

IPSOS SATISFACCIÓN AMOROSA 2026

Una encuesta de Global
Advisor en 29 países

Febrero 2026

A simple vista

Promedio de 29 países

82%



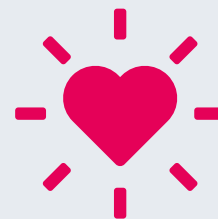
están satisfechos en su **relación**
con su **pareja/ cónyuge**

60%



están satisfechos con su
vida **romántica/sexual**

77%



se siente querido

82%



de las personas en hogares con
ingresos altos se **sienten queridas** v/s
al **72%** de las personas con bajos
ingresos.

Satisfacción con Vida romántica/sexual:

Gen Z



57%

Millennials



65%

Generación X



59%

Baby Boomers



55%

A simple vista

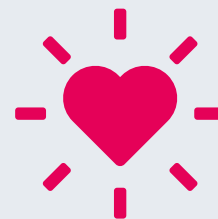
Promedio de LATAM (6 países)

84%



están satisfechos en su **relación**
con su **pareja/ cónyuge**

81%



se siente querido

65%



están satisfechos con su
vida **romántica/sexual**

89%



de las personas en hogares con
ingresos altos se **sienten queridas** v/s
al **78%** de las personas con bajos
ingresos.

Satisfacción con Vida romántica/sexual:

Gen Z



60%

Millennials



71%

Generación X



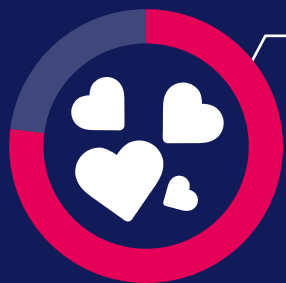
69%

Baby Boomers



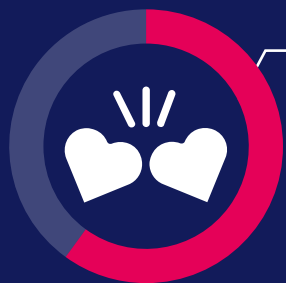
58%

El amor está en el aire



77%

81% en
LATAM



60%

65% en
LATAM

- Algo más de tres cuartas partes (77% de media en 29 países) afirman sentirse queridos, siendo los colombianos (87%) los más propensos a decirlo y los japoneses (51%) los menos propensos.
- **Aunque el dinero no puede comprar el amor, no parece perjudicar a las personas con ingresos altos (82%), que afirman sentirse amadas, seguidas de las personas con ingresos medios (78%) y las personas con ingresos bajos (72%).**
- Una amplia mayoría (82%) de las personas casadas o en pareja están satisfechas con su cónyuge o pareja.
- Tres de cada cinco (60%) están satisfechos con su vida romántica/sexual, siendo los millennials* (65%) los más propensos a afirmarlo y los baby boomers los menos propensos (55%).
- **¿Ponerle un anillo? Las personas casadas (72%) son significativamente más propensas que las solteras (50%) a declarar que están satisfechas con su vida romántica/sexual. Y las personas casadas (83%) son más propensas que las solteras (72%) a decir que se sienten amadas.**

**Generación Z (nacidos entre 1996 y 2012), Millennials (nacidos entre 1980 y 1995), Generación X (nacidos entre 1966 y 1979), Baby Boomers (nacidos entre 1945 y 1965) y Generación Silenciosa (nacidos entre 1925 y 1944).*

Índice de Satisfacción con la Vida Amorosa

El Índice de Satisfacción con la Vida Amorosa* reúne en un solo indicador cómo se sienten las personas con respecto al amor, el romance y las relaciones.

Reúne el grado de satisfacción de las personas con el amor en sus vidas, su vida sexual y su relación con su pareja.

Una vez más, los países de América Latina y Asia son los más satisfechos con su «vida amorosa». Los tailandeses encabezan la tabla este año por ser los más felices con su cónyuge/pareja y su vida romántica/sexual de los 29 países incluidos en el Índice de 2026.

