

FELICIDAD GLOBAL 2024

Una encuesta Global Advisor
en 30 países

Marzo 2024



GAME CHANGERS



CONTENIDOS



Este documento es interactivo,
pinche en los [links](#) para ir a los hallazgos

**Qué tan felices
somos**
Página 4



**Qué influye en
nuestra felicidad**
Página 10



**Familia y
amigos**
Página 15



Bienestar
Página 23



Dinero y política
Página 29



**Escuela, trabajo
y calidad de
vida**
Página 35



Metodología
Página 46



HALLAZGOS CLAVE



71%

en promedio de 30 países se declaran **felices**. El porcentaje más alto se registra en los Países Bajos (85%) y México (83%) el más bajo en Hungría (48%) y Corea del Sur (48%).



54%

dicen estar **satisfechos con su situación económica**. El porcentaje más bajo se registra en Japón (36%), seguido de Hungría (37%), Corea del Sur y Argentina (40%).

+8pp



La proporción de personas que **dicen ser felices** era del 63% durante el primer año de la pandemia en 2020 y ahora se sitúa en el 71%. Aunque se ha producido un aumento, los niveles siguen estando por debajo de los máximos históricos del 77% alcanzados en 2011 y 2013.

57%



dicen **no estar satisfechos con la situación social y política** de su país. Sólo en cinco países - India, Singapur, Tailandia, Indonesia y Australia- es más probable que la gente esté satisfecha con el sistema político de su país

73%



dicen estar **satisfechos con su trabajo**. Los que viven en hogares con ingresos más altos están más satisfechos (79%) que los que viven en hogares con ingresos más bajos (63%).

84%



de los padres dicen estar **satisfechos con sus hijos**. Los padres jóvenes (Gen Z) son los menos satisfechos (64%)

76%



están satisfechos con sus amigos. El 82% de los Baby Boomers están satisfechos con sus amigos, mientras que esta cifra desciende al 74% en el caso de los Millennials.

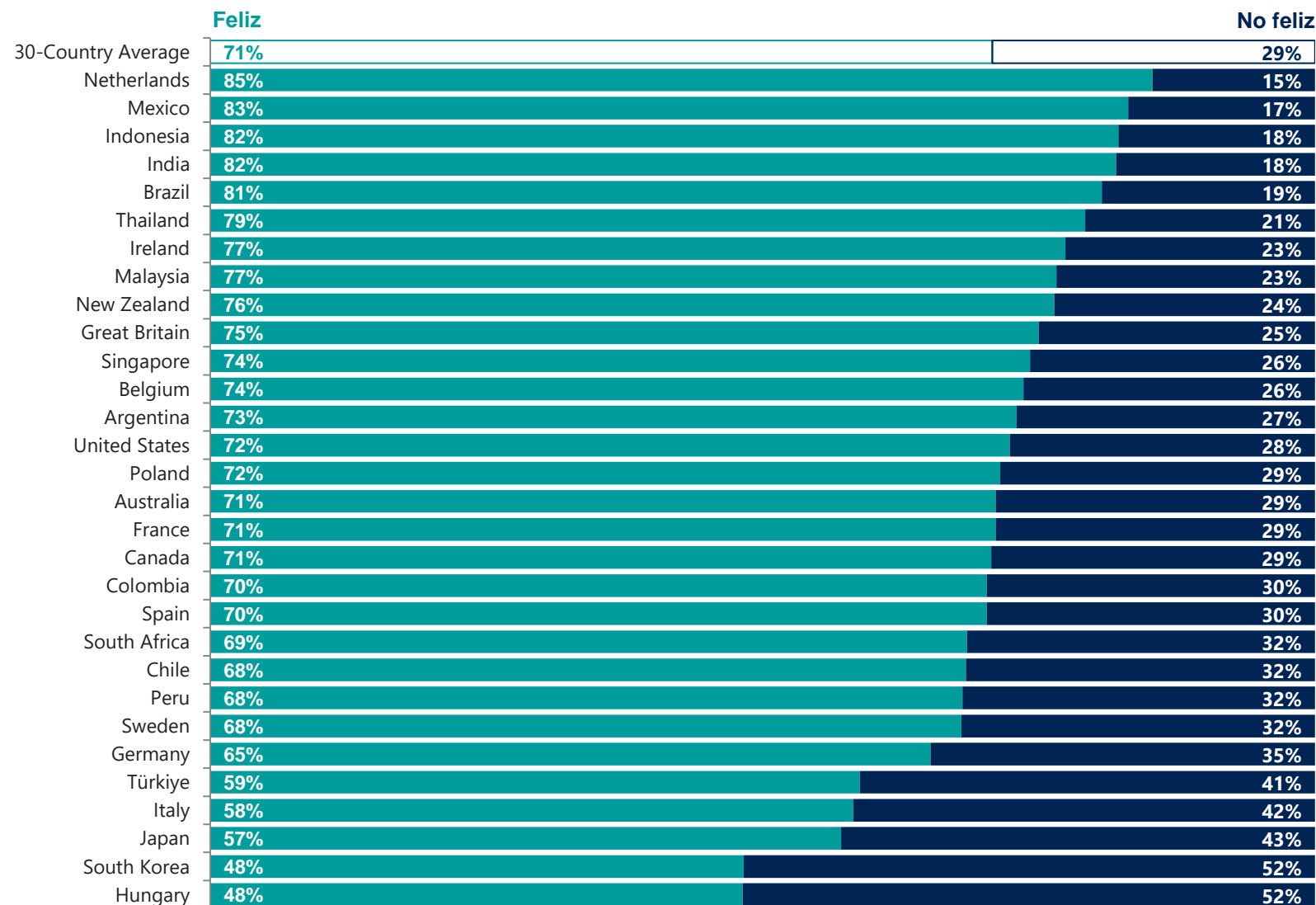
QUÉ TAN FELICES SOMOS





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

74%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 31 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



Q

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

% feliz

-4pp vs.
2023
LATAM
promedio

	Dic 2011	May 2013	Mar 2017	Feb 2018	Jun 2019	Ago 2020	Dic 2021	Ene 2023	Ene 2024	Cambio 1 año	Cambio 13 años
Overall Country Average (30 in 2024)	77%	77%	61%	70%	64%	63%	67%	73%	71%	-2	-6
Netherlands						87%	86%	85%	85%	0	n/a
Mexico	78%	80%	43%	67%	59%	46%	65%	81%	83%	+2	+5
Indonesia								79%	82%	+3	n/a
India	89%	87%	78%	83%	77%	66%	82%	84%	82%	-2	-7
Brazil	77%	81%	56%	73%	61%	63%	63%	83%	81%	-2	+4
Thailand								71%	79%	+8	n/a
Ireland									77%	n/a	n/a
Malaysia				69%	52%	62%	65%	68%	77%	+9	n/a
New Zealand									76%	n/a	n/a
Great Britain	79%	81%	71%	78%	82%	76%	83%	70%	75%	+5	-4
Singapore							72%	71%	74%	+3	n/a
Belgium	80%	80%	71%	80%	73%	71%	73%	68%	74%	+6	-6
Argentina	68%	67%	48%	56%	34%	43%	48%	74%	73%	-1	+5
United States	85%	83%	80%	82%	79%	70%	76%	76%	72%	-4	-13
Poland	75%	72%	66%	71%	71%	68%	65%	58%	72%	+14	-3
Australia	86%	84%	72%	82%	86%	77%	85%	80%	71%	-9	-15
France	84%	81%	68%	77%	80%	78%	81%	74%	71%	-3	-13
Canada	85%	83%	81%	81%	86%	78%	80%	74%	71%	-3	-14
Colombia			32%		58%		54%	80%	70%	-10	n/a
Spain	63%	57%	43%	53%	46%	38%	55%	69%	70%	+1	+7
South Africa	79%	83%	59%	72%	59%	52%	65%	77%	69%	-8	-10
Chile			41%	71%	50%	35%	53%	79%	68%	-11	n/a
Peru			36%	54%	58%	32%	54%	72%	68%	-4	n/a
Sweden	80%	87%	74%	81%	75%	74%	78%	74%	68%	-6	-12
Germany	76%	77%	71%	68%	78%	73%	72%	67%	65%	-2	-11
Turkey	89%	83%	58%	60%	53%	59%	42%	61%	59%	-2	-30
Italy	73%	68%	53%	60%	57%	62%	66%	68%	58%	-10	-15
Japan	70%	69%	62%	60%	52%	55%	58%	60%	57%	-3	-13
South Korea	71%	62%	48%	57%	54%	54%	57%	57%	48%	-9	-23
Hungary	43%	52%	48%	48%	50%	45%	51%	50%	48%	-2	+5

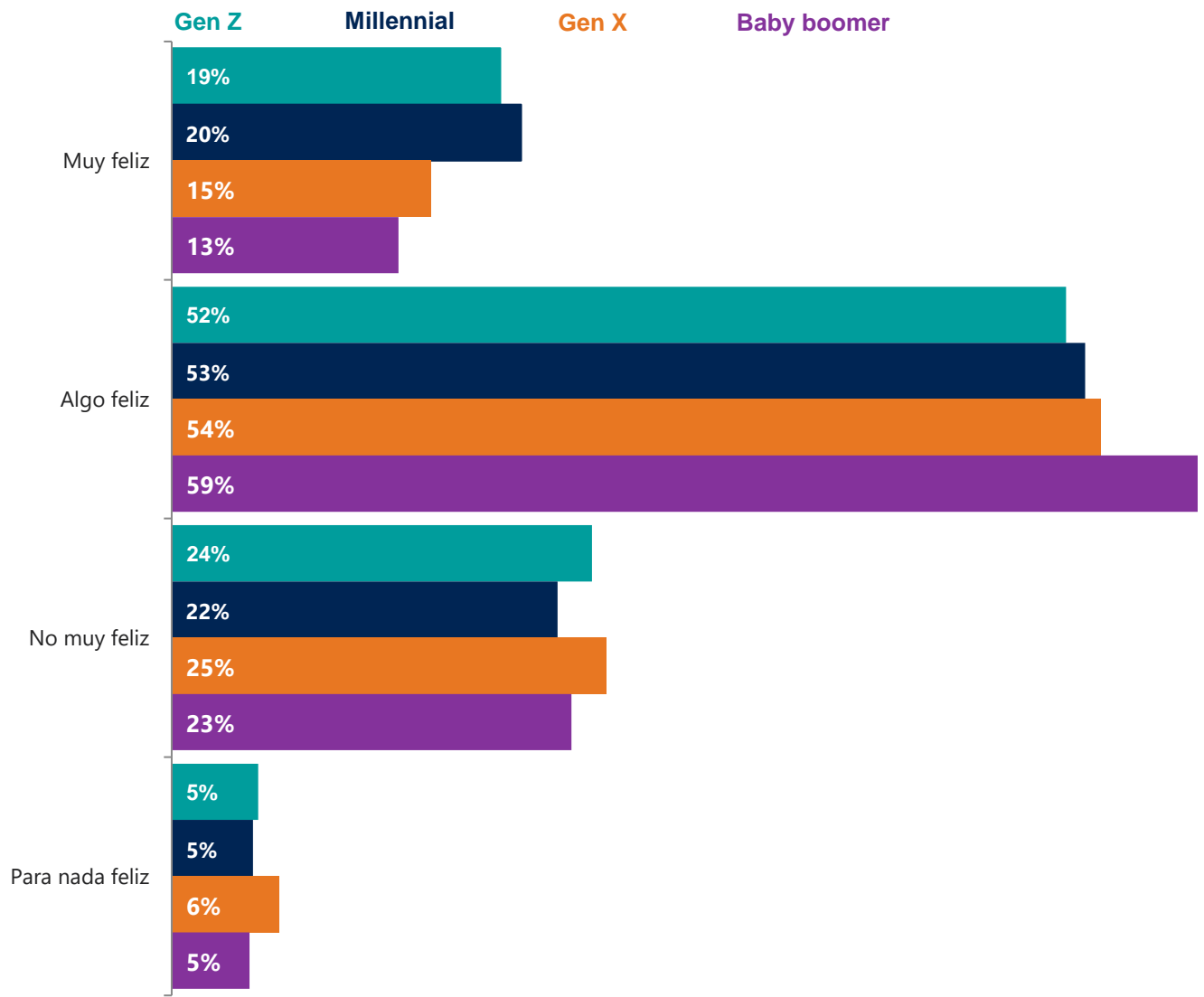
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



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

Promedio de 30 países



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.





FOCO EN GENERACIONES



Bajo presión

Los jóvenes son menos propensos a decir que se sienten en control de su vida en comparación con los mayores.

Mientras que el 76% de los Baby Boomers se sienten en control, esto disminuye al 65% para la Gen Z. Esto también se refleja cuando se trata de bienestar mental.

Cuando se trata de la salud física hay poca diferencia entre las generaciones, pero no ocurre lo mismo con la salud mental.

Sólo el 63% de la Generación Z está satisfecha con su salud mental, frente al 76% de los Baby Boomers, el 72% de la Generación X y el 69% de los Millennials.



Cambio social

En muchos casos hay poca diferencia entre las generaciones cuando se trata de la satisfacción con sus vidas. Sin embargo, hay una brecha generacional y de edad en la vida social.

Mientras que tres cuartas partes de los Baby Boomers están satisfechos con su vida social y su estatus social (74% en ambos casos), esta cifra desciende a dos tercios en la Generación Z (66% y 65% respectivamente).

Tal vez porque son mayores y sus hijos han crecido, los Baby Boomers son los más propensos a estar satisfechos con la cantidad de tiempo libre que tienen (83%) en comparación con la Generación X (72%), los Millennials (71%) y la Generación Z (72%).



Nubes en el cielo

Aunque los Boomers están satisfechos con muchos aspectos de su vida cotidiana, al igual que las demás generaciones, no lo están tanto con la situación de su país.

Sólo el 31% de los Boomers dicen estar satisfechos con la situación social y política de su país, mientras que el 36% de los Gen X lo están, seguidos por los Millennials y los Gen Z (ambos con un 44%).

Los mayores también son más propensos que los jóvenes a estar descontentos con la situación económica de su país.

Solo el 31 % de los Boomers están satisfechos con la situación económica de su país, frente al 36 % de los Gen X, el 43 % de los Millennials y el 41 % de los Gen Z.

Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965). Para más información sobre el análisis de grupos de edad, consulte nuestro informe [We Need to Talk About Generations](#)

QUÉ INFLUYE EN NUESTRA FELICIDAD





GLOBAL

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

% Satisfecho

Promedio de 30 países



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



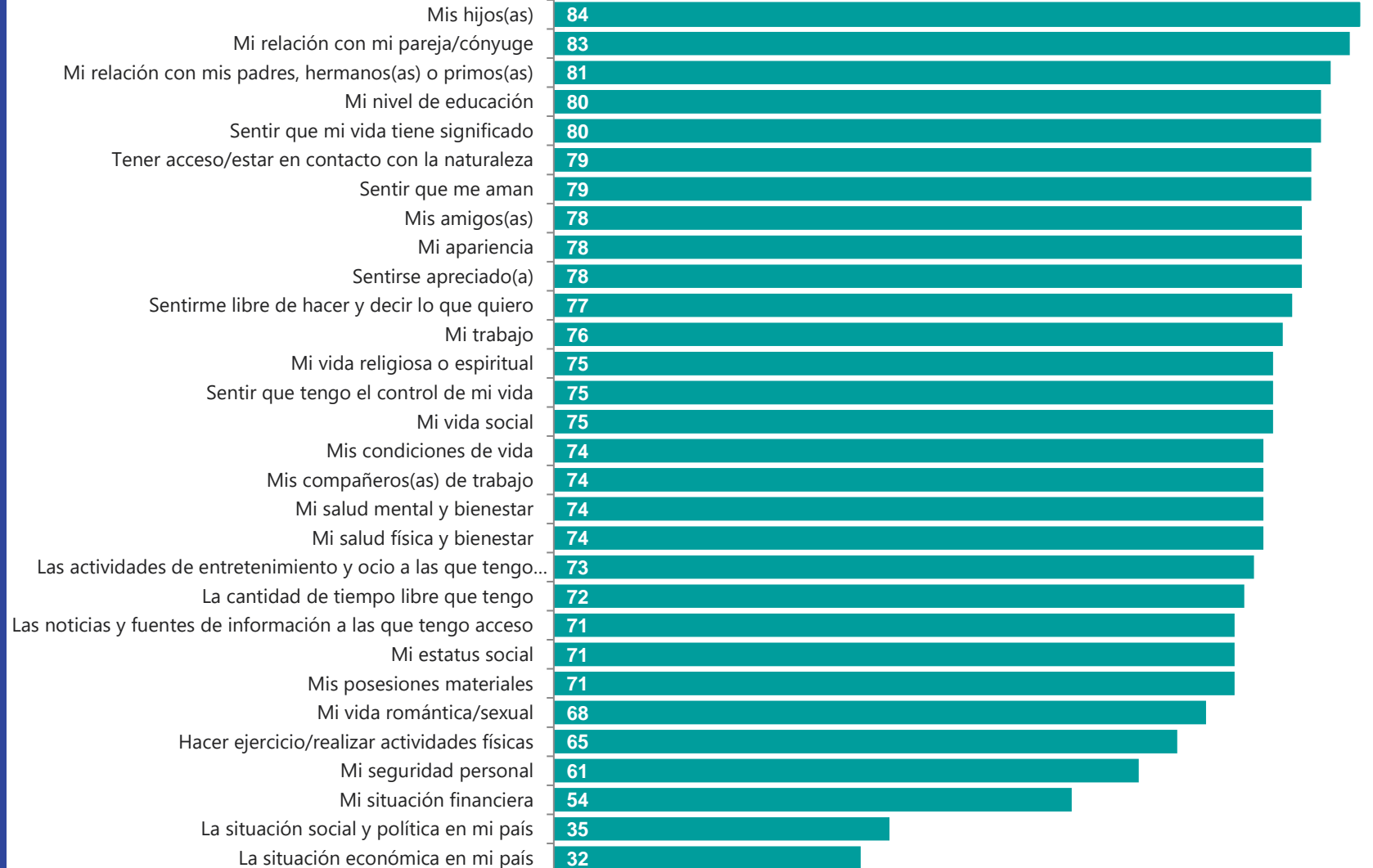
Q

LATAM

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

% Satisfecho

Promedio de 6 países



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024

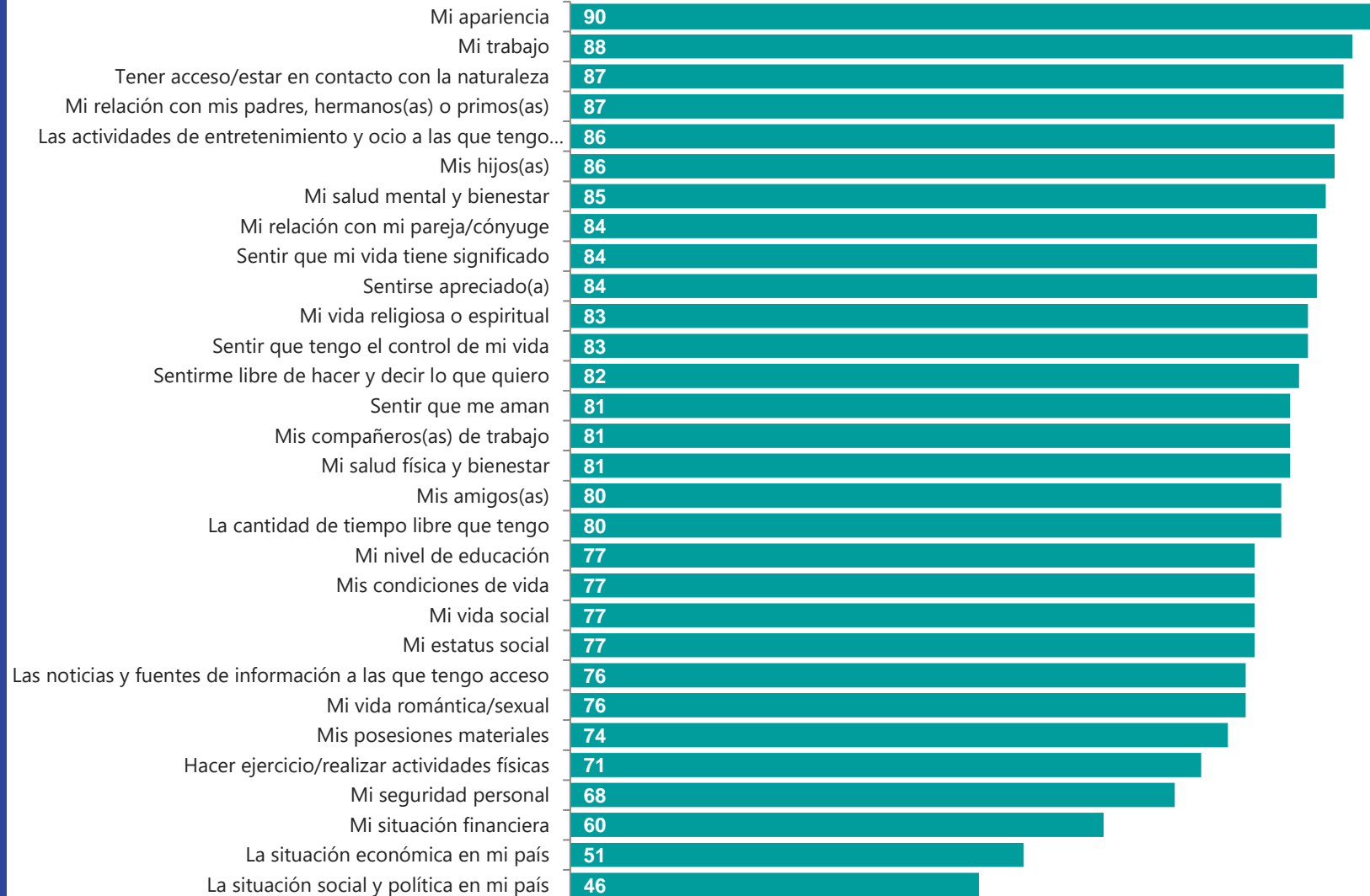
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

MEXICO

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

% Satisfecho



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

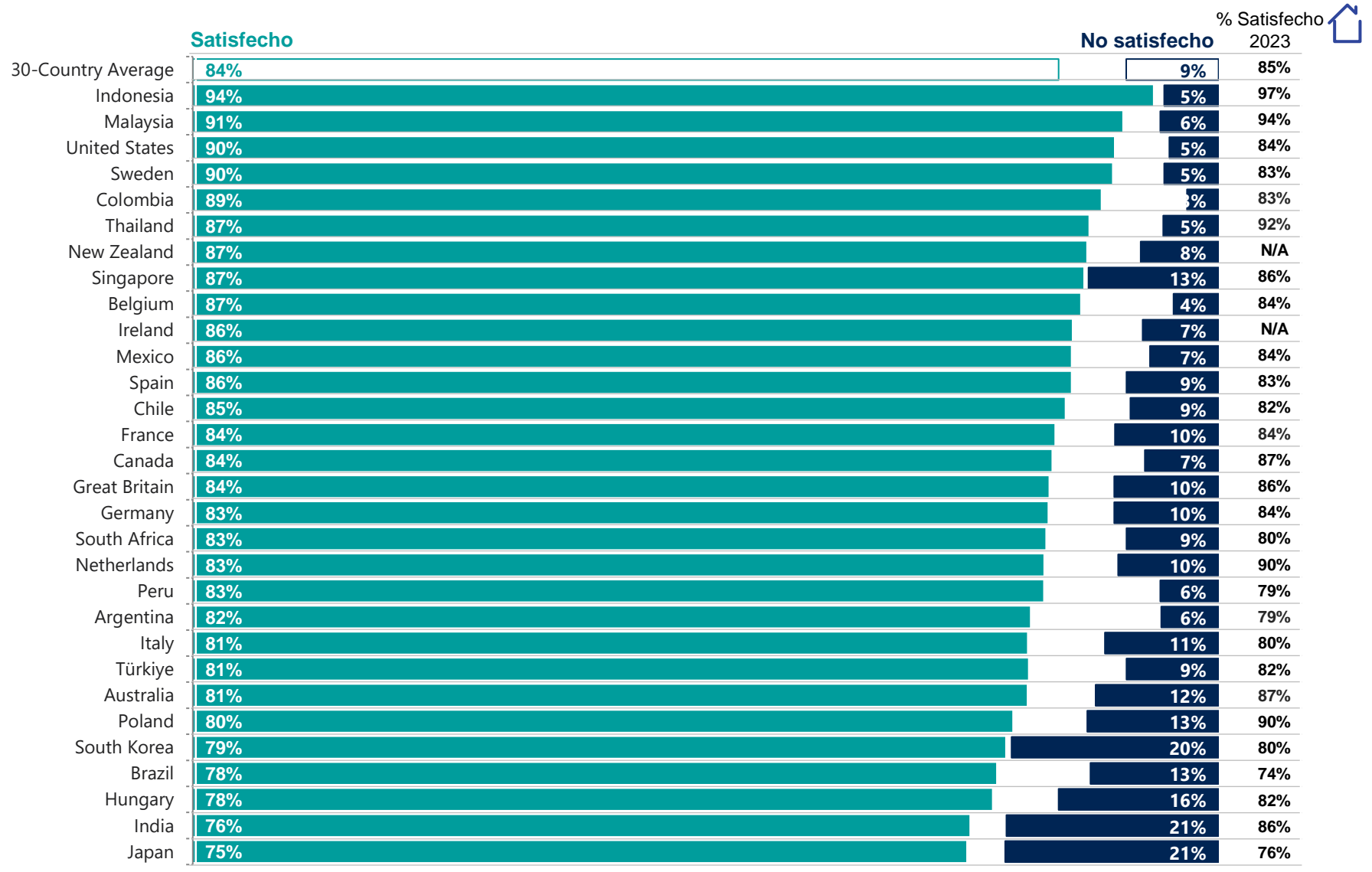
FAMILIA Y AMIGOS



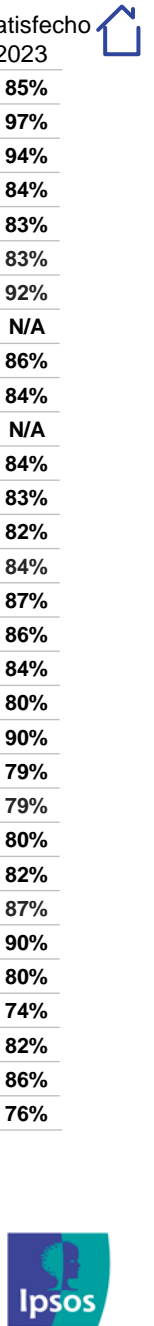


En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mis hijos



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

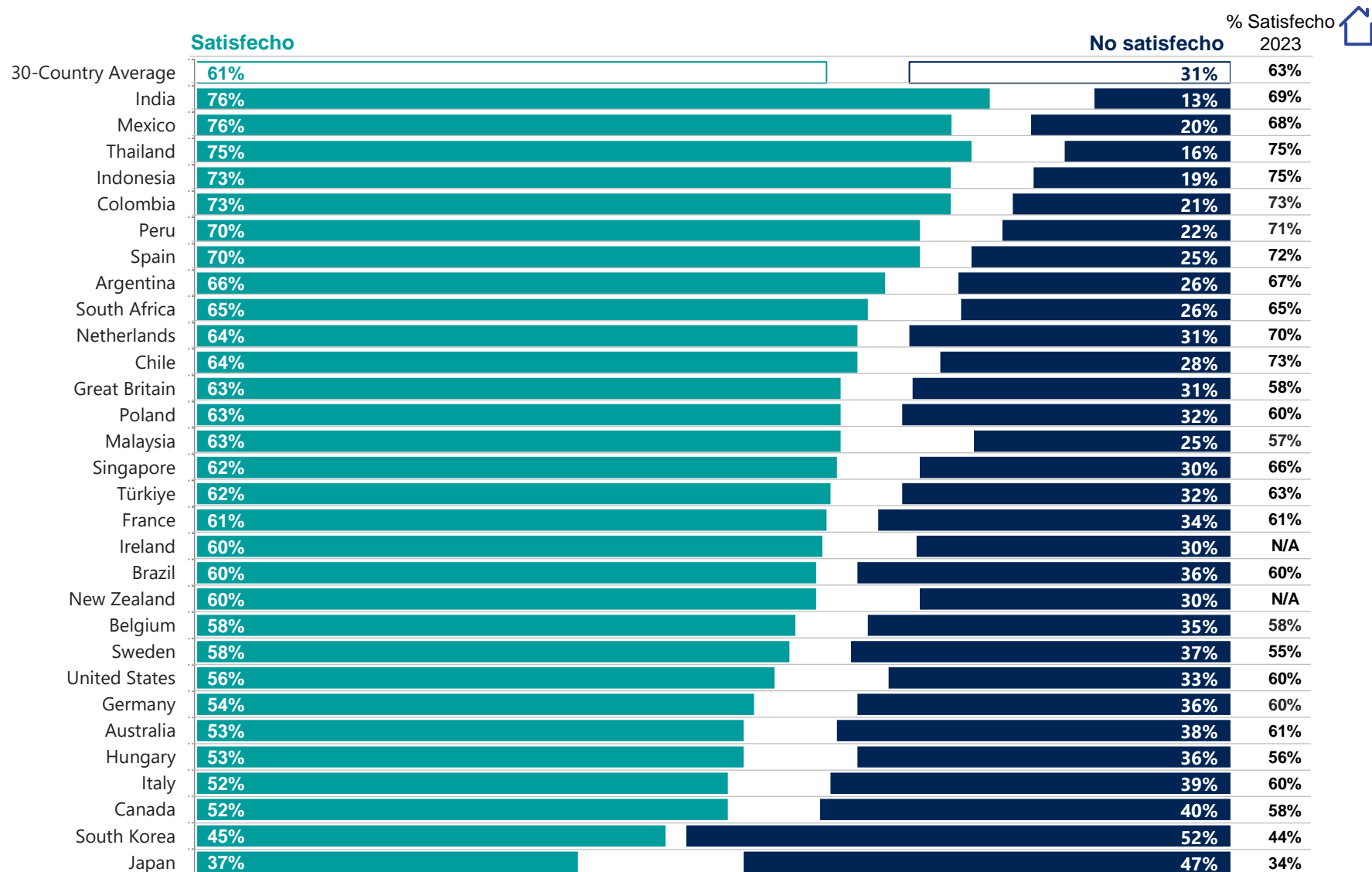


Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi vida romántica/sexual

68%
LATAM
promedio



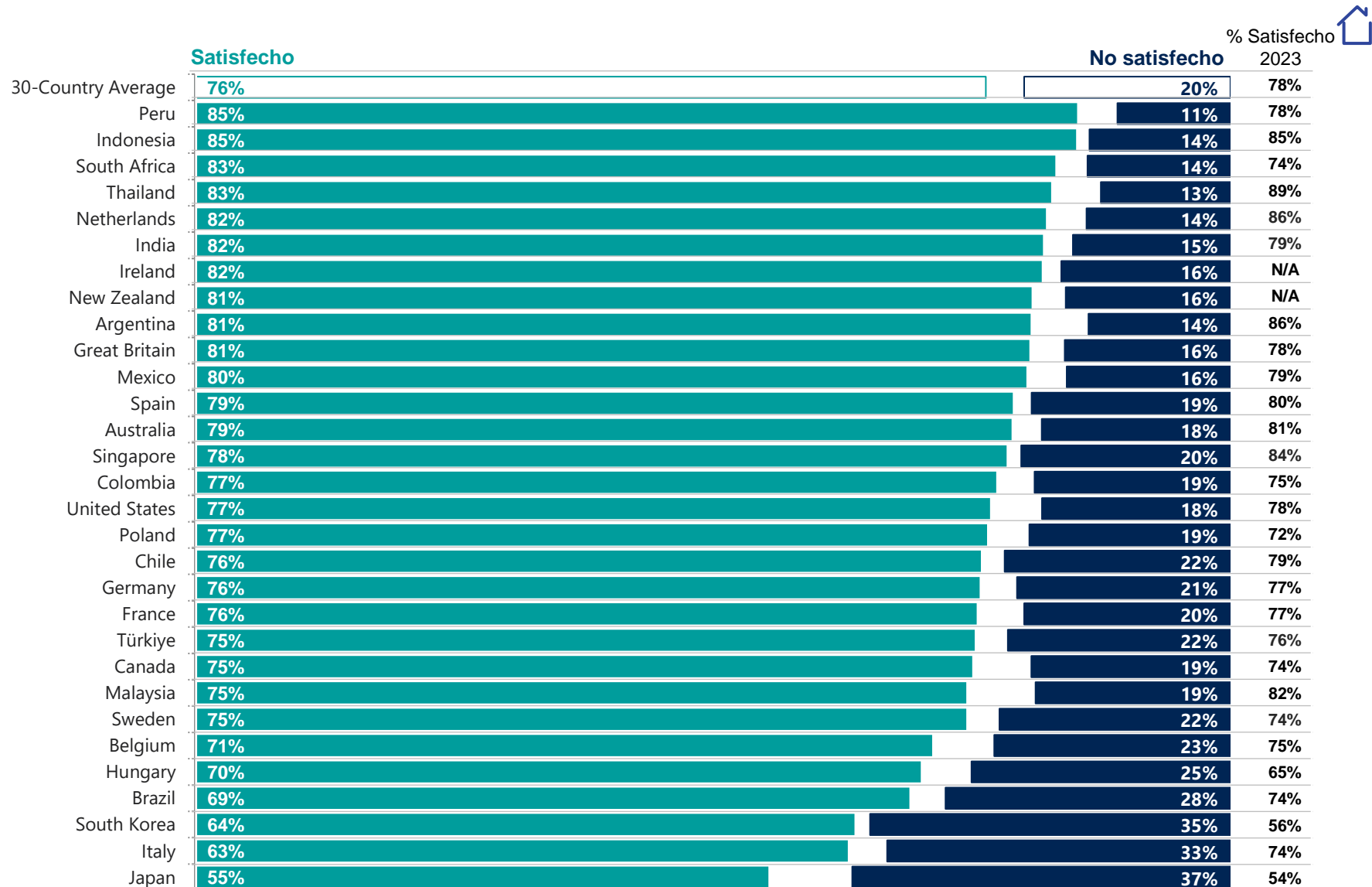
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 31 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mis amigos(as)

