

IPSOS UPDATE

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

Febrero de 2020

BIENVENIDOS

Te damos la bienvenida al número de enero 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.

EN ESTE NÚMERO

PREDICCIONES PARA 2020

Desde el crac de los mercados mundiales a la visita de los extraterrestres

El 75 % de los encuestados en 33 países espera que el año 2020 sea mejor que el anterior. Además, descubrimos sus principales predicciones en una amplia variedad de temas.

CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO DE HÁBITOS

Las iniciativas para salvar el planeta comienzan en casa

La preocupación por el cambio climático ha logrado que 7 de cada 10 personas a nivel mundial cambien sus hábitos: desde reducir el consumo de agua y energía a incrementar su nivel de reciclaje de productos.

ENTRETENIMIENTO EN INDIA

Los grandes cambios en el consumo de contenido en línea

La aparición de servicios de streaming en internet en India está modificando las convenciones de la población. Con el fin de seguir indagando en este tema, hemos analizado los datos sociales del país..

BARÓMETRO DE EDUCACIÓN GLOBAL

¿Está consiguiendo la educación preparar a los jóvenes para el futuro?

En este nuevo informe analizamos en qué medida están satisfechas las generaciones jóvenes de 20 países con la educación que han recibido, así como su nivel de preparación y seguridad con respecto al futuro.

PERCEPCIONES SOBRE LOS DISTINTOS SEXOS

¿Habrá más o menos prejuicios en cuanto al sexo en el futuro?

Nuestras percepciones sobre rasgos de personalidad, tareas y cargos profesionales están determinadas por el sexo en unos países más que en otros. Hemos llevado a cabo una encuesta en 29 países.

EL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES

El mundo digital modificando la forma en la que compramos

Una nueva actualización de nuestro informe analiza las cinco tendencias principales con respecto al comportamiento de los compradores con ejemplos de los nuevos modelos de comercio electrónico y omnicanal.

LA MOVILIDAD SOCIAL

¿Vivirán los jóvenes mejor que sus padres?

Las opiniones con respecto a la prosperidad futura están muy divididas a nivel mundial. Las economías emergentes tienen más confianza en el bienestar económico de los jóvenes que los países desarrollados.

LA GENERACIÓN MILENIAL Y LAS GUERRAS

Opiniones de los futuros líderes sobre guerras y conflictos armados

Las guerras y los conflictos armados son algunas de las principales preocupaciones de la generación milenial en la actualidad, tanto en países en conflicto como en aquellos que están viviendo un periodo de paz.

PREDICCIONES PARA 2020

A pesar de que las predicciones a nivel mundial para este año no son, por lo general, muy optimistas, tres cuartas partes de la población mundial mantienen la confianza en que el 2020 será un mejor año para ellos.

En nuestra encuesta preguntamos a los ciudadanos de 33 países qué esperan que ocurra con respecto a los asuntos internacionales, la sociedad y la cultura en 2020. Entre las principales predicciones, se incluyen las siguientes:

- El 77 % de los encuestados a nivel mundial opina que las temperaturas medias globales van a aumentar. Los países que muestran más seguridad en este sentido son Turquía (89 %), Singapur (86 %) y Chile (85 %).
- El 56 % de los encuestados prevé que se producirán desórdenes públicos a gran escala en su país, subiendo al 82 % en Colombia y Chile, 79 % en Francia y 77 % en Sudáfrica.
- Mientras que el 52 % opina que la economía mejorará, el 36 % de los encuestados considera que es probable que se produzca un crac de los principales mercados bursátiles del mundo.
- El 15 % de la población mundial cree que es probable que los extraterrestres visiten la Tierra este año.

Dos tercios de la población a nivel mundial afirman que el 2019 fue un mal año para su país. No obstante, nuestros encuestados de todo el mundo muestran optimismo de cara al futuro y, es que, el 75 % afirma que el 2020 será mejor. Hay variedad en esta visión optimista: en Francia las opiniones están divididas en un 50/50.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



PERCEPCIONES SOBRE LOS DISTINTOS SEXOS

¿Hasta qué punto asocia la población a nivel mundial determinadas características, tareas y empleos con un sexo en particular?

