

MONITOR DE INFLACIÓN GLOBAL DE IPSOS

JULIO, 2022

Destacados

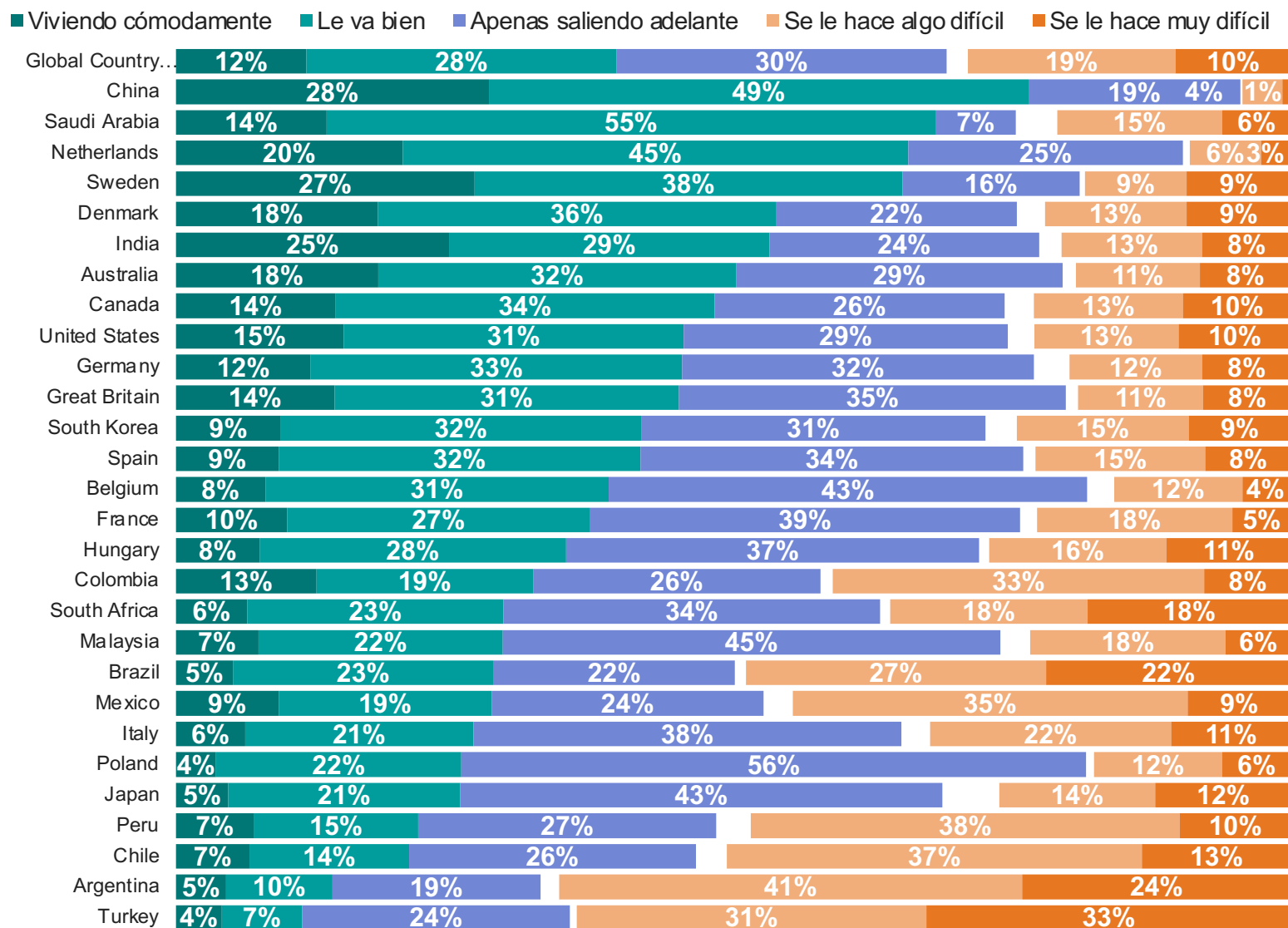
25 de julio de 2022

GAME CHANGERS



SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL

¿Qué tan bien diría que está administrando sus finanzas en la actualidad? Diría que...