78%
LATAM
promedio



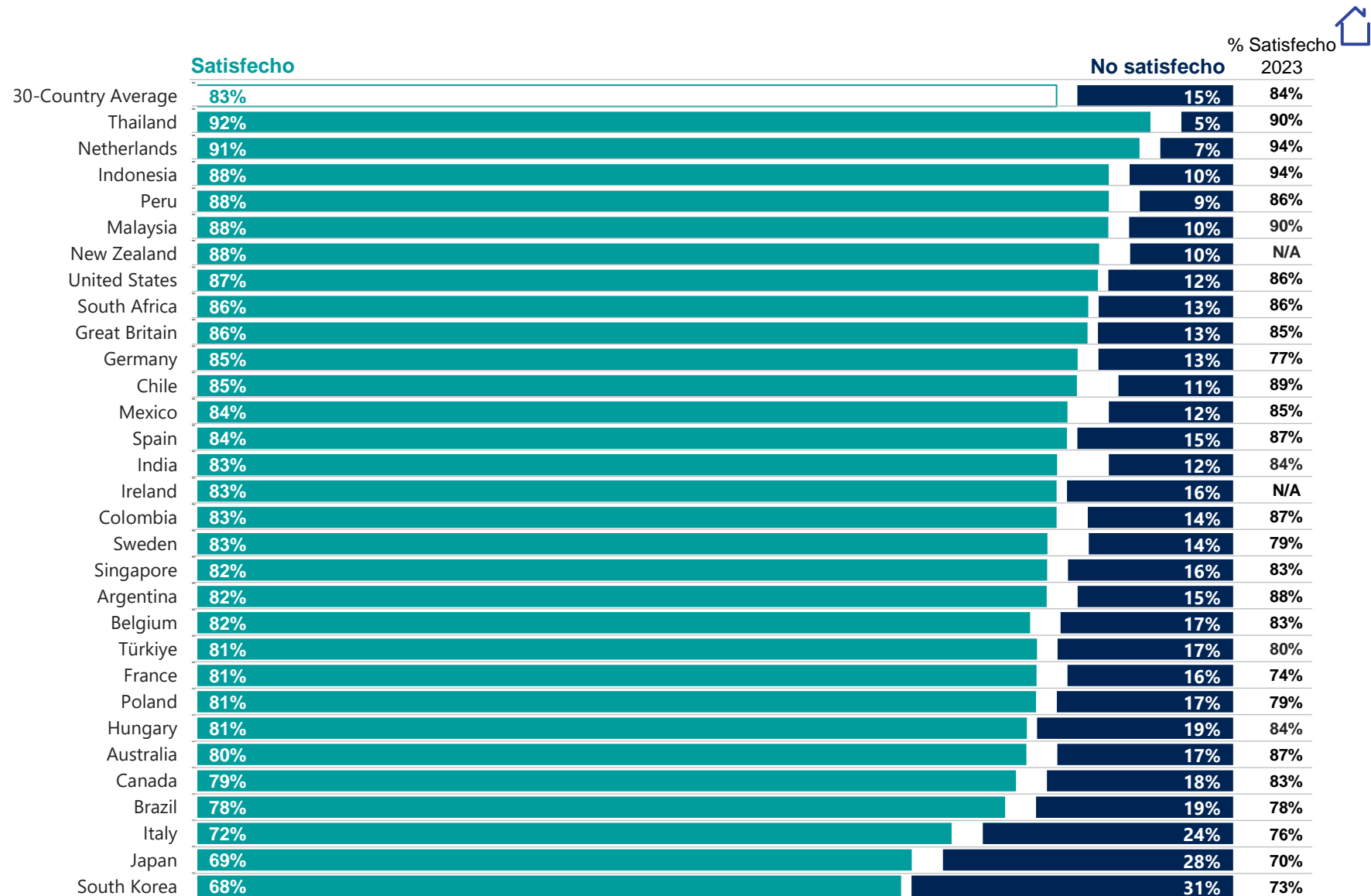
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi relación con mi pareja/cónyuge*

81%
LATAM
promedio



*Asked only of those who are married or partnered

Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 31 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

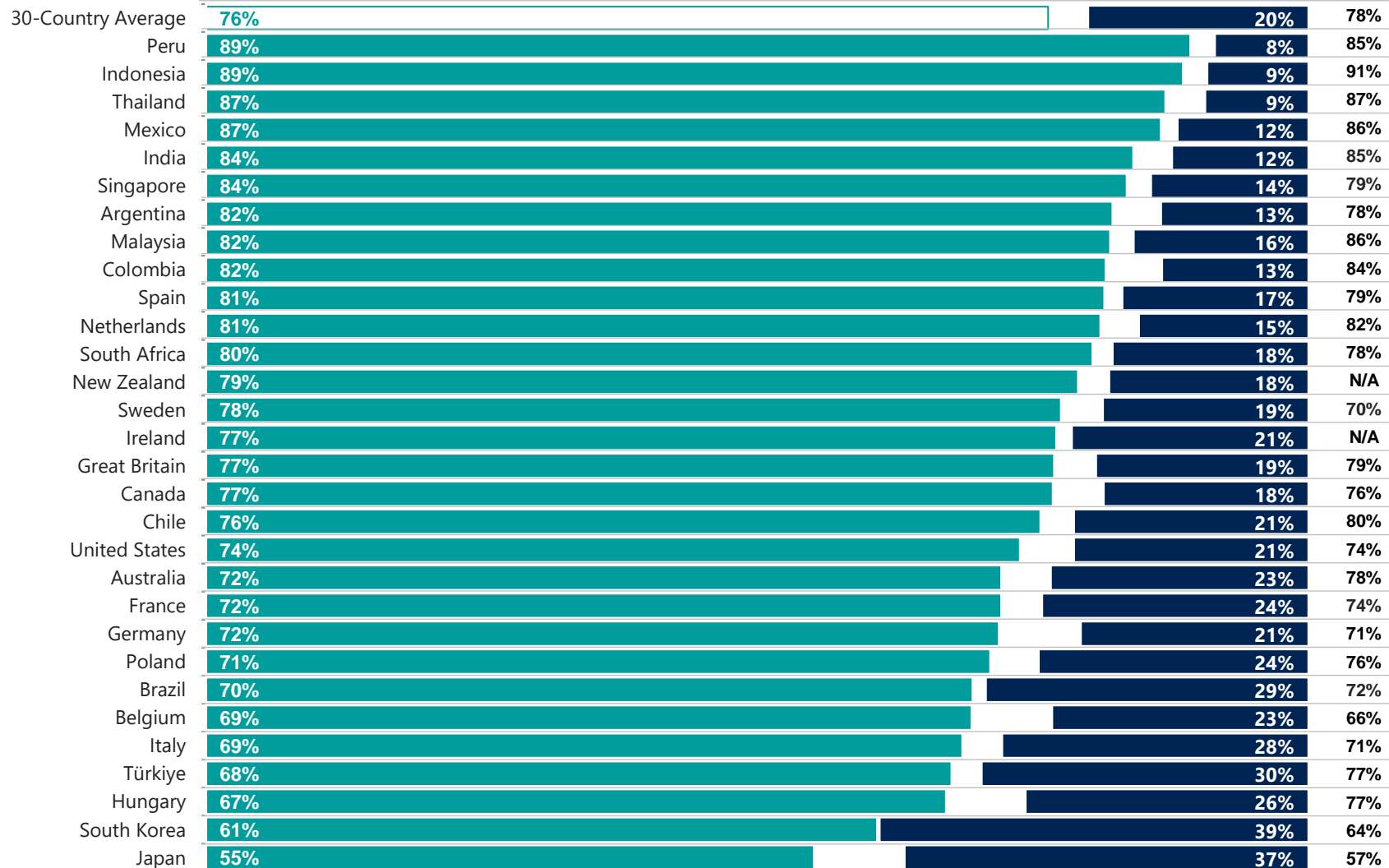
Mi relación con mis padres, hermanos(as) o primos(as)

81%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho 2023



*Asked only of those who are married or partnered

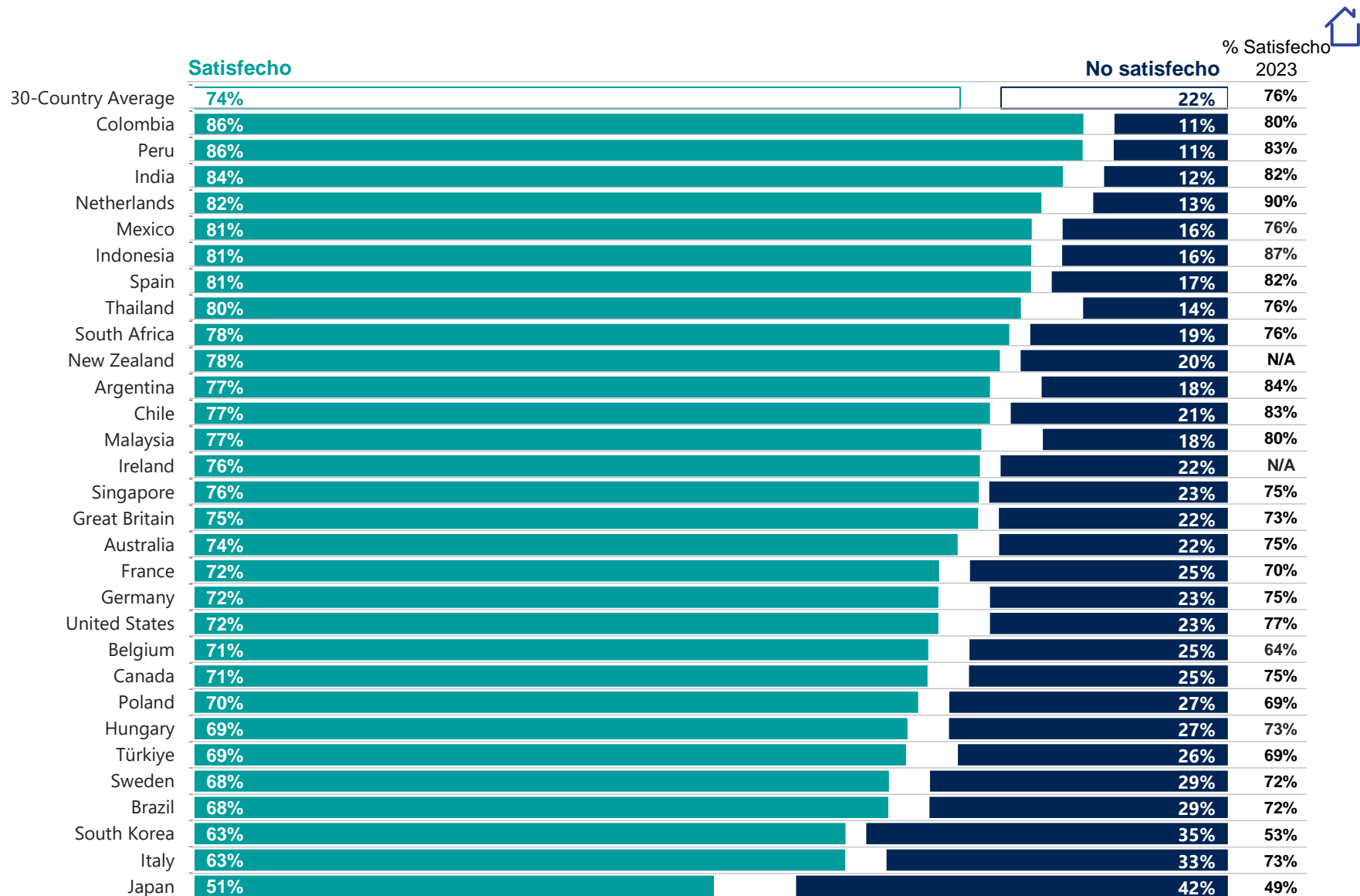
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 31 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Sentir que me aman

79%
LATAM
promedio



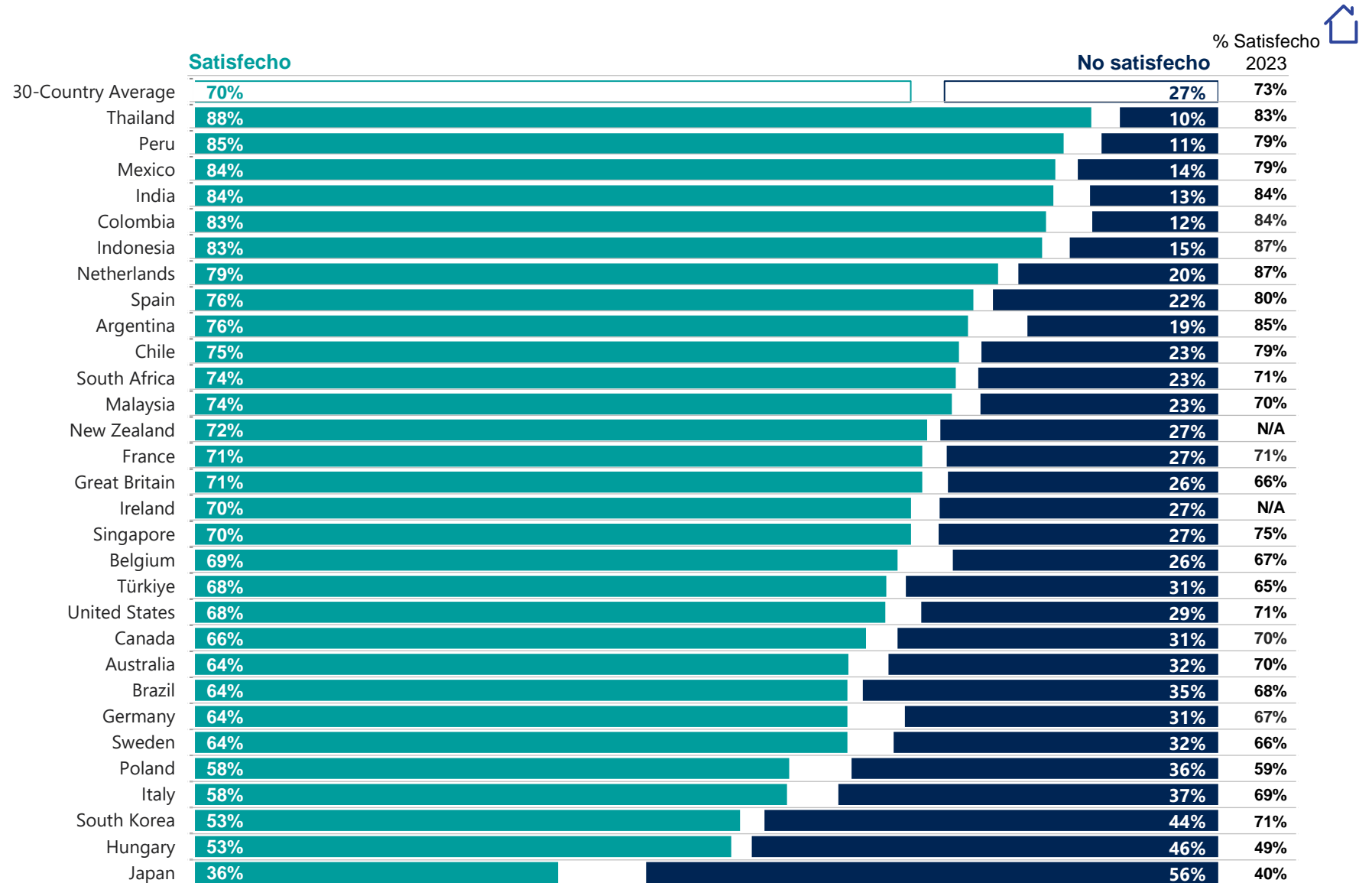
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 31 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Sentirse apreciado(a)