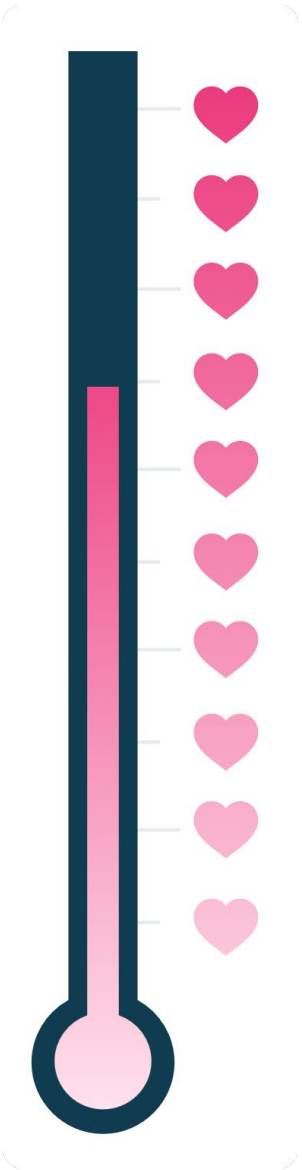
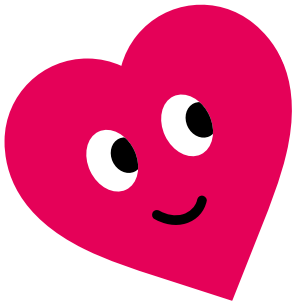
Japón y Corea del Sur vuelven a tener el nivel más bajo de satisfacción entre los

países encuestados para este informe. Brasil vuelve a ser un caso atípico en América Latina, ya que es el único país de la región que se encuentra en la mitad inferior de la tabla.

Por su parte, los Países Bajos y España son los únicos países europeos que se encuentran entre los diez primeros por segundo año consecutivo, mientras que gran parte de la región, en términos relativos, muestra una falta de satisfacción con su vida amorosa en comparación con el resto del mundo.

Y aunque Italia y Francia son conocidos mundialmente como destinos románticos, ambos países se encuentran entre los diez últimos del índice de este año.

