

ÍNDICE DE FELICIDAD DE IPSOS 2025

Una encuesta Global
Advisor en 30 países

Marzo 2025



Índice de Felicidad 2025

Desde 2011, Ipsos ha estado rastreando la felicidad en todo el mundo.

Países más felices en 2025



Felices

1. India
2. Países Bajos
3. México

Infelices

1. Hungría
2. Türkiye
3. Corea del Sur

Felicidad en el tiempo

Mayores **aumentos/caídas** en la **felicidad** desde 2011:

Spain
+11pp

Türkiye
-40pp

¿Cuándo somos más felices?

Las personas son **más felices** en sus **60 y 70 años**, y **menos felices** en sus **50 años**.

¿Cuáles son los principales factores de felicidad?

Mi familia e hijos



Sentirme en control de mi vida



Sentirme apreciado(a) y querido(a)



¿Cuáles son los principales factores de infelicidad?

Mi situación financiera



Mi salud y bienestar físico



Mi salud y bienestar mental



Principales hallazgos

Finanzas, el mayor impacto en la felicidad

Nuestra situación financiera es la parte de nuestras vidas con más probabilidades de hacernos infelices. En diferentes niveles de ingresos, generaciones y países, nuestras finanzas personales son las que tienen el mayor impacto en hacernos infelices. Sin embargo, estamos menos de acuerdo en lo que nos hace felices. Nuestra edad, ingresos y el lugar donde vivimos juegan un papel en determinar cuán felices nos sentimos.

Para los menores de 60 años, lo mejor está por venir

La vida en nuestros 60 y 70 años es el punto más feliz de nuestra vida adulta. Sin embargo, hombres y mujeres tienen trayectorias diferentes para llegar allí. La felicidad entre las mujeres es consistente entre las edades de 18 y 59 años. Los hombres, por otro lado, experimentan un periodo de relativa alegría en sus 20 años antes de que esta disminuya durante la mediana edad, para luego alcanzar el mismo nivel que las mujeres.

Somos menos felices que hace 14 años

Ipsos comenzó a rastrear la felicidad global en 2011, y de los 20 países en esa primera encuesta, 15 son menos felices de lo que eran entonces. Türkiye ha experimentado la mayor disminución en la felicidad (-40 puntos porcentuales), seguida de Corea del Sur (-21 pp), Canadá (-18 pp) y Estados Unidos (-16 pp). España ha visto el mayor aumento en ese tiempo, subiendo 11 puntos porcentuales, y es el único país que ha experimentado un aumento de dos dígitos desde 2011.

Los qué, cuándo y dónde de la felicidad

Es una pregunta antigua, pero ¿el dinero trae la felicidad?

Pues, en cierto modo. Tener dinero puede no hacernos felices, pero cuanto menos tenemos, más infelices es probable que seamos. El 38% de las personas con bajos ingresos dicen que son infelices en comparación con el 29% y el 25% de aquellos con ingresos medios y altos.

Nuestro análisis muestra que, aunque puede no ser el mayor impulsor de nuestra felicidad, sí es el mayor factor cuando se trata de hacernos infelices. "Mi situación financiera" se menciona con más frecuencia que cualquier otra cosa como una razón para sentirse infeliz en estos días.

Esto es algo que abarca diferentes generaciones y niveles de ingresos.

Pero, ¿qué nos hace felices?

En contraste con lo que impulsa la

infelicidad, encontramos una gama más amplia de factores en juego aquí. Nuestra generación, etapa de vida y lugar de residencia entran en juego.

En general, en los 30 países, son la familia/los hijos y sentirse apreciado/querido lo que tiene más probabilidades de hacernos felices. Pero en Tailandia y Suecia, la situación financiera es el factor más importante para hacer felices a las personas, mientras que, en Brasil, la salud mental y el bienestar son más prominentes.

¿Cuándo somos más felices?

Nuestra edad juega un papel. Nuestra felicidad es más baja en la mediana edad, pero entre los 60 y 70 años alcanzamos el punto más feliz de nuestra vida adulta. Sin embargo, hay diferencias entre hombres y mujeres a lo largo de nuestras vidas. Las mujeres mantienen un nivel consistente de felicidad hasta sus 60 años, cuando

alcanzan su máxima felicidad, mientras que los hombres tienen un recorrido ligeramente diferente. Son más felices después de los 60, pero son casi tan felices en sus 20 años, aunque tienden a ver una disminución a través de la mediana edad antes de volver a subir.

¿Dónde somos más felices?

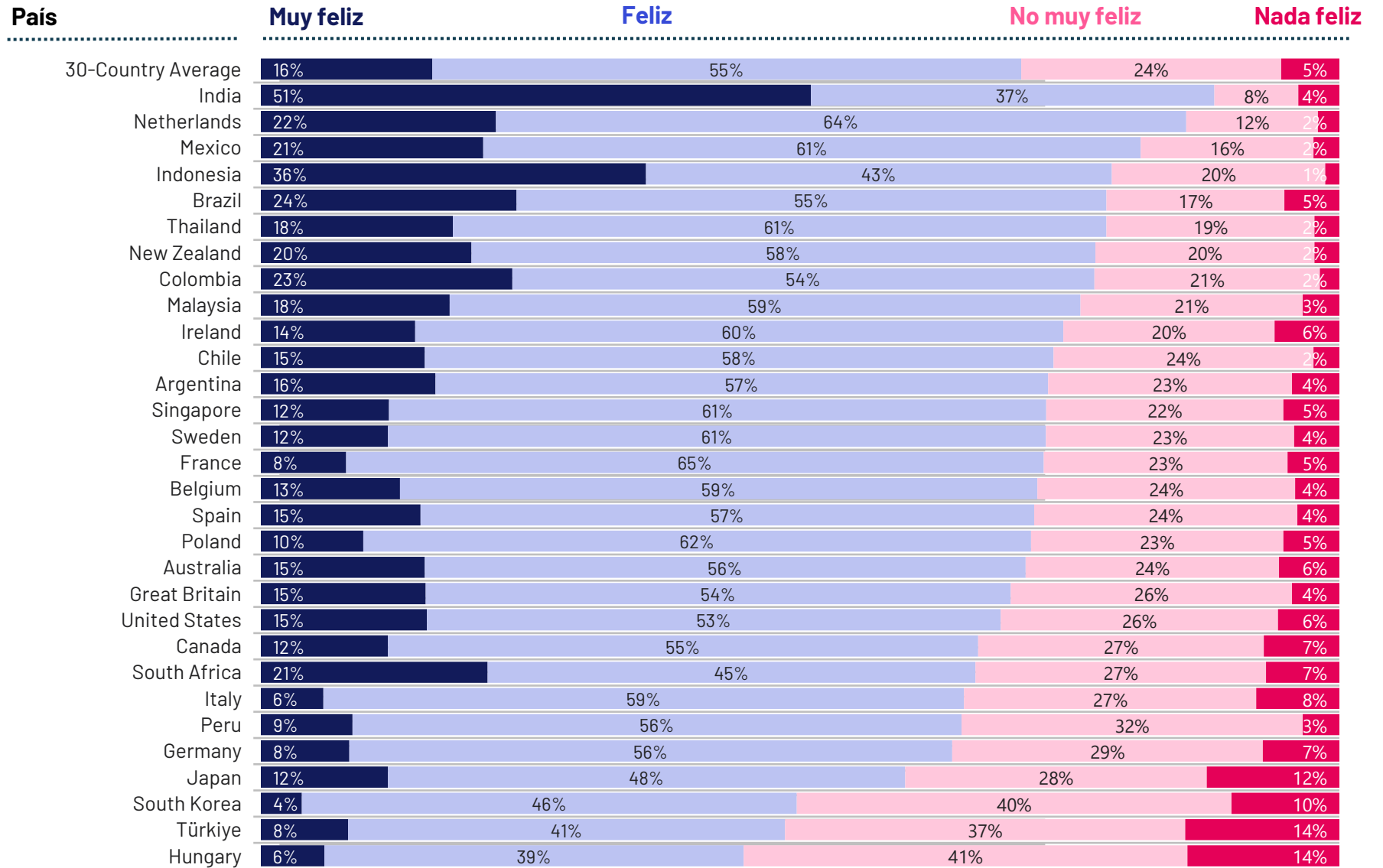
En India, el 88% dice que es feliz, el porcentaje más alto en nuestra encuesta de 30 países, con el 86% en los Países Bajos diciendo lo mismo.

