

El negocio de la soledad.

La floreciente industria de la compañía en el siglo XXI.

1. La epidemia invisible.

Vivimos en la sociedad más conectada tecnológicamente de la historia y, sin embargo, nunca nos hemos sentido tan solos. Esta paradoja es el punto de partida de uno de los fenómenos sociales más profundos y menos comprendidos de nuestro tiempo, la epidemia de soledad.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha elevado la soledad a la categoría de prioridad global de salud pública. Según su Comisión de Conexión Social, una de cada seis personas en el mundo (aproximadamente el 15,8%) afirma sentirse sola. La cifra es escalofriante: 871.000 personas mueren cada año a causa de la soledad, una media de 100 muertes por hora.

La OMS ha constatado que el aislamiento social y la soledad aumentan el riesgo de mortalidad prematura entre un 14% y un 32%, un efecto comparable al del tabaquismo, el consumo excesivo de alcohol o la obesidad. La soledad aumenta el riesgo de enfermedades cardiovasculares, accidentes cerebrovasculares, diabetes tipo 2, deterioro cognitivo y demencia. Las personas solas tienen el doble de probabilidades de sufrir depresión. La soledad no solo es un estado de ánimo.

La ironía es que, mientras la soledad se convierte en una epidemia global, vivimos rodeados de tecnologías diseñadas para conectarnos entre nosotros. Las redes sociales, las aplicaciones de mensajería, de videollamadas... todo parece acercarnos, pero, en realidad, nos aísla. El uso excesivo de medios digitales, especialmente entre los jóvenes, es uno de los factores que impulsa la desconexión social, hasta el punto de que algunos países están legislando para regular su utilización temprana.

2. La soledad como problema de Estado: el caso de Japón.

Si hay un país que ha comprendido la gravedad del problema, es Japón. La nación que nos regaló el *hikikomori* (el fenómeno de aislamiento social prolongado que afecta a más de un millón de personas) ha llevado la lucha contra la soledad a las más elevadas instancias políticas.

En 2021, Tetsushi Sakamoto fue nombrado ministro para la Soledad y el Aislamiento, una respuesta directa al aumento de suicidios y al retraimiento social que el país sufrió durante la pandemia. Cuatro años después, en 2025, Mihara Junko ocupó ese ministerio.

De hecho, Japón ha compartido sus experiencias con representantes de otros once países, demostrando su interés por afrontar un problema que considera un desafío global y para el que cree necesaria la cooperación internacional.

El problema en Japón posee raíces profundas. Cuenta con una de las poblaciones más envejecidas del mundo y una tasa de natalidad en declive. Las familias son más pequeñas y los jóvenes retrasan cada vez más el matrimonio. Un número creciente de personas están solas, común solas y viven alejadas de cualquier círculo social.

Incluso ha desarrollado una "cultura en solitario" (*Ohitorisama*): restaurantes con asientos para comensales individuales, karaokes para una sola persona, viajes organizados para turistas solos e incluso paquetes de boda donde quienes los contratan pueden vestirse de novio o novia y hacerse fotos profesionales sin pareja.

Como se analizará más adelante, la soledad no solo se ha normalizado, sino que también se ha mercantilizado hasta en sus expresiones más íntimas.

3. La dimensión del problema en Occidente.

En Europa y Estados Unidos la soledad no deseada también está muy presente y la tendencia no deja de crecer.

En el caso de España, 5,5 millones de personas viven solas, cifra que ha aumentado en medio millón desde 2021. Los hogares unipersonales representan el 28% del total en comparación con el 21% de tan solo hace dos décadas. Y las proyecciones señalan que en 2039 alcanzará los 7,5 millones. La soledad ha dejado de ser un fenómeno asociado únicamente a la vejez para extenderse a todas las edades y clases sociales.