**El índice es una media de las tres preguntas que se hacen sobre amor, romance y relaciones. La puntuación es de 100.*

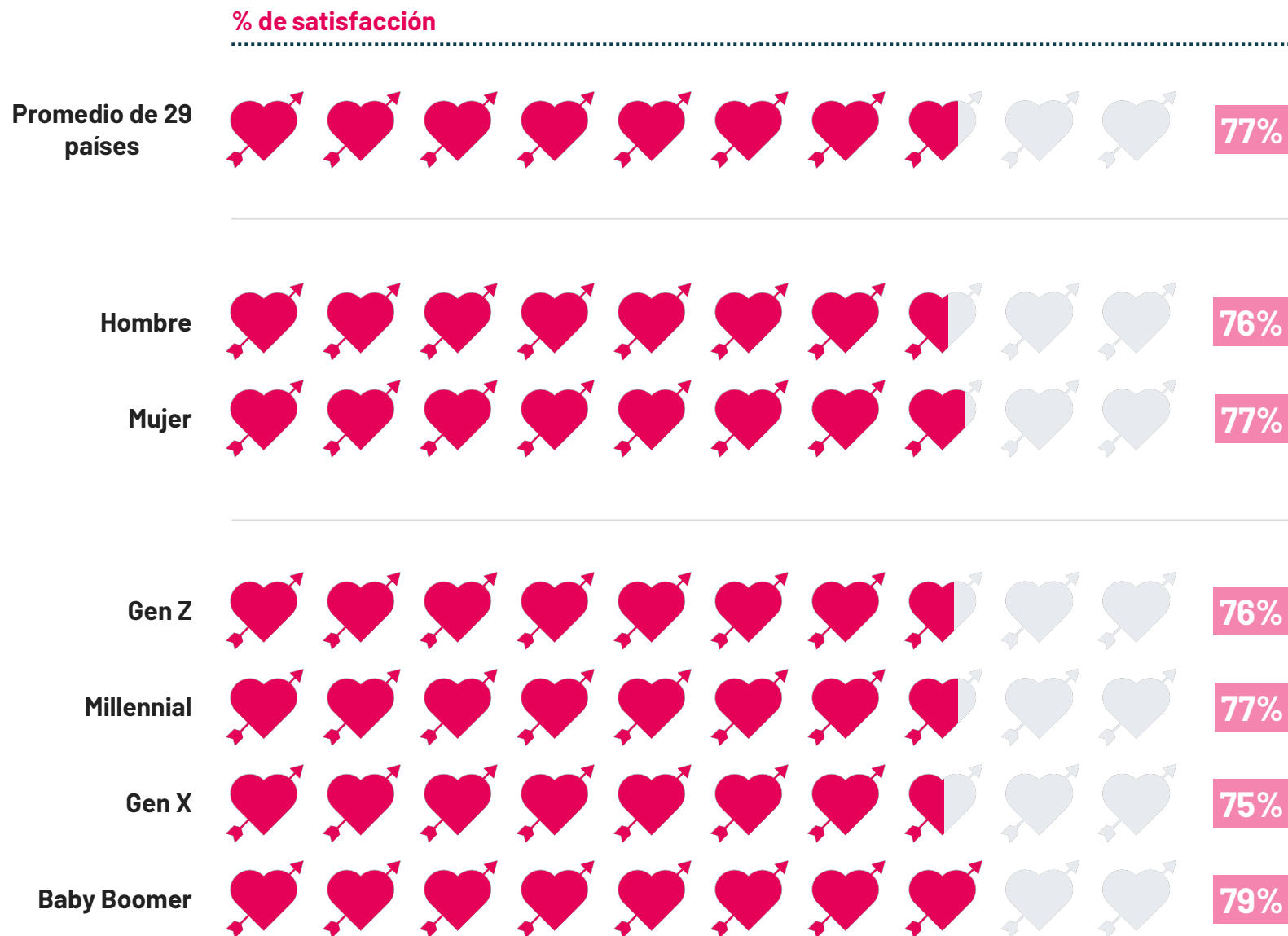


Tailandia	86
Indonesia	85
México	81
España	81
Colombia	80
Perú	79
Malasia	78
Países Bajos	78
Chile	76
Sudáfrica	76
Argentina	75
Irlanda	75
Australia	74
Estados Unidos	73
Gran Bretaña	72
Polonia	72
Singapore	72
Bélgica	71
Brasil	71
Francia	71
Alemania	70
Turquía	70
Canada	69
Italia	68
Suecia	68
Hungría	66
India	66
Corea del Sur	60
Japón	51

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

Sentirme querido(a)

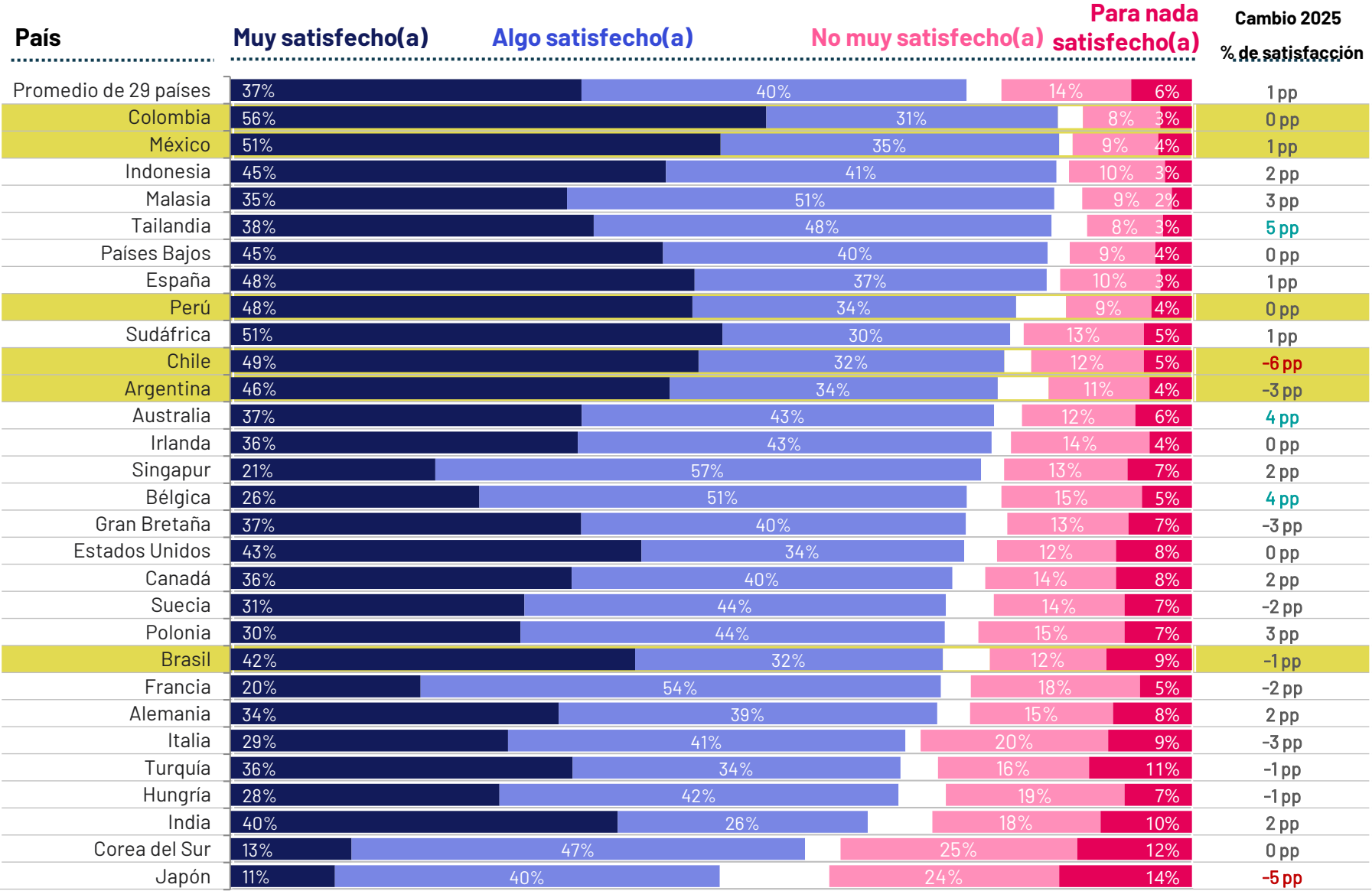
Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