Hungría es el país donde la felicidad es más baja: solo el 45% de los húngaros dicen que son felices. A lo largo de los años, es Türkiye el que ha visto la mayor caída en felicidad desde 2011, bajando 40 puntos porcentuales a 49% en 2025.

España ha visto el mayor aumento en ese tiempo (subiendo 11 puntos porcentuales a 72% en 2025).



Q1: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?



Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

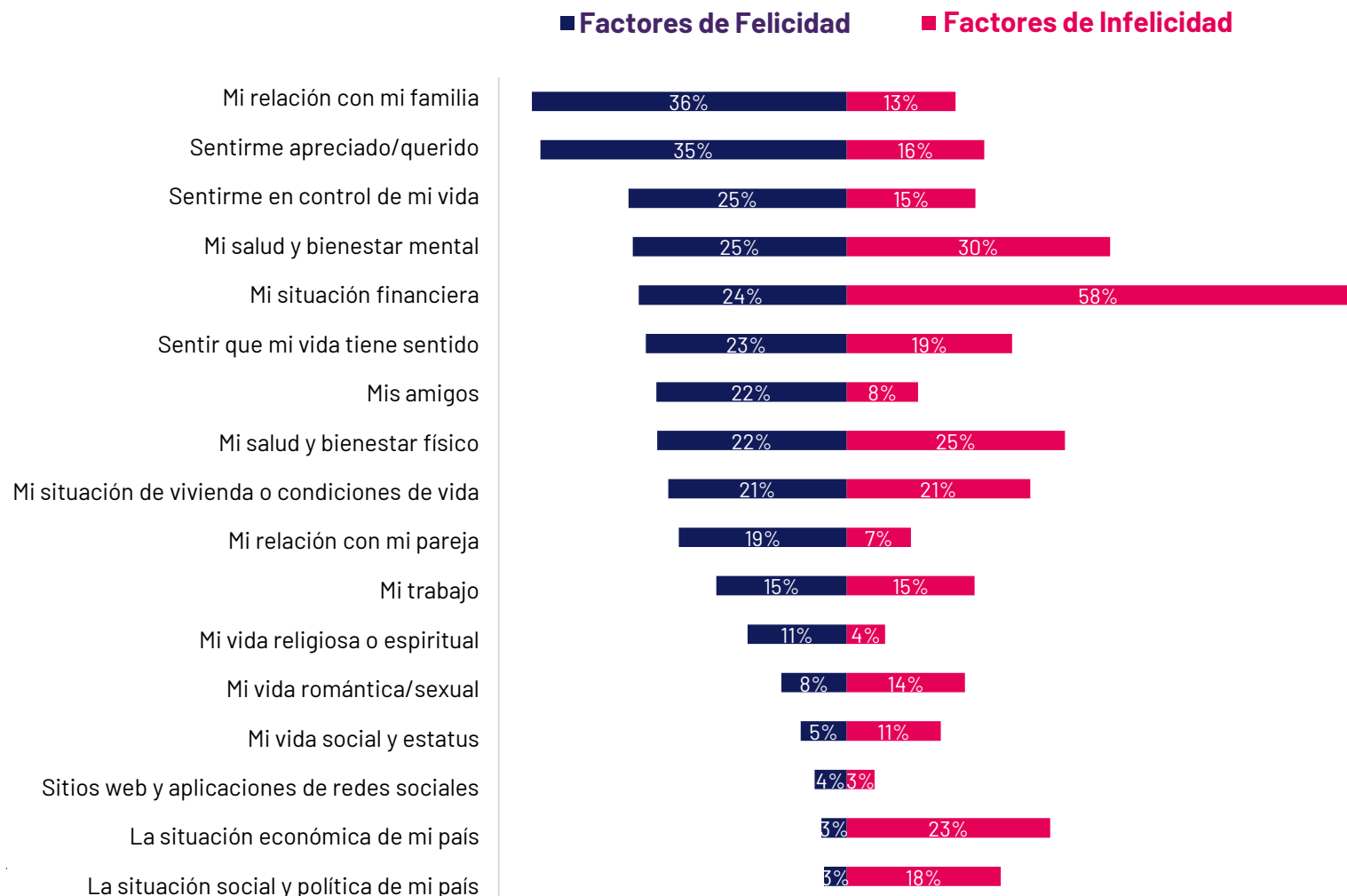
¿Qué nos hace felices?

La relación con la familia y los hijos, y sentirse apreciado/querido se consideran las dos razones más importantes para hacernos felices. Sin embargo, hay variaciones entre países, generaciones y niveles de ingresos sobre lo que hace feliz a la gente.

En cuanto a lo que nos hace infelices, hay 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.

Q: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta feliz / infeliz:

Promedio de 30 países



* Preguntado solo a aquellos que respondieron muy felices o bastante felices en la P1. † Preguntado solo a aquellos que respondieron no muy felices o nada felices en la P1.

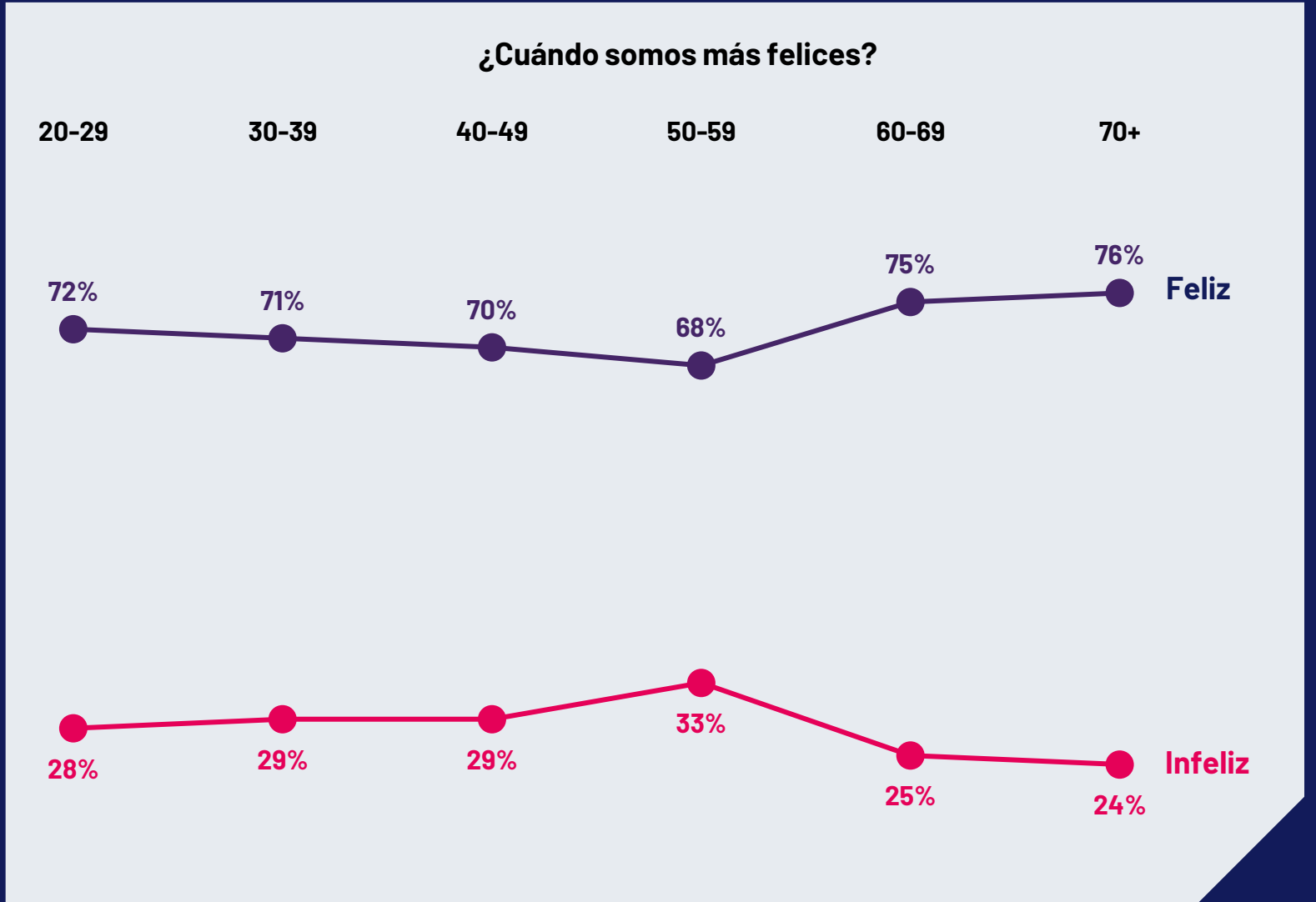
Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

Los mayores son los más felices

Cuando se trata de la felicidad y la edad, hay buenas y no tan buenas noticias. La noticia menos buena es que nos volvemos menos felices y más infelices a medida que envejecemos, siendo las personas en sus 50 años las menos felices y más infelices. La buena noticia es que una vez que superamos esta década, somos más felices que nunca.