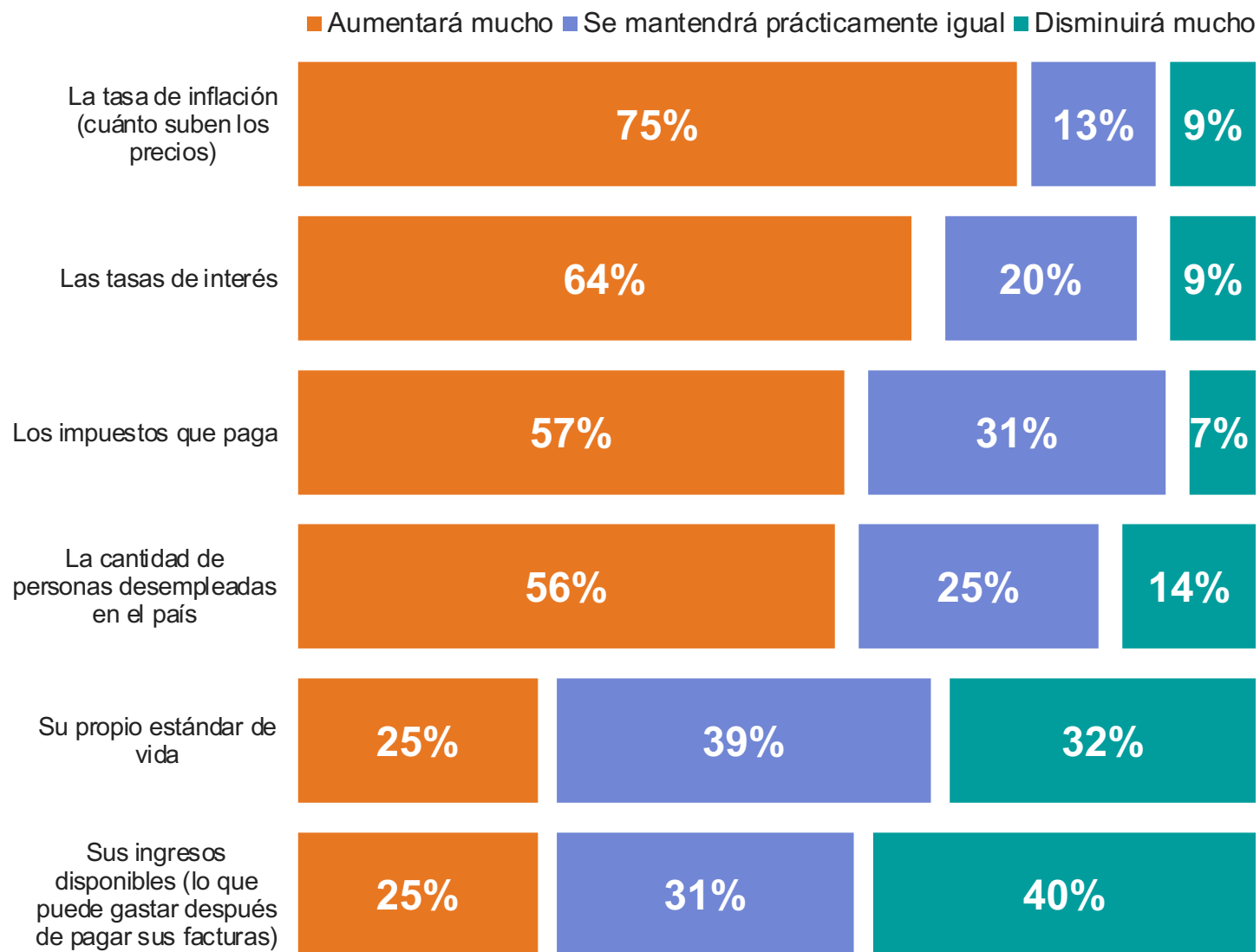


Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

EXPECTATIVAS PARA 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

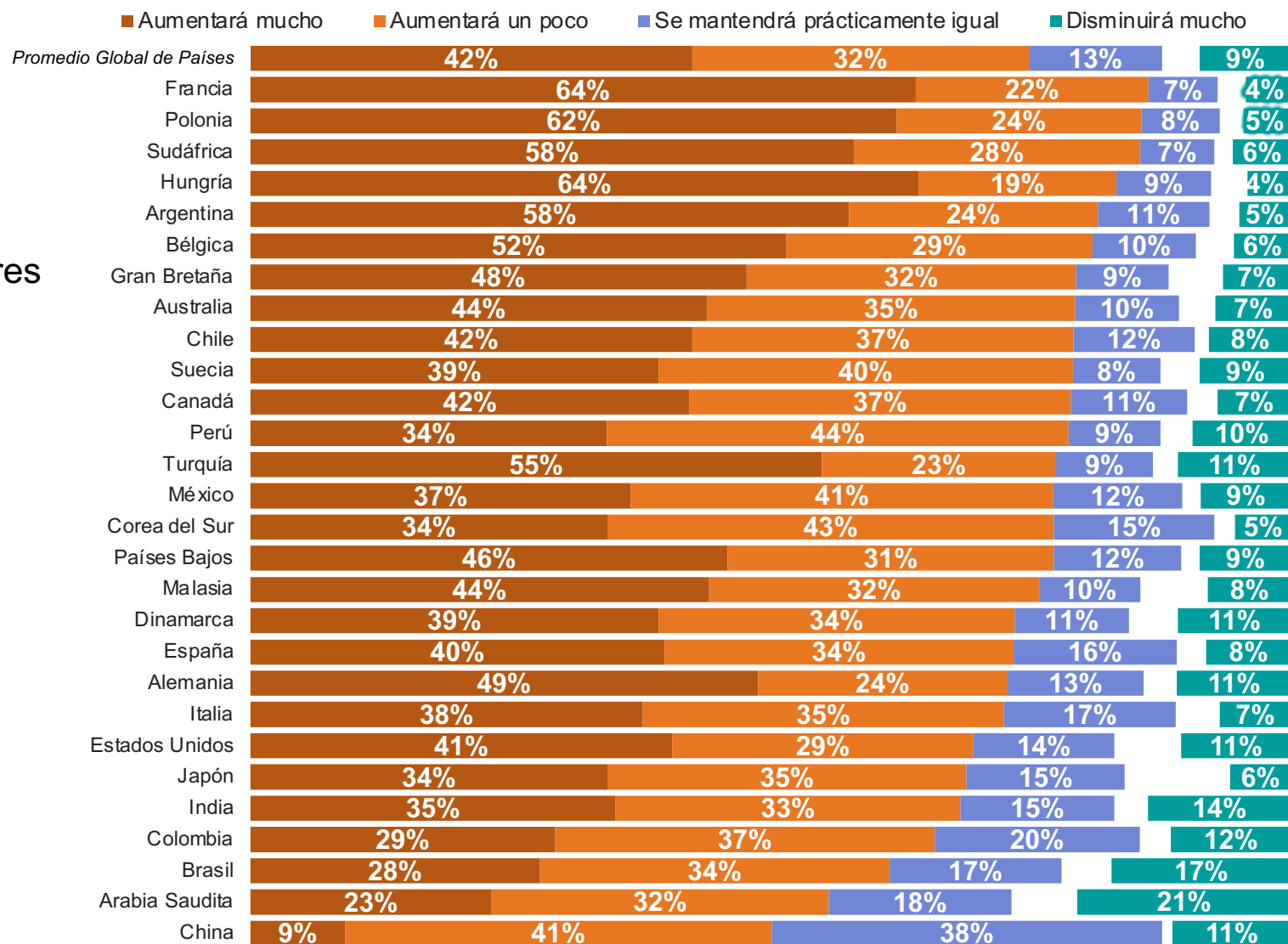
Promedio Global de Países



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

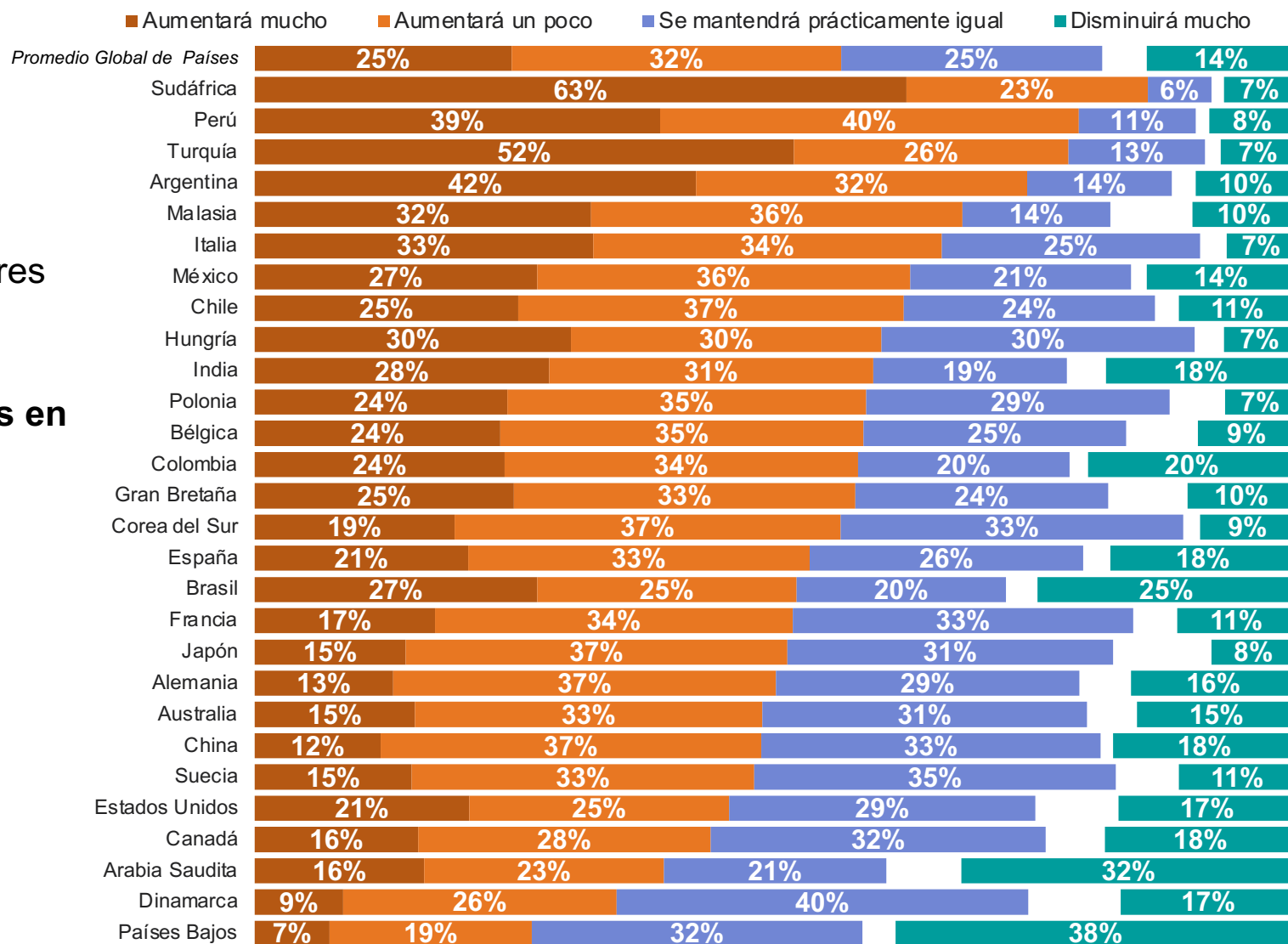
■ **La tasa de inflación (cuánto suben los precios)**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

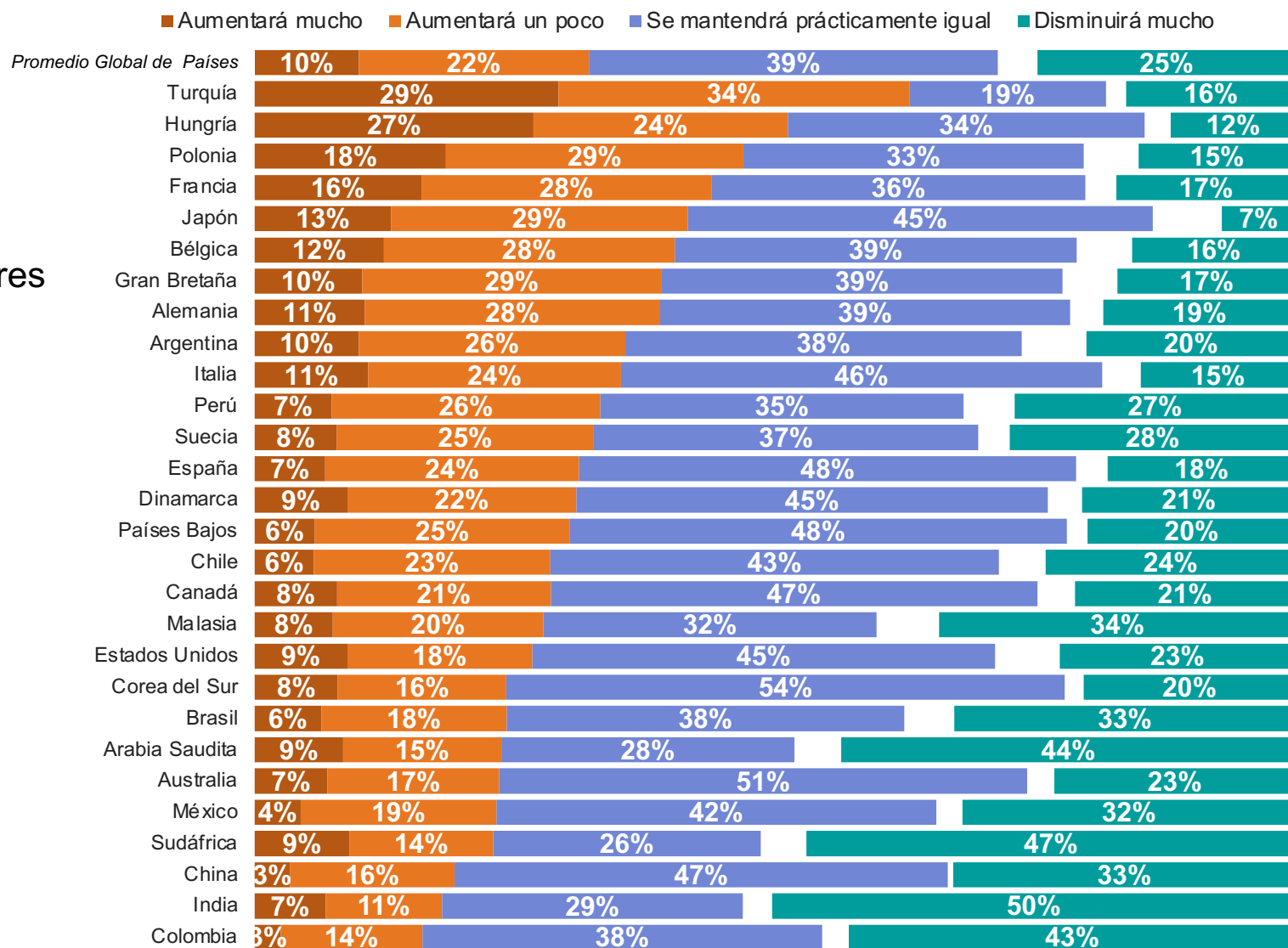
■ **La cantidad de personas desempleadas en el país**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