De hecho, los jóvenes son los más afectados. Según la OMS, entre el 17% y el 21% de las personas entre 13 y 29 años reconocen sentirse solas. Un informe de OBS Business School indica que los menores de 25 años tienen hoy muchas más oportunidades para relacionarse que las generaciones anteriores y, sin embargo, nunca se habían sentido tan solos. El móvil se ha convertido en su "verdadero cordón umbilical con la realidad".

En Europa, los hogares unipersonales sin hijos crecieron un 16,9%, casi el triple que el resto de los hogares. Vivir solo ha dejado de ser la excepción.

4. La paradoja del Sur Global.

Uno de los datos más reveladores del informe de la OMS es que la soledad es más común en los países de ingresos bajos, el 24,3% de su población, que en los de ingresos altos, el 11%. Es decir, la soledad posee una prevalencia en el Sur Global que más que duplica la de Occidente.

Esta cifra desafía el relato de que la soledad es un "problema de ricos" o un subproducto de la modernidad occidental. Al contrario, afecta a todos los países, pero es en los más pobres donde se combina con otras vulnerabilidades como la falta de infraestructura comunitaria, un menor acceso a los servicios de salud mental y unos sistemas de apoyo social más frágiles.

Por contra, el Sur Global conserva formas de socialización que Occidente ha perdido: familias extensas, comunidades cohesionadas y redes de apoyo vecinal.

La paradoja es que la soledad no deseada es mayor precisamente donde esas redes se están erosionando por la migración, la urbanización y la presión económica. Y es menor en Occidente, en términos relativos, donde la soledad no es tanto un problema de falta de contacto físico sino de insuficiente intensidad de las conexiones sociales.

De hecho, la OMS distingue entre el aislamiento social (la falta objetiva de relaciones) y la soledad (el sentimiento subjetivo de desconexión). En otros términos, Occidente está lleno de gente rodeada de personas que se sienten solas.

5. Los mecanismos que generan soledad.

La epidemia de soledad no es un accidente, es el resultado de mecanismos estructurales que el sistema ha favorecido o permitido:

El individualismo como ideología. La sociedad occidental nos ha enseñado que el éxito es individual, que la responsabilidad es personal y que la felicidad depende de nosotros mismos. Esta ideología nos ha aislado, convertido en competidores en lugar de en compañeros y nos ha hecho sentir que pedir ayuda es un fracaso.

La sustitución de lo comunitario por lo digital. Las plazas, los bares y los centros vecinales han sido reemplazados por pantallas. Las relaciones cara a cara han sido sustituidas por interacciones mediadas y el contacto humano real por la ilusión de la conexión. El resultado es que estamos más conectados tecnológicamente pero más aislados humanamente.

La precarización del trabajo y la vivienda. Los contratos temporales, la movilidad forzada y la dificultad para acceder a una vivienda estable dificultan la construcción de redes sociales duraderas. Las relaciones se vuelven líquidas, provisionales y desechables.

El envejecimiento de la población. En países como España, el envejecimiento progresivo de la población y el aumento de la esperanza de vida, especialmente entre las mujeres, están generando una creciente proporción de personas que viven solas en la vejez.

El cambio en los modelos de relación. Más divorcios, menos matrimonios y el retraso en la formación de parejas estables. La proporción de solteros de entre 25 y 34 años se ha duplicado en los últimos 50 años en los países desarrollados.

6. El negocio de la soledad.

Donde hay una necesidad hay un negocio y la soledad no es una excepción. Se ha convertido en un mercado en expansión que mueve miles de millones de euros a través de modelos de negocio de lo más variado:

Aplicaciones de citas. Son el negocio más consolidado. Como señala el informe de Francisco Torres publicado 2026 en el medio especializado en economía y negocios [Sustainabl.net](https://sustainabl.net), "las aplicaciones de citas monetizan fundamentalmente la esperanza, no venden relaciones sino la posibilidad de una relación".

Aplicaciones de amistad. Bumble BFF lanzó su función de amistad en 2016. Desde entonces han surgido decenas de plataformas para encontrar amigos, no parejas. La amistad, que antes surgía de forma espontánea, ahora se busca con un algoritmo.