Nuestra última encuesta realizada en 29 países determinó que Perú, España y Brasil son las naciones con menos prejuicios en cuanto al sexo, es decir, en lo que respecta al impacto que tiene el sexo de una persona tanto en la forma en la que los demás la perciben. Revela que el país con mayores prejuicios es Rusia, seguida de Serbia y China.

En cuanto a las características de personalidad y las tareas que se asocian a un sexo en particular, «la fuerza» es la cualidad que más se relaciona con el hombre – con el 35 % de la población mundial (el 65 % en Rusia). Con respecto a las mujeres, el 23 % de los participantes relaciona con ellas la característica de «preocuparse por los demás». En este sentido, Alemania ostenta el porcentaje más alto, el 34 %.

Las opiniones en cuanto a las tareas del hogar son más homogéneas a nivel mundial, ya que parece existir una clara división en función del sexo. Las profesiones también se ven influidas por este tipo de percepciones. La medicina, la ciencia y la política son percibidas a nivel mundial como profesiones masculinas. De hecho, la enseñanza es la única profesión de la encuesta que se asocia más a las mujeres.

¿Cómo se percibirán los sexos en el futuro? Quizá es una cuestión que no se ha planteado mucha gente en profundidad: por ahora el 25 % de la población mundial opina que dentro de cinco años se asociarán menos aspectos a determinados sexos, aunque el 15 % cree lo contrario. El 46 % de los encuestados no espera que haya un gran cambio.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO DE HÁBITOS

Hemos preguntado a ciudadanos de 28 países si han cambiado su rutina diaria como consecuencia de su preocupación por el cambio climático.

Cerca de 7 de cada 10 consumidores (69 %) de todo el mundo afirman haber cambiado su comportamiento en los últimos años debido a su preocupación por el cambio climático. Los países con los porcentajes más elevados son India (88 %), México (86 %), Chile (86 %), China (85 %), Malasia (85 %) y Perú (84 %).

Estas pequeñas acciones para minimizar el impacto individual en el cambio climático suelen centrarse en el hogar, por ejemplo:

- Utilizar una menor cantidad de agua (una medida mencionada por el 60 % de las personas que afirman haber hecho cambios, o el 41 % de todos los adultos)
- Reciclar más y con mayor frecuencia (57 %/39 %)
- Utilizar menos energía en el hogar (55 %/38 %)

No obstante, estos comportamientos son diferentes en cada país. El reciclaje y la reutilización de productos es más frecuente en Australia, Canadá, Gran Bretaña y Nueva Zelanda; la concienciación con respecto al uso de agua está más extendida entre los sudafricanos y para los alemanes el impacto ambiental de los alimentos.

En el lado opuesto, casi la mitad de los japoneses (47 %) han indicado que no han puesto en práctica dichos cambios, algo que también aplica a más de un tercio de los estadounidenses (36 %), los holandeses y los rusos (35 % en ambos).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES

En un mundo en continuo cambio, los comercios deben adaptarse a las últimas tendencias para seguir siendo relevantes y poder hacer frente a sus competidores.

En la nueva actualización de 2020, nuestro informe presenta las cinco tendencias principales que definen los cambios en los comportamientos de los consumidores.

Debido a la creciente complejidad de las opciones de compra, los consumidores tienden a elegir una especie de «atajos» a la hora de tomar decisiones. Teniendo en cuenta que la fluidez es el aspecto que más se valora, los comercios deben ofrecer soluciones sin contratiempos y la mayor comodidad mediante modelos de negocio omnicanal, es decir, en los que confluye el mundo digital y físico.

Dado que el entorno digital puede tanto reforzar como dificultar las decisiones de compra, las marcas deben conectar con los consumidores en los momentos más importantes. El comercio social está creciendo gracias al uso de aplicaciones de mensajería y de la publicación de contenido comprable en Instagram, por ejemplo.