Q1: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

Promedio de 30 países



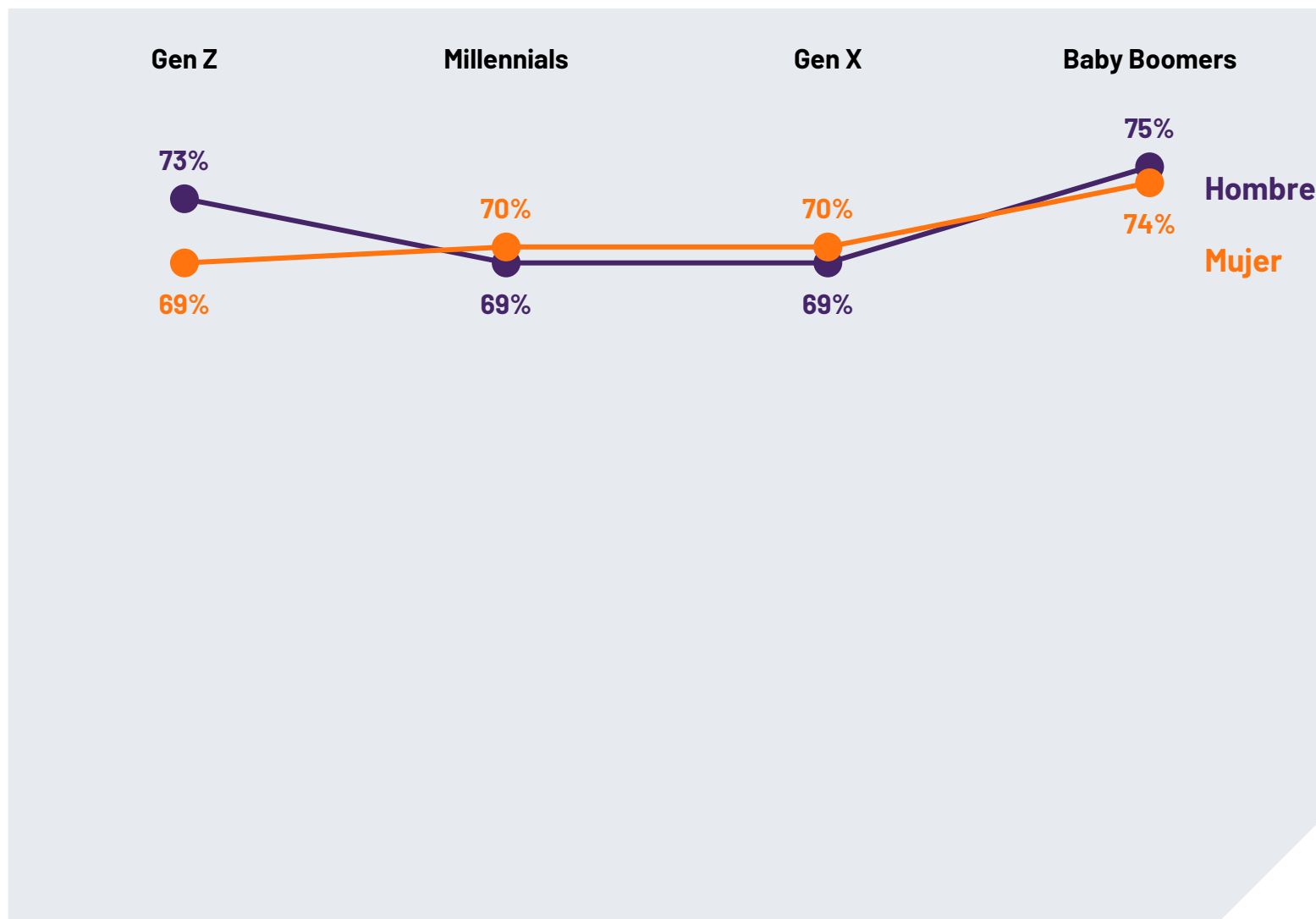
Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

Los hombres Gen Z, más felices que las mujeres

Mientras que en las otras generaciones incluidas en esta encuesta hay poca diferencia entre hombres y mujeres en términos de felicidad, en la Generación Z hay una brecha. Los hombres en sus 20 años y finales de la adolescencia no solo son más felices que las mujeres de su edad, sino que también son más felices que los hombres en sus 30, 40 y 50 años, y casi tanto como los Baby Boomers.

Q1: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?

% feliz, Promedio de 30 países



Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

¿El dinero trae la felicidad?

No exactamente. La familia y sentirse querido son más propensos a hacernos felices, pero no tener suficiente dinero es la mayor causa de infelicidad. Las personas de todos los niveles de ingresos eligen su situación financiera como el mayor factor que los hace infelices.

Aquellos con ingresos bajos tienen menos probabilidades de decir que son felices (62%) en comparación con las personas con ingresos medios (71%) o altos (75%).

Q1: Considerando todas las cosas, ¿diría que es: muy feliz, feliz, no muy feliz o para nada feliz?
Promedio de 30 países



