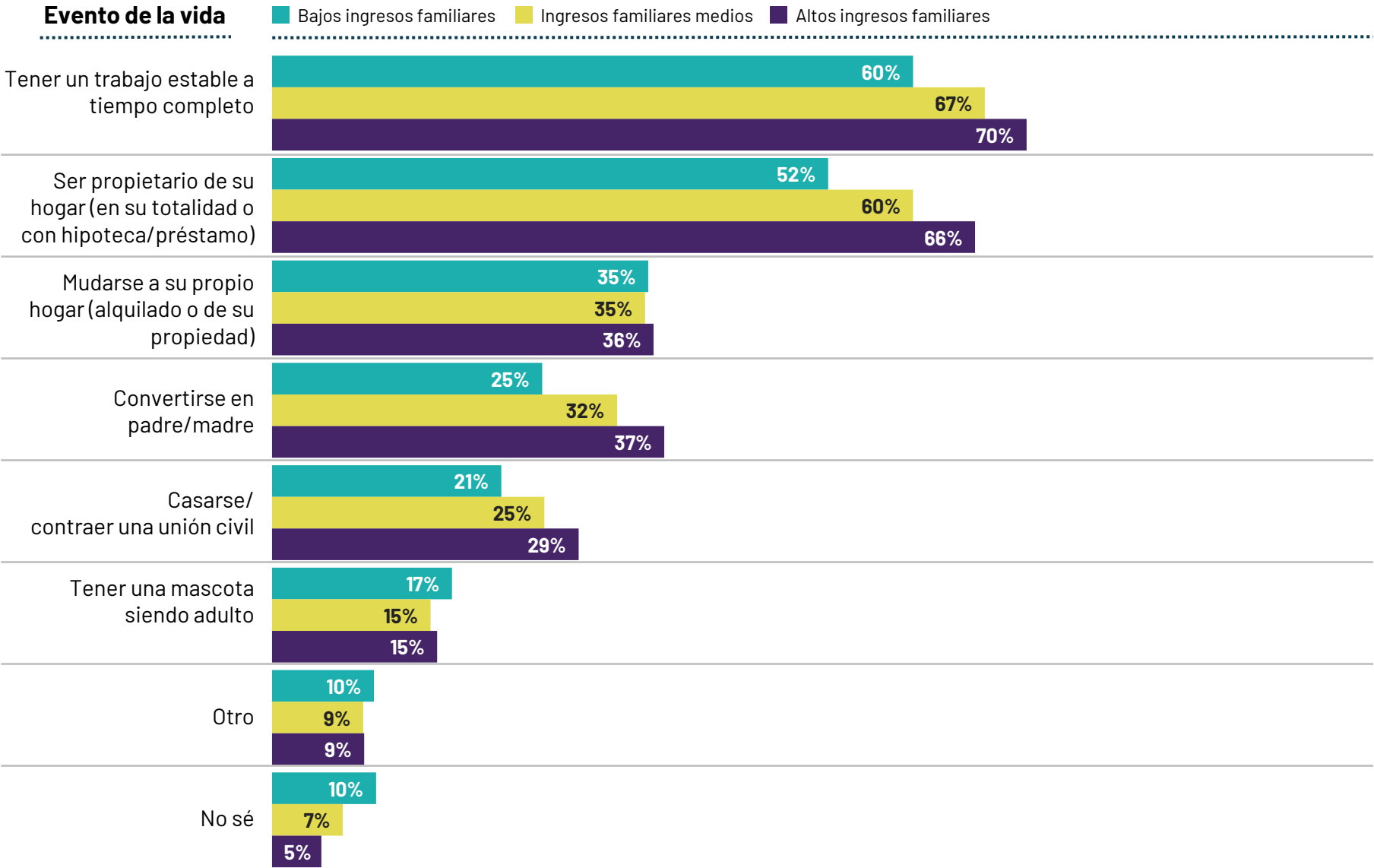


Los hogares con ingresos más altos tienen más probabilidades de dar importancia a todos los eventos vitales encuestados.

¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría importantes signos de una vida exitosa en la actualidad? (seleccione todas las opciones que correspondan)

Promedio de 30 países
% que selecciona

Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

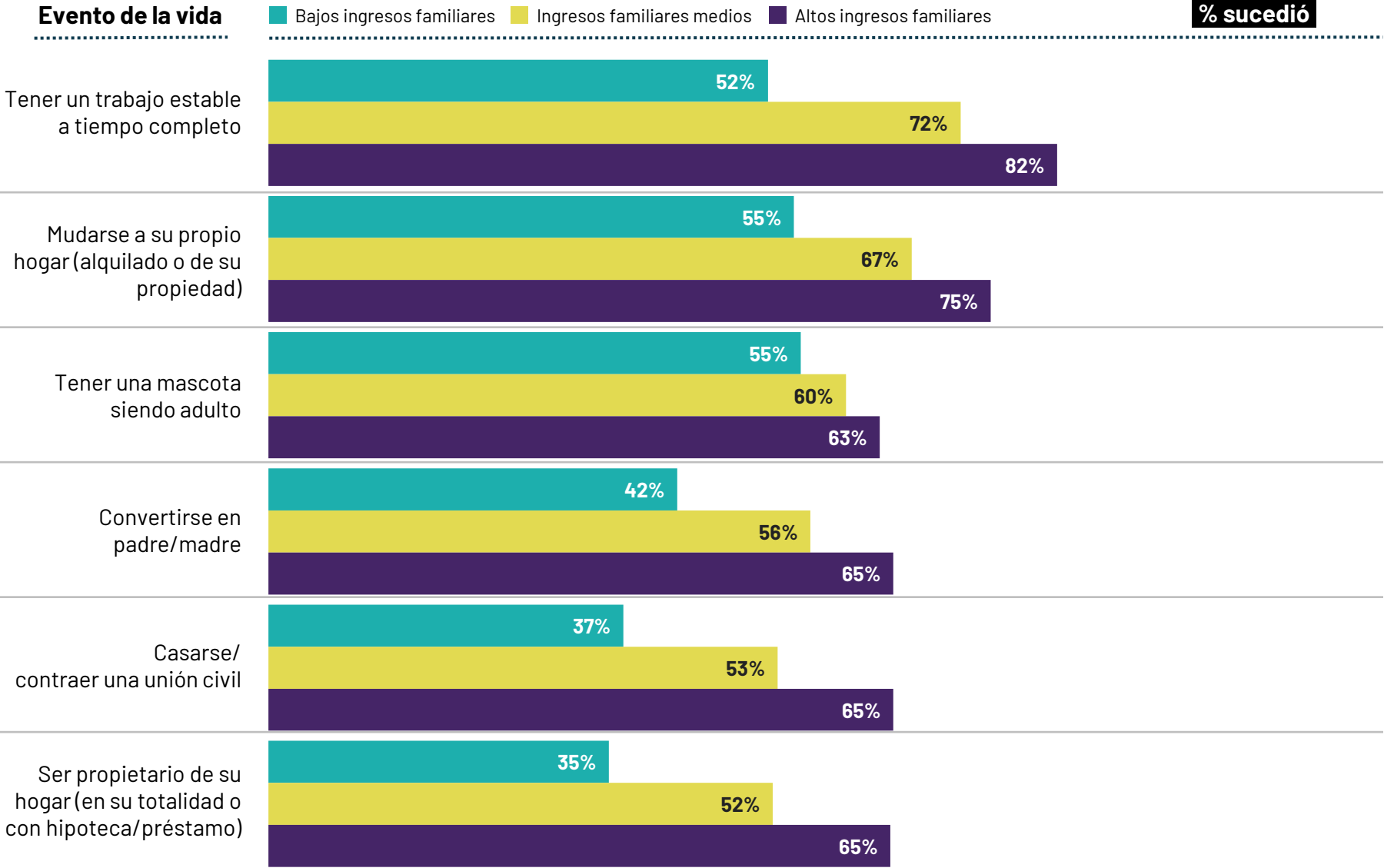


Los hogares con ingresos más altos suelen haber alcanzado ya hitos importantes en la vida y, si no es así, esperan hacerlo en el futuro.