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

Sentirme querido(a)

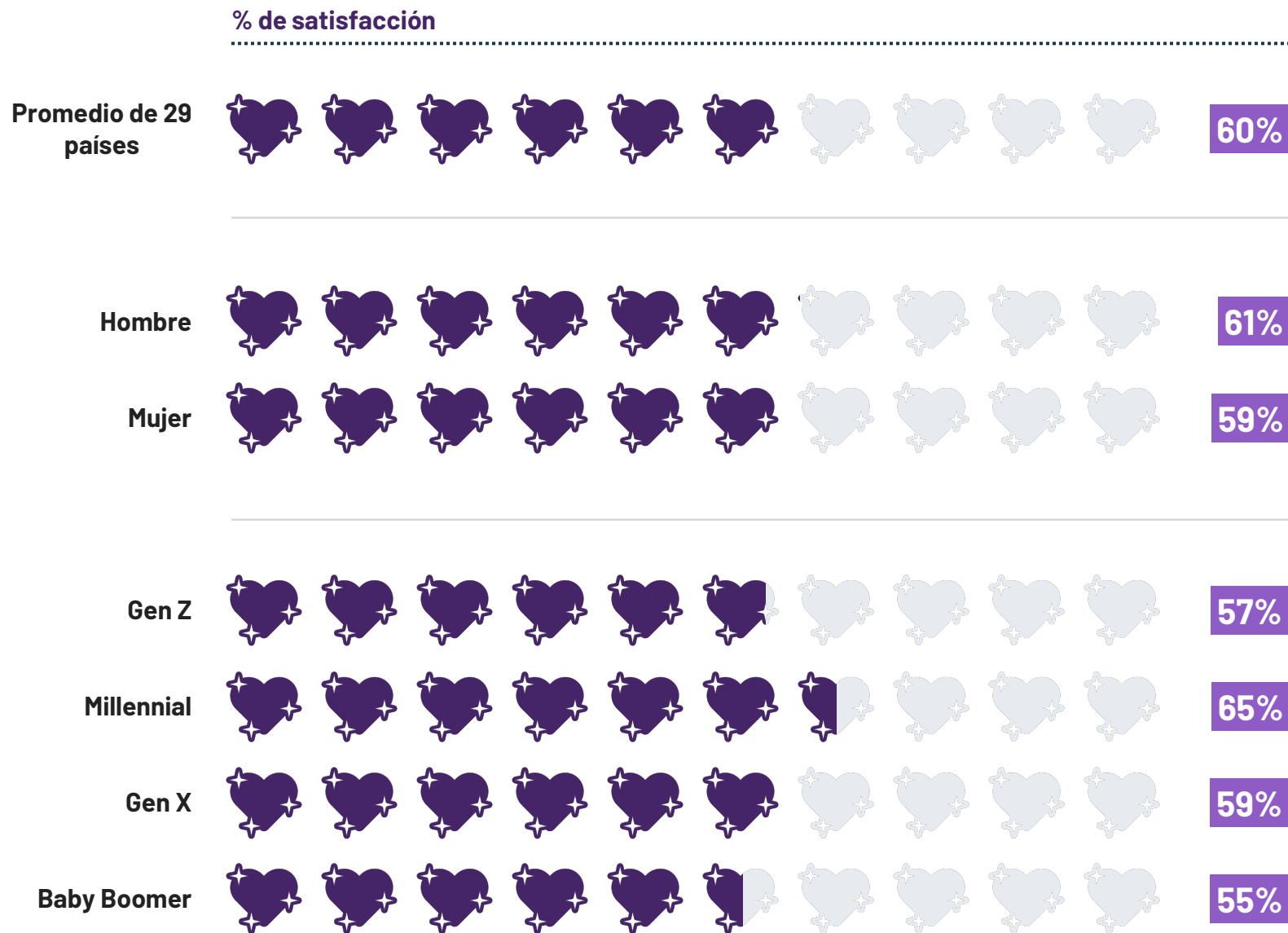
Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



