



Abril de 2019

IPSOS UPDATE

Una selección de los estudios
y reflexiones más recientes de
los equipos de Ipsos en todo el
mundo

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS



BIENVENIDOS

Te damos la bienvenida al número de abril de *Ipsos Update*, nuestro resumen de los estudios y reflexiones más recientes de los equipos de Ipsos en todo el mundo.

El objetivo de *Ipsos Update* es sencillo: presentar aspectos de lo «Mejor de Ipsos» en un formato fácil de entender. Esto implica que hemos querido centrarnos en lo importante, es decir, en contenidos que tengan relevancia para más de un mercado o campo de investigación especializado.

Además, se facilitarán enlaces a distintos artículos de opinión y fuentes de información, así como a los compañeros de Ipsos que se han encargado de cada artículo.

Esperamos que te resulte de utilidad. Envíanos tus comentarios o ideas a IKC@ipsos.com, o indícanos si quieres suscribirte a los próximos números.

Gracias.

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Versión 1 | Público

GAME CHANGERS



LOS DISPOSITIVOS DE SALUD CONECTADOS

Una hoja de ruta hacia el éxito

Los dispositivos de salud conectados, es decir, el uso de la tecnología para proporcionar servicios de atención sanitaria a distancia, se están convirtiendo en una tendencia global. Nuestro equipo del área sanitaria ofrece una visión general de los desarrollos actuales y las oportunidades del futuro.

EL CONSEJO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

El informe más internacional hasta la fecha

Las últimas reflexiones y prácticas en cuanto a la gestión de la reputación corporativa del Consejo de Reputación de Ipsos, con la participación de 154 comunicadores experimentados de 20 países diferentes.

UN MUNDO APARTE

¿Vivimos en burbujas sociales?

Nuestro nuevo estudio global para la colección *BBC Crossing Divides* destaca que existe una división entre los que creen que las diferentes opiniones políticas son saludables o perjudiciales para la sociedad.

¿QUIÉN TIENE EL LIDERAZGO EN CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES?

La situación de los partidos ecologistas en el mundo

¿Están provocando realmente las preocupaciones medioambientales un incremento de los votos a los partidos ecologistas en todo el mundo? Y si no es así, ¿cuál podría ser el motivo? Nuestro nuevo informe revela un panorama completo de todas las tensiones políticas entre los partidos ecologistas de 8 países diferentes.

EL PANORAMA CAMBIANTE DE LA COCINA INDIA

¿Está cambiando a una velocidad rápida o lenta?

Un informe sobre la India presenta siete aspectos clave de las tendencias en alimentación y bebidas del país, teniendo como referencia distintas perspectivas históricas, sociales y científicas sobre cómo está cambiando su gastronomía.

LOS SEIS CONCEPTOS DE NACIONALIDAD

Una división global de grupos en cuanto a inclusividad

Un nuevo análisis basado en el informe «La inclusión social en las nacionalidades» de Global Advisor clasifica a la población de 25 países en seis grupos diferentes según su concepto de «nacionalidad».

LA REALIDAD VIRTUAL

¿Una mera propaganda o forma parte del futuro?

¿Cómo podrían la realidad virtual, la realidad aumentada y la realidad mixta hacer que los estudios de mercado fueran mejores, más rápidos y más rentables, e incluso más atractivos, para los participantes y los clientes? Nuestro nuevo informe evalúa las expectativas y el potencial que ofrecen las tecnologías incipientes.

GRANDES ESPERANZAS

Consejos para garantizar el éxito en el uso de herramientas de análisis de texto

Nuestro último informe técnico sobre el análisis de texto analiza las medidas que pueden llevarse a cabo para garantizar un mayor éxito en el uso de estas herramientas cada vez más potentes y ofrece cinco reglas básicas poder sacar el máximo partido.



LOS DISPOSITIVOS DE SALUD CONECTADOS: UNA HOJA DE RUTA HACIA EL ÉXITO

¿Cuáles son las oportunidades y los problemas que plantean los dispositivos de salud conectados?
¿Cómo influirán en el sistema sanitario tradicional?

Los primeros pasos en la incorporación de los dispositivos de salud conectados entre la población vinieron de la mano de Apple Watch y Fitbit. Pero ya es un hecho que las tecnologías sanitarias se encuentran en constante evolución y que cada vez existe una oferta más amplia, como los servicios de telemedicina, las opciones de tratamiento mediante dispositivos digitales y los servicios de gestión de la salud de la población.