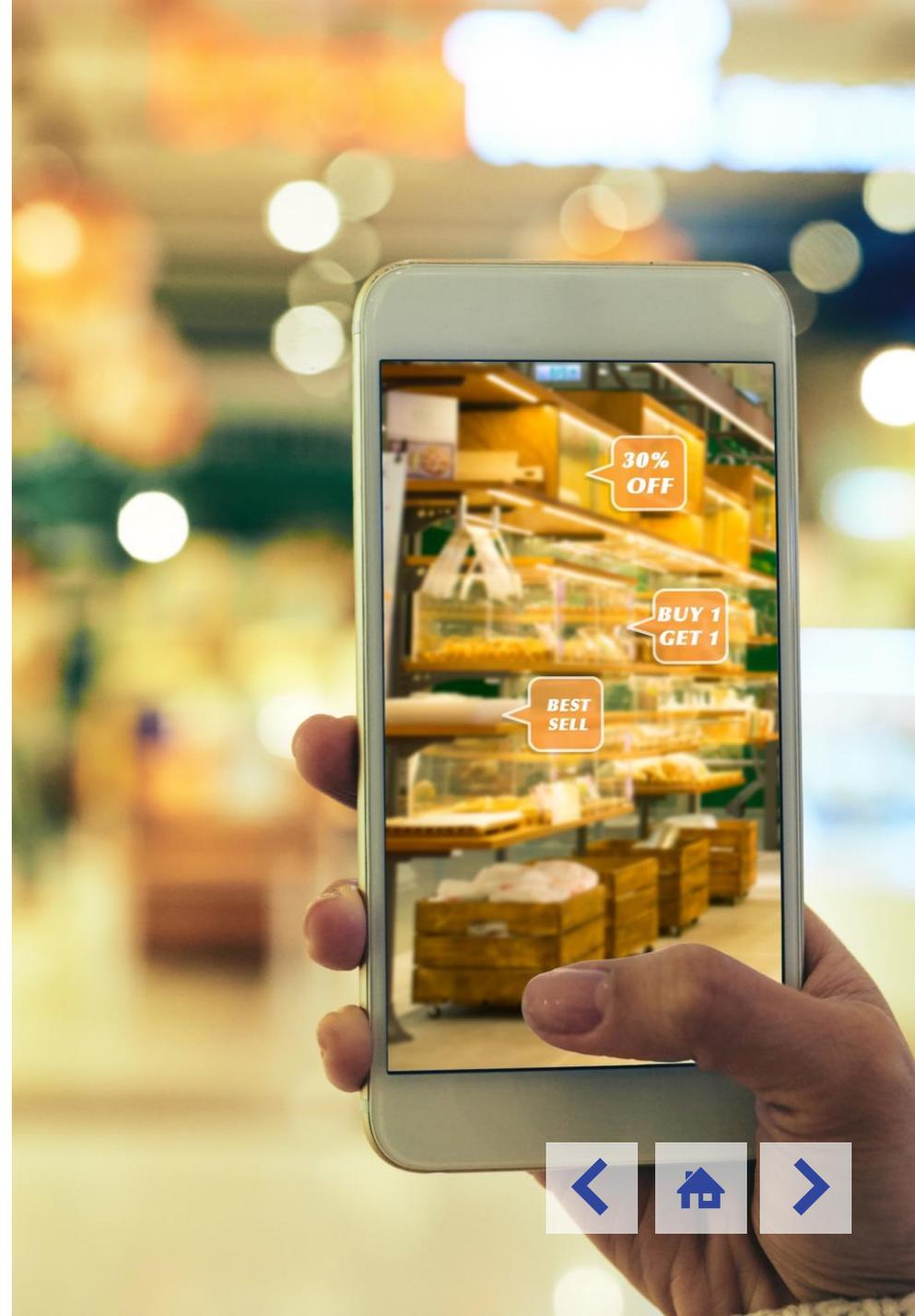
En lo que respecta al comercio electrónico, representa el 14 % de todas las ventas a nivel mundial y se espera que siga aumentando. Sin duda, están apareciendo de forma constante nuevos modelos de negocio y, a veces, categorías inesperadas.