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

Mi vida romántica/sexual

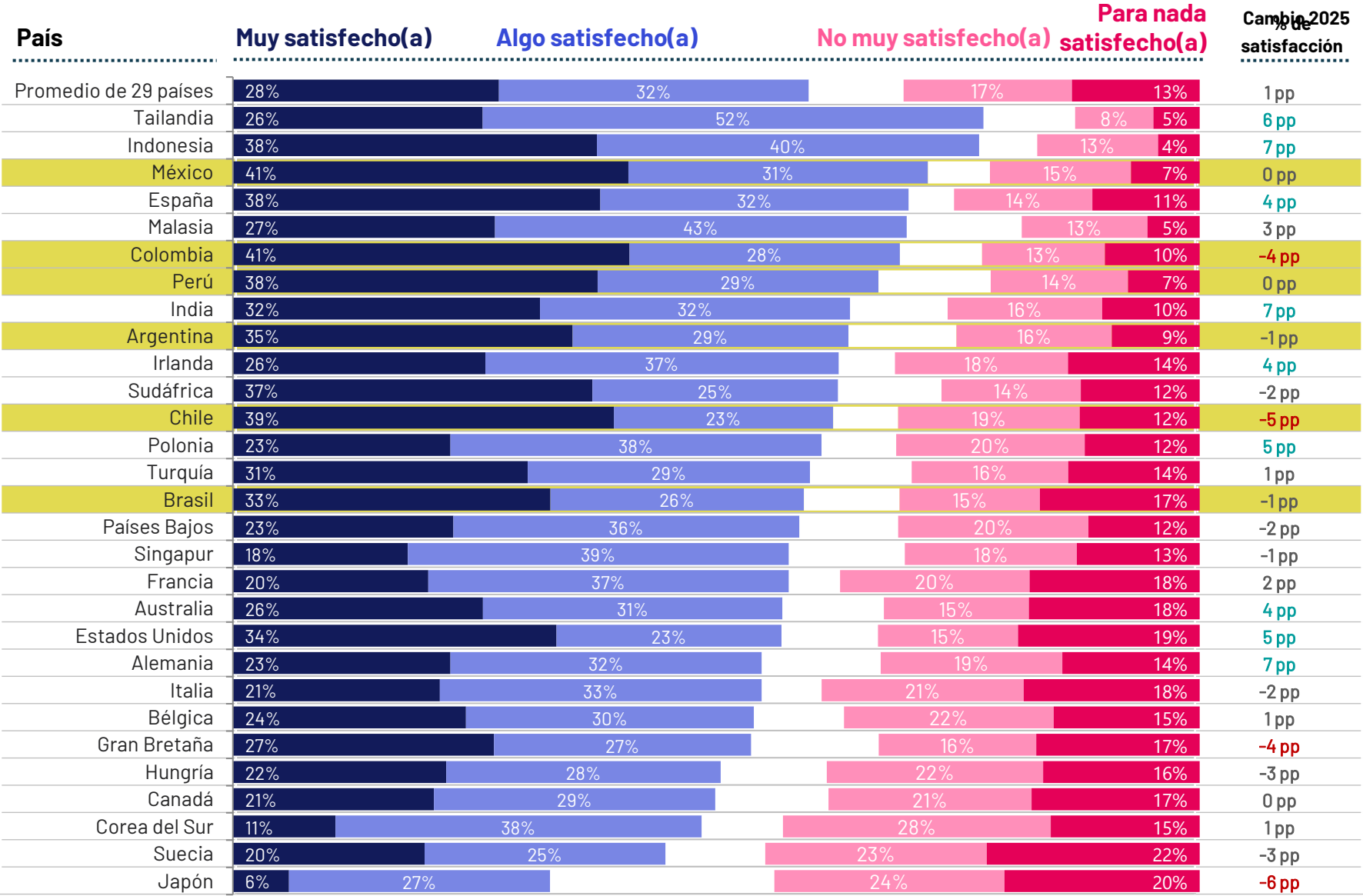
Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



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

Mi vida romántica/sexual

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



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

Mi relación con mi pareja/cónyuge*

*Preguntado solo a quienes están casados o en pareja

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.

