

Ipsos: Chile registra la mayor caída mundial en percepción de sentirse amado

El país descendió del segundo al décimo lugar en el ranking global, aunque un 81% declara sentirse querido.

Santiago, 12 febrero de 2026 — La empresa líder en investigación de mercados **Ipsos**, lanzó su último estudio **“Satisfacción Amorosa 2026”**, para lo que encuestó a casi 24 mil personas en 29 países con el fin de conocer las opiniones y actitudes de cómo las personas se sienten respecto al amor, el romance y las relaciones.

En Chile, el 81% de las personas encuestadas declara sentirse amada, cuatro puntos porcentuales por sobre el promedio global. Pese a ello, el país registra el mayor retroceso anual entre los países medidos, con una baja de seis puntos respecto a 2025. De esta forma, Chile pasó del segundo lugar al décimo puesto en el ranking mundial.

A nivel global, Colombia encabeza el ranking de países donde más personas declaran sentirse amadas, con un 87%. En segundo y tercer lugar se ubican México e Indonesia, ambos con 86%. Por el contrario, Japón registra el mayor nivel de insatisfacción (38%), junto con Corea del Sur (37%) e Italia (29%).

En línea con estos resultados, un 62% de las personas encuestadas en Chile afirma estar satisfecha con su vida romántica y sexual, dos puntos por sobre el promedio global, aunque cinco puntos menos que en la medición del año pasado. En esta pregunta, sólo Japón (-6 puntos) tuvo un retroceso más pronunciado. Por otro lado, un 31% en Chile se declara insatisfecho en esta dimensión, cifra que supera en un punto el promedio mundial.

Respecto de quienes mantienen una relación formal, el 86% en Chile se muestra satisfecho con su vínculo, mientras que un 13% expresa lo contrario. A nivel global, la satisfacción en relaciones estables alcanza el 83% y la insatisfacción llega al 15%, lo que posiciona a Chile en línea con el promedio global en este indicador.

“Realizando un análisis de lo que pasa en Chile, el “sentirse amado” muestra una caída principalmente en los Baby Boomer y Gen X mostrando descensos importantes de 16 y 10 puntos respectivamente. Para el caso de la satisfacción en la “vida romántica y sexual” la baja es transversal, marcada más fuertemente por los Baby Boomer. Si bien se presentó una caída en los indicadores de sentirse amado y vida romántica y sexual, Chile vuelve a la medianía de la clasificación; mejor que en 2024, pero no con una satisfacción tan alta como la alcanzada el 2025”, indica Sebastián Pinto, director de estudios en Ipsos Chile.

¿El dinero puede comprar la felicidad?

Según los resultados del estudio, el nivel socioeconómico influye directamente en el bienestar afectivo. En promedio, en los 29 países analizados, un 82% de las personas de altos ingresos afirma estar conforme con su vida amorosa, frente a un 72% entre quienes cuentan con bajos ingresos. En el ámbito romántico y sexual, la diferencia es aún más

marcada, con una brecha de 14 puntos porcentuales (68% vs 52%) a nivel global, y de 18 puntos entre la media de los países de América Latina (77% vs 59%).

El análisis generacional muestra que existen pocas diferencias en la percepción de sentirse amado, ya que cerca de tres de cada cuatro personas de todas las edades declara satisfacción en este aspecto, proporción que aumenta a cuatro de cada cinco entre los países de Latinoamérica. Respecto a la vida romántica y sexual destacan los millennials —cuyos integrantes mayores cumplen 46 años este año— como el grupo más satisfecho, con un 65% a nivel global, superando en 10 puntos a los baby boomers.; y un 71% en América Latina, 13 puntos más que los baby boomers.

“Tanto a nivel global como regional, hay una tendencia muy clara de que la satisfacción amorosa de las personas puede variar significativamente dependiendo de su situación financiera, particularmente en lo que respecta a la vida romántica o sexual, donde la brecha entre los encuestados de América Latina de bajos y altos ingresos es de casi 20 puntos. En cuanto a las diferencias generacionales en este mismo aspecto, hay más satisfacción de los adultos entre los 31 y 60 años (millennials y generación x), lo cual podría vincularse a etapas de la vida habitualmente más activas y, también, prósperas en lo financiero”, comenta Sebastián Pinto, director de estudios en Ipsos Chile.

Sobre Ipsos

Ipsos es una de las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas a nivel mundial, operando en 90 mercados y empleando a casi 20.000 personas.

Nuestros profesionales, analistas y científicos de investigación, con una curiosidad apasionada, han construido capacidades únicas multiespecializadas que proporcionan una verdadera comprensión y una visión poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones empresariales se basan en datos primarios 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 con confianza por un mundo que cambia rápidamente.

Fundado en Francia en 1975, Ipsos está listado en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte de los índices SBF 120, Mid-60, y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

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

www.ipsos.com