Mayores factores de felicidad

Bajo – Sentirme apreciado/querido **38%**

Medio – Mi familia e hijos **36%**

Alto – Mi familia e hijos **38%**

Mayores factores de infelicidad

Bajo – Mi situación financiera **62%**

Medio – Mi situación financiera **60%**

Alto – Mi situación financiera **54%**

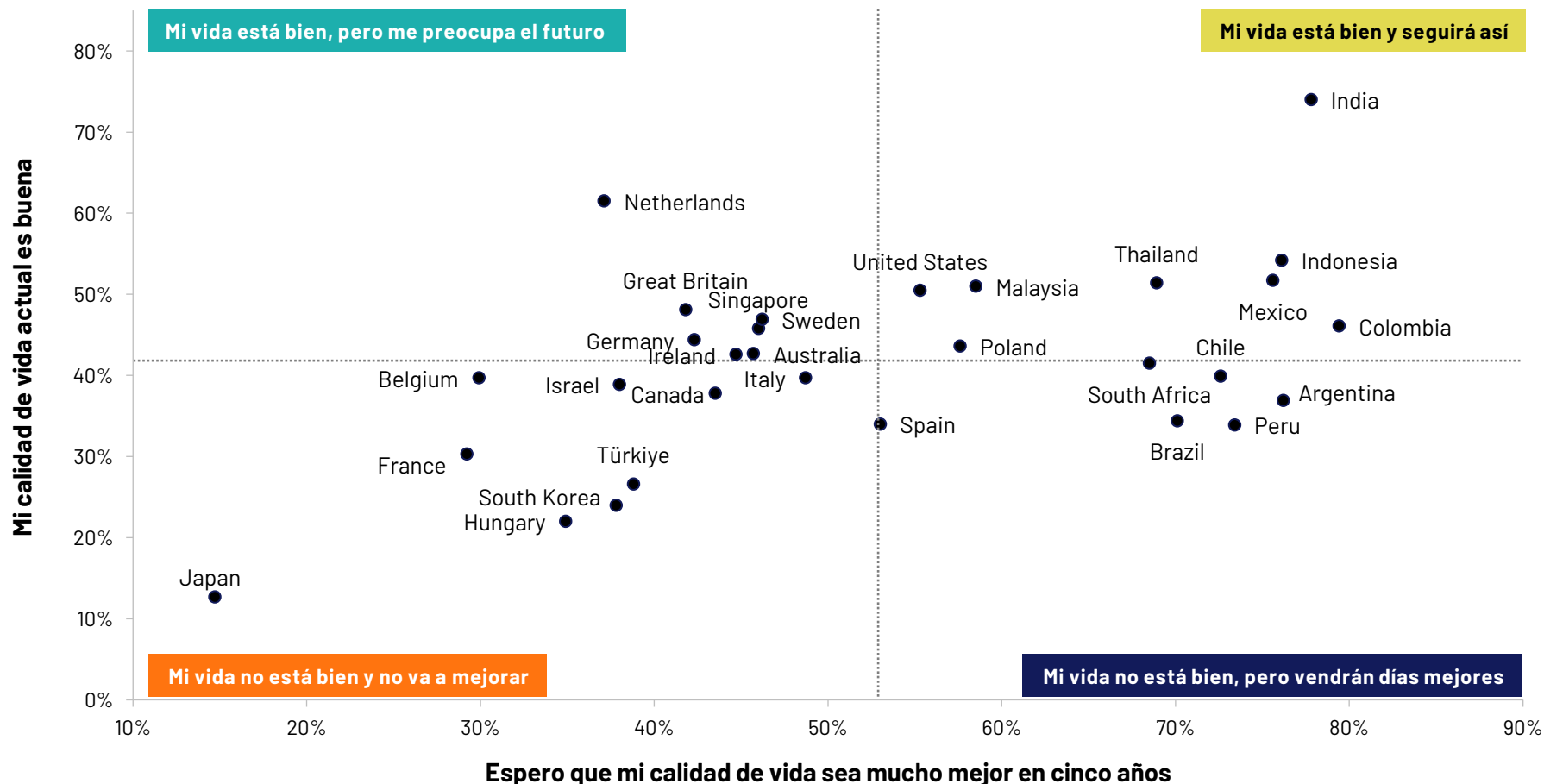
Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

¿Vendrán días mejores?

Cuando observamos los datos del Índice de Confianza del Consumidor de Ipsos, vemos grandes diferencias en las perspectivas para el futuro. Mientras que en LATAM y España es menos probable que consideren que su calidad de vida es buena, piensan que el futuro se ve positivo. Sin embargo, en Europa muchos están contentos con sus vidas actuales, pero son pesimistas sobre lo que les espera.

Base: 23,267 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

Mi calidad de vida actual es buena vs Mi calidad de vida será mucho mejor en cinco años

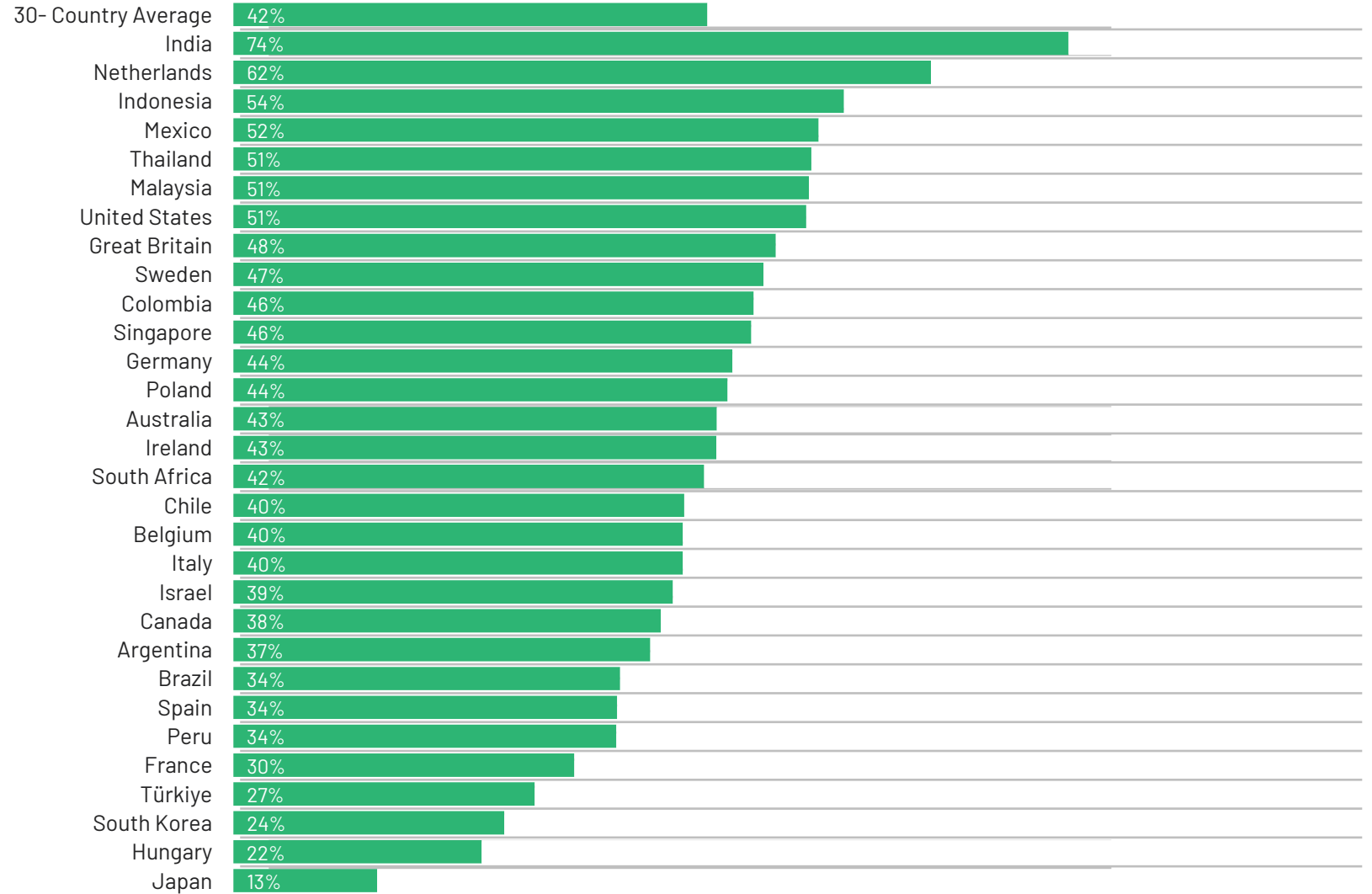


Q: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Mi calidad de vida actual es buena