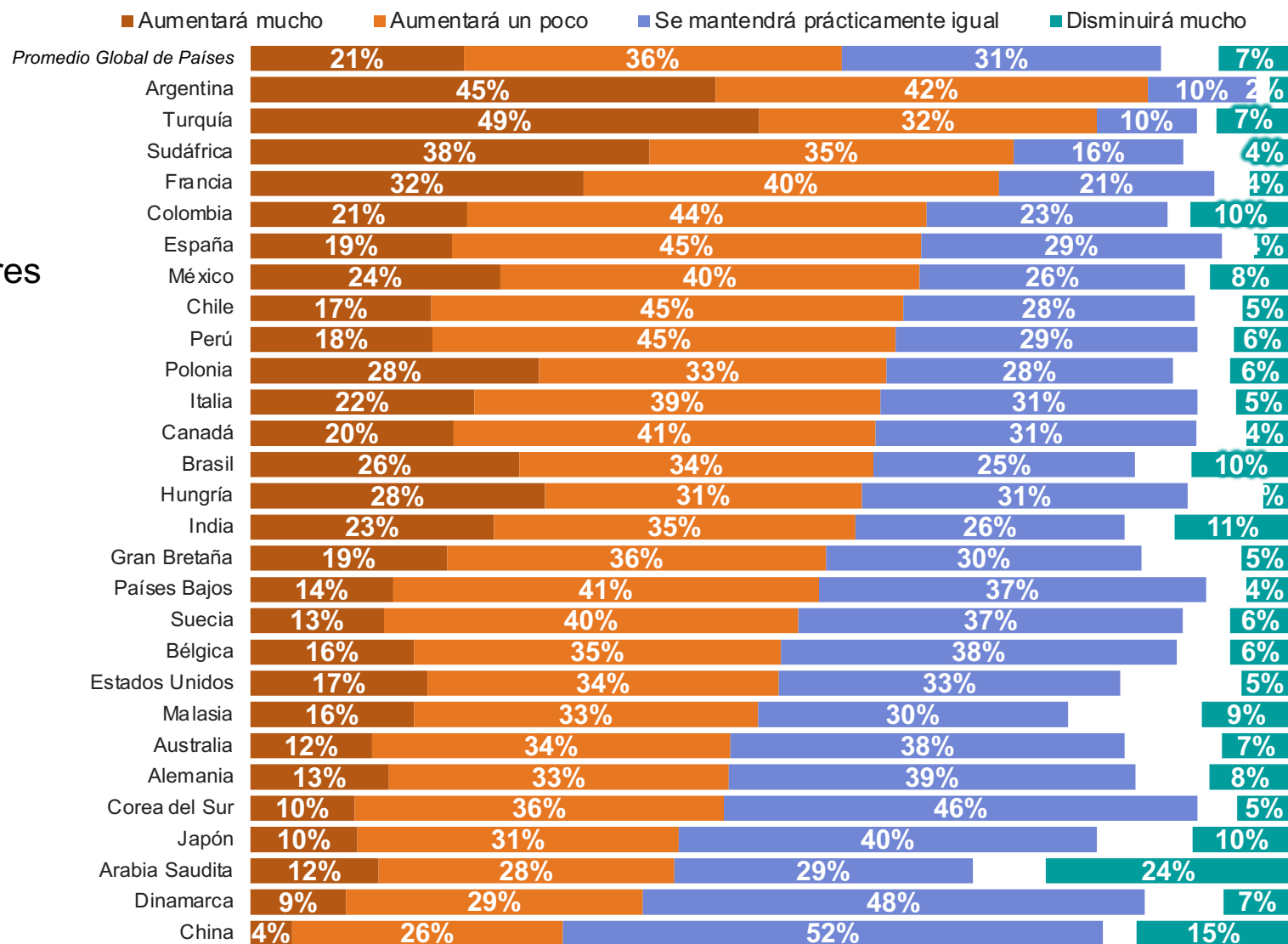
■ Su propio estándar de vida



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

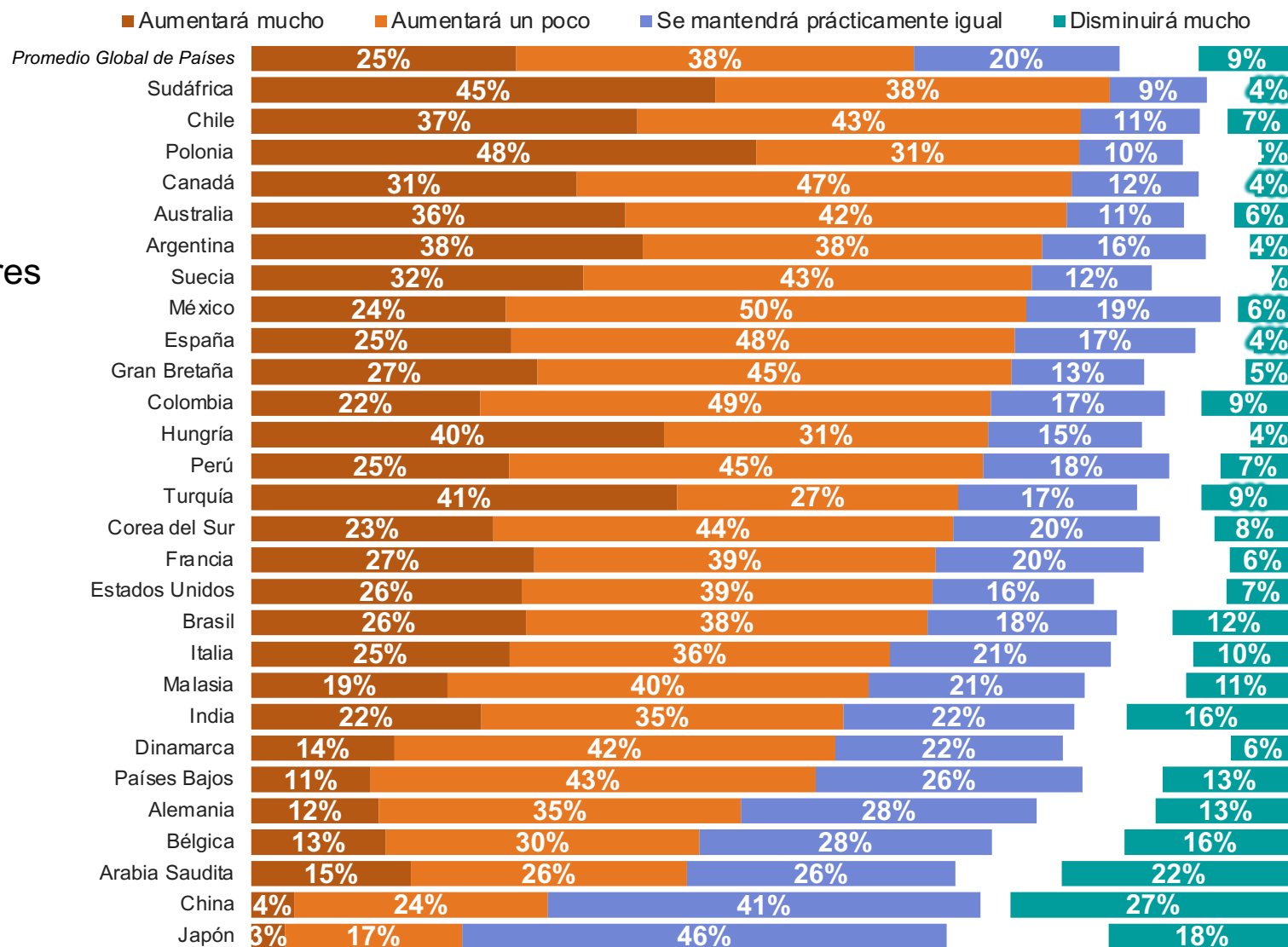
■ Los impuestos que paga



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

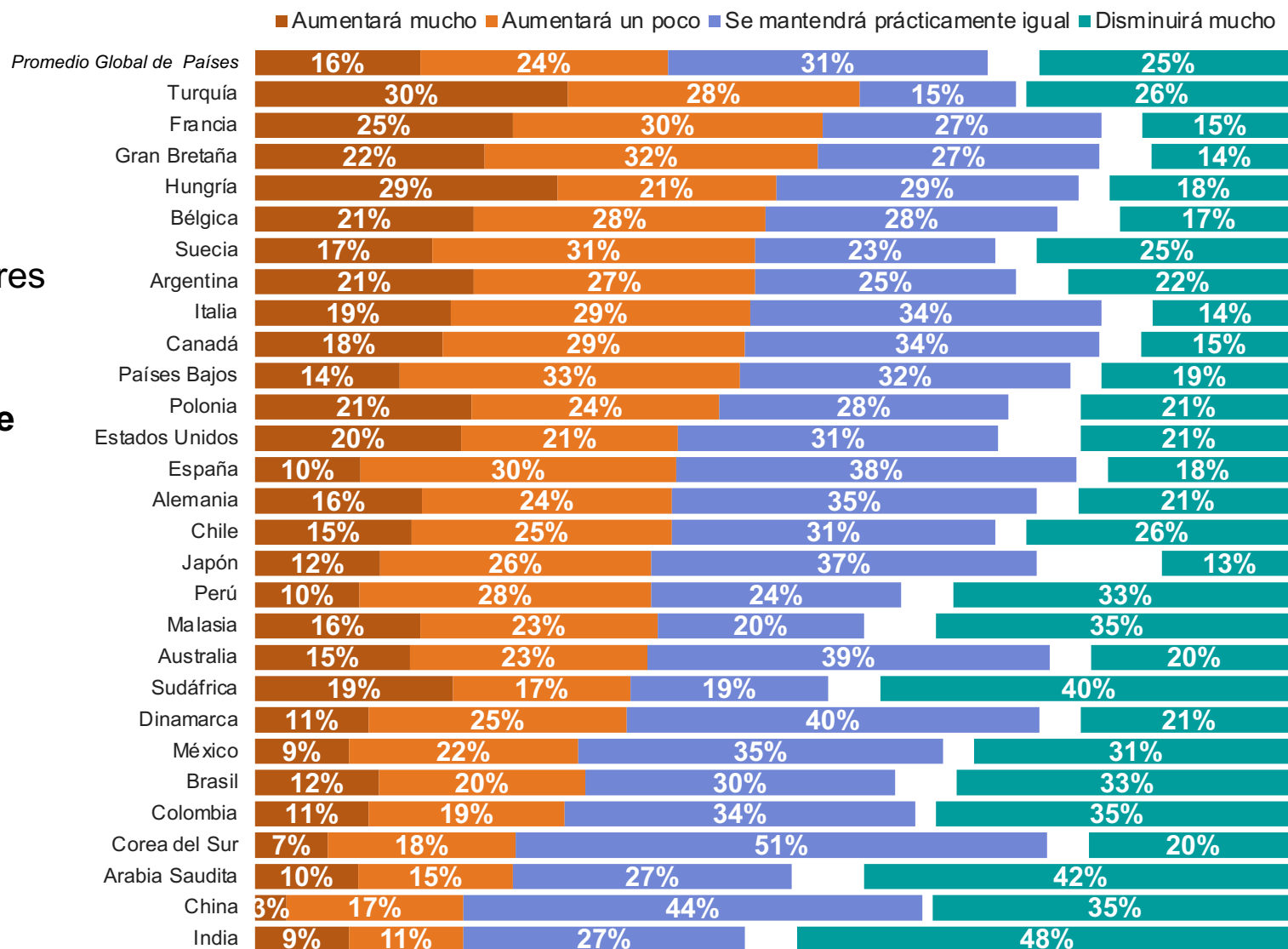
■ Las tasas de interés



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cómo cree que variarán los siguientes factores el próximo año? ¿Cree que aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

■ **Sus ingresos disponibles (lo que puede gastar después de pagar sus facturas)**