78%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

BIENESTAR

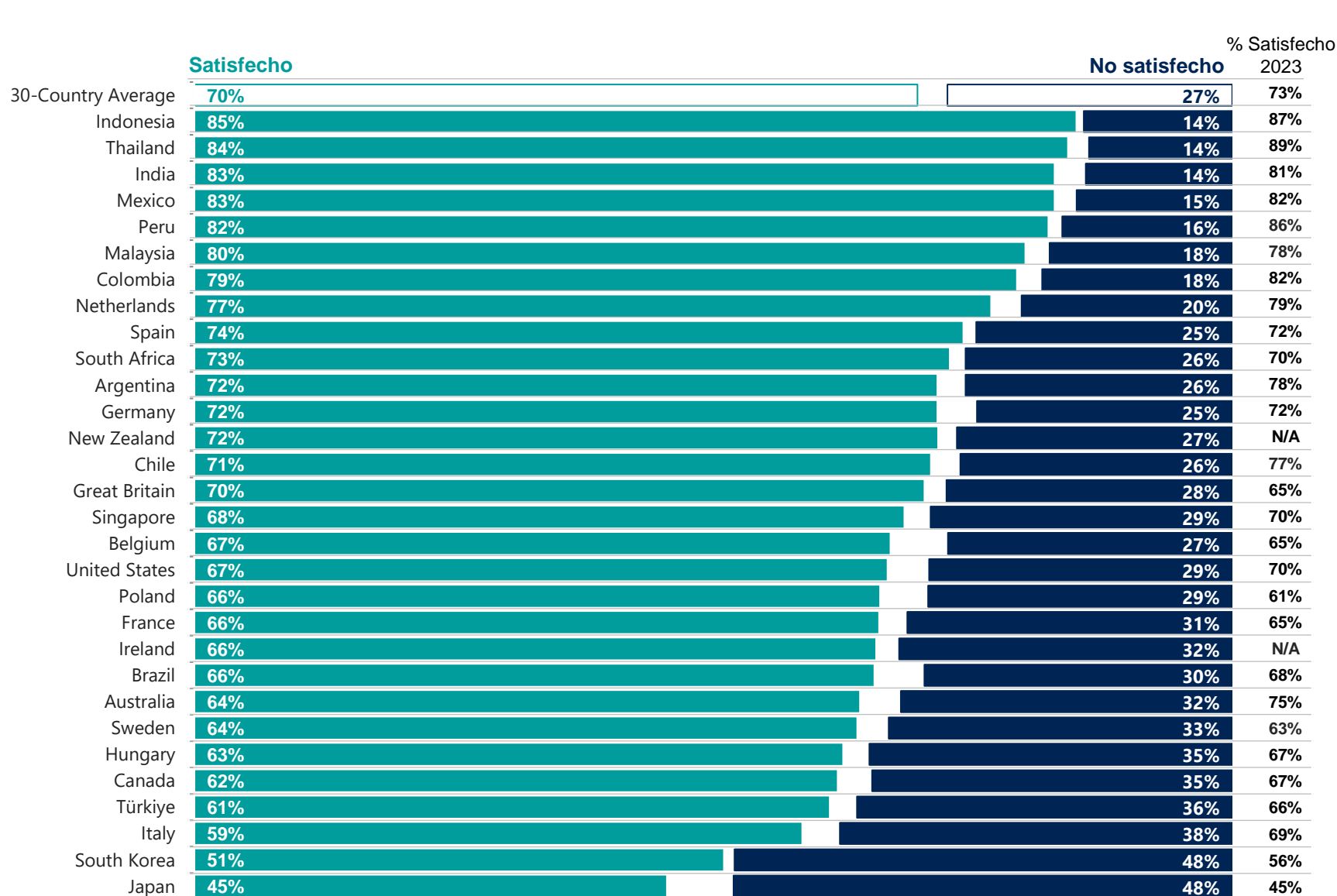


Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Sentir que tengo el control de mi vida

75%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi salud mental y bienestar

74%
LATAM
promedio

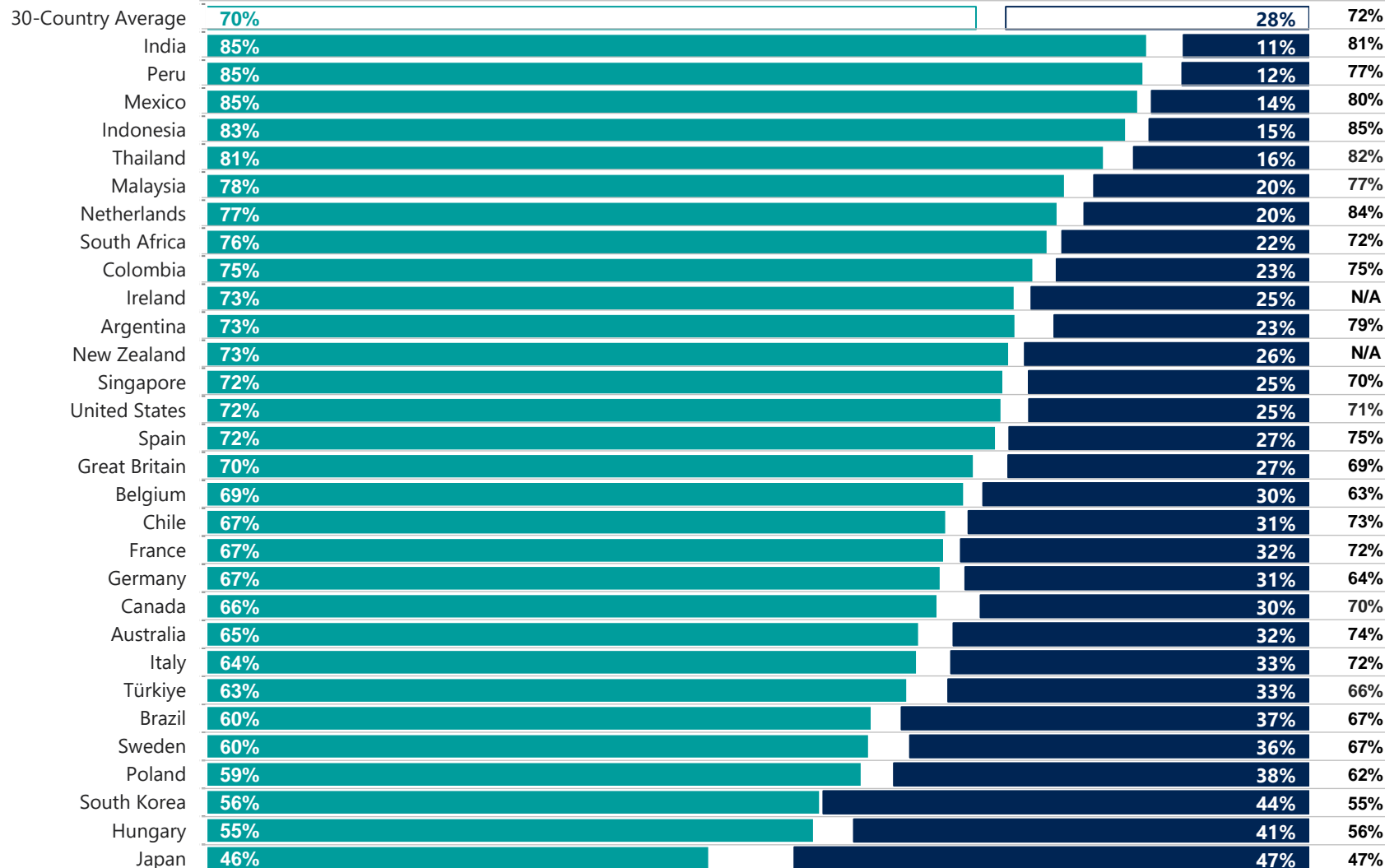
Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho



2023



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi salud física y bienestar

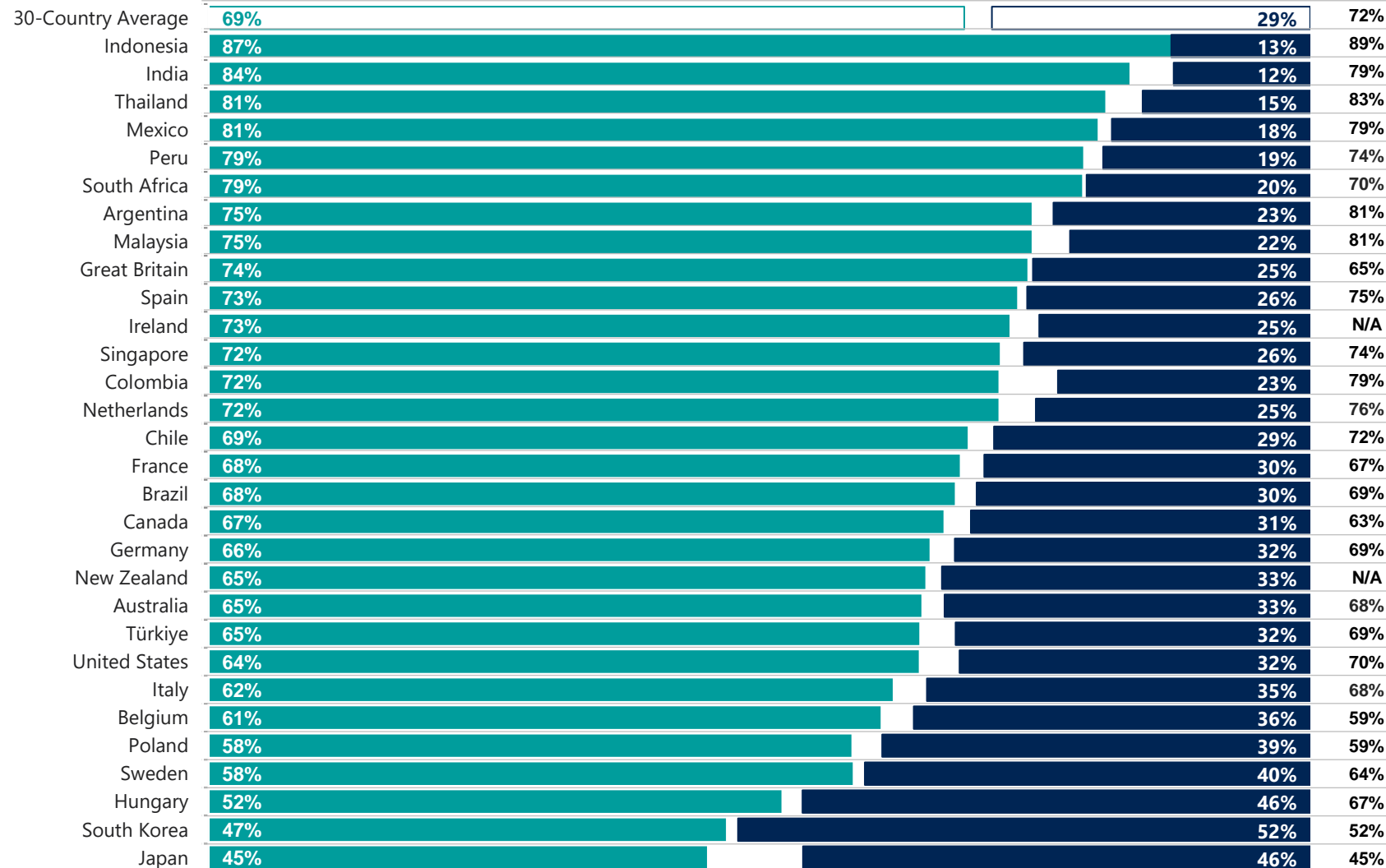
74%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho

2023



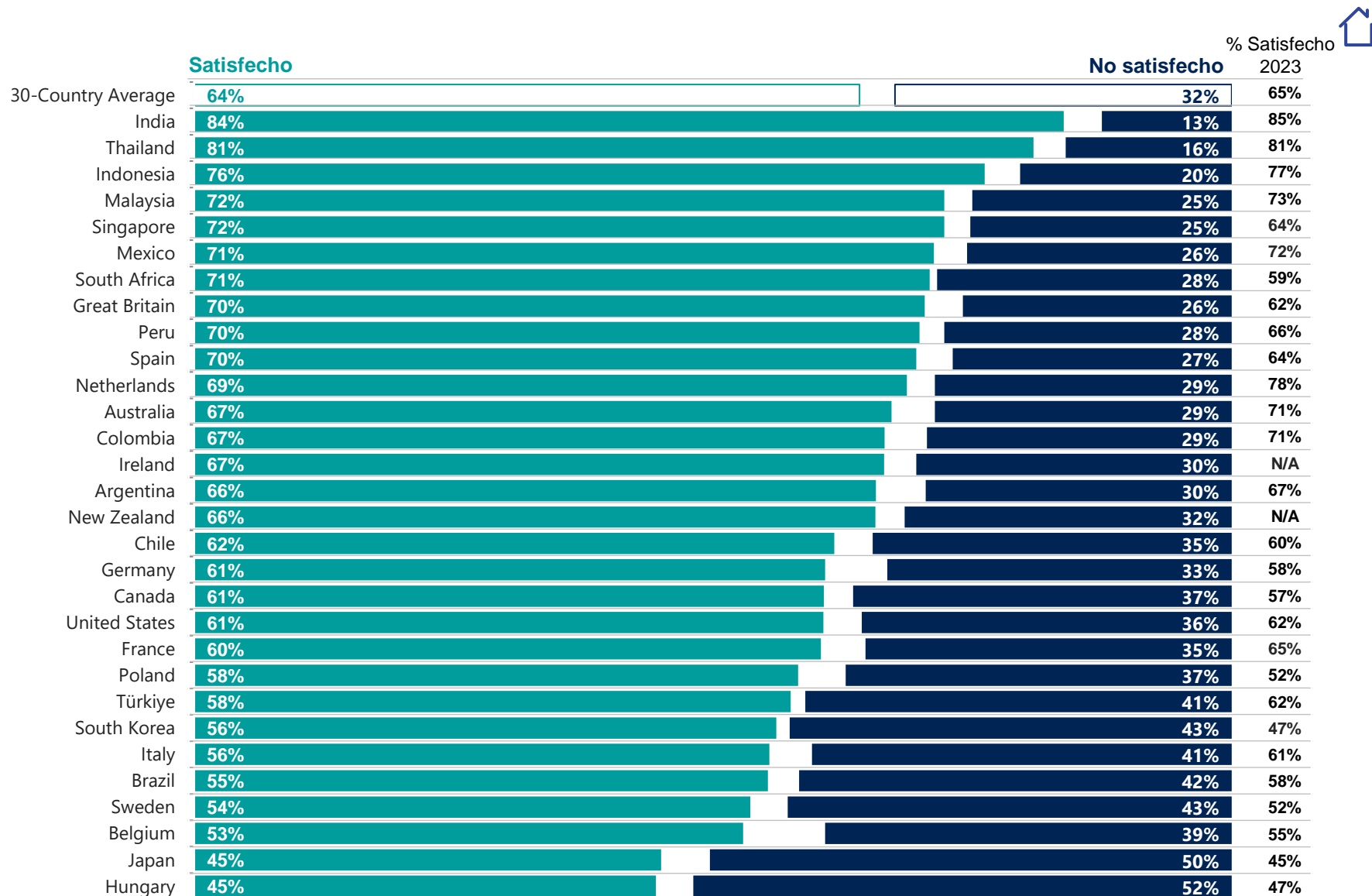
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Hacer ejercicio/realizar actividades físicas

