



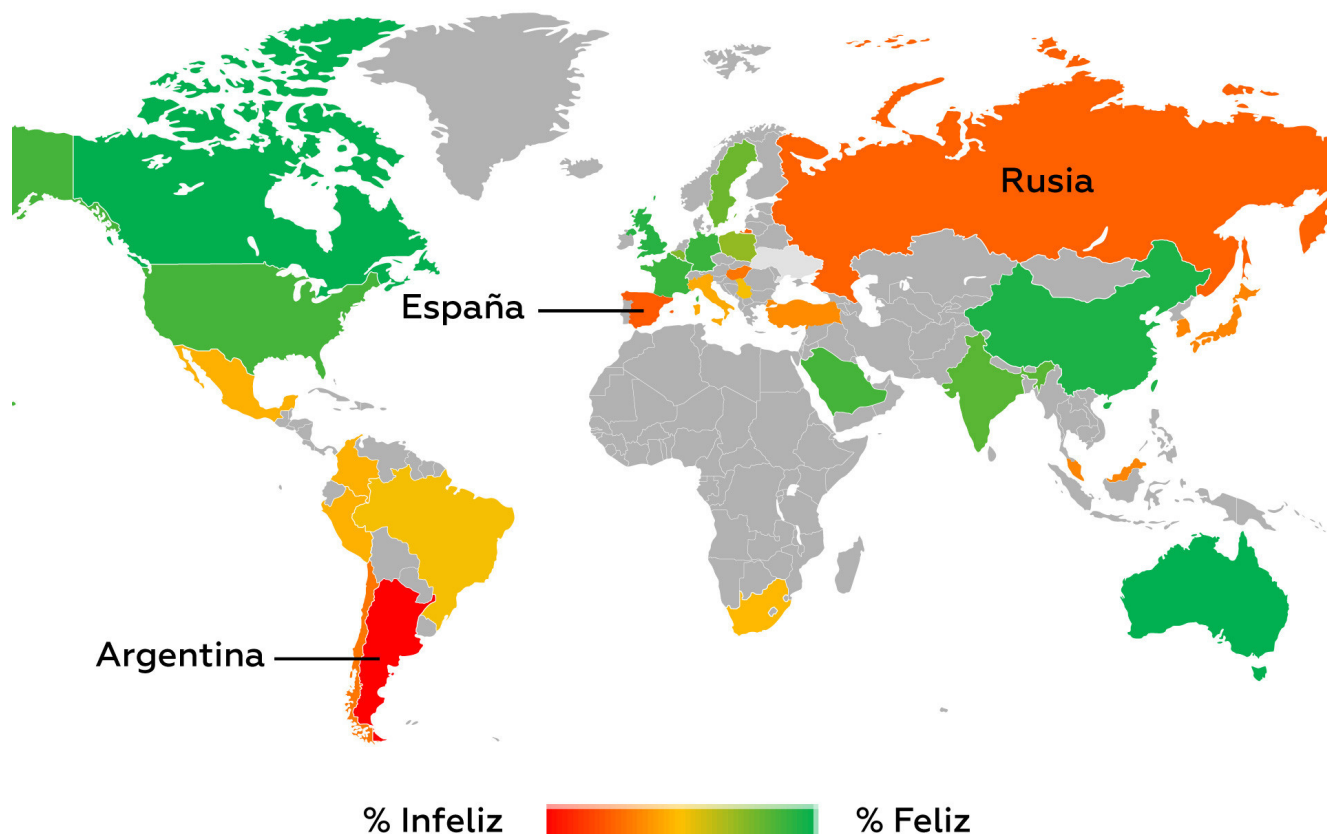
# Una encuesta global revela qué país es el más infeliz del mundo (y está en Latinoamérica)

La empresa de investigación de mercados Ipsos ha llevado a cabo una [encuesta global](#) para medir el nivel de felicidad en diferentes países del mundo.

De entre las 28 naciones contempladas, la felicidad resultó más frecuente en Australia y Canadá (ambos con un 86 % de adultos que se describen a sí mismos como “muy” o “bastante” felices), seguidos de China y Reino Unido (ambos con un 83 %) y de Francia (80 %) .

Los países más infelices del mundo, aquellos que se encuentran a la zaga de la lista recopilada por Ipsos, resultaron ser **Argentina** (34 % de ciudadanos felices), **España** (46 %) y **Rusia** (47 %).

## Nivel de felicidad por país



Fuente: IPSOS GLOBAL ADVISOR ON GLOBAL HAPPINESS 2018



A escala global, los niveles de felicidad disminuyeron en 2019 con respecto a 2018. Actualmente, alrededor de **dos tercios de los adultos en todo el mundo (64 %)** se reconocen como **felices** (14 % mucho y 50 % más o menos), mientras que el año anterior la cifra fue de un 70 %.

La mayor proporción de adultos que se consideran muy felices viven en Canadá (29 %), Australia, Arabia Saudita y la India

(28 % cada uno), así como Reino Unido y EE.UU. (27 % cada uno). Por el lado contrario, los países con una mayor prevalencia de adultos que no se sienten felices son Argentina (19 %), Turquía (14 %) y Japón (11 %).

## Fuentes de felicidad

Las personas encuestadas tuvieron que determinar las fuentes de felicidad que consideran más importantes para ellos, entre 29 posibles.

La salud y el bienestar físico (55 %), los hijos (48 %), la relación con su cónyuge o pareja (48 %), **sentir que su vida tiene sentido** (47 %), así como la seguridad personal y la protección (45 %) demostraron ser los factores que más aportan felicidad de los participantes en la investigación.

## El factor del consumidor

Los niveles de felicidad resultaron estar altamente correlacionados con la confianza del consumidor, medidos y seguidos mensualmente por Ipsos. En general, cuanto mayor es la prevalencia de la felicidad, mayor es la confianza del consumidor, según señala la empresa.

Entre las excepciones más notables figuran Francia, donde el nivel de felicidad es alto a pesar de la débil confianza del consumidor, además de China y la India, donde, aunque alto, los niveles de felicidad no son proporcionales a una confianza muy fuerte del consumidor.

Fuente: [RT Actualidad](#)