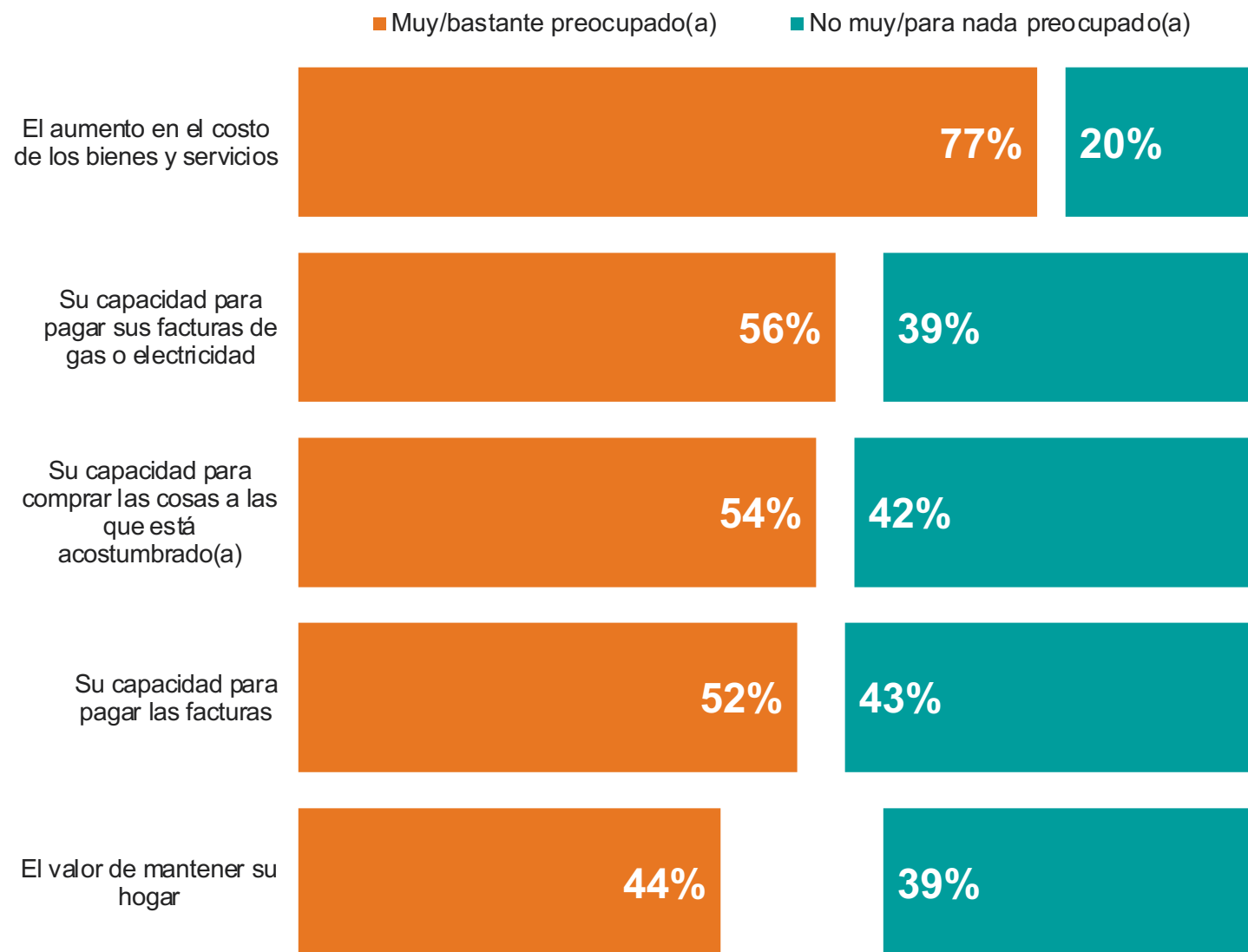


Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

PREOCUPACIONES FINANCIERAS PERSONALES

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

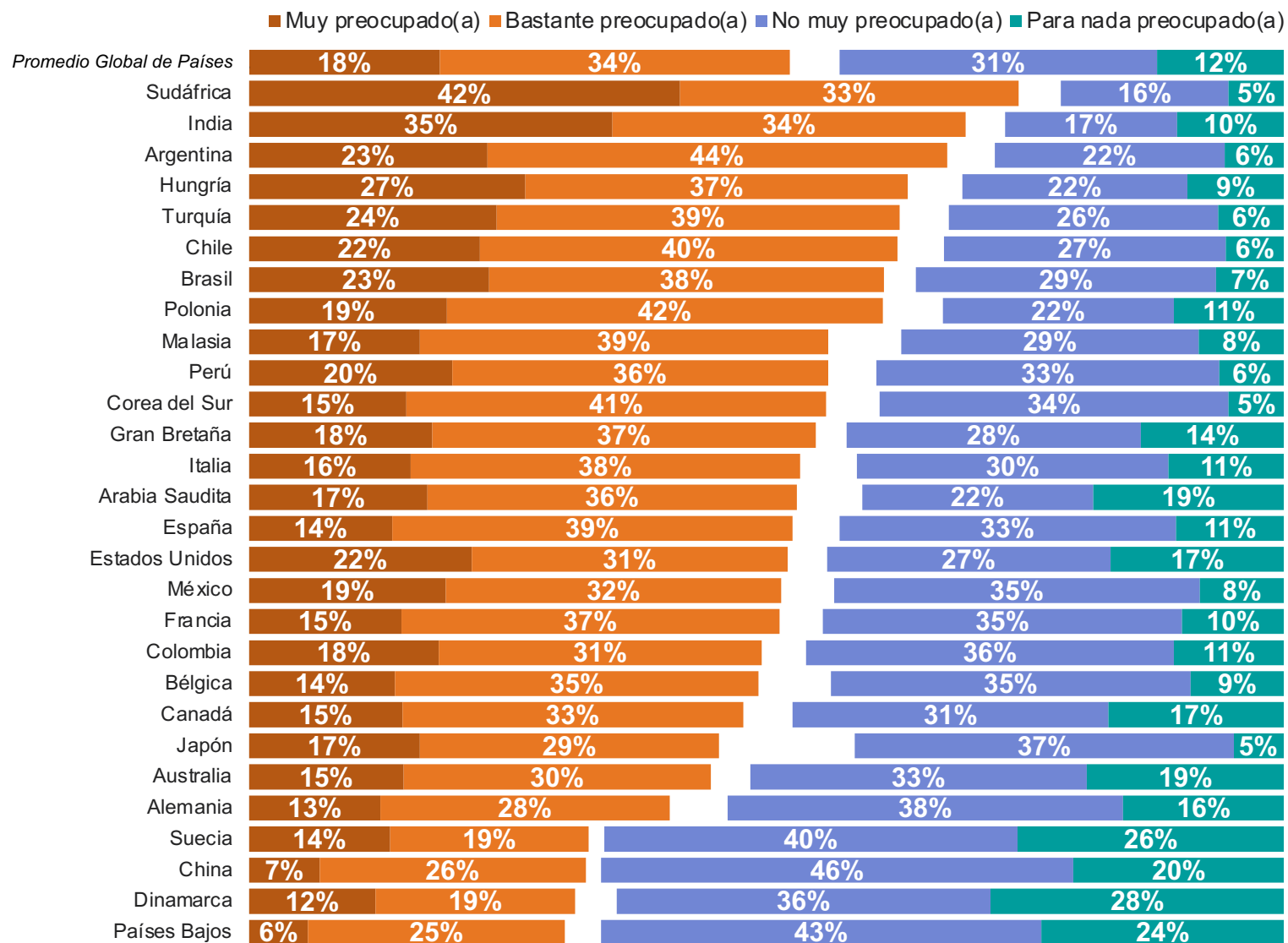
Promedio Global de Países



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

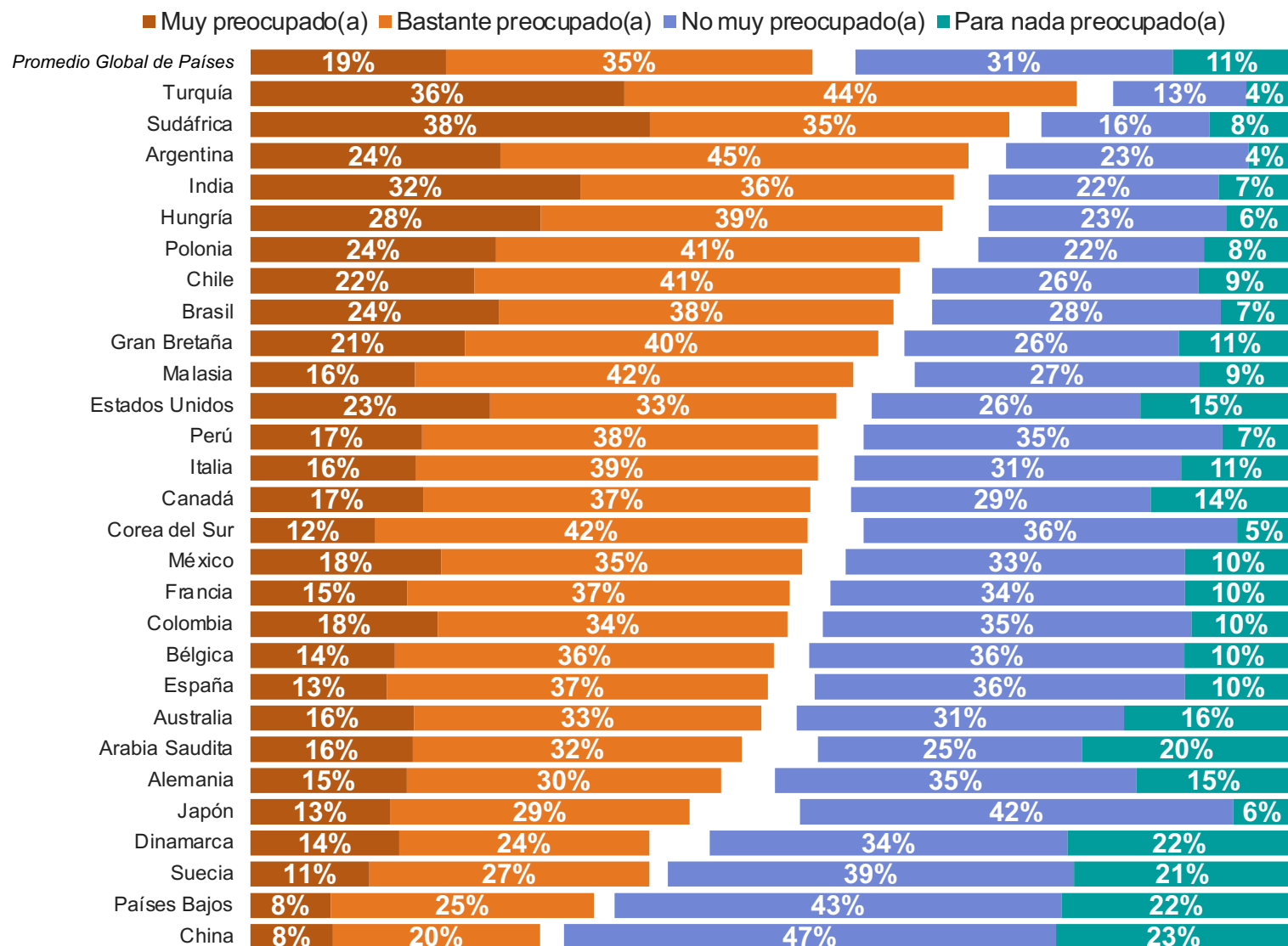
■ Su capacidad para pagar las facturas



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

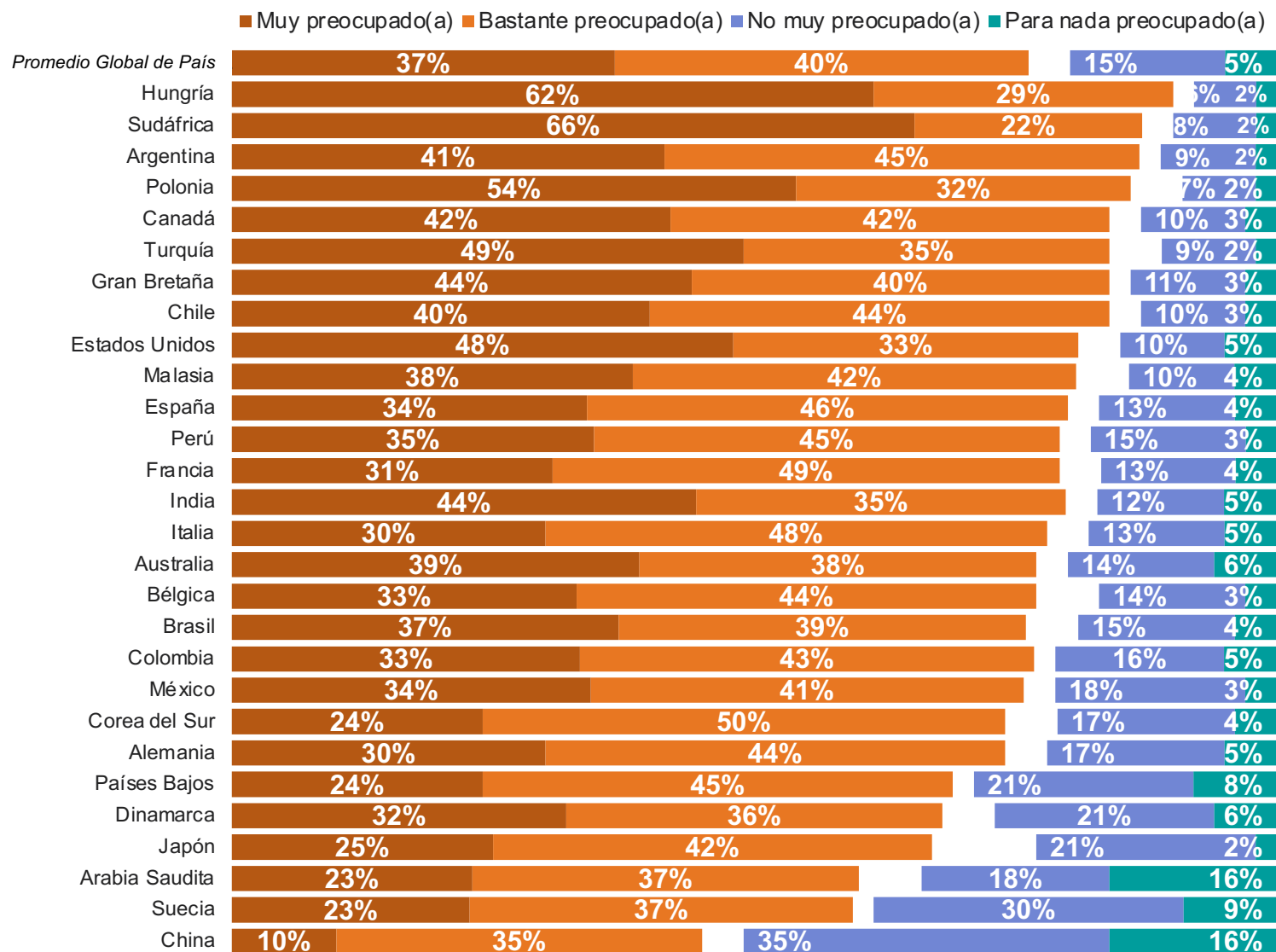
■ **Su capacidad para comprar las cosas a las que está acostumbrado(a)**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