Por último, cabe mencionar que la activación por voz y los asistentes digitales con inteligencia artificial son herramientas que utilizarán cada vez más los consumidores durante sus experiencias de compra.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



ENTRETENIMIENTO EN INDIA

Mediante el uso de inteligencia social, analizamos cómo los servicios de streaming en internet están cambiando los hábitos de consumo de entretenimiento mediático en India.

Los tradicionales modelos de televisión basados en «sintonizar» y «consumir lo que se esté retransmitiendo» están derivando hacia una nueva era de libertad de elección, el modelo «a demanda». El consumo de contenidos en los servicios de streaming se está popularizando a gran escala, gracias, en parte, a las infraestructuras digitales. De hecho, India es el país en el que más rápido está creciendo el mercado de móviles del mundo; la mitad de sus 500 millones de usuarios de internet utilizan únicamente el teléfono móvil.

Para comprender mejor qué tipo de contenidos en línea son más populares en India, nos basaremos en los tres temas principales que han revelado nuestros análisis de las redes sociales:

1. **Realismo:** la audiencia ha dejado de querer buscar una «vía de escape» a través de la fantasía o el idealismo, ya que ahora están dispuestos a aceptar una realidad imperfecta.
2. **Moneda social:** compartir opiniones sobre el contenido en línea permite a las personas sentirse parte de una conversación.
3. **Individualismo:** los espectadores pueden tomar sus propias decisiones con respecto a lo que ver en función de sus preferencias.

Teniendo en cuenta lo anterior, analizamos las diferencias entre el contenido en línea y sin conexión y planteamos si ambos pueden coexistir en el futuro del entretenimiento.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LA MOVILIDAD SOCIAL

Existe una división muy importante en lo que respecta a las expectativas globales de que mejore la calidad de vida y las oportunidades en el futuro.

Nuestra encuesta en colaboración con el Foro Económico Mundial realizada en 33 países se trata de si los jóvenes tendrán mejor o peor suerte que sus padres. Entre las conclusiones del estudio, se incluyen las siguientes:

- Cuatro de cada cinco encuestados considera que los jóvenes de hoy en día disfrutarán de mejores condiciones en lo que se refiere al acceso a la información (82 %) y al entretenimiento (80 %).
- Más de tres de cada cinco participantes opina lo mismo sobre la capacidad de los jóvenes para viajar al extranjero (67 %) y recibir una buena educación (64 %).
- Justo la mitad (52 %) afirma que los jóvenes de hoy tienen más posibilidades de lograr el éxito en su trayectoria profesional.
- No obstante, solo cuatro de cada diez afirma que los jóvenes superarán a sus padres en lo que respecta a contar con suficiente dinero para vivir bien (42 %).

Los resultados muestran un contraste muy marcado entre los países emergentes y los desarrollados. El optimismo reina en la mayoría de los países emergentes, al contrario que en la mayoría de las economías más avanzadas, donde escasea. El pesimismo con respecto al bienestar económico y la seguridad laboral de los jóvenes está a la orden del día en Europa Occidental, Norteamérica, Australia, Japón, Corea del Sur e Israel.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



BARÓMETRO DE EDUCACIÓN GLOBAL

En una nueva encuesta llevada a cabo en 20 países pedimos a los jóvenes que evalúen en qué medida les ha preparado su educación para el futuro.

Nuestra encuesta revela que los jóvenes valoran la escolarización y expresan su satisfacción general con la educación que han recibido, especialmente los jóvenes finlandeses – ya que más del 44 % de encuestados afirma que están «completamente satisfechos» con ella.

Además, esperan que la educación los prepare para el futuro a nivel personal, es decir, proporcionándoles habilidades y conocimientos útiles para desarrollar su trayectoria profesional.

Por el contrario, los jóvenes se sienten menos preparados para aportar aspectos positivos al mundo que los rodea. Concretamente, el 87 % de los jóvenes creen que su generación tiene la responsabilidad de cambiar el mundo para mejor, pero solo la mitad de ellos se sienten capacitados para hacerlo.

A pesar de que el acceso al empleo es la tercera preocupación principal para esta generación, se sitúa por debajo de otras preocupaciones como la «pobreza y la desigualdad social» y «el cambio climático y el medio ambiente».

