

SATISFACCIÓN CON LA VIDA AMOROSA ALREDEDOR DEL MUNDO

Una encuesta de Global Advisor en 32 países

Febrero de 2023

GAME CHANGERS



SATISFACCIÓN CON LA VIDA AMOROSA A NIVEL MUNDIAL

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

% muy/algo satisfecho(a) con...

Promedio de los 32 países

La más alta entre:

La más alta:

Sentir que me aman

76%

Casados (83%)
Boomers (80%)
Ingresos altos (79%)

Países Bajos (90%)
Indonesia (87%)
Argentina (84%)
China (84%)

Mi relación con mi pareja o cónyuge*

84%

Ingresos altos (87%)
Estudios superiores (86%)

Indonesia (94%),
Países Bajos (94%)
Tailandia (90%)
Malasia (90%)

Mi vida romántica o sexual**

63%

Casados (75%)
Ingresos altos (70%)
Millennials (68%)

China (79%)
Indonesia (75%)
Tailandia (75%)

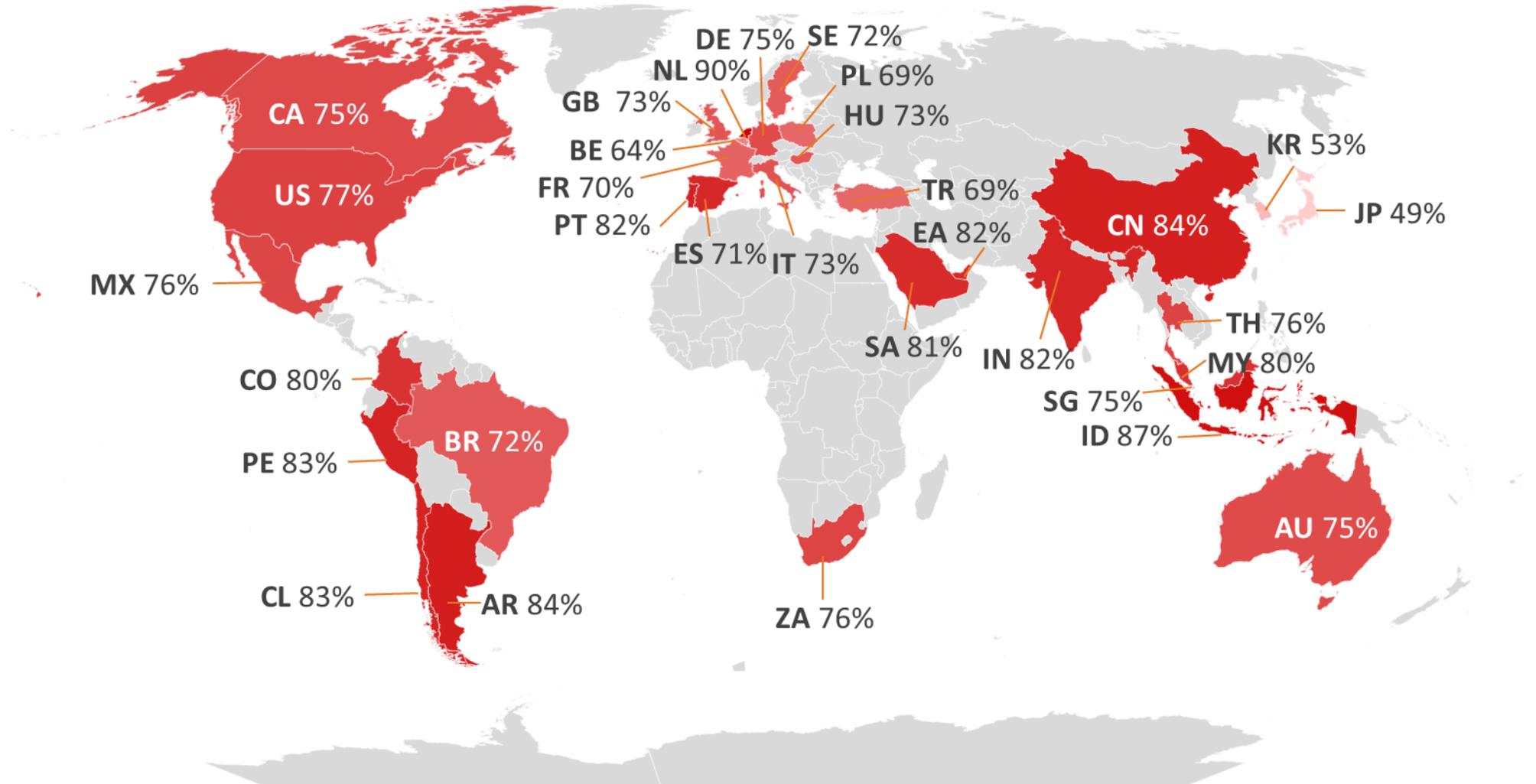
* Preguntado sólo a quienes están casados o en pareja