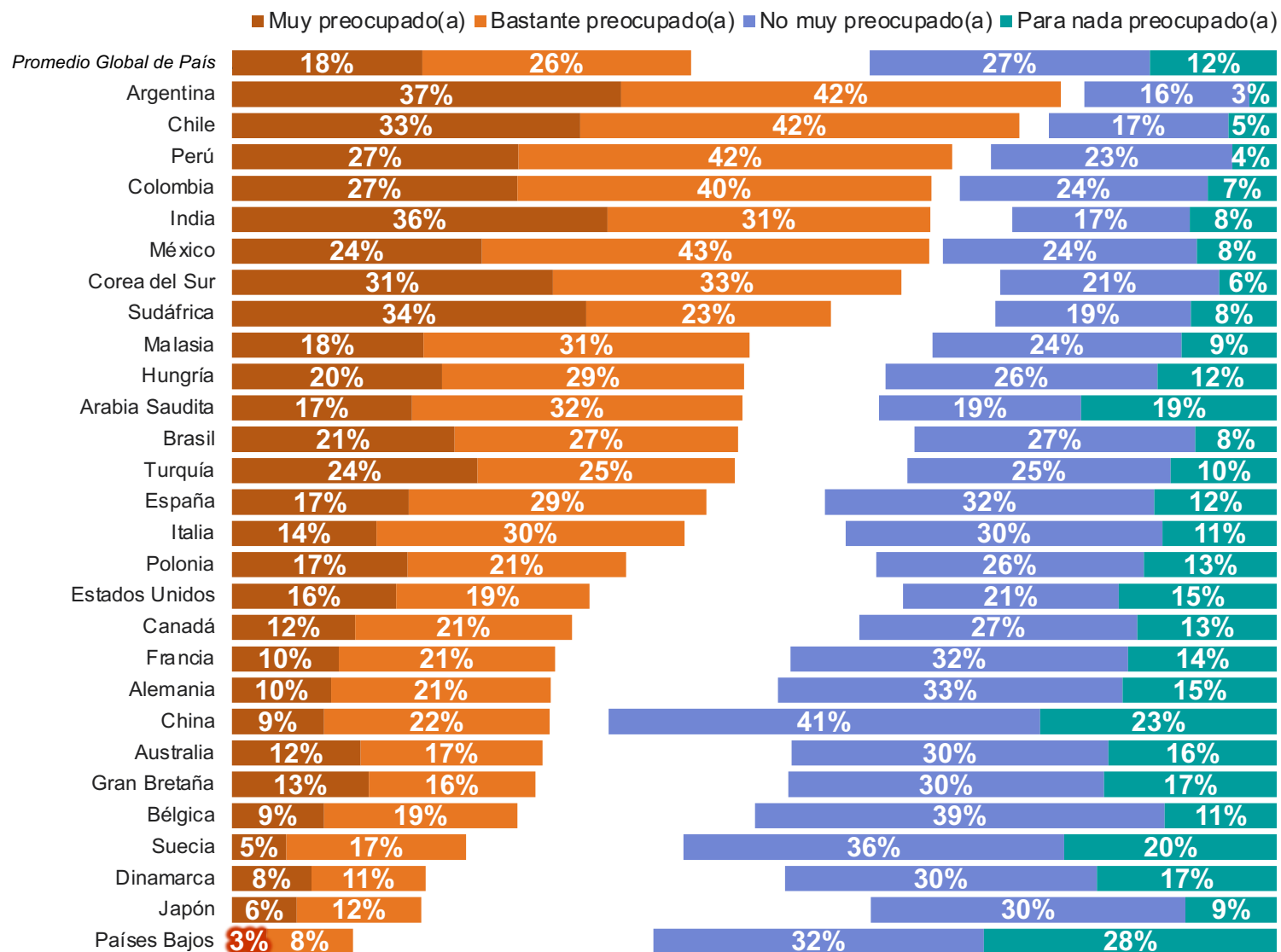
■ **El aumento en el costo de los bienes y servicios**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

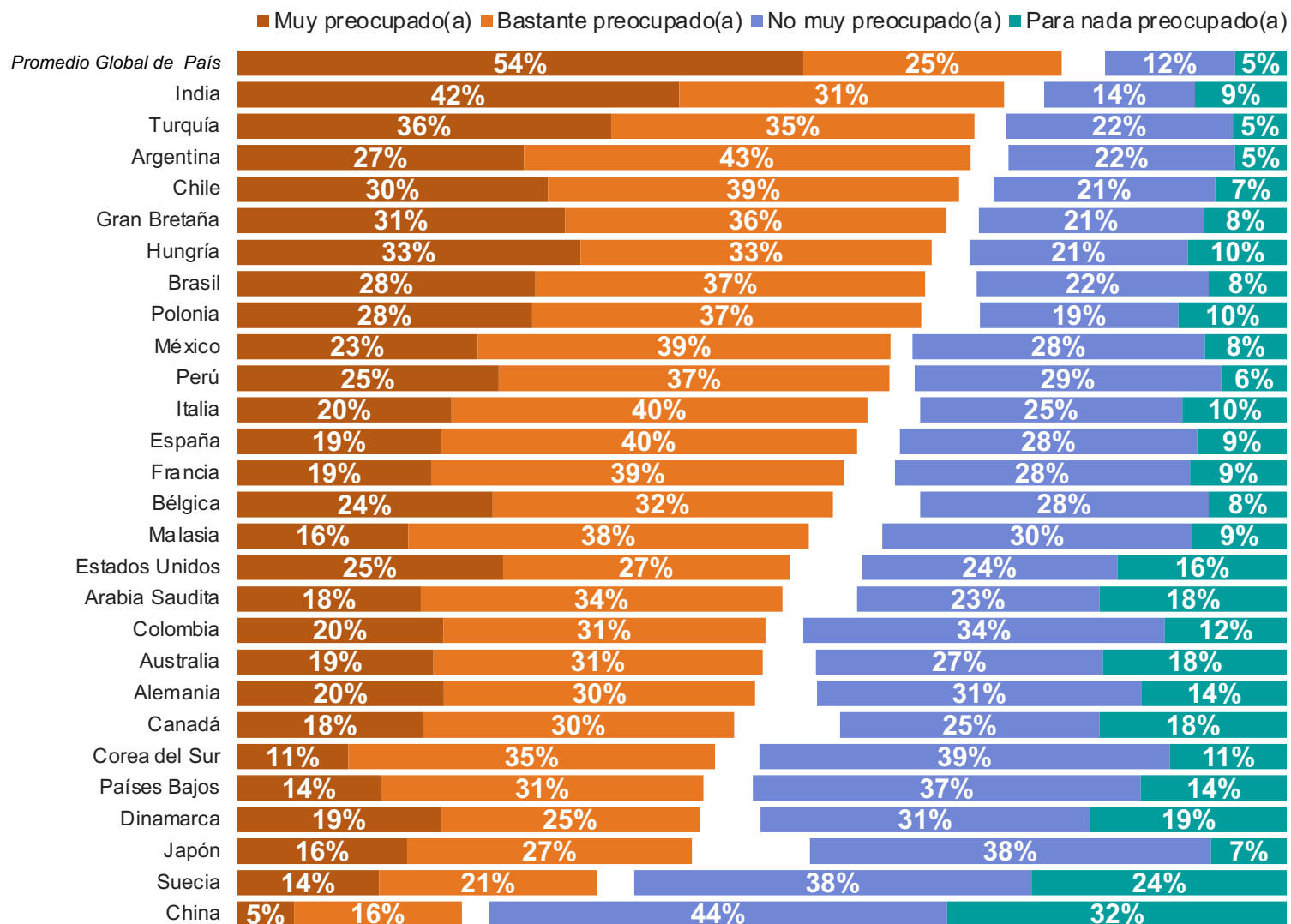
■ El valor de mantener su hogar



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Piense en su situación financiera personal durante los próximos seis meses. ¿Cuánto le preocupa cada una de las siguientes opciones, si es que le preocupan?