Base: 23,267 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

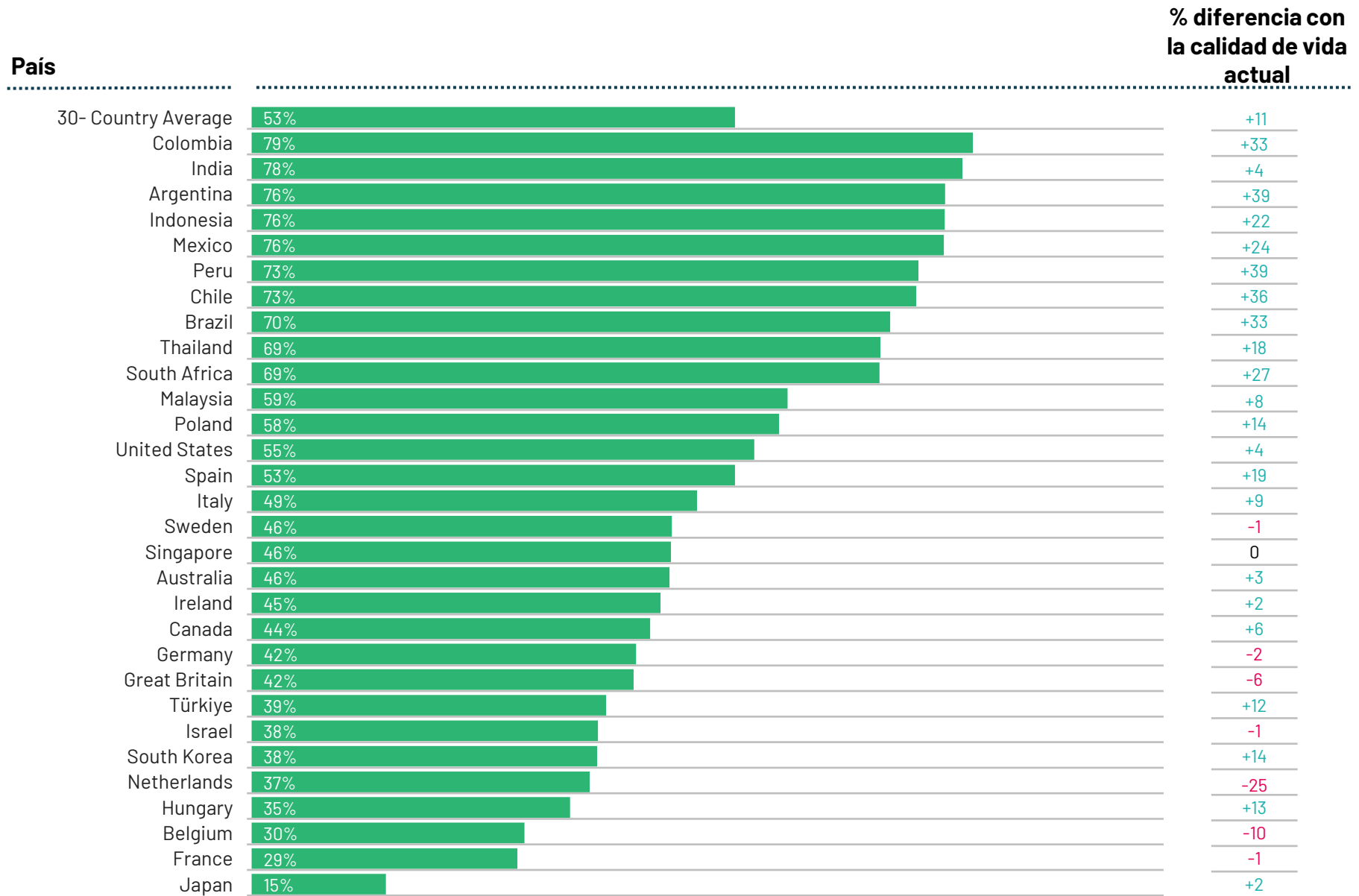
País



Q: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Espero que mi calidad de vida general sea mucho mejor en cinco años de lo que es ahora.

Base: 23,267 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025



Apéndice



Felicidad en el tiempo: 2011 - 2025

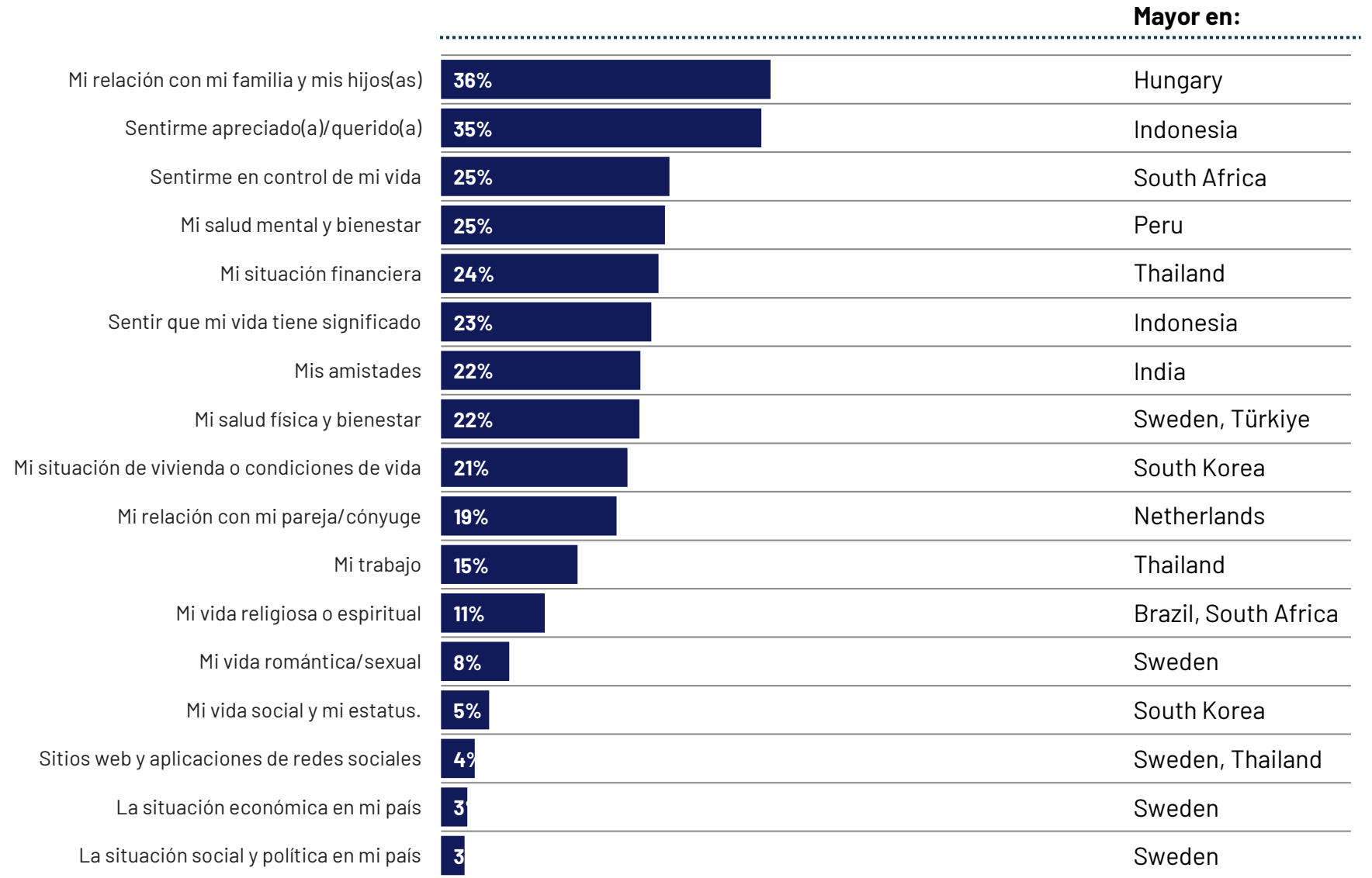
	Dec 2011	May 2013	Mar 2017	Feb 2018	Jun 2019	Aug 2020	Dec 2021	Jan 2023	Jan 2024	Jan 2025	1- year change	14-year change
India	89%	87%	78%	83%	77%	66%	82%	84%	82%	88%	+4	-1
Netherlands						87%	86%	85%	85%	86%	+1	n/a
Mexico	78%	80%	43%	67%	59%	46%	65%	81%	83%	82%	-1	+4
Indonesia								79%	82%	79%	-3	n/a
Brazil	77%	81%	56%	73%	61%	63%	63%	83%	81%	78%	-3	+1
Thailand								71%	79%	78%	-1	n/a
New Zealand									76%	77%	+1	n/a
Colombia			32%		58%		54%	80%	70%	77%	+7	n/a
Malaysia				69%	52%	62%	65%	68%	77%	76%	-1	n/a
Ireland									77%	74%	-3	n/a
Chile			41%	71%	50%	35%	53%	79%	68%	74%	+6	n/a
Argentina	68%	67%	48%	56%	34%	43%	48%	74%	73%	73%	0	+5
Singapore							72%	71%	74%	73%	-1	n/a
Sweden	80%	87%	74%	81%	75%	74%	78%	74%	68%	73%	+5	-7
France	84%	81%	68%	77%	80%	78%	81%	74%	71%	73%	+2	-11
Belgium	80%	80%	71%	80%	73%	71%	73%	68%	74%	72%	-2	-8
Spain	63%	57%	43%	53%	46%	38%	55%	69%	70%	72%	+2	+11
Poland	75%	72%	66%	71%	71%	68%	65%	58%	72%	71%	-1	-4
Australia	86%	84%	72%	82%	86%	77%	85%	80%	71%	71%	0	-15
Great Britain	79%	81%	71%	78%	82%	76%	83%	70%	75%	70%	-5	-9
United States	85%	83%	80%	82%	79%	70%	76%	76%	72%	69%	-3	-16
Canada	85%	83%	81%	81%	86%	78%	80%	74%	71%	67%	-4	-18
South Africa	79%	83%	59%	72%	59%	52%	65%	77%	69%	66%	-3	-13
Italy	73%	68%	53%	60%	57%	62%	66%	68%	58%	65%	+7	-8
Peru			36%	54%	58%	32%	54%	72%	68%	65%	-3	n/a
Germany	76%	77%	71%	68%	78%	73%	72%	67%	65%	64%	-1	-12
Japan	70%	69%	62%	60%	52%	55%	58%	60%	57%	60%	+3	-10
South Korea	71%	62%	48%	57%	54%	54%	57%	57%	48%	50%	+2	-21
Türkiye	89%	83%	58%	60%	53%	59%	42%	61%	59%	49%	-10	-40
Hungary	43%	52%	48%	48%	50%	45%	51%	50%	48%	45%	-3	+2