65%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi seguridad personal

61%
LATAM
promedio

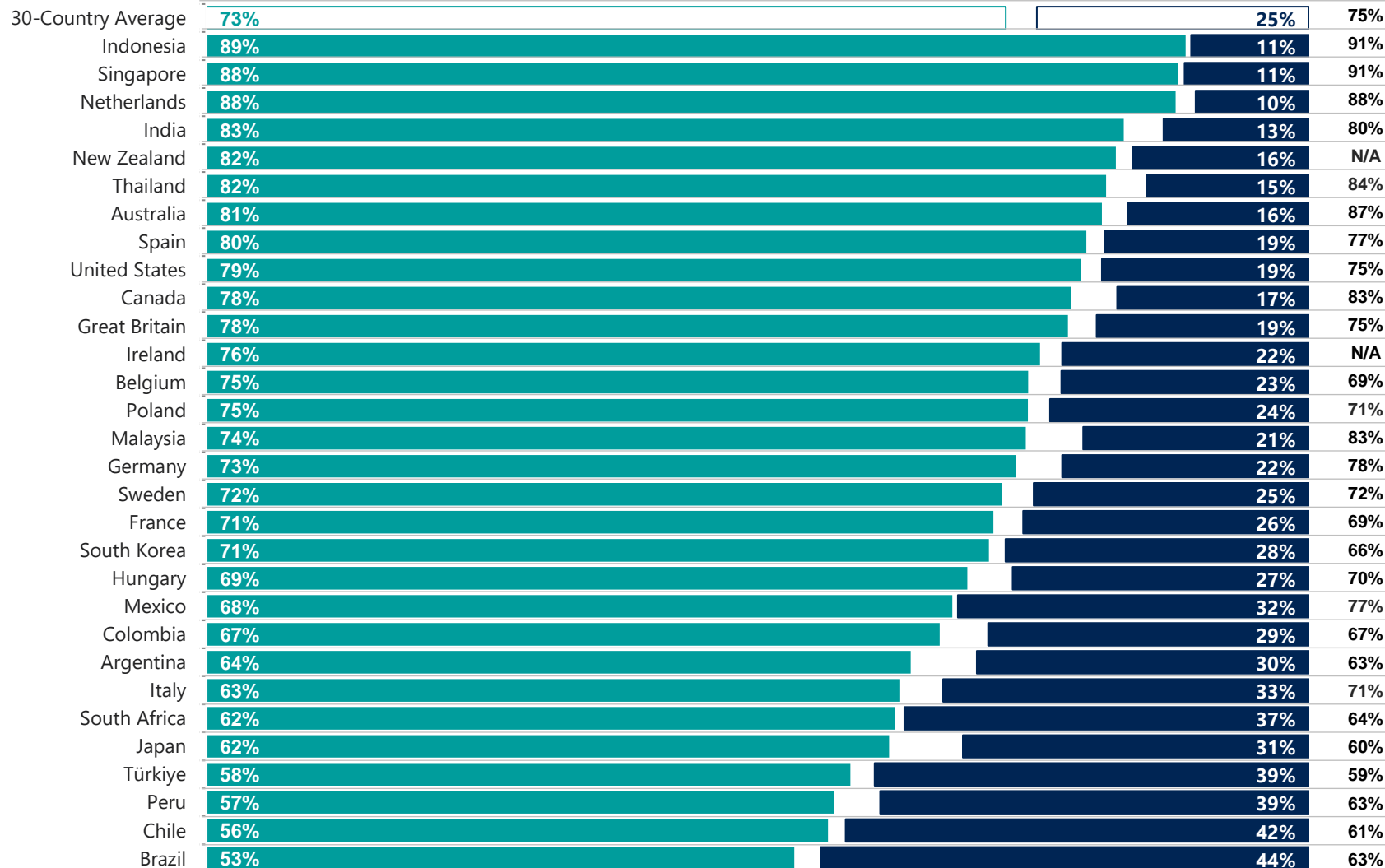
Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho

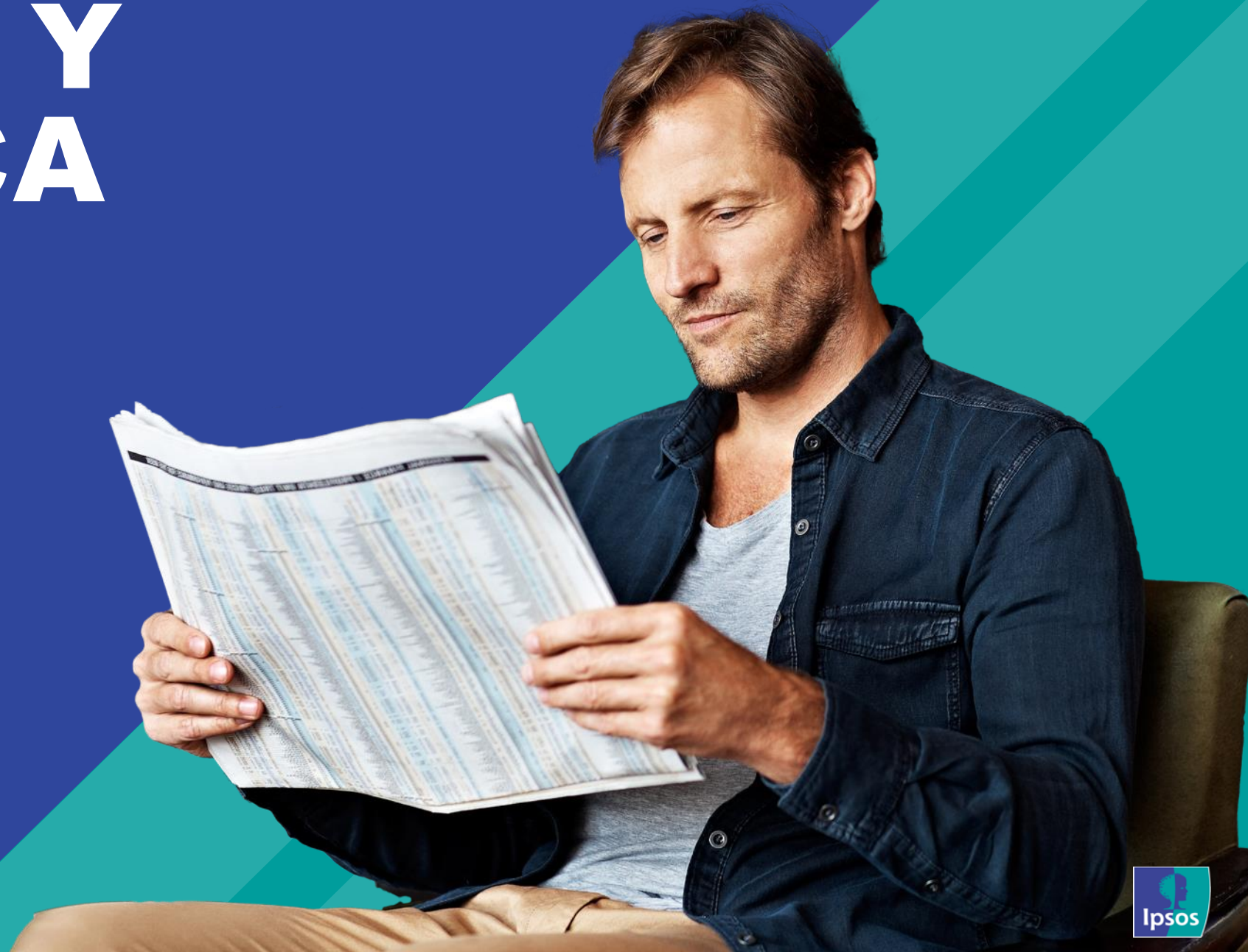


2023



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

DINERO Y POLÍTICA



Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

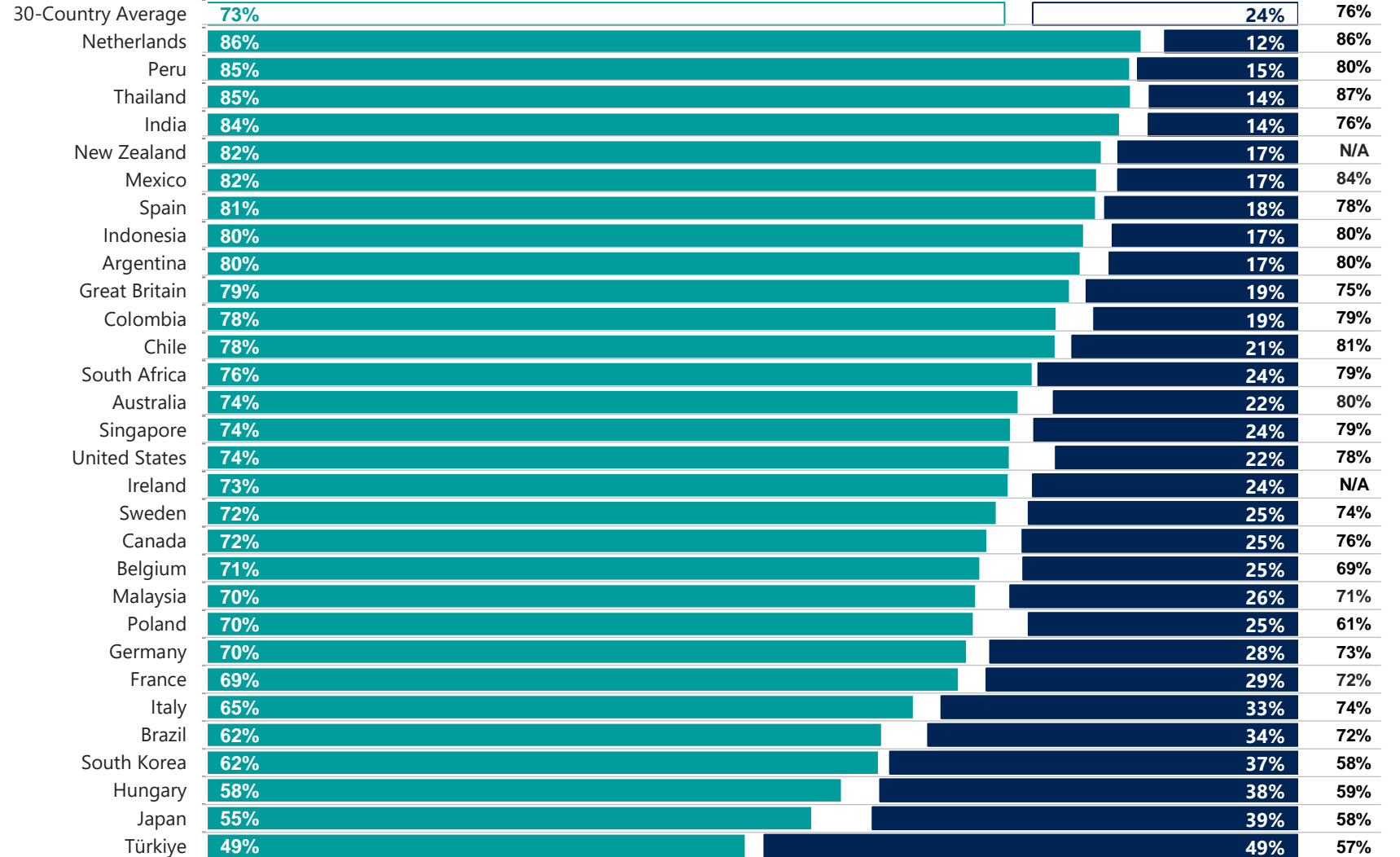
Sentirme libre de hacer y decir lo que quiero

77%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho 2023



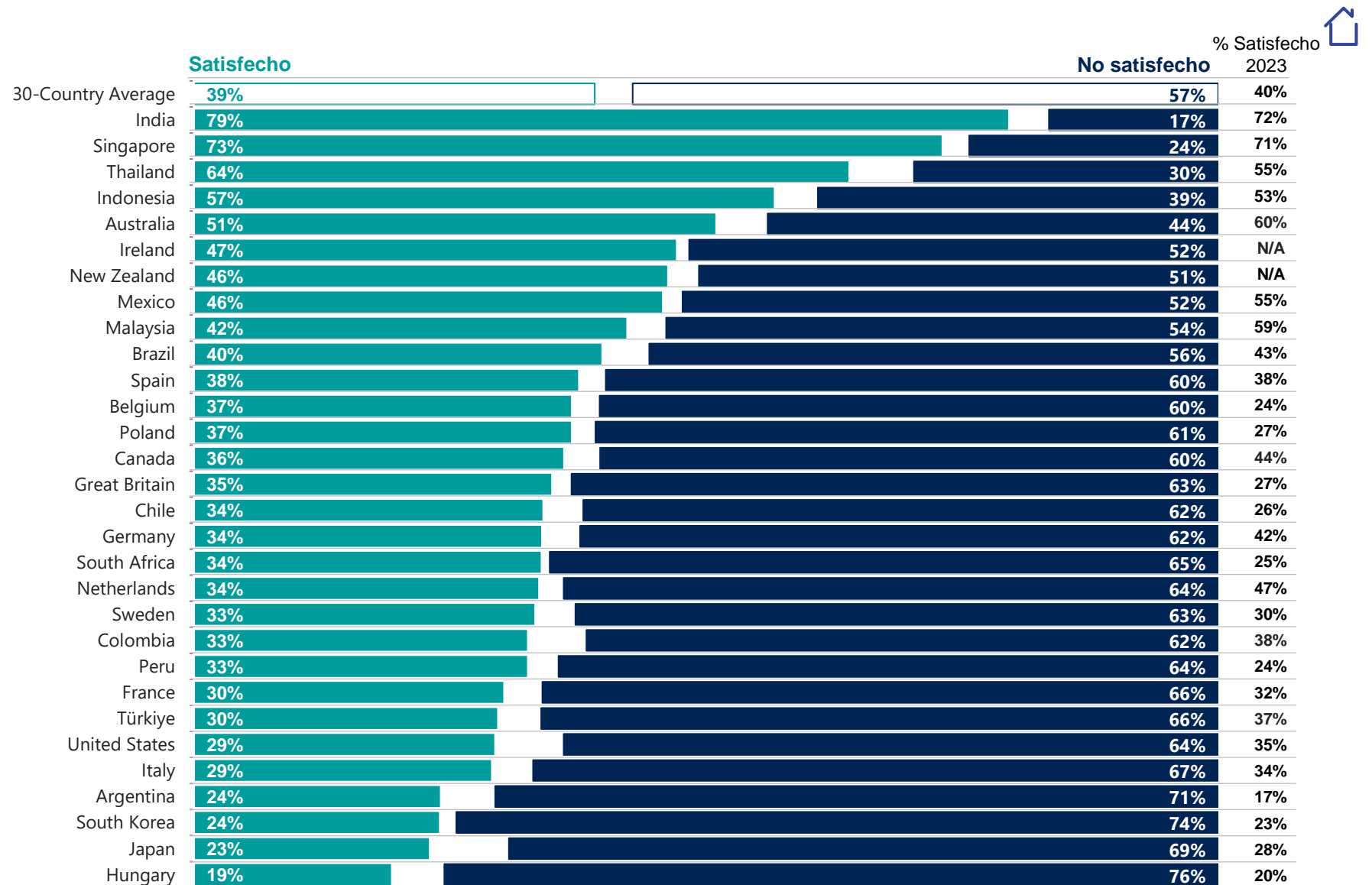
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