■ **Su capacidad para pagar sus facturas de gas o electricidad**

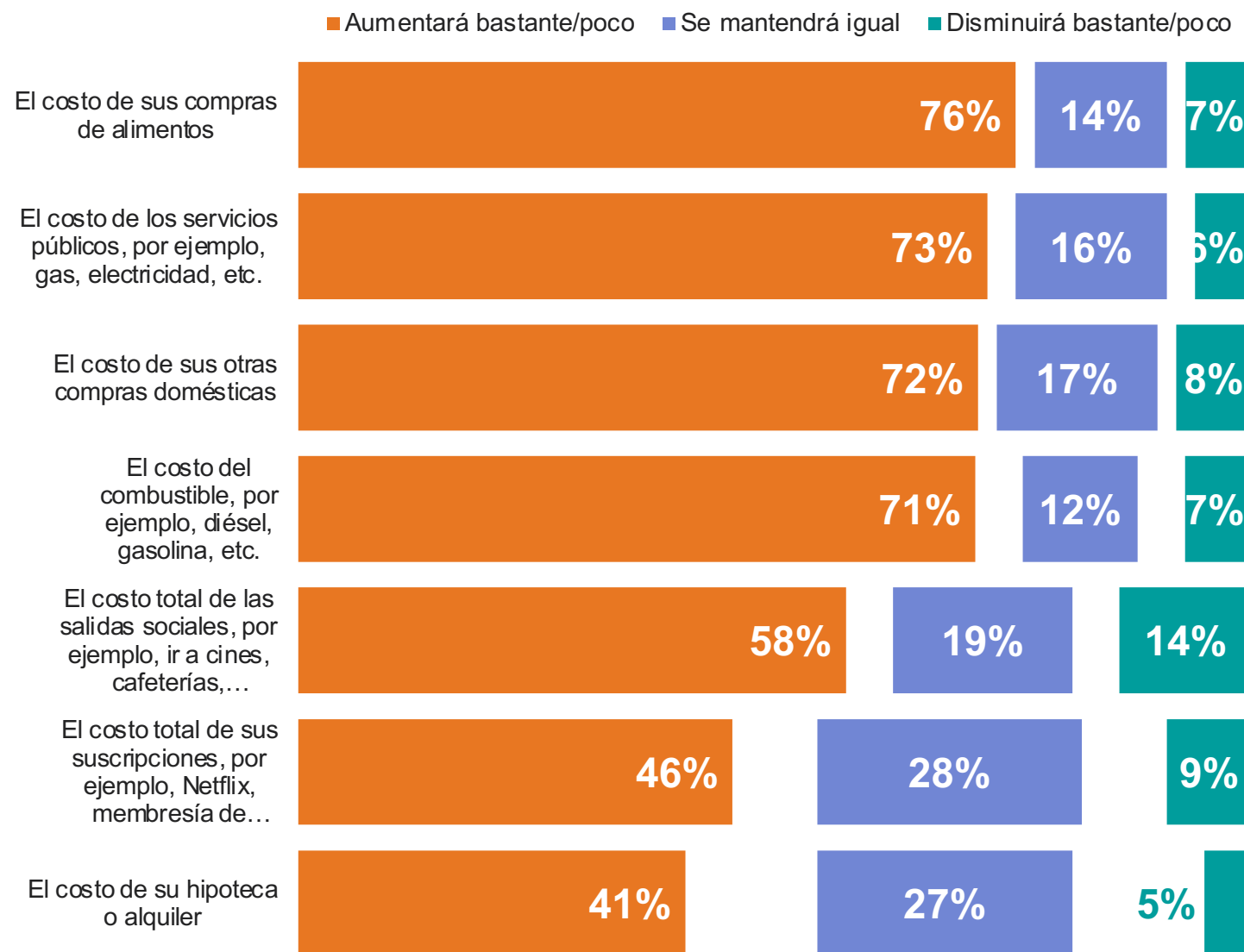


Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

EXPECTATIVAS DE GASTO

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

Promedio Global de Países



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

% aumento

	PROM	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHL	CHN	COL	ALE	DIN	ESP	FRA	GBR	HUN	IND	ITA	JAP	COR	MEX	MAL	PB	PER	POL	SAU	SUE	TUR	EEUU	SUD
El costo de sus compras de alimentos	76%	84%	80%	79%	68%	84%	75%	46%	70%	80%	76%	77%	80%	82%	93%	74%	77%	48%	53%	78%	72%	87%	72%	85%	64%	89%	88%	82%	84%
El costo de los servicios públicos , por ejemplo, gas, electricidad, etc.	73%	86%	78%	78%	65%	72%	78%	32%	71%	81%	78%	74%	83%	84%	81%	72%	79%	59%	53%	77%	63%	76%	73%	86%	55%	83%	87%	69%	83%
El costo de sus otras compras domésticas	72%	80%	79%	73%	65%	77%	70%	40%	68%	76%	77%	73%	72%	82%	91%	70%	74%	45%	46%	75%	71%	78%	67%	81%	62%	80%	87%	76%	80%
El costo del combustible , por ejemplo, diésel, gasolina, etc	71%	84%	78%	75%	58%	75%	81%	45%	67%	72%	63%	73%	75%	71%	81%	72%	77%	37%	53%	75%	66%	73%	72%	81%	62%	79%	84%	79%	80%
El costo total de las salidas sociales , por ejemplo, ir a cines, cafeterías, restaurantes, pubs, clubes, etc..	58%	69%	64%	63%	45%	66%	54%	31%	59%	66%	52%	69%	64%	70%	73%	66%	59%	16%	41%	61%	52%	60%	46%	65%	53%	68%	77%	64%	63%
El costo total de sus suscripciones , por ejemplo, Netflix, membresía de gimnasio, etc	46%	71%	43%	52%	45%	52%	52%	22%	46%	42%	45%	45%	45%	53%	58%	56%	45%	10%	28%	59%	35%	48%	36%	53%	41%	46%	70%	48%	54%
El costo de su hipoteca o alquiler	41%	57%	46%	25%	32%	41%	56%	21%	45%	42%	30%	38%	27%	35%	53%	53%	28%	8%	38%	46%	42%	29%	41%	53%	45%	66%	74%	32%	58%