Nuestro nuevo informe técnico argumenta que los dispositivos de salud conectados se encuentran en la fase inicial de incorporación al sistema sanitario tradicional.

Estos dispositivos podrían redefinir la relación entre los médicos y los pacientes, puesto que se otorgaría a estos últimos un mayor sentimiento de propiedad. Además, los posibles beneficios económicos de reducir la carga de trabajo de los sistemas sanitarios son bastante evidentes.

Sin embargo, existen algunos obstáculos que habría que superar, incluido el aprendizaje de los mismos y su aprobación. Por ejemplo, el 70 % de los encuestados en 28 países afirman que utilizarían un dispositivo de salud conectado si se lo recomendara su médico.

Este informe también proporciona algunas recomendaciones para desarrollar un dispositivo de salud conectado, que debe tener un propósito claro y delimitado, además de haber sido probado en diferentes usuarios para examinar su diseño y funcionalidad.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL PANORAMA CAMBIANTE DE LA COCINA INDIA

¿Qué nuevas oportunidades existen en el sector de la alimentación y las bebidas en la India?

La gastronomía india se ha encontrado en permanente transformación a lo largo de los años, pero en un mundo cada vez más interconectado, estos cambios están llegando ahora mucho más lejos. Este informe trata de comprender tanto el alcance de esta transformación como la velocidad a la que avanza.

La ciencia que estudia las preferencias de la población por determinados tipos de comida predice que la gastronomía irá cambiando de forma progresiva con el paso del tiempo, pero son los factores de carácter situacional como el aumento de los ingresos, el crecimiento de zonas urbanizadas y la adopción de nuevas tecnologías lo que está contribuyendo a la aceleración de esta transformación.

Esto significa que la gran variedad de sabores y aromas típicos de la India no sufrirá importantes cambios y que probablemente afectará a otros ámbitos que no estén relacionados con el sabor de la comida.

En cualquier caso, habrá diferentes oportunidades de innovación y, entre ellas, se incluyen las siguientes:

- La aparición de nuevas cocinas de otras zonas en contraposición al sentimiento habitual de que cada individuo piensa que la gastronomía de su ciudad es la mejor.
- El contenido nutricional como una acertada estrategia de marketing para los alimentos de producción masiva.
- El aumento de la popularidad de los servicios de restauración en comparación con la comida lista para consumir.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Version 1 | Public

GAME CHANGERS





INFORME ANUAL DEL CONSEJO DE REPUTACIÓN DE IPSOS (2018)

El último año ha sido testigo de multitud de escándalos de gran repercusión mediática relacionados con la reputación de determinadas empresas, sus dirigentes e incluso sectores industriales en su totalidad.

El informe del Consejo de Reputación de este año recoge los conocimientos de 154 comunicadores experimentados de 20 países diferentes para poder aprender a distinguir entre una crisis de reputación auténtica y una situación de inestabilidad del día a día, así como a desarrollar una capacidad de resistencia.

La mayoría de los miembros del Consejo (85 %) están de acuerdo en que la reputación afecta a los resultados financieros. Además, resulta determinante en las preferencias del consumidor, el apoyo de cualquier parte interesada o en la batalla por atraer a empleados con talento, es decir, una serie de factores que influyen en el éxito de ventas.

También opinan que los sectores que se están enfrentando a los mayores retos de reputación a nivel global son el sector financiero y el sector energético. Sin embargo, los más destacados en Norteamérica son el sector de los medios de comunicación y el sector tecnológico.

Todos ellos han compartido sus experiencias y algunas lecciones para hacer frente al nuevo fenómeno que se conoce como *techlash* o «reacción contra la tecnología», un fenómeno que está causado por las preocupaciones de la sociedad en torno a la privacidad, la filtración de datos, la inteligencia artificial y la automatización.

Asimismo, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- 3 de cada 5 miembros están *en desacuerdo* con la noción de que la confianza en las empresas se encuentra continuamente a la baja.
- 7 de cada 10 miembros están *en desacuerdo* en que las empresas deberían posicionarse debido a que la política se encuentra tan polarizada.
- El 86 % espera que los problemas relacionados con los datos personales y la privacidad afecten a su propia empresa.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Version 1 | Public

GAME CHANGERS





UNA CUESTIÓN DE NACIONALIDAD: ¿QUIÉN ESTÁ DENTRO Y QUIÉN ESTÁ FUERA?