La situación social y política en mi país

78%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

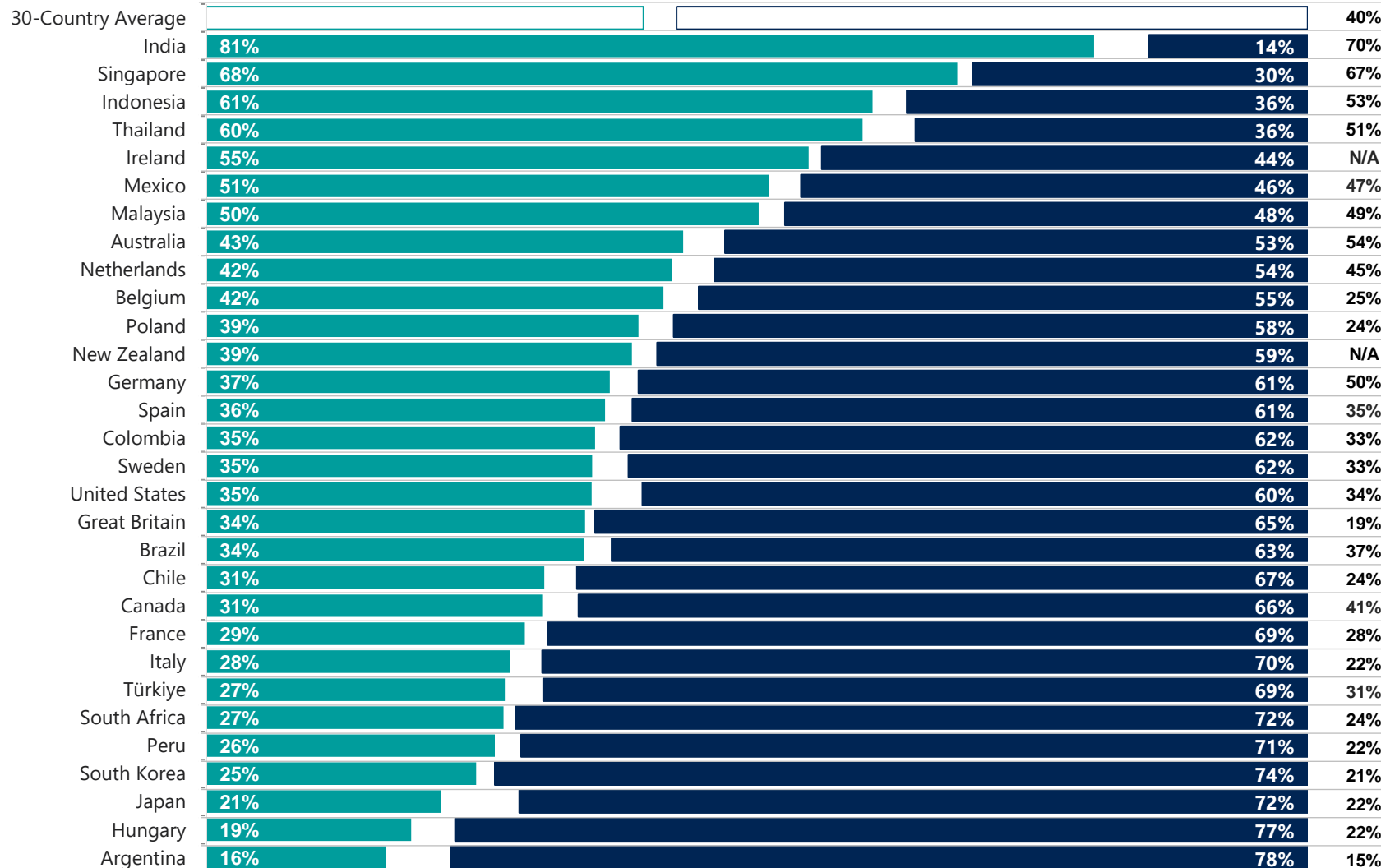
La situación económica en mi país

35%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho 2023



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi situación financiera

54%
LATAM
promedio

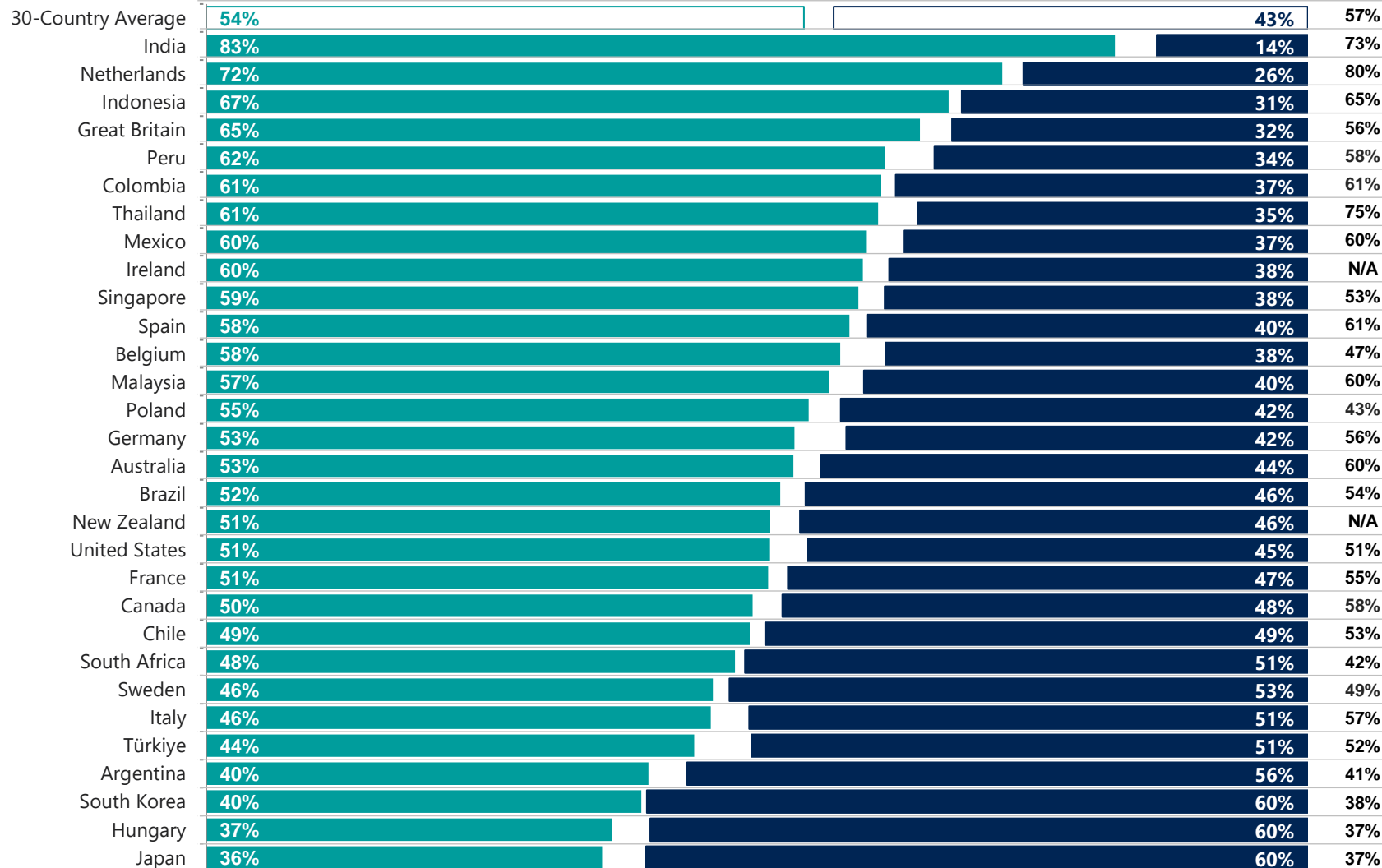
Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho



2023



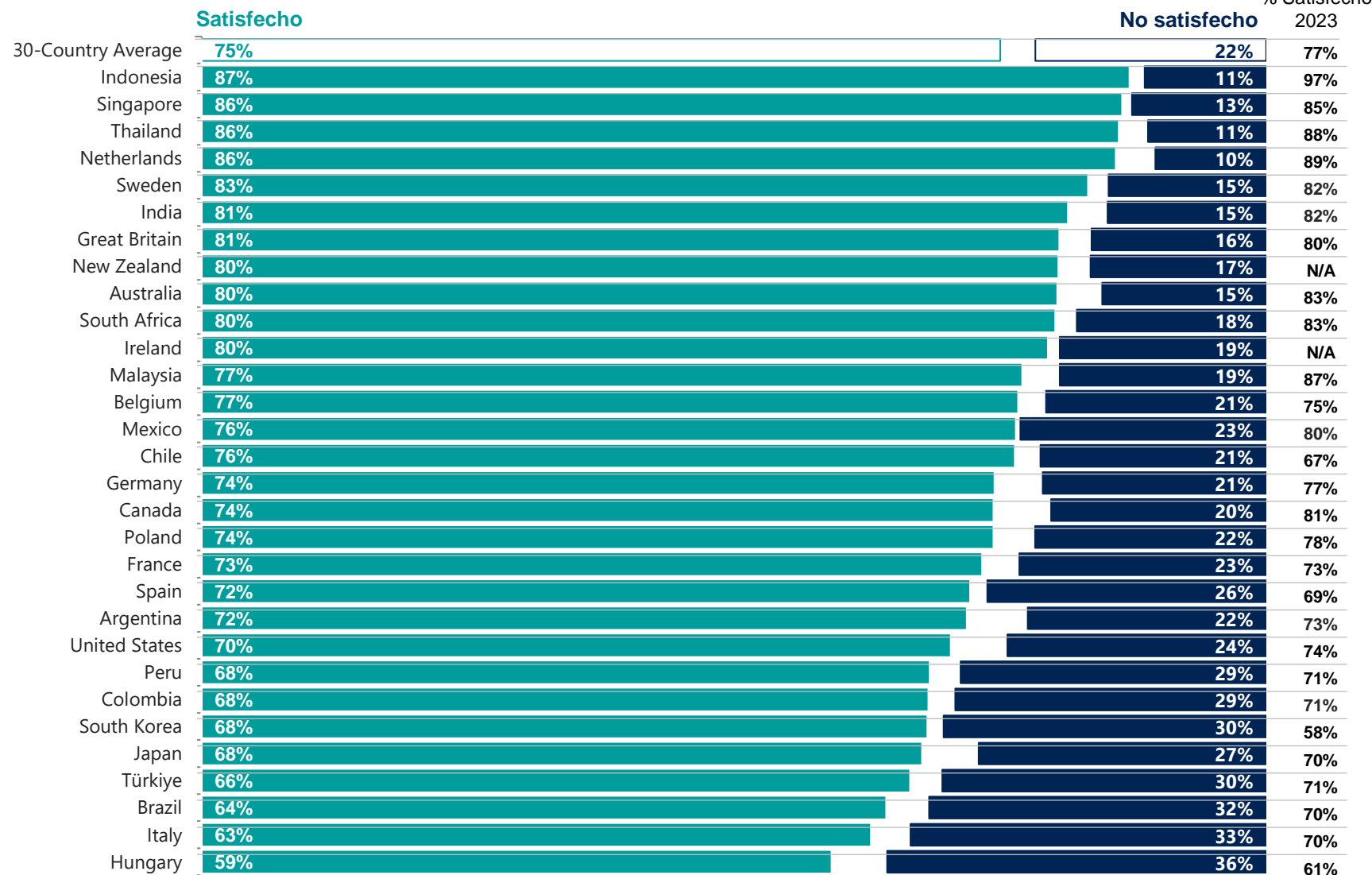
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Las noticias y fuentes de información a las que tengo acceso