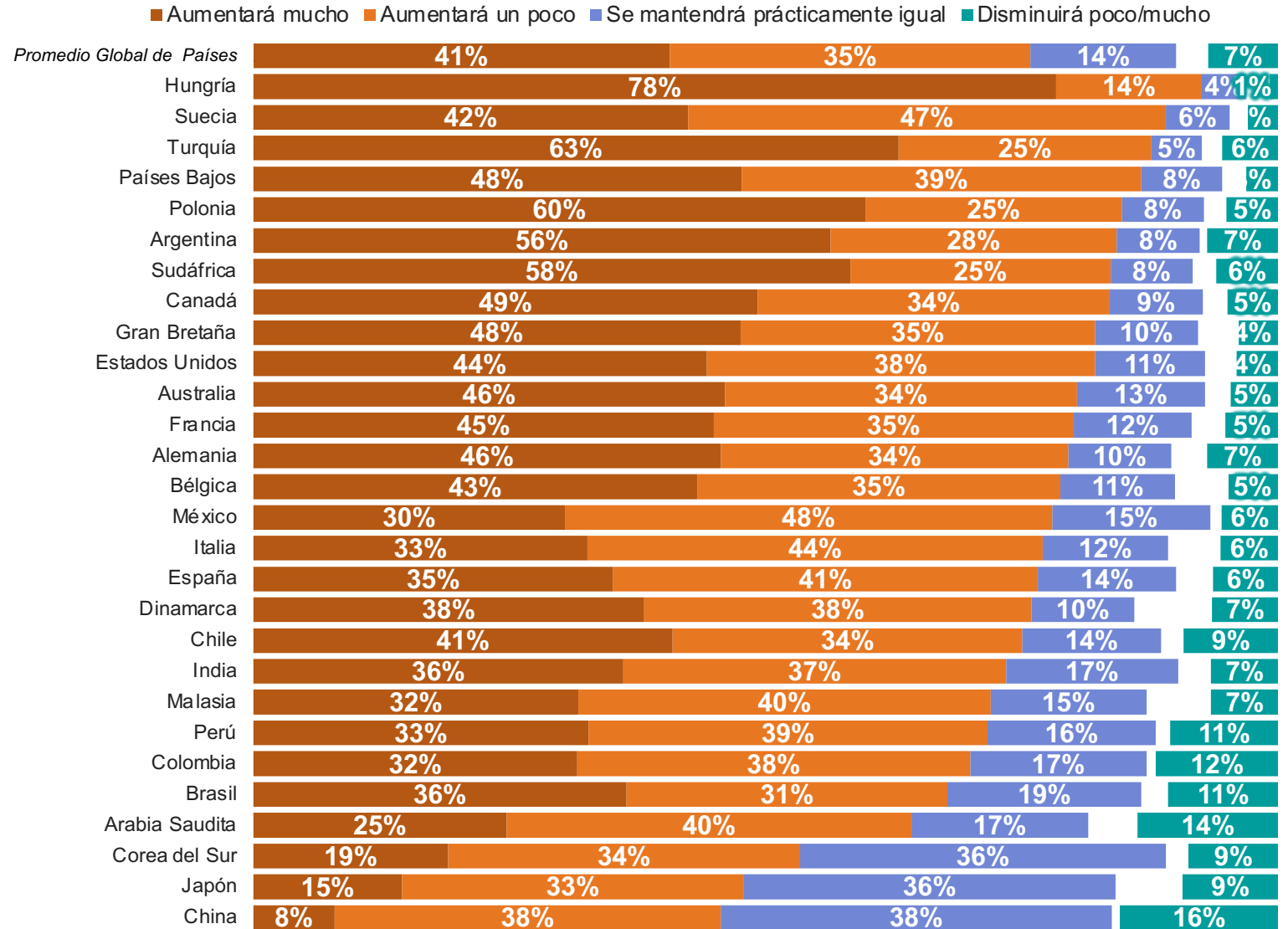
Tres primeros #1 #2 #3

Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022



Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

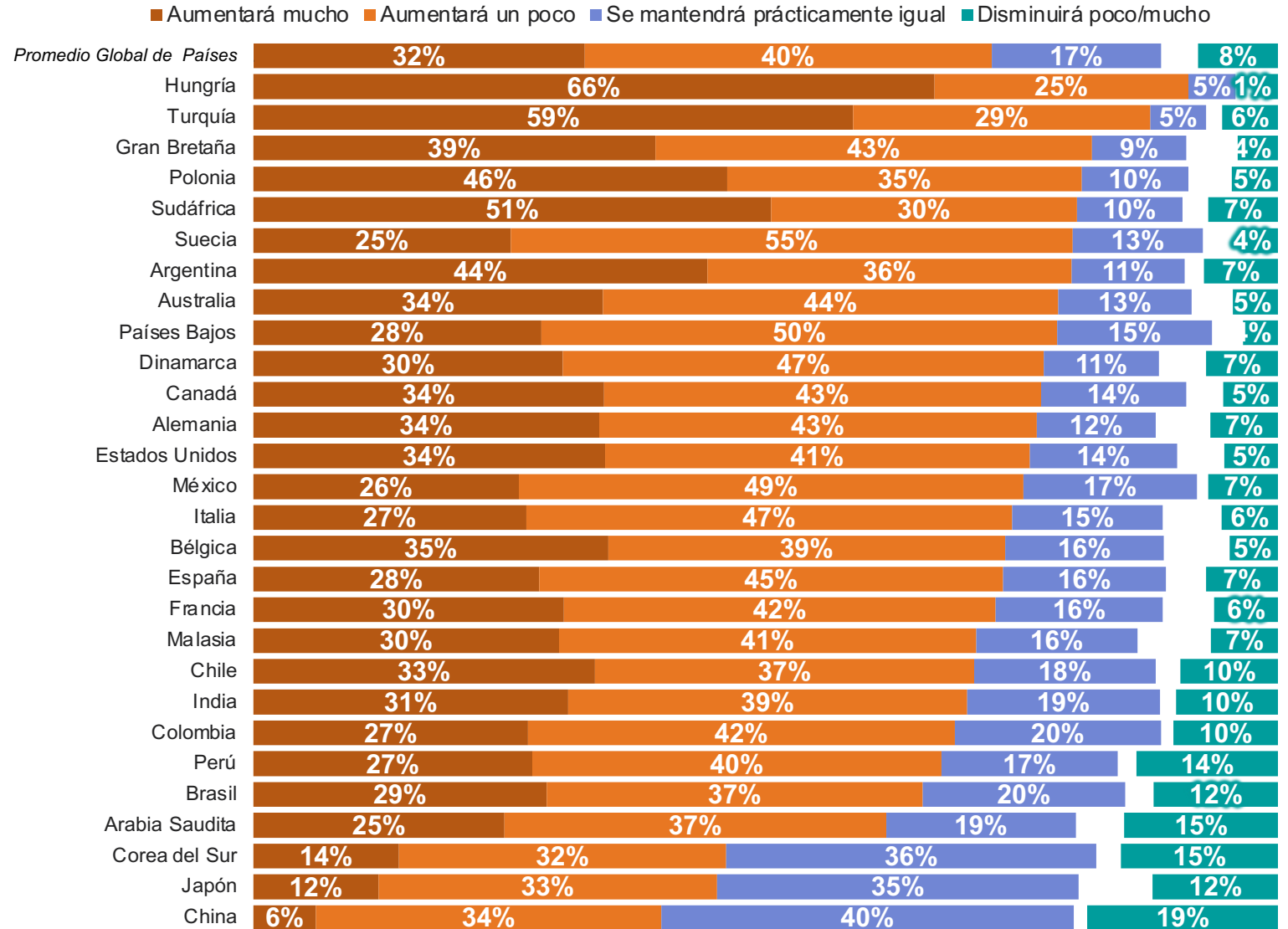
■ El costo de sus compras de alimentos



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