Alquiler de amigos. En España, plataformas como AlquiFriend permiten alquilar un amigo. Los precios oscilan entre los 5 y 25 euros la hora, dependiendo del perfil y ciudad. Los usuarios pueden contratar compañía para ir al cine, pasear, hacer deporte e incluso para asistir acompañados a eventos sociales. Otras aplicaciones como Rent a Friend o Rent a Cyber Friend ofrecen servicios similares.

Cenas con desconocidos. Plataformas como Timeleft o We Are Mussa organizan comidas para que desconocidos se encuentren. We Are Mussa funciona con un modelo de suscripción mensual y se presenta como un club de mujeres cuya finalidad principal es fomentar "la conexión social, el crecimiento personal y la creación de vínculos fuera de las pantallas".

Chats con robots. Cuando la compañía humana es excesivamente cara o difícil de conseguir, los bots la suplen. Se trata de aplicaciones que simulan ser amigos que escuchan y responden para combatir la soledad a través de diálogos con máquinas.

Residencias de lujo para mayores. El envejecimiento de la población ha generado un mercado de "residencias 2.0" que no se limitan a alojar y atender, sino que ofrecen "un estilo de vida al alcance de las rentas más elevadas".

El informe de OBS Business School lo resume con claridad: "La soledad no deseada se ha convertido en una fuente inagotable de negocios". La soledad, que debería ser un problema social por combatir, ha dado lugar a una infinidad de servicios que comprar.

7. ¿Qué hacer? Propuestas para reconectar.

Frente a esta realidad, este ensayo propone soluciones que necesariamente han de cuestionar nuestra actual forma de vida, auténtica raíz de las condiciones que desembocan y agravan los problemas de soledad de los que hablamos. Estas son algunas:

Recuperar lo comunitario. Las ciudades y pueblos necesitan espacios de encuentro que no solo sean comerciales: plazas, centros vecinales, bibliotecas y parques. La OMS recomienda mejorar la "infraestructura social" y apoyar a los grupos y servicios locales que unen a las personas.

Limitar el tiempo de pantalla, especialmente entre los jóvenes. El uso excesivo de medios digitales es un factor reconocido de desconexión social. La educación digital debe incluir no solo competencias técnicas, sino también una reflexión crítica sobre el uso de la tecnología.

Políticas de Estado contra la soledad. Japón ha dado el paso de crear un ministerio específico. El Reino Unido también nombró un ministro para la soledad en 2018. España podría seguir el ejemplo, integrando la lucha contra la soledad en las políticas de salud pública, vivienda y bienestar social.

Fomentar el asociacionismo y el voluntariado. Las organizaciones comunitarias, los clubes deportivos, las asociaciones vecinales y el voluntariado son formas de participación social que generan vínculos que combaten la soledad. Deberían ser apoyadas desde las administraciones públicas.

Repensar el urbanismo. Las ciudades habrían de diseñarse para facilitar el encuentro y no el aislamiento. Calles peatonales, espacios verdes y equipamientos de proximidad. La soledad también se combate con un urbanismo que favorezca la convivencia.

Revisar los modelos de trabajo y vivienda. La precariedad laboral y la dificultad de acceso a la vivienda son factores que dificultan la construcción de redes sociales estables. Políticas que garanticen empleo estable y vivienda asequible son también políticas contra la soledad.

8. La soledad como síntoma.

La epidemia de soledad no es un accidente, es el síntoma de un modelo de sociedad que ha priorizado el individuo sobre la comunidad, el consumo sobre la relación y las pantallas sobre los lugares de encuentro. La soledad no solo es un problema personal sino un problema estructural.

Y como todo problema estructural, no se resuelve con aplicaciones, ni con amigos de alquiler, ni con más tecnología. Necesita políticas públicas, cambios culturales y una redefinición de lo que entendemos por una buena vida.