71%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



ESCUELA, TRABAJO Y CALIDAD DE VIDA

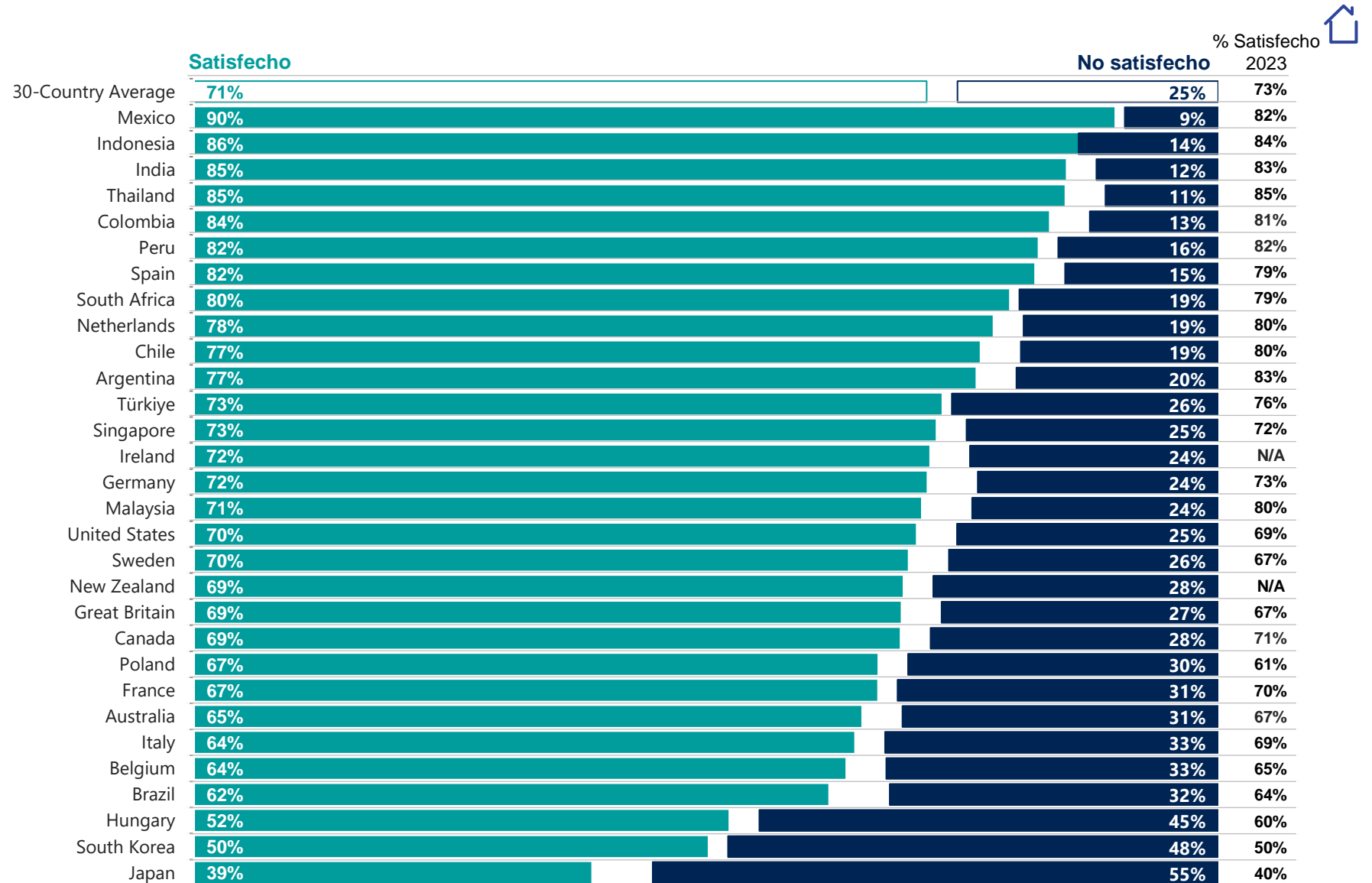


Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi apariencia

78%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

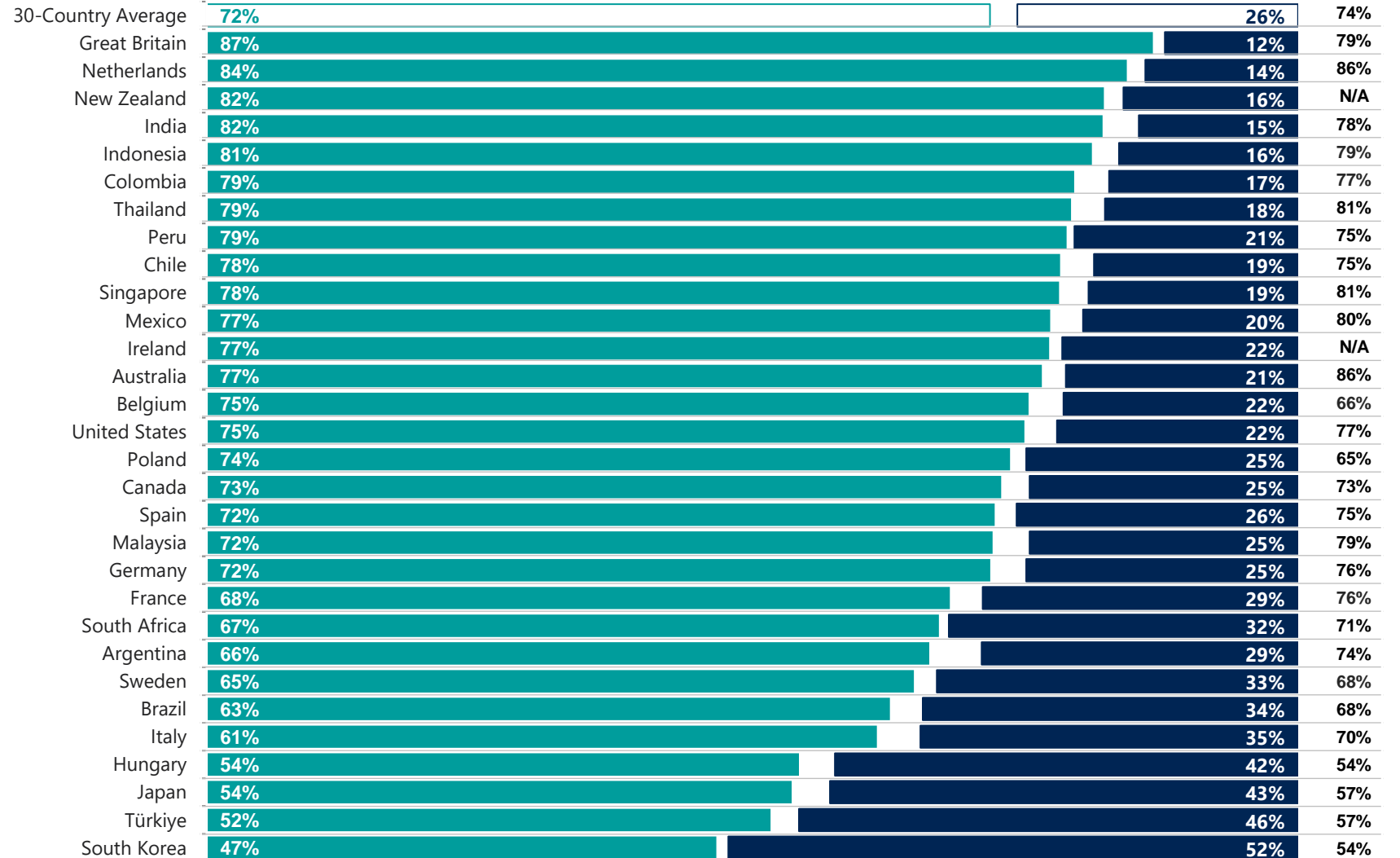
Mis condiciones de vida

74%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho 2023



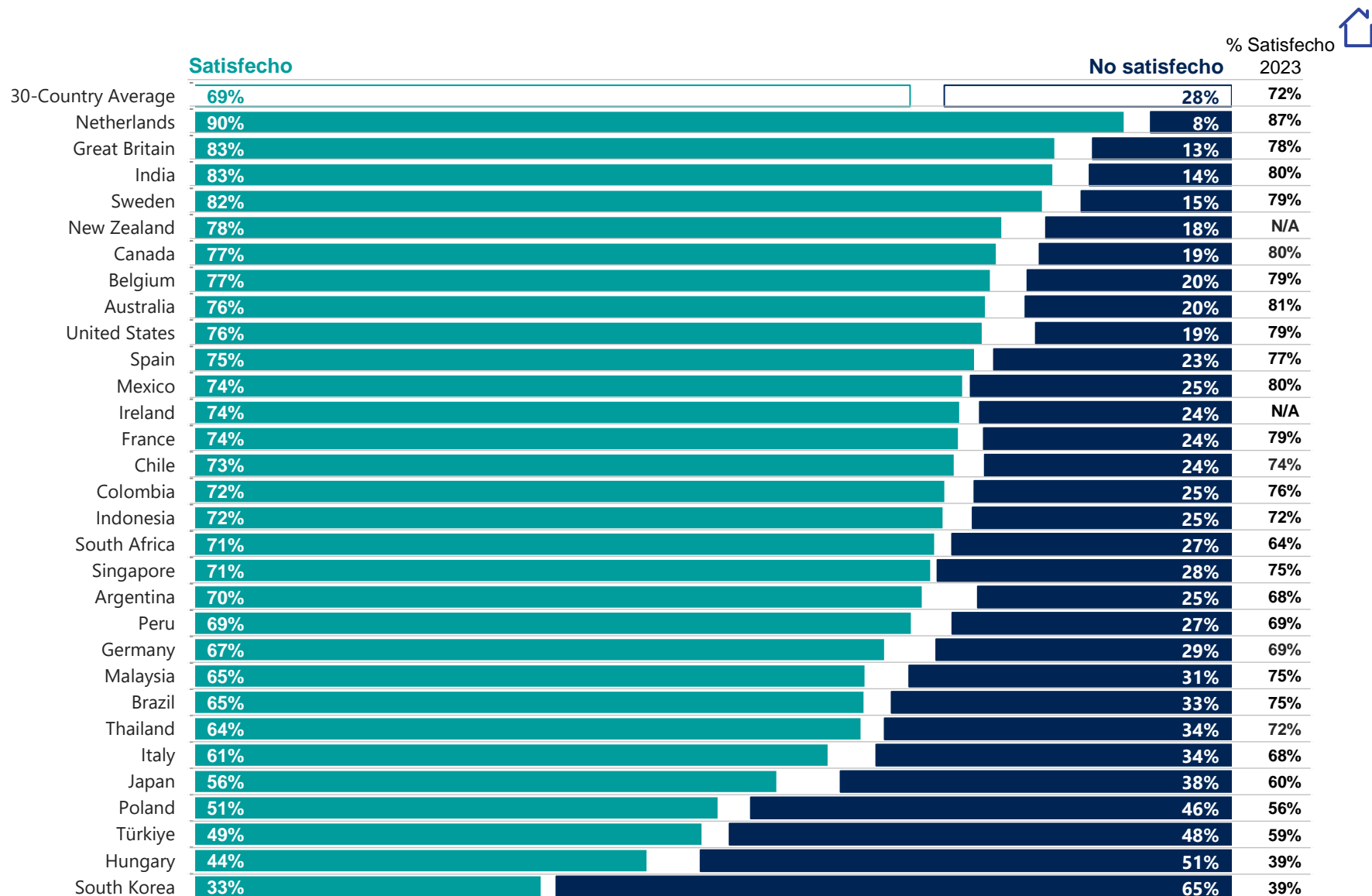
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mis posesiones materiales

71%
LATAM
promedio

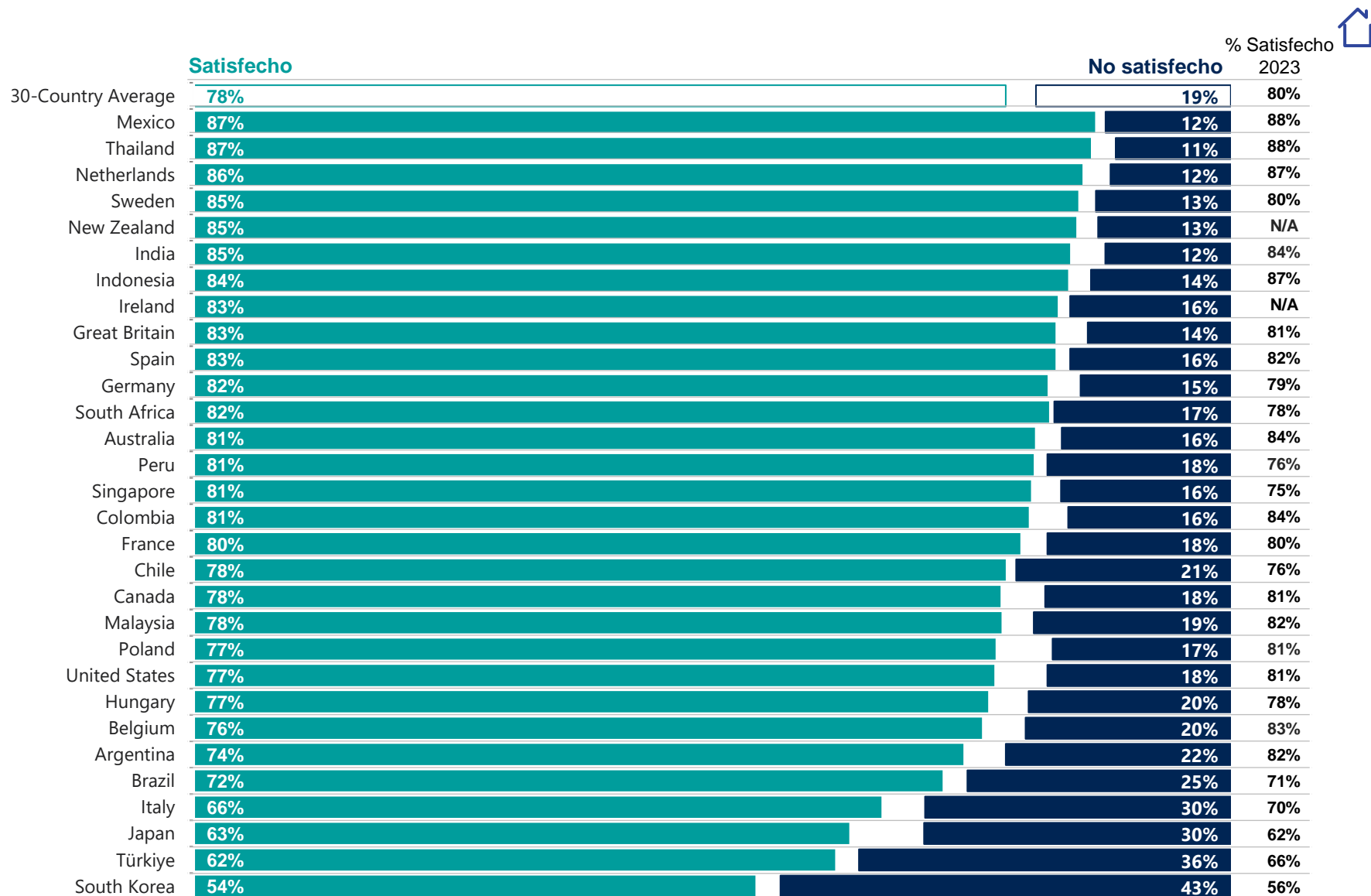


Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Tener acceso/estar en contacto con la naturaleza



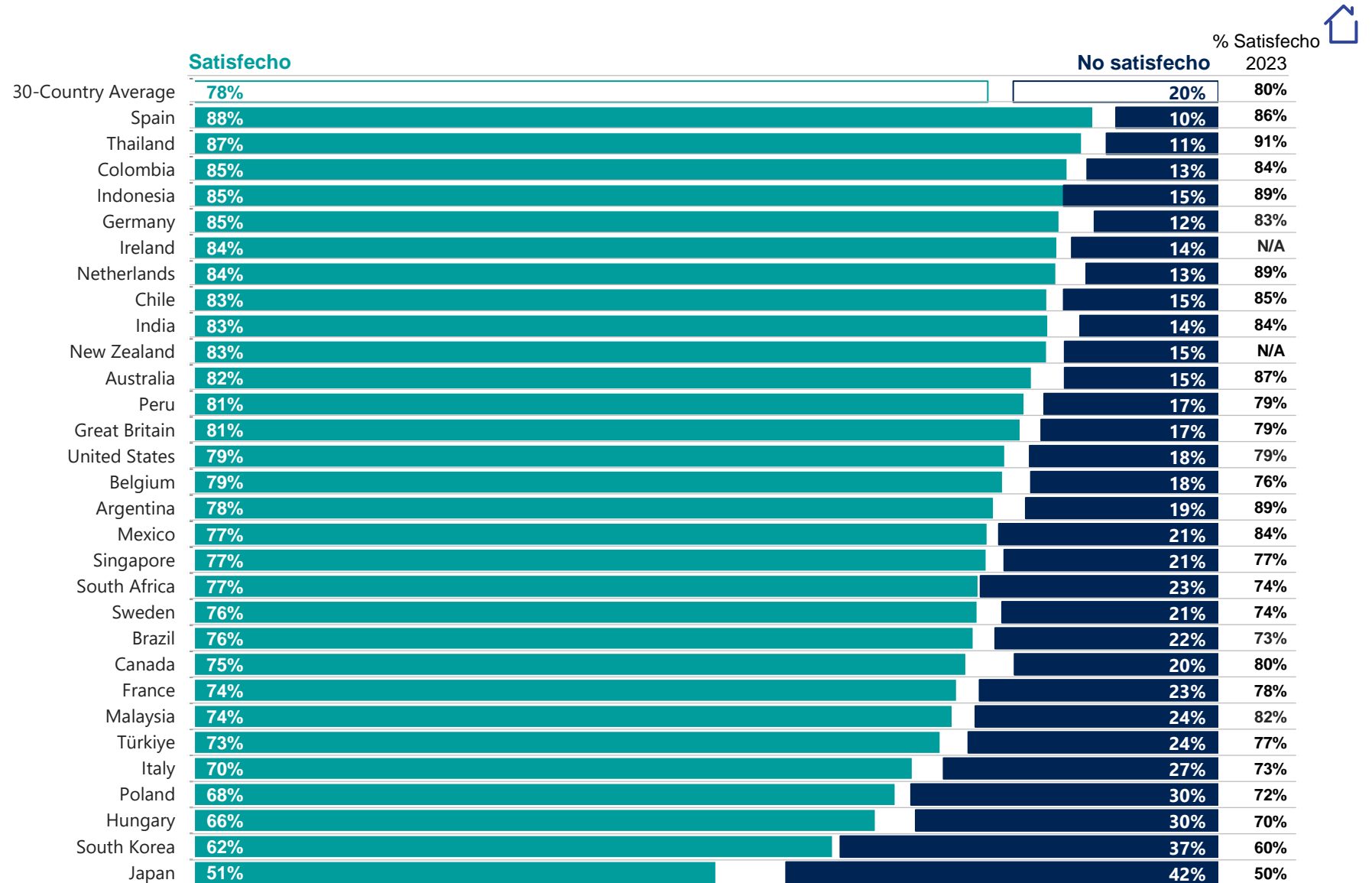
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi nivel de educación