Nuestro estudio concluye que existen seis tipos diferentes de percepciones sobre el concepto de nacionalidad en todo el mundo y que, a menudo, pueden coexistir dentro de un mismo país.

Para poder comprender mejor el concepto que se tiene de nacionalismo en el mundo, Ipsos ha llevado a cabo una encuesta en 25 países diferentes para preguntar a los encuestados sobre lo que ellos mismos consideran ciudadanos nativos «reales» de su país, según aspectos como la religión, el idioma, la etnia, la situación legal y la situación laboral, entre otros.

A partir de este análisis, hemos concluido que existen seis percepciones diferentes de nacionalidad dentro de diferentes sentimientos de inclusividad. En un extremo se encuentran los «posnacionalistas», que tienen un sentimiento incondicional y totalmente inclusivo del concepto de nacionalidad, mientras que en el otro extremo se encuentran los «nacionalistas étnicos», que restringen más el concepto de nacionalidad a aquellos que han nacido en su país, desde aquellos que pueden considerarse de pura raza nacional hasta aquellos que pertenezcan a los grupos religiosos predominantes.

A continuación, se detallan algunas diferencias entre estas percepciones según la zona geográfica:

- Estados Unidos y Canadá se posicionan como los países con un mayor concepto inclusivo de nacionalidad, donde el 57 % se corresponden con los denominados «legalistas» o «posnacionalistas».
- Muchos países europeos se sitúan como los grupos menos inclusivos, ya que existen porcentajes significativos de «nacionalistas étnicos» en Hungría (35 %), Italia (21 %), Polonia (21 %) y Alemania (21 %).

Esta división de grupos se basa en la [encuesta de inclusión social en las nacionalidades de 2018](#) por Global Advisor.

LEER MÁS

DESCARGAR

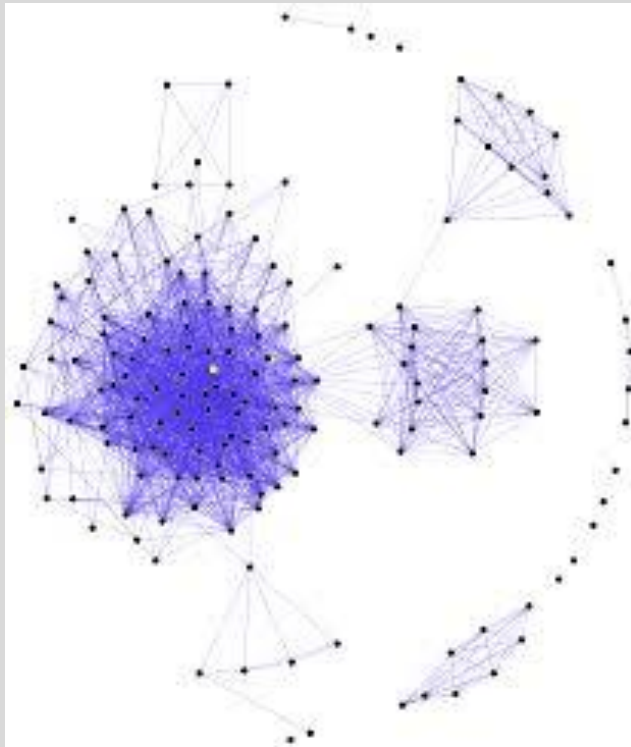
CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos | Version 1 | Public

GAME CHANGERS





¿VIVIMOS EN UN MUNDO APARTE?

Un estudio llevado a cabo por Ipsos para la BBC analiza la diversidad que existe en los círculos sociales de las personas procedentes de 27 países y cómo aceptan las diferencias entre ellas.

Más del 80 % de los encuestados perciben ciertas divisiones políticas en sus círculos sociales, pero su opinión difiere a la hora de considerar si estas diferencias son positivas o perjudiciales.

Un tercio de la población mundial opina que las divisiones políticas son saludables para la sociedad, pero un porcentaje similar considera que fragmentan a la sociedad y que son peligrosas.