% de satisfacción

Promedio de 29 países



Hombre



Mujer



Gen Z



Millennial



Gen X



Baby Boomer

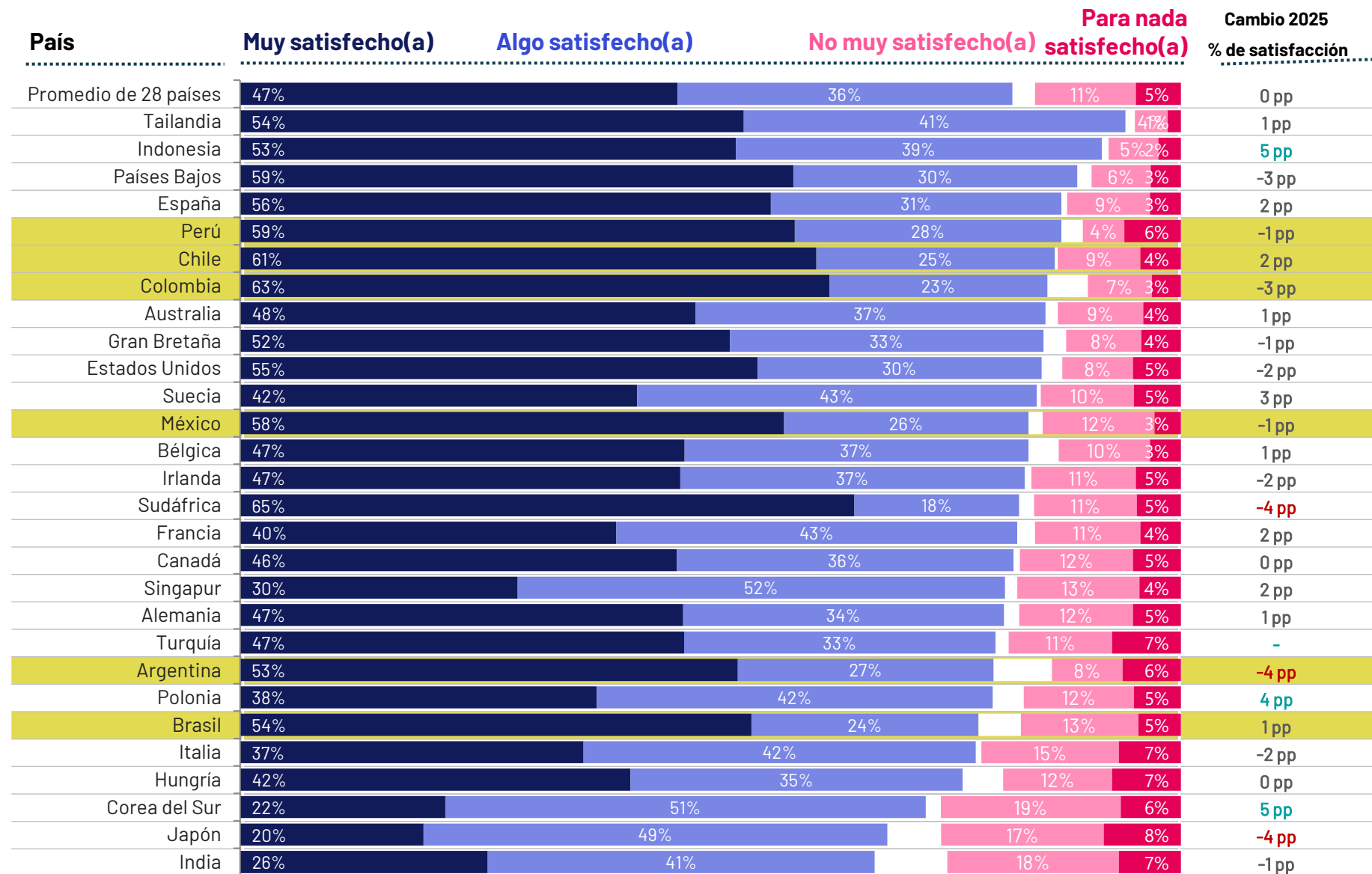


En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?:

Mi relación con mi pareja/cónyuge*

*Preguntado solo a quienes están casados o en pareja

Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026.



¿Puede el dinero comprar la felicidad en la vida amorosa?

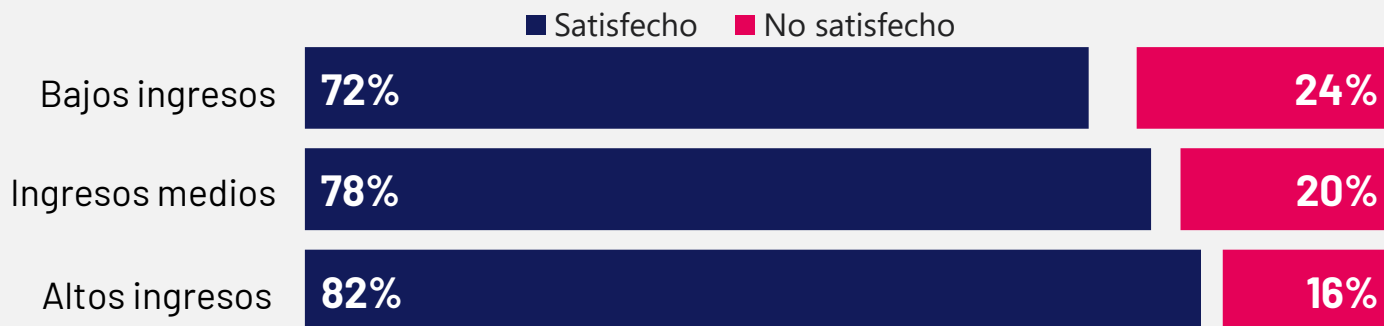
Las personas con ingresos altos son más propensas a sentirse amadas y a estar más felices con su vida amorosa y sexual.

Las personas con ingresos altos (82% de media en 29 países) son 10 puntos porcentuales más propensas que las personas con ingresos bajos (72%) a decir que están satisfechas con el amor en su vida.

Y hay una diferencia de 14 puntos en lo que respecta a la vida romántica/sexual, ya que el 68% de las personas con ingresos altos dicen estar satisfechas, frente al 52% de las personas con ingresos bajos.

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

Promedio 29 países



P: En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?: **Mi vida romántica/sexual**



Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

¿Puede el dinero comprar la felicidad en la vida amorosa?

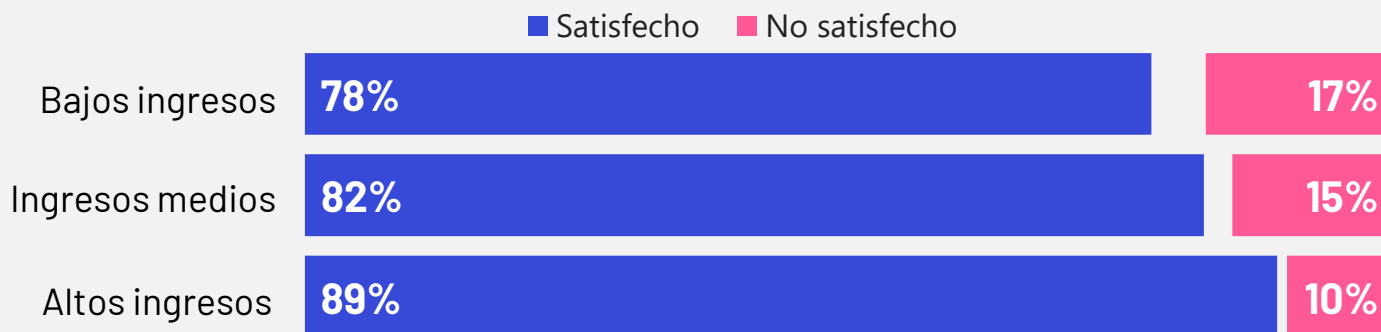
Las personas con ingresos altos son más propensas a sentirse amadas y a estar más felices con su vida amorosa y sexual.

Las personas con ingresos altos (89% de media entre los países de LATAM) son 11 puntos porcentuales más propensas que las personas con ingresos bajos (78%) a decir que están satisfechas con el amor en su vida.

Y hay una diferencia de 18 puntos en lo que respecta a la vida romántica/sexual, ya que el 77% de las personas con ingresos altos dicen estar satisfechas, frente al 59% de las personas con ingresos bajos.

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

Promedio de LATAM (6 países)



P: En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?: **Mi vida romántica/sexual**



Base: 4.006 adultos menores de 75 años en seis países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

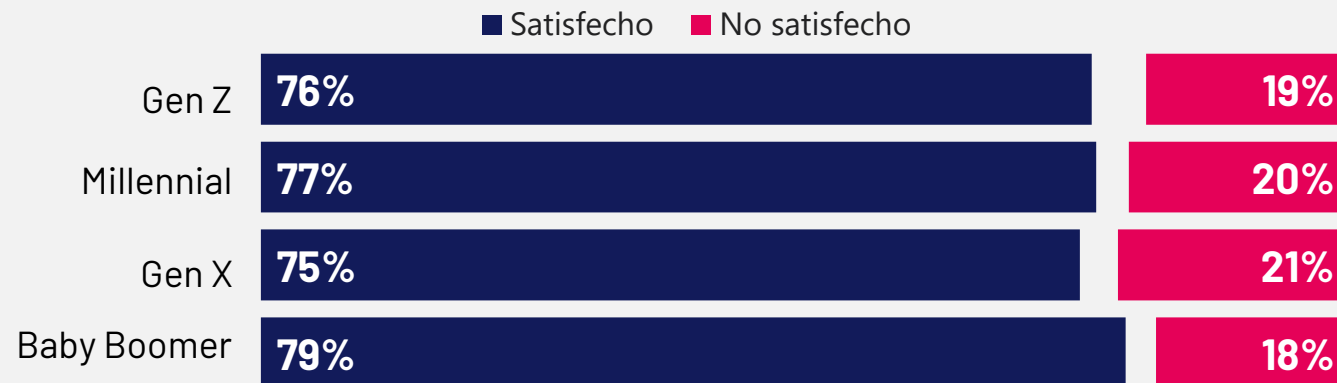
Millennials más satisfechos con la vida romántica/sexual

En lo que respecta a sentirse amado, hay poca diferencia entre las generaciones, ya que aproximadamente tres de cada cuatro personas de todas las edades y etapas dicen estar satisfechas con sentirse amadas.