En lo que respecta a la forma en la que podría mejorarse la educación, los jóvenes opinan que las experiencias de aprendizaje deberían ser más diversas y centrarse más en las nuevas tecnologías, la creatividad y la colaboración. Por último, conviene subrayar que uno de cada dos encuestados considera que los sistemas educativos de sus países no ofrecen igualdad de oportunidades para todos.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LA GENERACIÓN MILENIAL Y LAS GUERRAS

Investigamos las opiniones sobre los conflictos armados de una generación que representa los futuros líderes.

En nuestra nueva encuesta para el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) preguntamos a los mileniales de 16 países lo que opinan sobre temas relacionados con la guerra y los conflictos armados. El estudio analiza tanto a los países afectados por conflictos armados (como Afganistán, Colombia, Israel, Palestina, Nigeria, Siria y Ucrania) como a aquellos que se encuentran en un periodo de paz (Francia, Indonesia, Malasia, México, Rusia, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos y Sudáfrica). Entre las principales conclusiones incluyen:

- En todos los países, el 45 % de los mileniales considera que las «guerras y los conflictos armados» son uno de los problemas más importantes que afectan a la población mundial en la actualidad.
- El 75 % de los participantes opina que la mayoría de las guerras y conflictos armados podrían evitarse, aunque solo dos de cada cinco cree que en el futuro habrá menos guerras y conflictos que en la actualidad. De hecho, aquellos que residen en países en guerra tienen más esperanza en este sentido que los que viven en países en un periodo de paz (46 % frente a 30 %).
- Más de 8 de cada 10 considera que las armas nucleares son una amenaza para la humanidad y más de la mitad cree que es más probable que improbable que ocurra un ataque nuclear en la próxima década. Sin embargo, este aspecto genera menor preocupación a esta generación que problemas de la corrupción, el terrorismo, la pobreza y el calentamiento global.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



ARTÍCULOS

¿QUÉ PREOCUPA AL MUNDO?

El año empieza con una mayoría de población de todos los países (61 % de media) afirmando que su país no está avanzando en la dirección adecuada. Los países menos optimistas son Italia (83 %), Sudáfrica (79 %), Francia (79 %) y España (78 %).

Como cada mes, nuestra encuesta «What Worries the World» presenta una visión global de los aspectos políticos y sociales que más preocupan a la población de 28 países.

Los últimos resultados de enero de 2020 revelan que la pobreza y la desigualdad social son la mayor preocupación a nivel mundial. De hecho, el 34 % de encuestados de todos los países afirman que se trata del problema principal de su país. En otras palabras, se encuentra por encima del desempleo (31 %), la corrupción política y financiera, y el crimen y la violencia (ambos, 30 %).

Al comprobar los datos que hemos recogido durante diez años en este tipo de estudio, hemos podido comprobar que existe tanto estabilidad como un cambio. El desempleo ha sido la mayor preocupación a nivel mundial hasta mediados de 2018. Desde entonces, se ha evidenciado una diferencia menor entre las tres principales preocupaciones, a pesar de que todavía existan grandes variaciones entre países.

[LEER MÁS](#)

LA AUTOMATIZACIÓN EN LOS EMPLEOS

Nuestra encuesta en colaboración con el Foro Económico Mundial, que se ha realizado en 28 países, analiza las expectativas de la población en cuanto a la probabilidad de que se automaticen los empleos, así como su nivel de seguridad en lo que respecta a sus habilidades y su puesto de trabajo.

Más de un tercio de los trabajadores de 28 países (35 %) cree que es probable que su puesto de trabajo se automaticen en los próximos 10 años. En este sentido, los ciudadanos que auguran en mayor medida este tipo de automatización son los habitantes de India (71 %), Arabia Saudí (56 %), China (55%), Brasil (51 %) y México (50 %).

En el lado opuesto, solo el 14 % de los alemanes y húngaros, el 16 % de los holandeses, el 17 % de los británicos y el 19 % de los franceses creen que es posible.