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

Preguntado solo a quienes respondieron "Muy feliz" o "Feliz" en Q1.

Promedio de 30 países

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

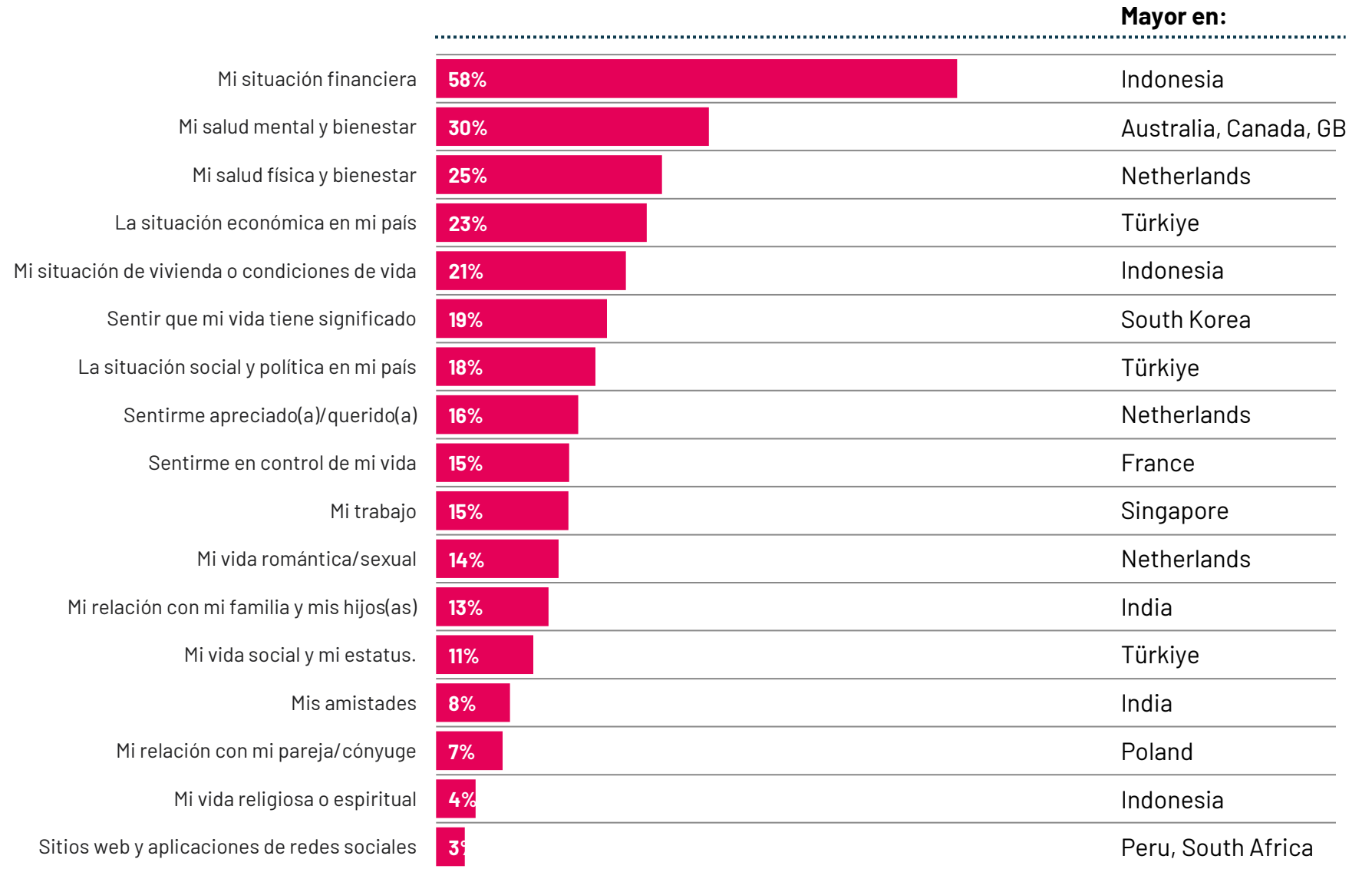


Q: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta infeliz

Preguntado solo a quienes respondieron “No muy feliz” o “Nada feliz” en Q1.

Promedio de 30 países

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025



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

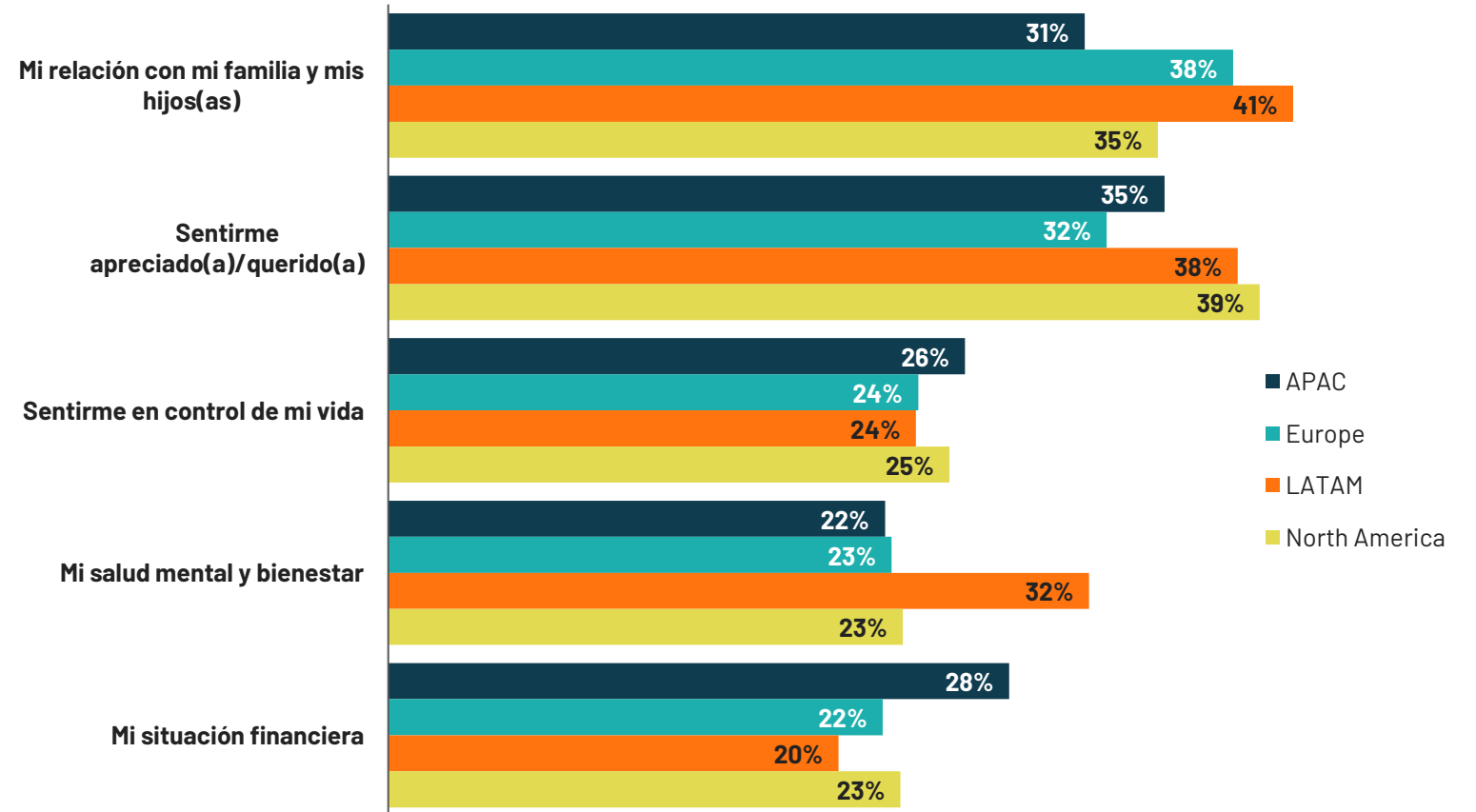
Preguntado solo a quienes respondieron "Muy feliz" o "Feliz" en Q1