80%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi trabajo

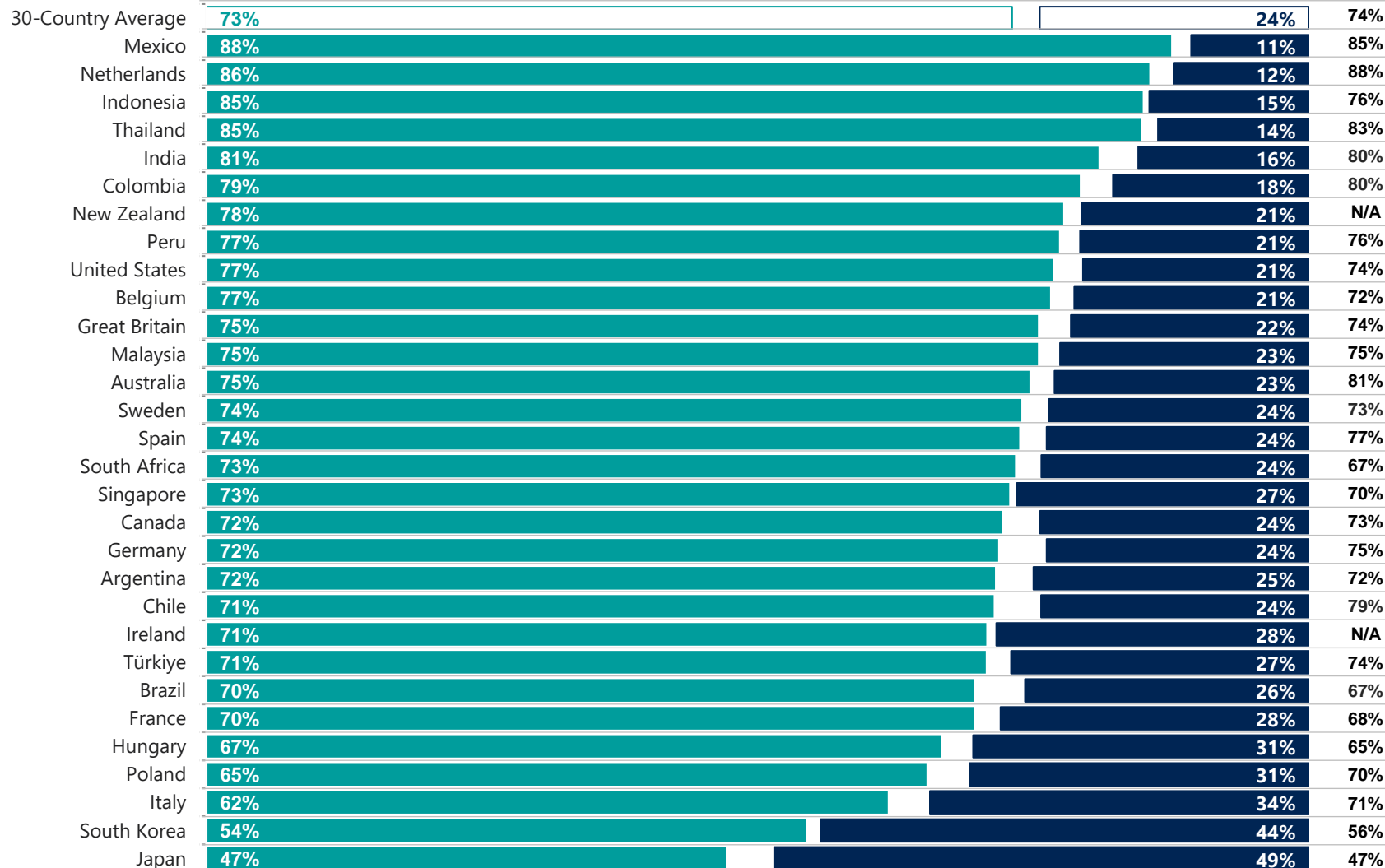
76%
LATAM
promedio

Satisfecho

No satisfecho

% Satisfecho

2023

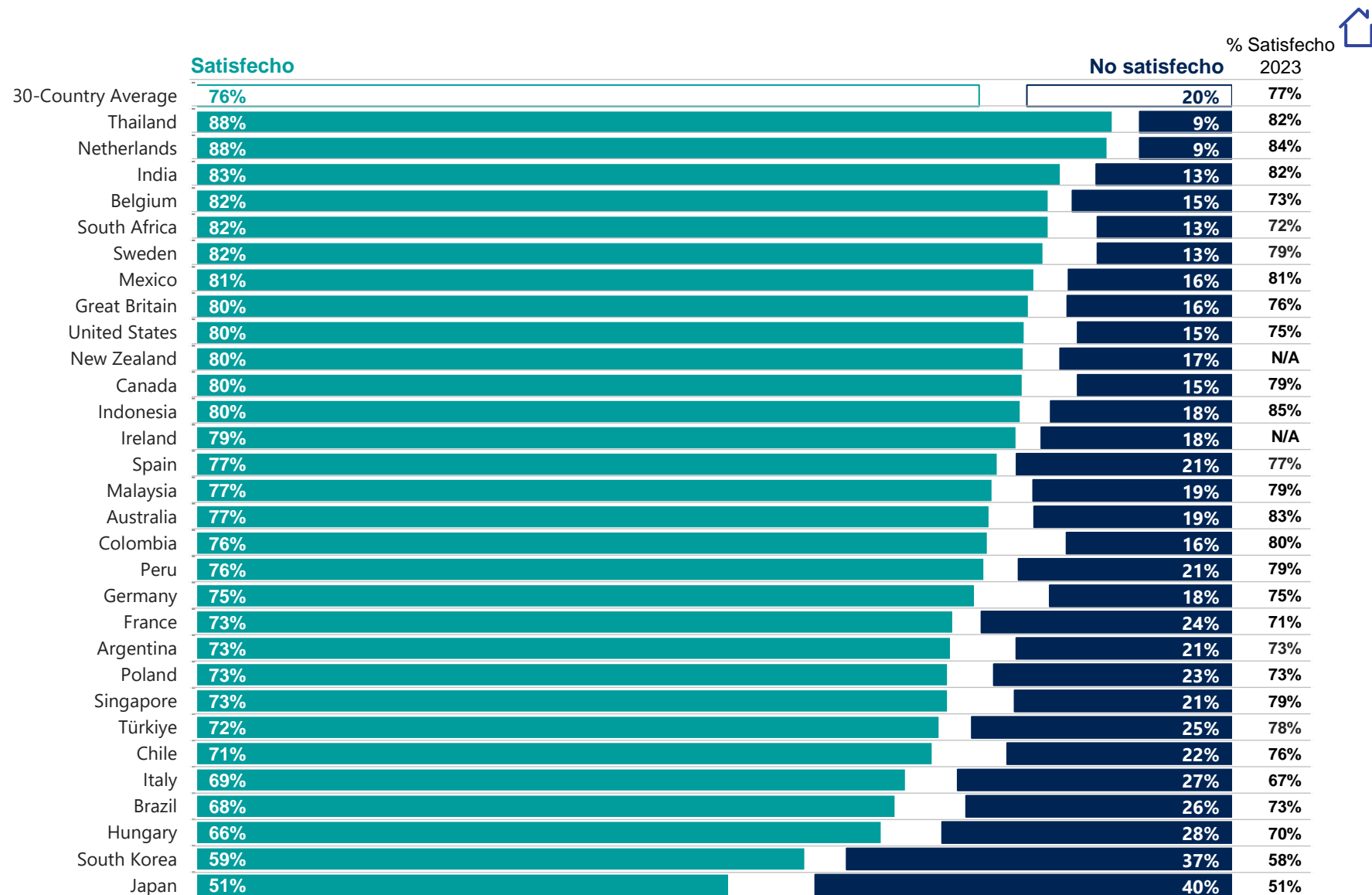


Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mis compañeros(as) de trabajo

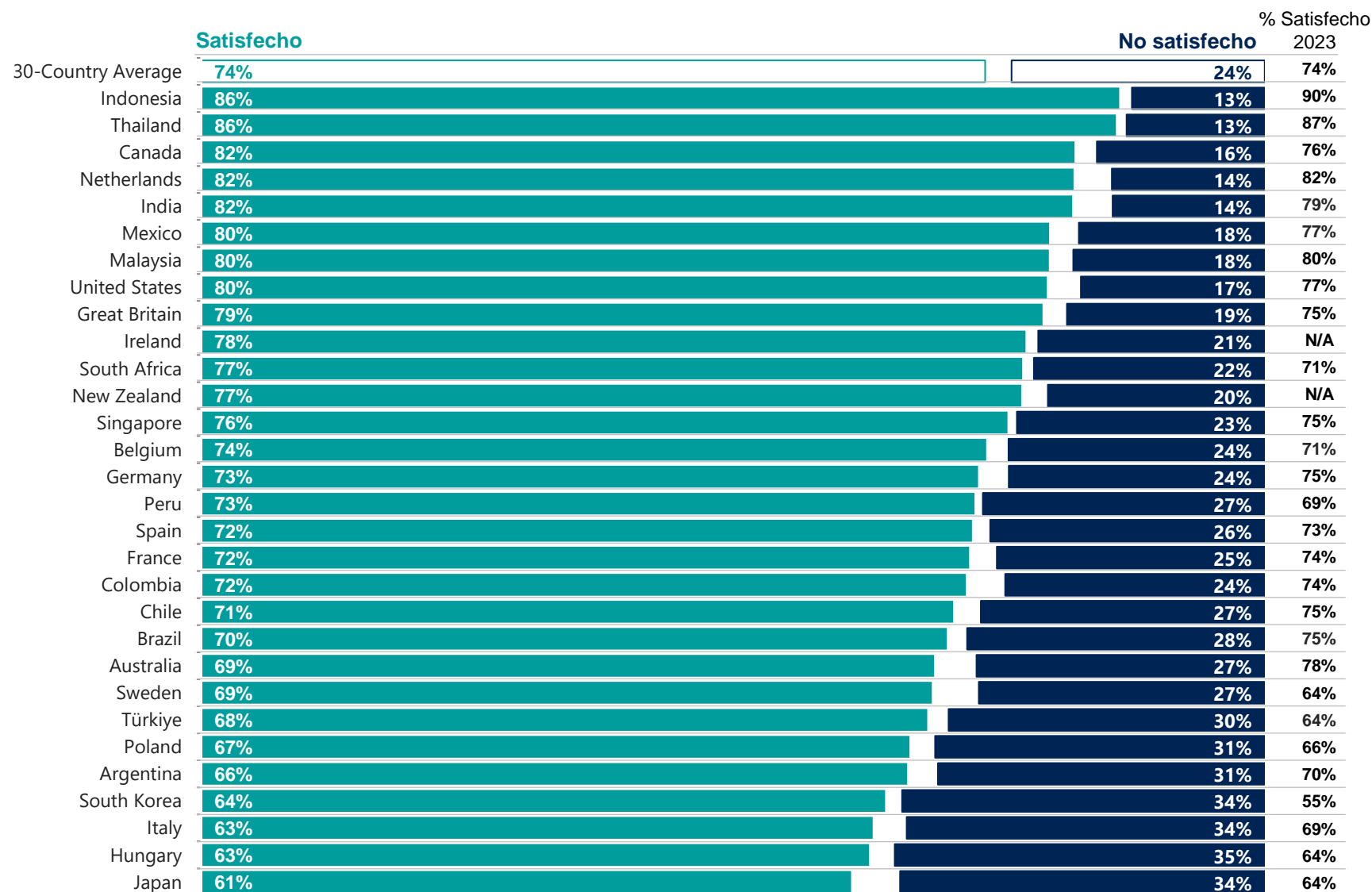


Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

La cantidad de tiempo libre que tengo



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024

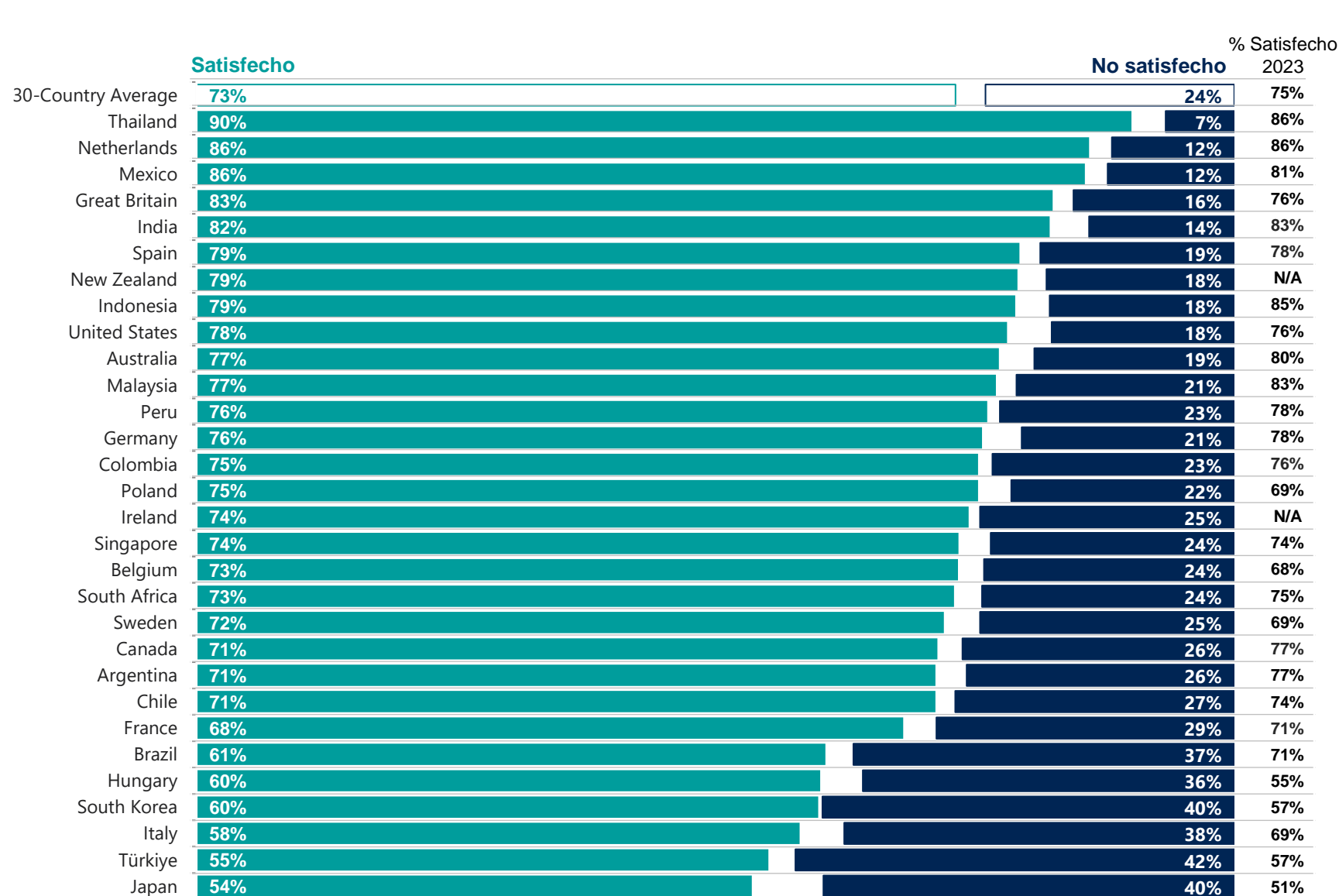
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Las actividades de entretenimiento y ocio a las que tengo acceso

73%
LATAM
promedio



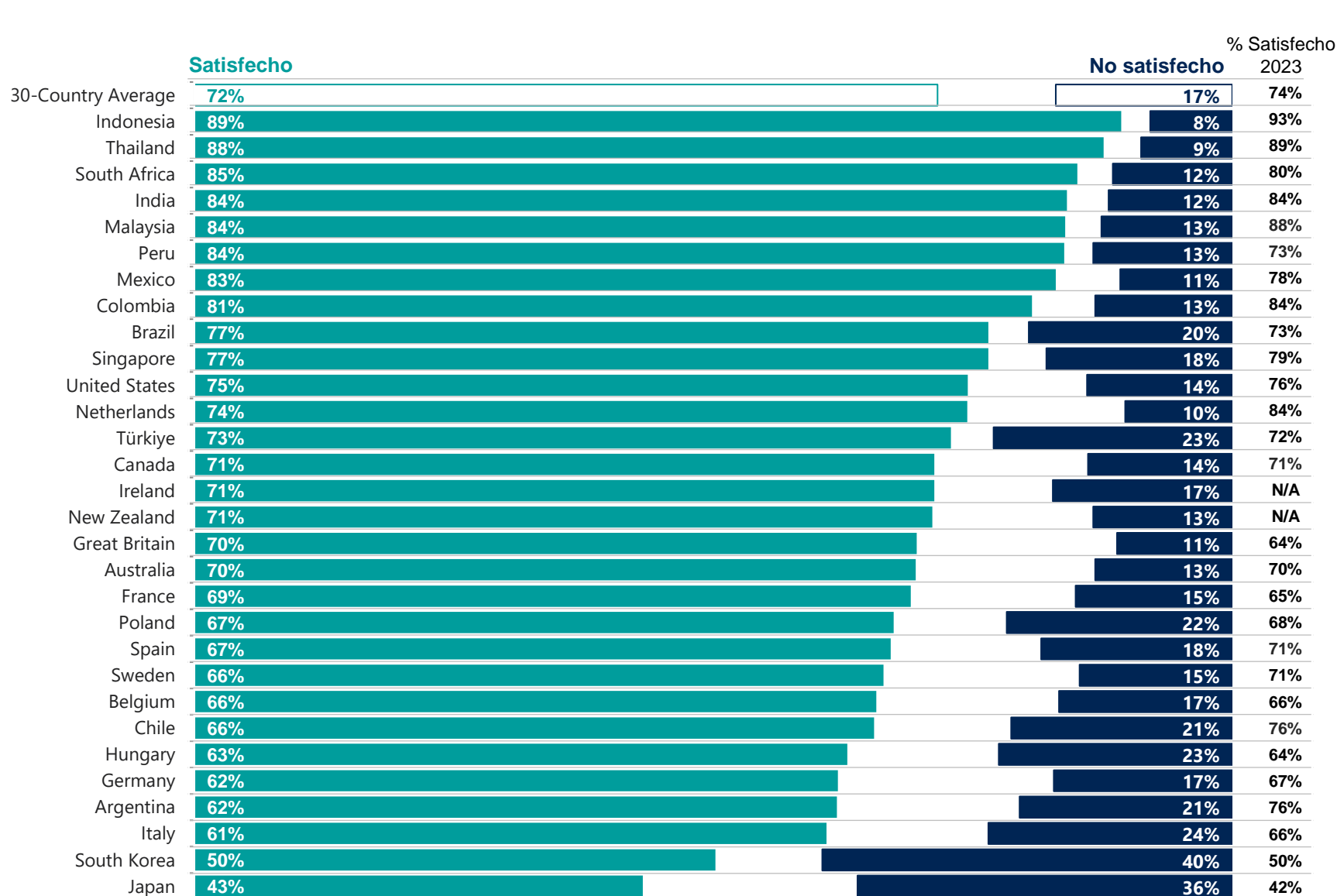
Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Q

En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?

Mi vida religiosa o espiritual

75%
LATAM
promedio



Base: 24,269 online adults under the age of 75 across 30 countries, interviewed Dec. 22, 2023 – Jan.5, 2024
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result. The samples in Brazil, Chile, Colombia, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Singapore, South Africa, Thailand, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 31 países por Ipsos en su plataforma online Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 22 de diciembre de 2023 y el viernes 5 de enero de 2024. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 24.269 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Malasia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en el resto de países.

La muestra consta de aproximadamente 2.000 personas en Japón, 1.000 en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia y Nueva Zelanda, y 500 en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de la India consta de unas 2.200 personas, de las cuales unas 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 por Internet.

Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia y Suecia pueden considerarse representativas de la población adulta general menor de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más prósperas que la población general. Los resultados de las encuestas de estos países deben considerarse un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

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

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada país refleje lo mejor posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. "La media global de los países" refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado 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 de +/- 1 punto porcentual más/menos que el resultado real, puede deberse al redondeo, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas "no sabe" o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta en la que N=1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y en la que N=500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos resultados se atiene a las normas y reglamentos locales.

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera mayor empresa de investigación de mercados del mundo, presente en 90 países y con más de 18.000 empleados.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades multiespecialistas únicas que proporcionan poderosos conocimientos sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Prestamos servicio a más de 5.000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones empresariales.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y del Mid-60 y puede acogerse al Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com



GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información fiable para tomar decisiones con confianza nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en una verdad procesable.

Esta es la razón por la que nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no sólo proporcionan la medición más precisa, sino que le dan forma para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los países y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, sencillez, rapidez y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz.

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

“**Game Changers**” - nuestro lema- resume nuestra ambición de ayudar a nuestros clientes a navegar más fácilmente por un mundo en profunda transformación.