Otras conclusiones principales:

- Una de cada dos personas a nivel global afirma que es importante escuchar a aquellos que sean diferentes a nosotros mismos.
- Por otro lado, un cuarto afirma que no merece la pena intentar mantener una conversación con personas que tengan ideologías políticas distintas.
- Dos de cada cinco se sienten más cómodos en grupos de personas que sean similares a ellos mismos. En este sentido, la población china tiende más a tener este tipo de opinión, en contraposición a Japón, Italia y Bélgica, que opinan de forma totalmente contraria.

[Participa en nuestro cuestionario](#) para averiguar si vives en una burbuja social o si formas parte de un grupo con diferentes formas de pensar.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LA REALIDAD VIRTUAL: ¿UNA MERA PROPAGANDA O PARTE DEL FUTURO?

La realidad virtual ha ido transformándose desde un hecho de ciencia ficción a un hecho de ciencia real, pero sin llegar a adoptarse de forma masiva. ¿Estará a punto de cambiar?

Las expectativas comerciales que planteaba la realidad virtual no han estado a la altura de las predicciones de los últimos tiempos. Mientras que algunos pensaban que se lograría hasta un beneficio de 4400 millones de dólares estadounidenses en 2016, la cifra real no ha superado ni los 1800 millones de dólares.

Sin embargo, nuestro nuevo informe argumenta que nos encontramos solo al inicio del camino que le queda por recorrer a la realidad virtual. Teniendo en cuenta que habrá un total de 2900 millones de usuarios de smartphones en el mundo para el año 2020, la tecnología móvil podría ofrecer el potencial necesario para que los consumidores llegaran a adoptarla de forma masiva.

Actualmente ya existen oportunidades potencialmente innovadoras en el campo de las tecnologías de realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta dentro del sector de la investigación. La inmersión del investigador en el papel del comprador, las pruebas multisensoriales, los estudios etnográficos, los medios de difusión y las pruebas de prototipos, entre otros, pueden ayudar a entender los diferentes puntos de vista de los consumidores.

De hecho, ya están en marcha diferentes colaboraciones innovadoras que están utilizando estas tecnologías incipientes, lo que hace posible que estemos ampliando constantemente los límites de nuestra realidad.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL AUGE DE LOS PARTIDOS ECOLOGISTAS EN EL MUNDO

La preocupación sobre el cambio climático ha ido aumentando considerablemente desde el año 2011. Pero, ¿supondrá también un crecimiento de los partidos ecologistas en todo el mundo?

El aumento de la preocupación por cuestiones medioambientales, como el cambio climático global, unido al escaso nivel de confianza en la clase política, puede germinar en un terreno fértil donde florezca una nueva era de partidos ecologistas.

Un análisis sobre este tipo de partidos en todo el mundo examina la complicada relación, y no necesariamente causal, entre la opinión pública y el porcentaje de votos que reciben los partidos ecologistas en un total de 8 países de Norteamérica y Europa.

En este estudio, se observa que también existen muchos otros matices en el voto de estos partidos, puesto que no solo se trataría de un voto dirigido exclusivamente a la protección del medioambiente, sino que también podría considerarse un voto de protesta, un voto procedente de la élite o, simplemente, un voto a la izquierda.

Sin embargo, los partidos ecologistas han perdido su monopolio en lo que respecta al cambio climático y al medio ambiente como un motivo de voto, ya que tendrán que competir con los partidos de centro-izquierda que incorporen este tipo de políticas en sus programas electorales.

Por tanto, es probable que los líderes de los partidos ecologistas tengan que optar estratégicamente por seguir siendo un partido con un propósito único y delimitado o adoptar un enfoque que encaje con más ideas convencionales.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



GRANDES ESPERANZAS: EL ANÁLISIS DE TEXTO

Cinco reglas básicas para garantizar el éxito en el uso de herramientas de análisis de texto.

El análisis de texto constituye una técnica establecida de muchos programas de estudios de mercado. Sin embargo, a medida que ha ido aumentando su popularidad, también lo han hecho las expectativas de lo que puede ofrecer.

Podemos decir que el listón se ha colocado muy alto para las soluciones de análisis de texto, pero inevitablemente en toda historia de éxito siempre hay algunas decepciones.