Por región

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

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

Por región



† Preguntado solo a quienes respondieron "Muy feliz" o "Feliz" en pregunta anterior.

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

¿Qué nos hace felices? Por país

	AVG	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	COL	FRA	GER	GB	HUN	INDI	INDO	IRE	ITA	JAP	MAL	MEX	NETH	NZ	PERU	POL	SING	SA	SK	Spain	SWE	THA	TUR	US
Mi relación con mi familia y mis hijos(as)	36%	46%	33%	38%	32%	35%	43%	40%	43%	40%	36%	51%	25%	22%	33%	42%	41%	32%	45%	36%	35%	39%	42%	29%	31%	42%	47%	18%	30%	40%	34%
Sentirme apreciado(a) /querido(a)	35%	44%	34%	34%	32%	40%	41%	38%	27%	36%	39%	39%	18%	58%	33%	32%	41%	44%	34%	30%	38%	42%	39%	30%	43%	34%	30%	21%	21%	31%	39%
Sentirme en control de mi vida	25%	24%	30%	34%	30%	25%	24%	23%	20%	24%	30%	17%	27%	21%	26%	14%	24%	22%	22%	28%	32%	20%	24%	33%	36%	13%	20%	20%	28%	30%	26%
Mi salud mental y bienestar	25%	29%	21%	21%	33%	24%	30%	29%	21%	19%	17%	14%	26%	21%	23%	26%	11%	25%	32%	22%	19%	37%	21%	21%	28%	33%	35%	25%	26%	21%	22%
Mi situación financiera	24%	13%	21%	24%	18%	25%	21%	24%	19%	24%	24%	21%	27%	35%	22%	15%	30%	26%	23%	27%	21%	22%	17%	26%	26%	33%	20%	31%	34%	27%	21%
Sentir que mi vida tiene significado	23%	22%	22%	26%	28%	21%	22%	25%	20%	13%	20%	24%	29%	36%	20%	23%	31%	29%	21%	17%	25%	27%	20%	28%	22%	4%	18%	17%	29%	21%	24%
Mis amistades	22%	28%	30%	18%	17%	25%	17%	10%	29%	30%	29%	21%	34%	10%	31%	25%	20%	13%	21%	23%	24%	18%	22%	21%	12%	16%	30%	14%	16%	25%	25%
Mi salud física y bienestar	22%	21%	23%	23%	19%	17%	22%	23%	26%	23%	18%	26%	25%	15%	17%	24%	12%	19%	28%	25%	21%	22%	16%	24%	16%	27%	28%	29%	20%	29%	17%
Mi situación d vivienda o condiciones de vida	21%	16%	23%	20%	19%	21%	17%	16%	26%	26%	20%	28%	26%	21%	25%	25%	24%	21%	13%	22%	23%	13%	26%	19%	14%	32%	10%	15%	25%	11%	21%
Mi relación con mi pareja/ cónyuge	19%	14%	19%	28%	13%	26%	17%	15%	26%	25%	23%	31%	16%	9%	22%	25%	26%	11%	17%	35%	23%	15%	30%	14%	10%	22%	25%	12%	13%	-	22%
Mi trabajo	15%	13%	13%	11%	14%	15%	15%	19%	12%	14%	14%	13%	17%	17%	19%	18%	13%	17%	17%	13%	15%	17%	14%	17%	15%	10%	15%	11%	21%	18%	10%
Mi vida religiosa o espiritual	11%	11%	9%	7%	25%	10%	11%	21%	8%	4%	8%	3%	12%	22%	10%	9%	4%	23%	10%	4%	9%	11%	10%	12%	25%	11%	6%	2%	6%	18%	21%
Mi vida romántica/sexual	8%	7%	8%	4%	9%	9%	10%	9%	10%	8%	10%	6%	4%	2%	9%	10%	6%	4%	7%	6%	5%	7%	10%	8%	5%	6%	8%	17%	4%	10%	7%
Mi vida social y mi estatus	5%	3%	6%	7%	3%	4%	3%	3%	8%	5%	6%	3%	6%	4%	5%	7%	3%	4%	4%	7%	4%	3%	5%	7%	7%	9%	6%	6%	8%	8%	5%
Sitios web y apps de redes sociales	4%	4%	4%	1%	3%	2%	5%	3%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	2%	6%	5%	2%	1%	4%	3%	3%	3%	5%	4%	2%	11%	11%	5%	5%
La situación económica en mi país	3%	5%	2%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	3%	2%	1%	4%	4%	1%	1%	3%	3%	2%	2%	1%	1%	0%	4%	2%	3%	1%	21%	4%	4%	2%
La situación social y política en mi país	3%	2%	1%	2%	2%	1%	0%	1%	0%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	4%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	4%	2%	2%	1%	30%	3%	3%	1%