Para cada una de las siguientes opciones, ¿podría contarnos si le ha sucedido en su vida hasta ahora?

Promedio de 30 países (% sucedió)

Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

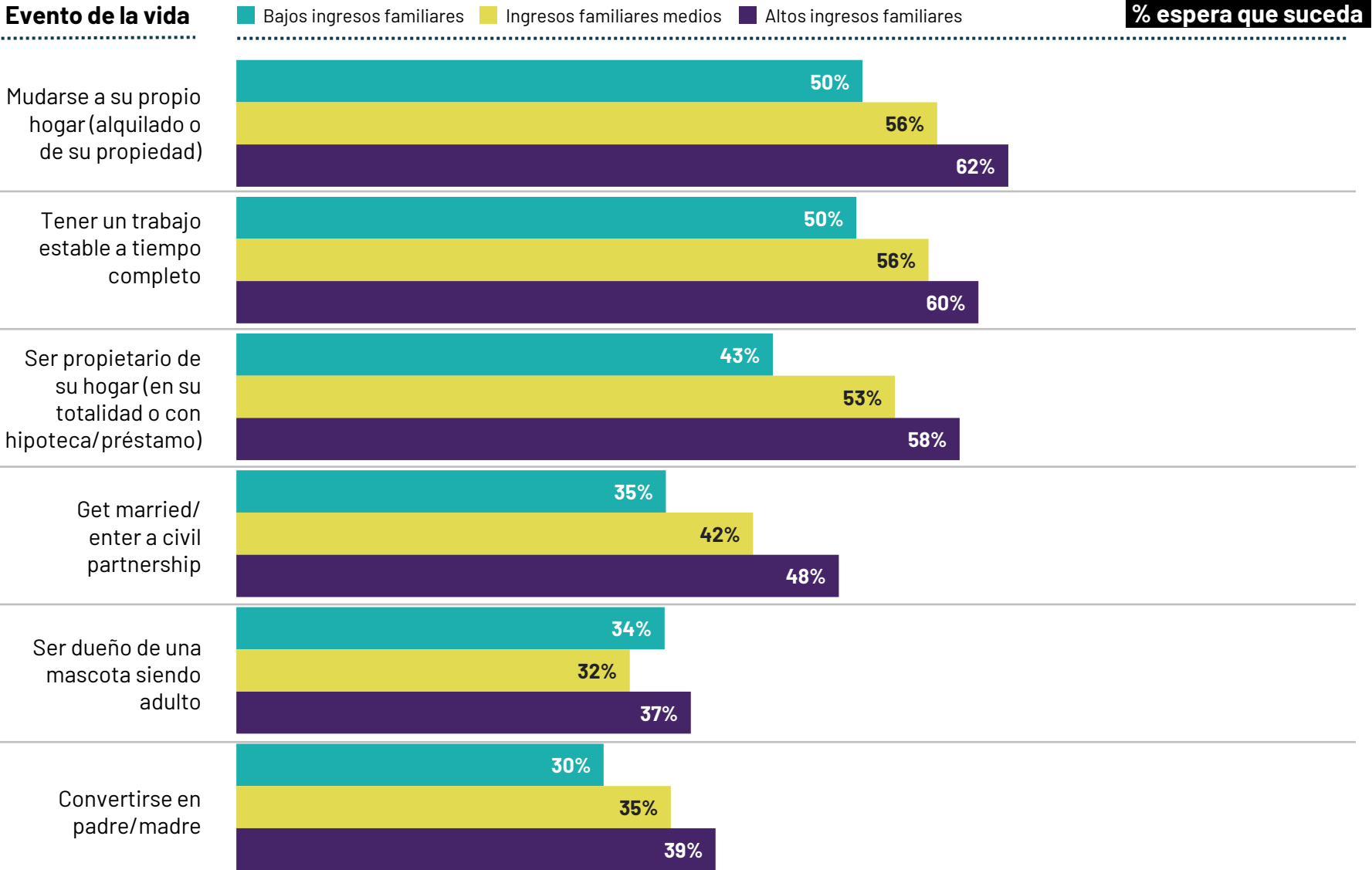


Households on higher incomes are more likely to have already achieved important life events, and if not, to expect they will do in the future.

Indique si espera que le suceda alguna de las siguientes opciones durante su vida.

Promedio de 30 países
(entre aquellos a quienes aún no les ha sucedido)
% de seguro o es muy probable que le suceda

Base: 22.693 adultos online menores de 75 años en 30 países, entrevistados el 20 de febrero y el 6 de marzo de 2026.

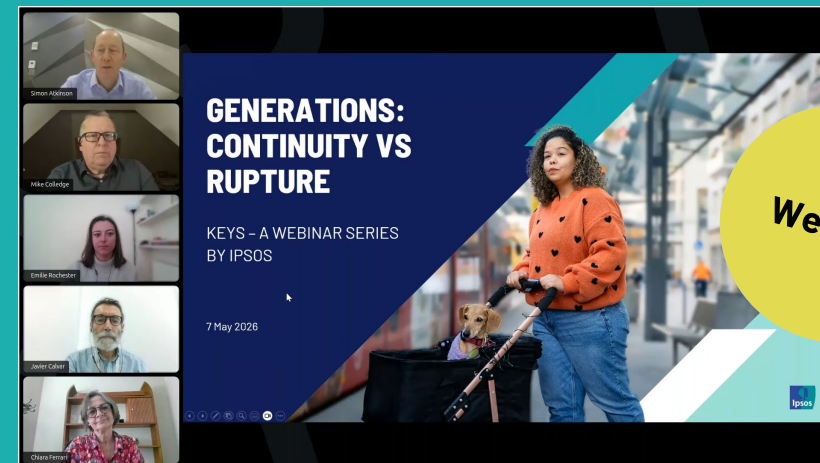


Para más información sobre nuestros cambiantes hitos modernos



Informe Ipsos de Generaciones 2026

Descubre cómo la disminución de la población, las presiones sobre la vivienda y la crisis del costo de la vida están cambiando cuándo —y si es que— las personas alcanzan hitos tradicionales.



Ipsos KEYS: Continuity vs Rupture

Mira a nuestros expertos debatir sobre el cambio demográfico, estrategias para la economía de la resistencia y cómo adaptarse a un mundo envejeciendo.

METODOLOGÍA



Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada por Ipsos en 30 países en su plataforma online Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 20 de febrero y el viernes 6 de marzo de 2026. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 22.693 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 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 1.000 individuos en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Indonesia, Italia, Japón, España y EE. UU., y 500 individuos cada uno en Argentina, Chile, Colombia, Hungría, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumanía, 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, Rumanía, Singapur, 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 urbanas 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 Global de los Países" refleja el resultado medio 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.

La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y normativas locales.

Para información o asistencia sobre esto, por favor contacte a:

Emilios Louca

Senior Research Manager

Ipsos Public Affairs +1 (416) 572-4443

emilios.louca@ipsos.com

Nik Samoylov

Director

Ipsos Public Affairs +1 (416) 572-4471

nik.samoylov@ipsos.com

Visita www.ipsos.com para obtener información sobre todos nuestros productos y servicios.

Para más información

Emilie Rochester

Senior Content Manager
Ipsos Knowledge Centre

Emilie.Rochester@ipsos.com

Mathieu Doiret

Research Director
Ipsos Knowledge Centre

Mathieu.Doiret@ipsos.com