Teniendo esto en cuenta, este informe presenta cinco consejos para garantizar el éxito en el uso de herramientas de análisis de texto:

1. **Incitar** a los proveedores de servicios de análisis de texto a que expliquen de forma realista lo que se puede lograr y lo que no.
2. **Definir** de forma determinante lo que pueden ofrecer las herramientas de análisis de texto.
3. **Presentar** bases de datos de mayor tamaño para su análisis.
4. **Garantizar** que los datos sean realmente relevantes para los objetivos del estudio.
5. **Considerar** el análisis de texto en el marco de otras fuentes de datos.

En conclusión, el informe insta a tener un sentido de realismo pero con prudencia, y trata de recordarnos que las herramientas de análisis de texto no son perfectas puesto que son máquinas y, por tanto, no pueden replicar o reemplazar a los humanos.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



ARTÍCULOS

Día Internacional de la Mujer 2019

Un estudio llevado a cabo para el Día Internacional de la Mujer "Actitudes globales hacia la igualdad de género" en 27 países de todo el mundo busca profundizar a nivel global en el grado de preocupación sobre determinados aspectos relacionados con la igualdad entre hombres y mujeres.

Conclusiones del estudio:

- La mitad de personas (52 %) cree que hay más ventajas de ser hombre que ser mujer en la sociedad de hoy.
- Uno de cada tres de la población global se define como feminista. La gente es más probable pensar así en Sudáfrica y España y menos probable en Japón, Hungría y Rusia.
- A nivel global la mayoría está en desacuerdo que un hombre que se queda en casa para cuidar a los niños es menos hombre - pero hay una gran variedad de opiniones entre países.
- Más personas están en desacuerdo que en acuerdo (49 % vs 42 %) que cuando se trata de darle a las mujeres los mismos derechos que a los hombres, las cosas han avanzado lo suficiente.

LEER MÁS

Flair Italia 2019: 10 cosas que deberías saber

La edición de Flair Italia de 2019, *Communitarian and Cosmopolitan: The new divides* ofrece una perspectiva de la situación del país tras diferentes evoluciones reseñables de carácter económico y político.

Por un lado, está surgiendo un temor a la recesión a medida que los indicadores económicos han ido mostrando tendencias negativas a finales del 2018. También parece existir una reducción del gasto por parte de los consumidores y una creciente preferencia por el ahorro.

Por otro lado, el nuevo gobierno ha marcado un cambio en el contexto político y ha sido testigo de un aumento del optimismo por parte de la población. Por tanto, los 10 puntos clave que recoge el informe Flair abarcan diferentes aspectos que están relacionados con todo lo anterior, incluido las ideas de identidad y comunidad, la inmigración y la Unión Europea.

En cuanto a las tendencias de los consumidores en Italia, las marcas están haciendo uso de la simplicidad en los anuncios publicitarios, potenciando las experiencias de consumo y la personalización para poder lograr la fidelización de los clientes.

LEER MÁS

El panorama actual y futuro de Nigeria

Una primera encuesta sobre Nigeria revela la opinión de sus ciudadanos acerca de varios aspectos como la propia nación, su economía y su estilo de vida, entre otros.

Conclusiones del estudio:

- La población nigeriana continúa siendo fiel a los mercados al aire libre a pesar de haber invertido en nuevas formas de comercios durante las últimas dos décadas.
- La gran mayoría de la población de Nigeria posee un smartphone y lo utiliza como principal medio de acceso a internet.
- Es en el sector alimentario donde se gasta una mayor cantidad de dinero, pero los datos móviles ocupan un segundo lugar muy reñido, antes del transporte y la electricidad.
- La radio constituye la principal fuente de información para los nigerianos, seguida de la televisión. En este sentido, internet ha pasado a un segundo plano, ya que se utiliza principalmente como forma de entretenimiento.
- En cuanto a los problemas que afronta el país, la población nigeriana coincide en señalar su economía y la inflación de precios como principales problemas.

LEER MÁS



CONTACTO

Toda la información recogida en este número de *Ipsos Update* es pública y, por tanto, se encuentra a disposición tanto de miembros como de clientes de Ipsos.

Los contenidos se actualizan con regularidad en nuestro sitio web y redes sociales.

Envía tus comentarios o sugerencias de contenido para futuras ediciones a IKC@ipsos.com.

www.ipsos.com
[@ipsos](https://twitter.com/ipsos)

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS