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

© Ipsos Happiness Index 2025

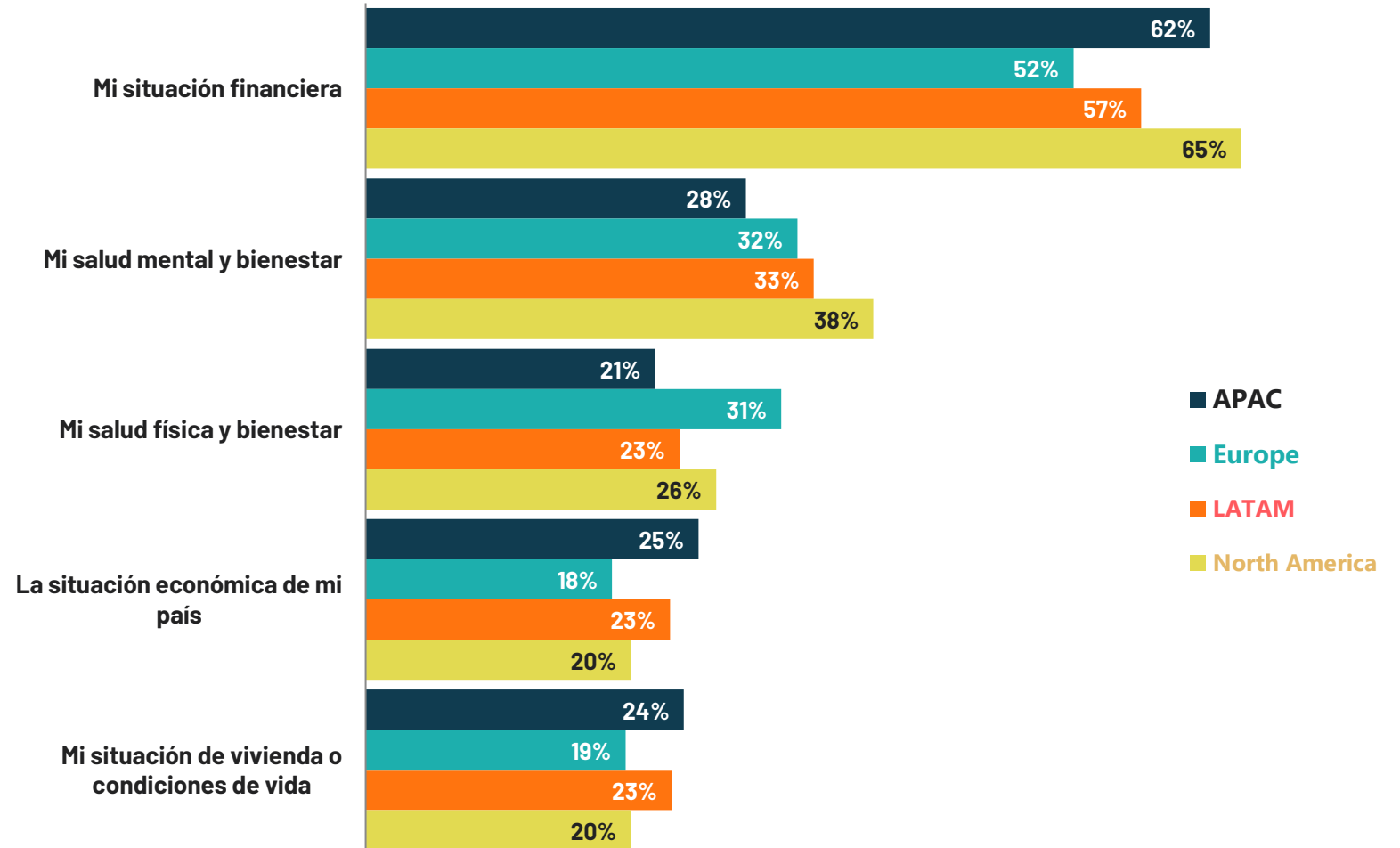


Q: Elija las tres áreas principales de su vida que contribuyen a que se sienta infeliz

Preguntado solo a quienes respondieron "No muy feliz" o "Nada feliz" en Q1.

Por región

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025



¿Qué nos hace infelices? Por país

	AVG	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	COL	FRA	GER	GB	HUN	INDI	INDO	IRE	ITA	JAP	MAL	MEX	NETH	NZ	PERU	POL	SING	SA	SK	SPA	SWE	THA	TUR	US	
Mi situación financiera	58%	57%	62%	51%	48%	65%	58%	60%	48%	48%	48%	58%	35%	73%	50%	52%	64%	68%	59%	43%	65%	60%	57%	64%	72%	56%	53%	63%	68%	57%	64%	
Mi salud mental y bienestar	30%	37%	41%	30%	24%	41%	37%	36%	25%	36%	41%	23%	28%	21%	40%	26%	24%	22%	31%	32%	38%	32%	34%	28%	24%	26%	33%	40%	27%	17%	34%	
Mi salud física y bienestar	25%	13%	24%	28%	26%	30%	29%	20%	25%	36%	32%	36%	25%	10%	26%	21%	17%	24%	31%	42%	28%	23%	30%	20%	19%	22%	25%	38%	25%	14%	22%	
La situación económica en mi país	23%	27%	22%	16%	22%	18%	20%	24%	24%	14%	24%	30%	9%	32%	12%	16%	25%	23%	13%	9%	26%	25%	11%	19%	42%	27%	15%	15%	32%	47%	21%	
Mi situación de vivienda o condiciones de vida	21%	24%	22%	16%	27%	16%	26%	19%	13%	22%	11%	23%	29%	43%	29%	17%	15%	31%	19%	6%	19%	21%	24%	18%	24%	25%	23%	20%	19%	19%	23%	
Sentir que mi vida tiene significado	19%	17%	18%	29%	19%	13%	19%	23%	29%	13%	21%	18%	28%	7%	21%	21%	27%	8%	19%	31%	20%	13%	17%	21%	4%	36%	17%	18%	9%	18%	15%	
La situación social y política en mi país	18%	11%	13%	14%	16%	14%	16%	15%	26%	21%	23%	19%	4%	10%	11%	24%	19%	16%	10%	14%	14%	19%	16%	13%	21%	22%	16%	18%	14%	29%	19%	
Sentirme apreciado(a) /querido(a)	16%	18%	12%	17%	23%	18%	16%	25%	13%	19%	12%	21%	14%	14%	19%	27%	12%	15%	20%	36%	11%	20%	9%	12%	13%	8%	16%	9%	9%	11%	17%	
Sentirme en control de mi vida	15%	16%	19%	23%	13%	16%	15%	18%	25%	9%	17%	13%	22%	8%	22%	19%	16%	14%	23%	9%	18%	14%	9%	16%	13%	6%	14%	7%	13%	14%	20%	
Mi trabajo	15%	15%	13%	15%	19%	10%	12%	10%	12%	15%	11%	13%	17%	17%	9%	20%	21%	25%	14%	6%	18%	12%	18%	30%	19%	12%	18%	9%	17%	11%	10%	
Mi vida romántica/sexual	14%	16%	16%	21%	14%	20%	10%	5%	21%	18%	21%	13%	8%	10%	19%	12%	12%	7%	12%	28%	10%	9%	19%	11%	14%	6%	20%	20%	5%	8%	14%	
Mi relación con mi familia y mis hijos(as)	13%	21%	13%	11%	15%	11%	19%	15%	11%	14%	9%	13%	22%	5%	10%	12%	13%	5%	13%	12%	10%	20%	12%	9%	9%	13%	15%	10%	18%	10%	11%	
Mi vida social y mi estatus	11%	6%	10%	10%	10%	9%	6%	5%	12%	8%	10%	5%	9%	18%	7%	14%	11%	9%	8%	20%	8%	7%	14%	15%	8%	13%	9%	9%	15%	26%	11%	
Mis amistades	8%	10%	6%	5%	10%	6%	6%	7%	5%	13%	5%	4%	25%	5%	8%	10%	10%	13%	10%	2%	6%	11%	8%	6%	5%	11%	12%	9%	11%	10%	5%	
Mi relación con mi pareja/cónyuge	7%	5%	5%	7%	6%	9%	6%	7%	7%	9%	8%	9%	9%	10%	9%	4%	8%	10%	8%	5%	8%	7%	17%	8%	4%	11%	10%	8%	7%	-	5%	
Mi vida religiosa o espiritual	4%	5%	2%	4%	5%	2%	2%	10%	3%	4%	3%	1%	14%	15%	6%	3%	3%	9%	8%	0%	1%	5%	4%	7%	4%	4%	2%	2%	6%	6%	6%	
Sitios web y apps de redes sociales	3%	3%	2%	2%	4%	2%	4%	2%	3%	3%	5%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	4%	0%	6%	3%	3%	6%	4%	4%	4%	4%	5%	3%	3%

Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025

Metodología



Metodología

Estos son los resultados de una encuesta en 30 países realizada por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 20 de diciembre de 2024 y el viernes 3 de enero de 2025. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23,765 adultos de 18 años o más en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Malasia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Türkiye 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 todos los demás países.

La muestra consiste en aproximadamente 2,000 individuos en Japón, 1,000 individuos en cada uno de los siguientes países: Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, México, Nueva Zelanda, España y Estados Unidos, y 500 individuos en cada uno de los siguientes países: Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, Países Bajos, Perú,

Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Türkiye. La muestra en India consiste en aproximadamente 2,200 individuos, de los cuales aproximadamente 1,800 fueron entrevistados cara a cara y 400 fueron entrevistados en línea.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Nueva Zelanda, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y Estados Unidos pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años. Las muestras en Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Türkiye son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben interpretarse como reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

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

Los datos están ponderados de manera que la composición de la muestra de cada país refleje de la mejor manera posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. El "Promedio Global de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño poblacional de cada país o mercado y no está destinado a 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, esto puede deberse a redondeos, múltiples respuestas o a la exclusión de respuestas de "no sabe" o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad, con una encuesta donde N=1,000 siendo precisa dentro de +/- 3.5 puntos porcentuales y donde N=500 siendo precisa dentro de +/- 5.0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, por favor visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos se ajusta a las normas y regulaciones locales.

Para más información

Jamie Stinson

Content Director
Ipsos Knowledge Centre

Jamie.Stinson@ipsos.com