A pesar de que los habitantes de India son los que consideran más probable que su trabajo se automaticen, también demuestran la mayor confianza en cuanto a poseer las habilidades necesarias para que su puesto continúe existiendo.

Con respecto al resto de los 28 países, siete de cada diez trabajadores (69 %) están seguros de contar con las habilidades necesarias para mantener su puesto de trabajo actual.

[LEER MÁS](#)

LAS CLAVES PARA CONVERTIRSE EN UN EXPERTO EN TALLERES

Puesto que, en estos tiempos tan acelerados, ha crecido el interés por maximizar el impacto que tienen los resultados de las investigaciones en los negocios, el retorno de la inversión (ROI) para los estudios de mercado es ahora más importante que nunca. Esto se traduce en una mayor focalización en el paso crucial de la «activación».

Veronique Verellen, directora global de servicios de estudios cualitativos y talleres de Censydiam para Ipsos UU, ha colaborado con Emma Grand en el último episodio de *Insight Out*. Durante el mismo, habla sobre cómo simplificar los talleres y cómo sacar partido de ellos para poner en práctica e implementar lo aprendido en los estudios de mercado. Además, nuestra directora comparte algunas de las lecciones que ha aprendido.

Los talleres con los clientes permiten proporcionar una experiencia más humana y desarrollar la empatía que resulta necesaria para llevar a cabo las medidas relevantes.

En definitiva, invitar a los consumidores a que expresen ellos mismos sus experiencias y anécdotas reales en los talleres podría ser una estrategia útil y reveladora para que los principales implicados puedan apreciar algunos temas familiares desde diferentes puntos de vista.

[LEER MÁS](#)

RECOPIACIÓN DE ENLACES

PREDICCIONES PARA 2020

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/global-predictions-2020>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/predictions-2020-global-advisor-charts-ipsos.pdf>

Contacto: Gideon.Skinner@Ipsos.com

PERCEPCIONES SOBRE LOS DISTINTOS SEXOS

Leer más información:

<https://future.ipsos.com/category/gender>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/global-advisor-gender-2020.pdf>

Contacto: Matt.Carmichael@Ipsos.com

CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO DE HÁBITOS

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/saving-planet-starts-home>

Descargar:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/report-global-advisor-climate-change-consumer-behavior-final_0.pdf

Contacto: Nicolas.Boyon@Ipsos.com

LA EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPRADORES

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/evolution-shopper-behaviour-2020>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-01/evolution-shopper-behaviour-jan2020-ipsos.pdf>

Contacto: Stuart.Wood@Ipsos.com

LINK SUMMARY

ENTRETENIMIENTO EN INDIA

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/evolution-entertainment-india>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-01/evolution-of-entertainment-in-india.pdf>

Contacto: Ashwini.Sirsikar@Ipsos.com

LA MOVILIDAD SOCIAL

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/global-divide-social-mobility>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/report-global-advisor-social-mobility-2020.pdf>

Contacto: Nicolas.Boyon@Ipsos.com

BARÓMETRO DE EDUCACIÓN GLOBAL

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/wise-global-education-barometer-2020>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-01/wise-global-education-barometer-2020-ipsos-report.pdf>

Contacto: Amandine.Lama@Ipsos.com

LA GENERACIÓN MILENIAL Y LAS GUERRAS

Leer más información:

<https://www.ipsos.com/en/millennials-are-against-use-nuclear-weapons-any-circumstances>

Descargar:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/ipsos_millennials_on_war_full_report_1.pdf

Contacto: Hana.Baronijan@Ipsos.com

RECOPILOCIÓN DE ENLACES

¿QUÉ PREOCUPA AL MUNDO?

Leer más información: <https://www.ipsos.com/en/what-worries-world-january-2020>

LA AUTOMATIZACIÓN EN LOS EMPLEOS

Leer más información:
<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-01/report-jobs-and-automation-global-advisor.pdf>

LAS CLAVES PARA CONVERTIRSE EN UN EXPERTO EN TALLERES

Escuchar más : <https://www.ipsos.com/en/insight-out-ipsos-uu-podcast>

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://www.instagram.com/ipsos)