** No se preguntó en Arabia Saudita y EAU

Base: Cada pregunta se realizó a aproximadamente el 50% de los 22.508 adultos en línea menores de 75 años a través de los 32 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023.
El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.
Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

SENTIR QUE ME AMAN

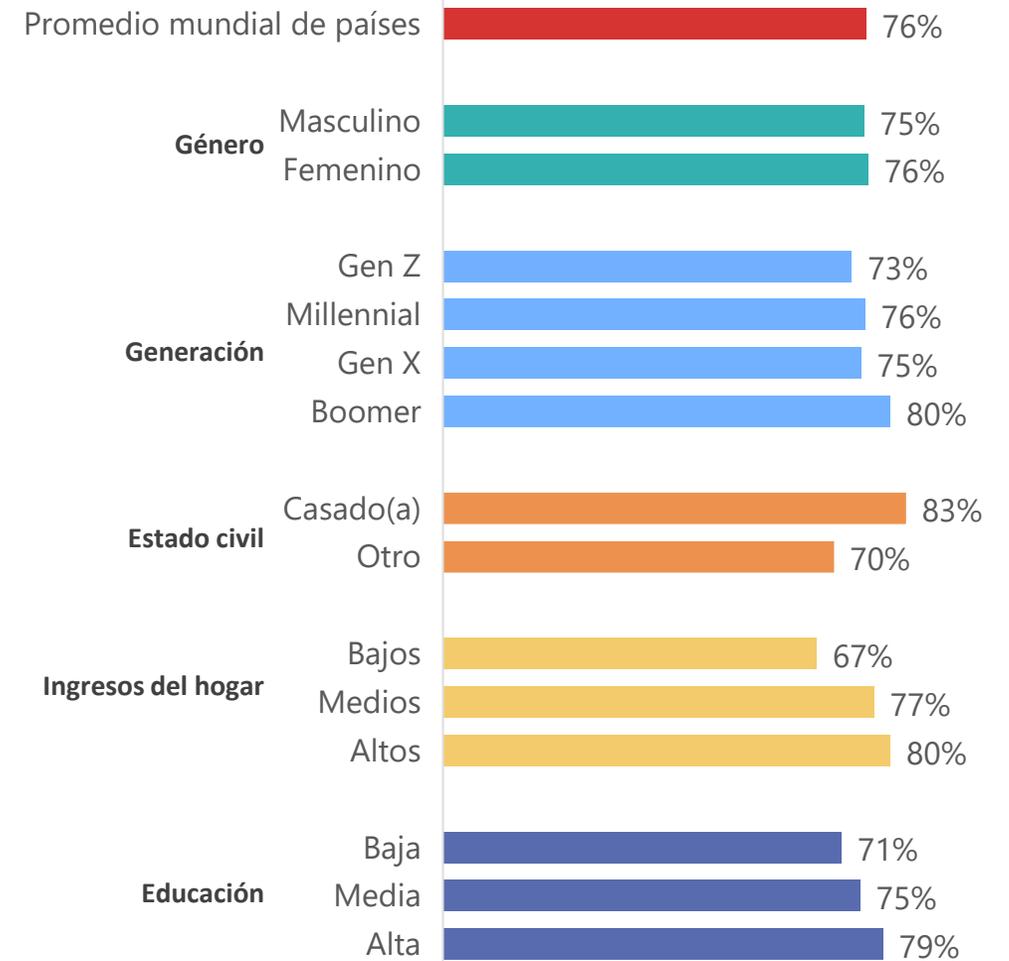
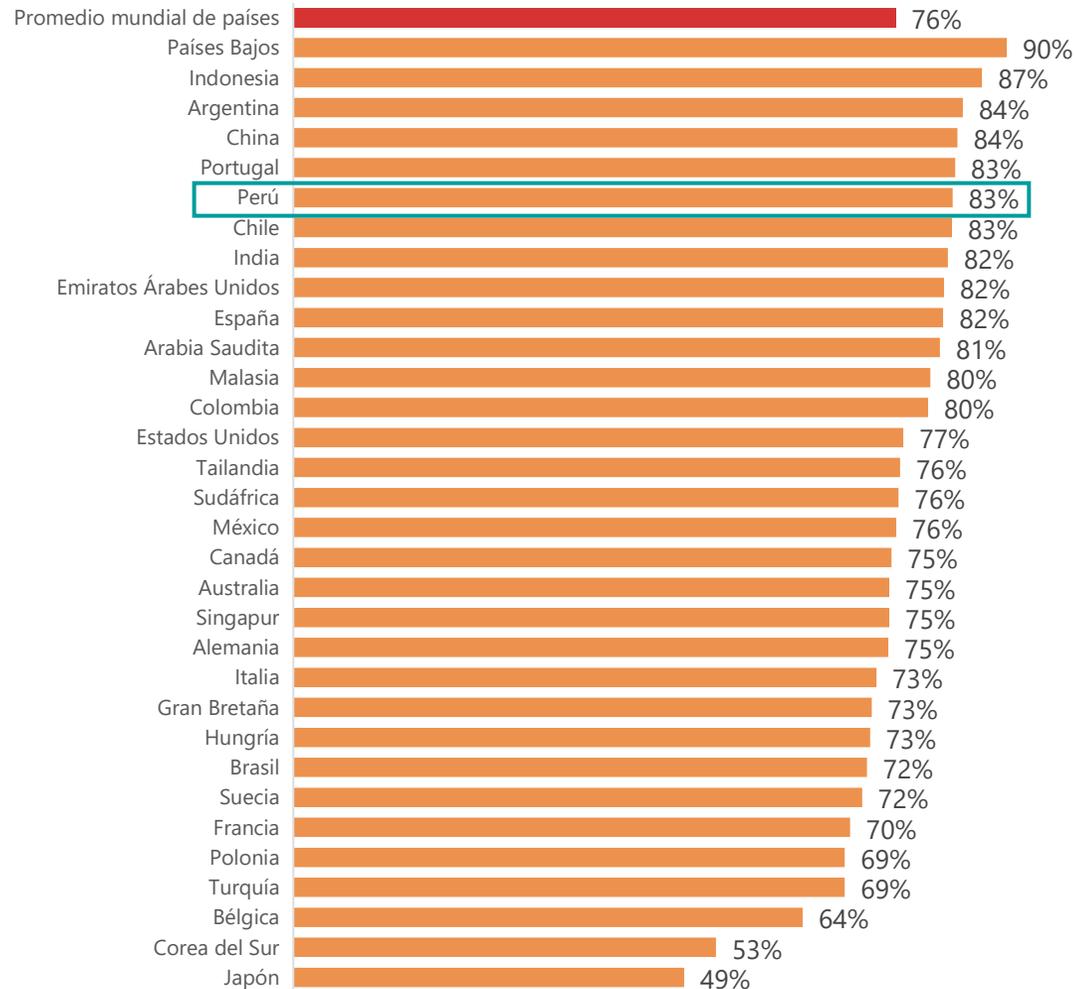
% muy/algo satisfecho(a)



Base: Cada pregunta se realizó a aproximadamente el 50% de los 22.508 adultos en línea menores de 75 años a través de los 32 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023.
El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.
Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

SENTIR QUE ME AMAN

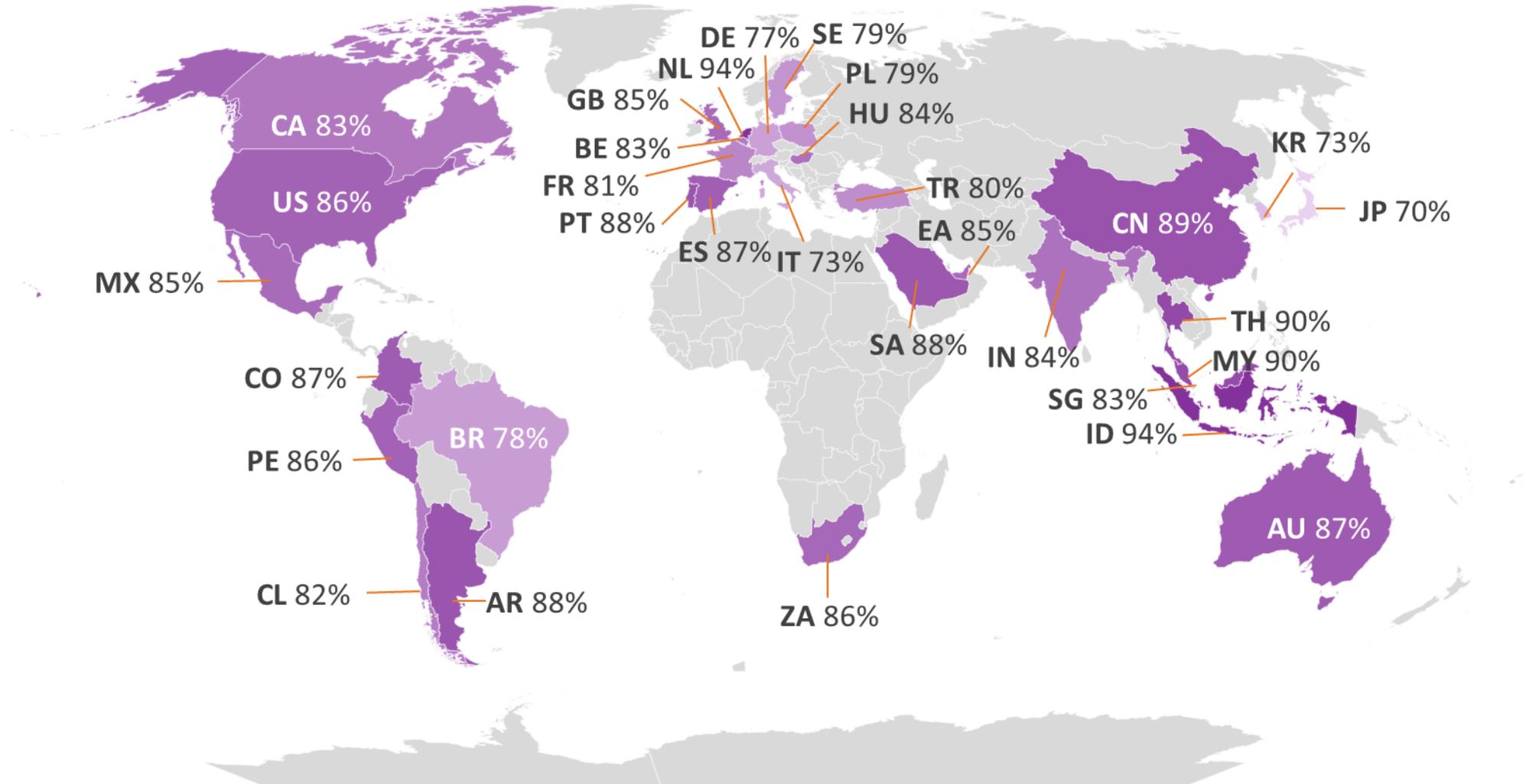
% muy/algo satisfecho(a)



Base: Preguntada a aproximadamente el 50% de todos los 22.508 adultos online menores de 75 años a través de los 32 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023.
 El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.
 Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

MI RELACIÓN CON MI PAREJA O CÓNYUGE

% muy/algo satisfecho(a)



* Preguntado sólo a quienes están casados o en pareja

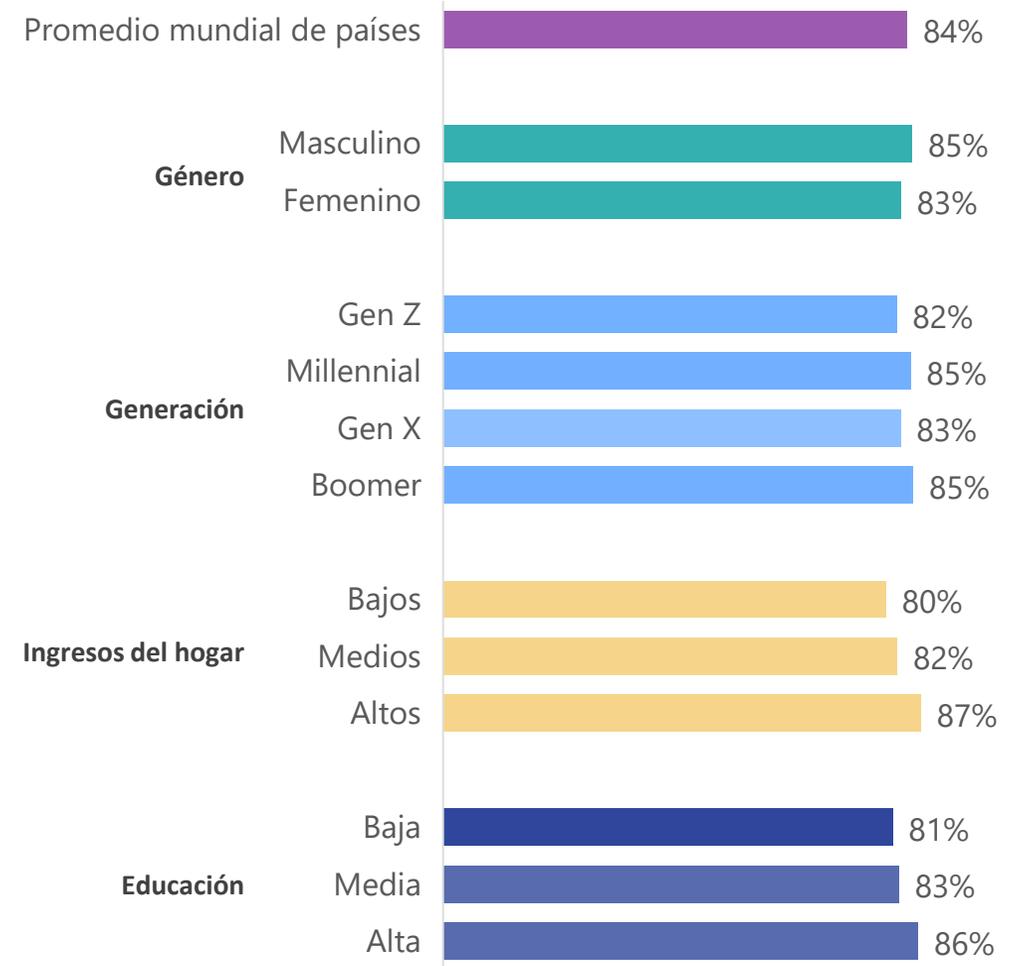
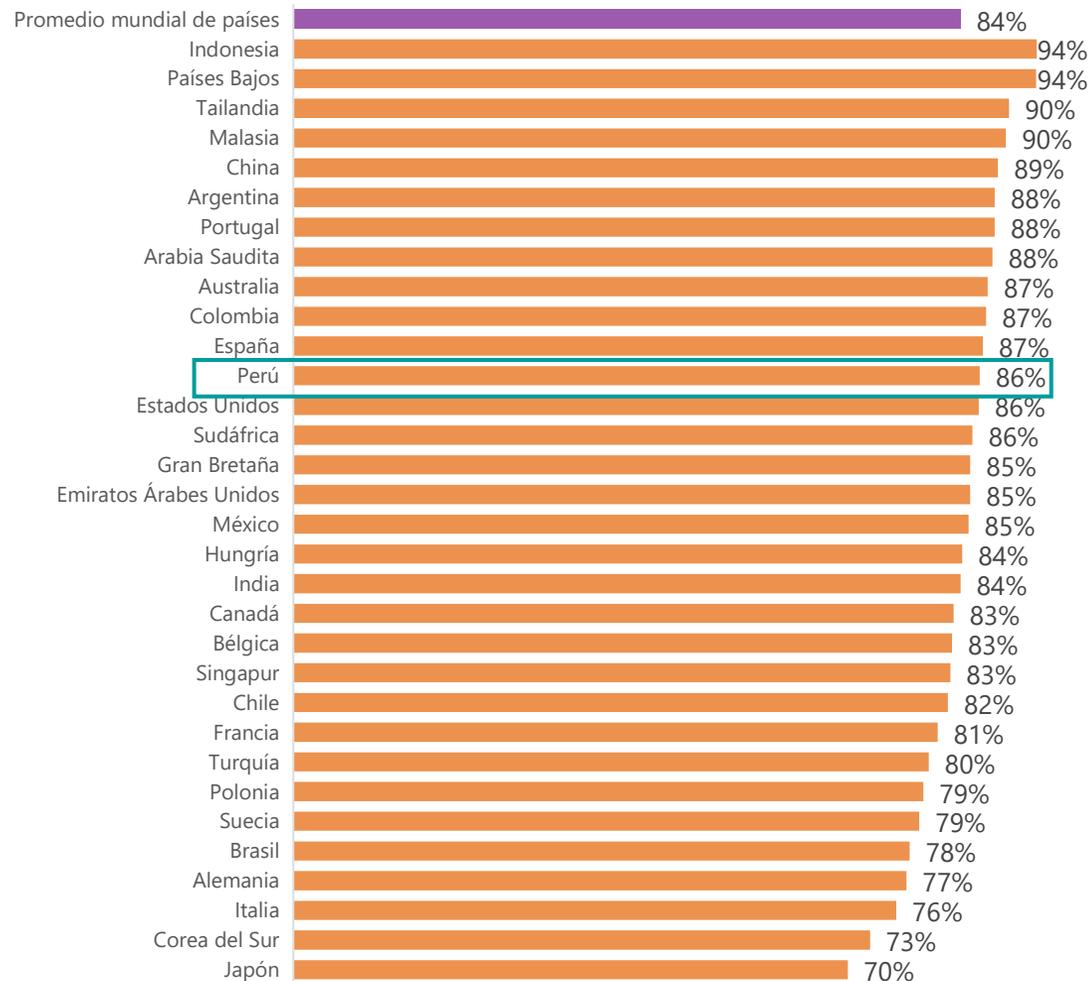
Base: Preguntada a aproximadamente el 50% de todos los 22.508 adultos online menores de 75 años a través de los 32 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023

El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.

Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

MI RELACIÓN CON MI PAREJA O CÓNYUGE

% muy/algo satisfecho(a)

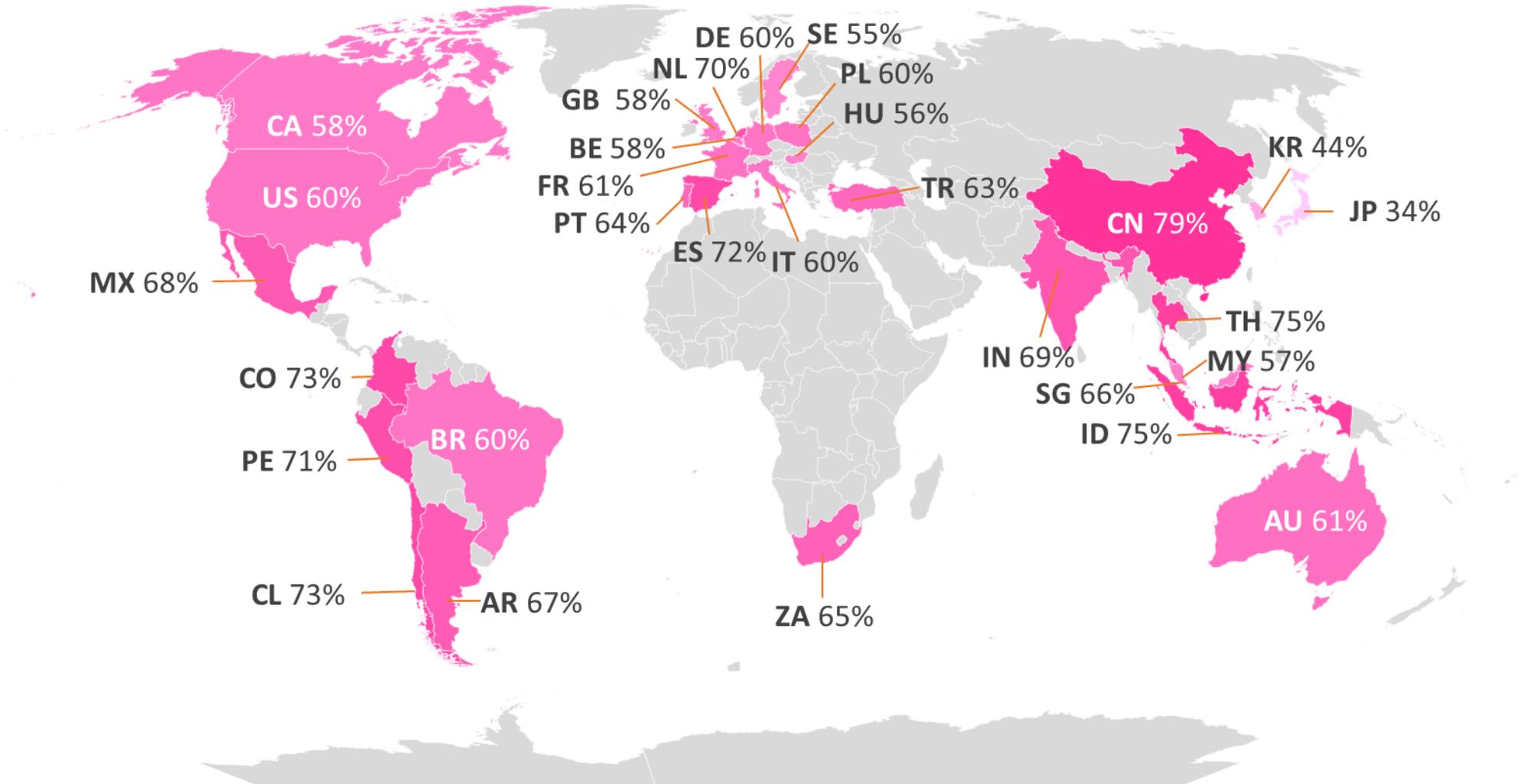


* Preguntado sólo a quienes están casados o en pareja
 Base: Preguntada a aproximadamente el 50% de todos los 22.508 adultos online menores de 75 años a través de los 32 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023
 El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.
 Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.



MI VIDA ROMÁNTICA O SEXUAL

% muy/algo satisfecho(a)



* No se preguntó en Arabia Saudita y EAU

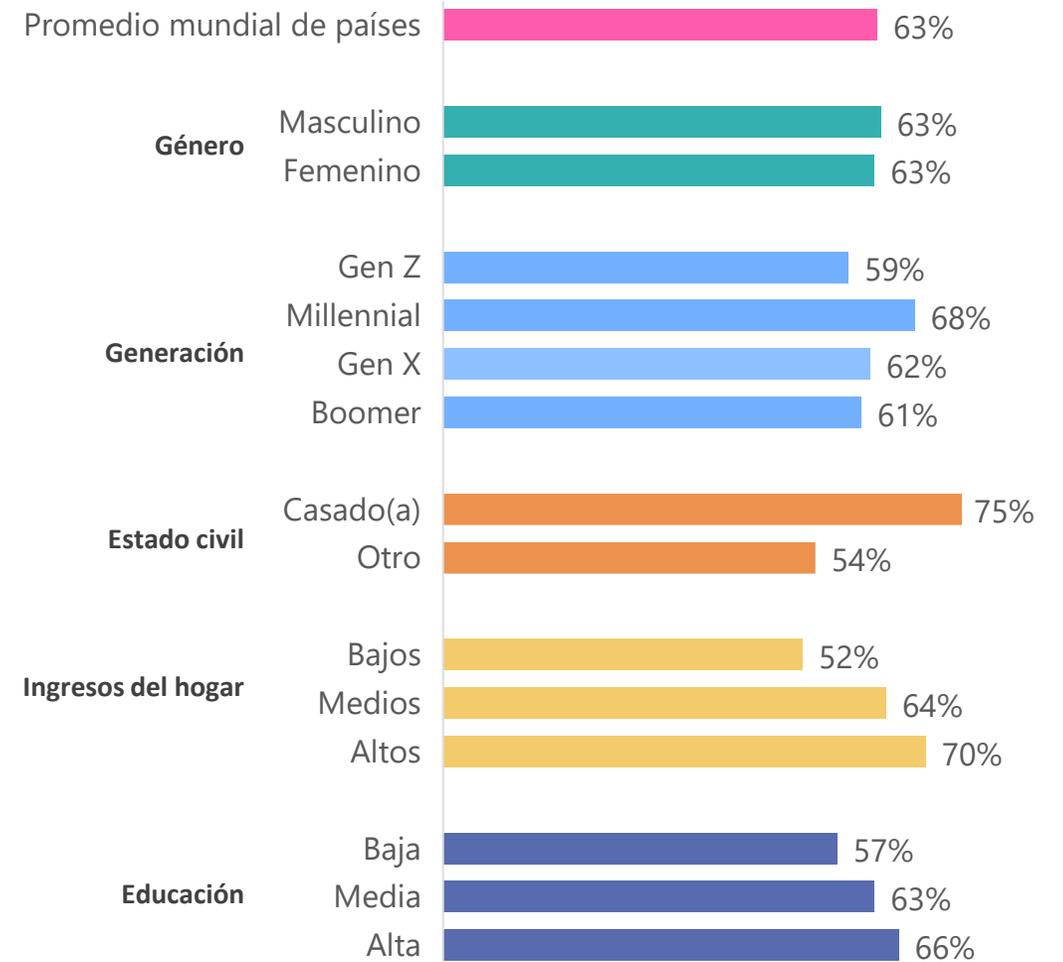
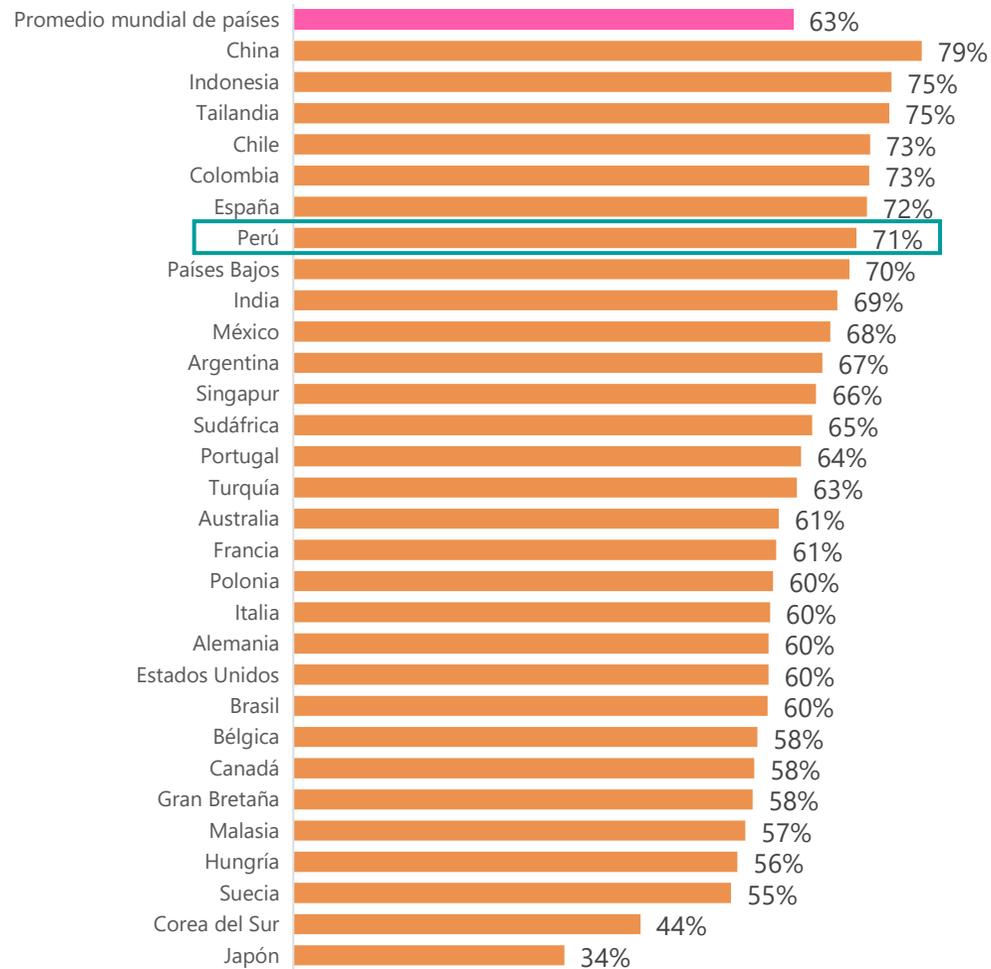
Base: Encuesta realizada a aproximadamente al 50% de los 21.507 adultos menores de 75 años de 30 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023

El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.

Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

MI VIDA ROMÁNTICA O SEXUAL

% muy/algo satisfecho(a)



* No se preguntó en Arabia Saudita y EAU

Base: Encuesta realizada a aproximadamente al 50% de los 21.507 adultos menores de 75 años de 30 países, entrevistados entre el 22 de diciembre de 2022 y el 6 de enero de 2023

El "Promedio mundial de países" refleja el resultado promedio 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.

Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general.

Metodología

Estos son los hallazgos de una encuesta de Ipsos en 32 países, realizada del 22 de diciembre de 2022 al 6 de enero de 2023, entre 22,508 adultos de 18 a 74 años en los Estados Unidos, Canadá, Malasia, Sudáfrica y Turquía; 20-74 en Tailandia; 21-74 en Indonesia y Singapur; y 16-74 en otros 24 países, a través de la plataforma de encuestas en línea Global Advisor de Ipsos.

La muestra de cada país consta de aproximadamente 2.000 individuos en Japón; 1,000 individuos en cada uno de los siguientes países: Australia, Brasil, Canadá, China (continental), Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, España y los Estados Unidos; y aproximadamente 500 personas en cada una de los siguientes países: Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, India, Indonesia, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Portugal, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos.

Cada una de las tres preguntas reportadas en este documento se hizo a aproximadamente el 50% de todos los encuestados en cada país. Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y los Estados Unidos se pueden tomar como representativas de la población adulta general de estos países menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, China, Colombia, India, Indonesia, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y / o más ricas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos mercados deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada mercado refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta de acuerdo con los datos censales más recientes.

El promedio global refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta ese año. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/- 1 más/menor que la real, puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de las 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 de 1.000 con una precisión de +/- 3,8 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,4 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

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

ACERCA DE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 mercados y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de investigación, analistas y científicos han creado capacidades únicas de múltiples especialistas que proporcionan información poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones empresariales se basan en datos primarios procedentes de nuestras encuestas, monitorización de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

"Game Changers", nuestro lema, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente por nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La compañía es parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS. PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones con confianza nunca ha sido tan grande.

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.

Es por esto que nuestros apasionados y curiosos expertos no solo proporcionan las mediciones más precisas, sino que la interpretan para entregar un Verdadero Entendimiento de la Sociedad, los Mercados y las Personas.

Para hacer esto, utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos, y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

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

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

Actúas mejor cuando estás seguro.