Pero en lo que respecta a la vida romántica y sexual, los millennials, los mayores de los cuales cumplen 46 años este año, se muestran más satisfechos, con casi dos tercios (65% de media a nivel mundial) que afirman estar satisfechos. Eso supone diez puntos más que los boomers, los mayores de los cuales cumplen 81 años este año.

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

Promedio 29 países



P: En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?: **Mi vida romántica/sexual**



Base: 23.268 adultos menores de 75 años en 29 países entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

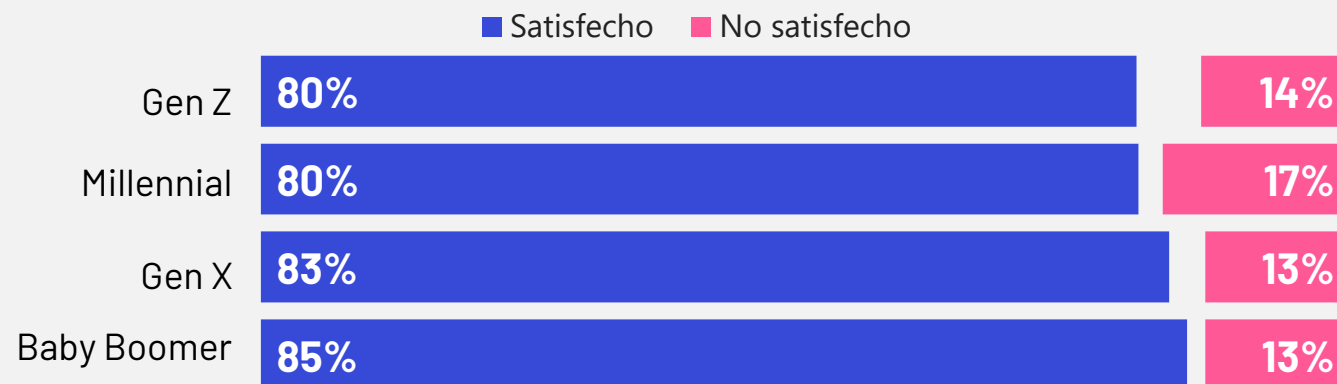
Millennials más satisfechos con la vida romántica/sexual

En lo que respecta a sentirse amado, hay poca diferencia entre las generaciones, ya que aproximadamente cuatro de cada cinco personas de todas las edades y etapas dicen estar satisfechas con sentirse amadas entre los países de LATAM.

Pero en lo que respecta a la vida romántica y sexual, los millennials, los mayores de los cuales cumplen 46 años este año, se muestran más satisfechos, con más dos tercios (71% de media en LATAM) que afirman estar satisfechos. Eso supone 13 puntos más que los boomers, los mayores de los cuales cumplen 81 años este año.

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

Promedio de LATAM (6 países)



P: En general, ¿qué tan satisfecho(a) está con cada uno de los siguientes aspectos de su vida?: **Mi vida romántica/sexual**



Base: 4.006 adultos menores de 75 años en seis países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) entre el 24 de diciembre de 2025 y el 9 de enero de 2026

Metodología

Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 29 países por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus, entre el miércoles 24 de diciembre de 2025 y el viernes 9 de enero de 2026. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23 268 adultos mayores de 18 años en la India, de 18 a 74 años en Canadá, la República de Irlanda, Malasia, 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 todos los demás países.

La muestra está compuesta por aproximadamente 2000 personas en Japón, 1000 personas en cada uno de los siguientes países: Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, México, España y Estados Unidos, y 500 personas en cada uno de los siguientes países: Argentina, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de la India está compuesta por aproximadamente 2200 personas, de las cuales unas 1800 fueron entrevistadas en persona y 400 por Internet.

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

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

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada país refleje mejor 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 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 +/-1 punto porcentual más o menos que el resultado real, esto 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 = 1000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y en la que N = 500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

Para más información

Melissa Dunne
Senior Data Journalist
Ipsos

Melissa.Dunne@ipsos.com