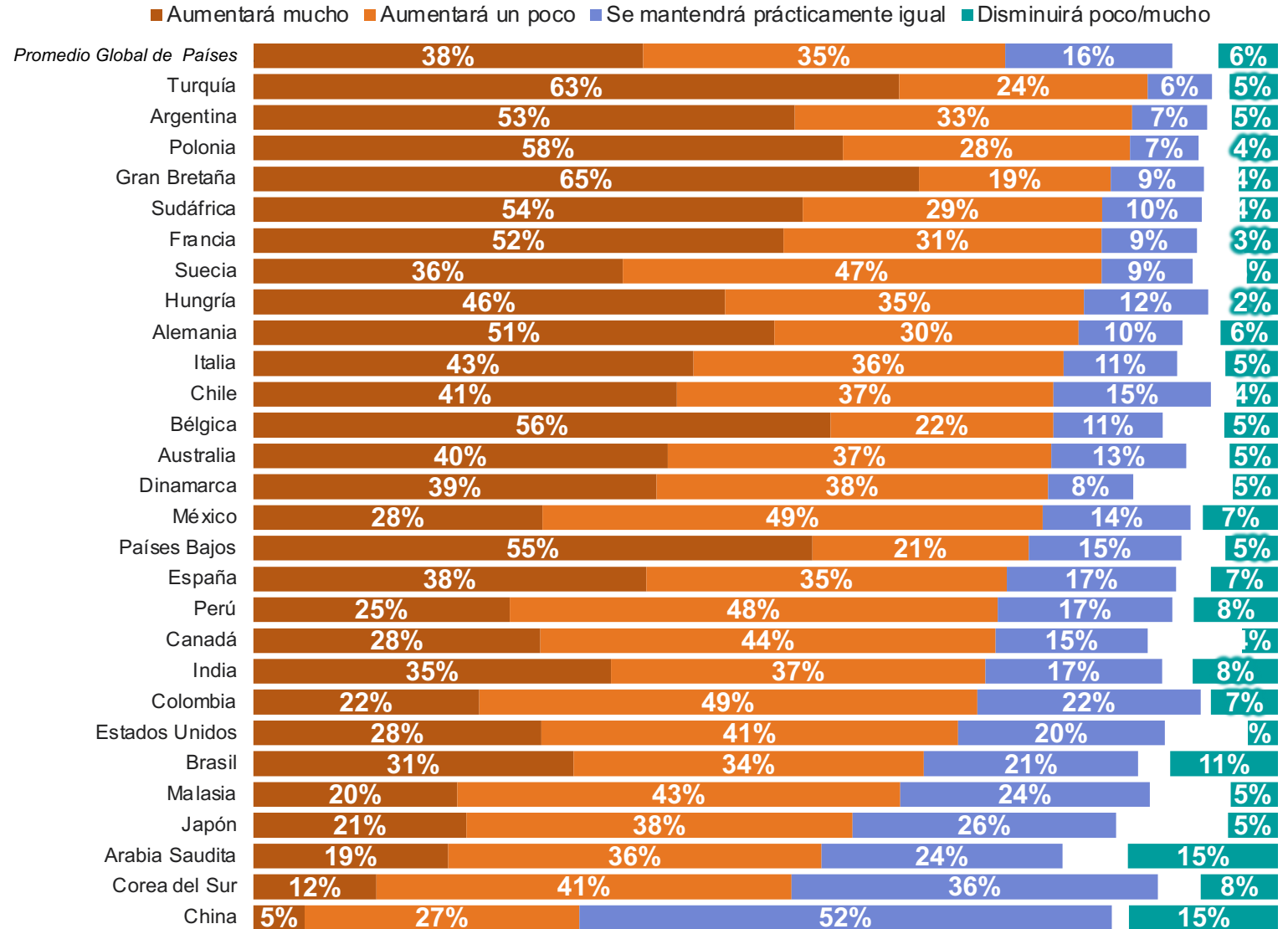
■ El costo de sus otras compras domésticas



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

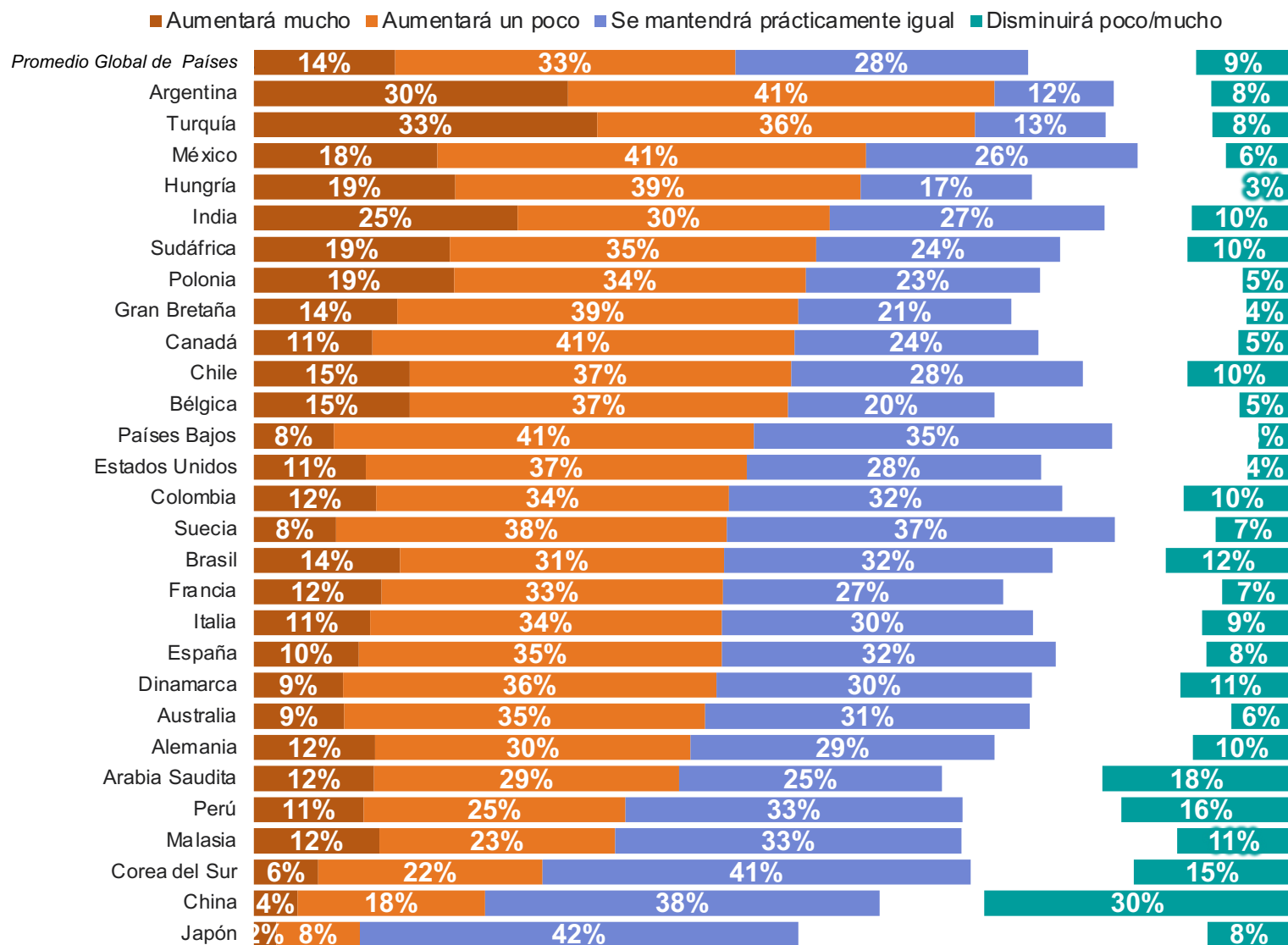
■ **El costo de los servicios públicos, por ejemplo, gas, electricidad, etc.**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

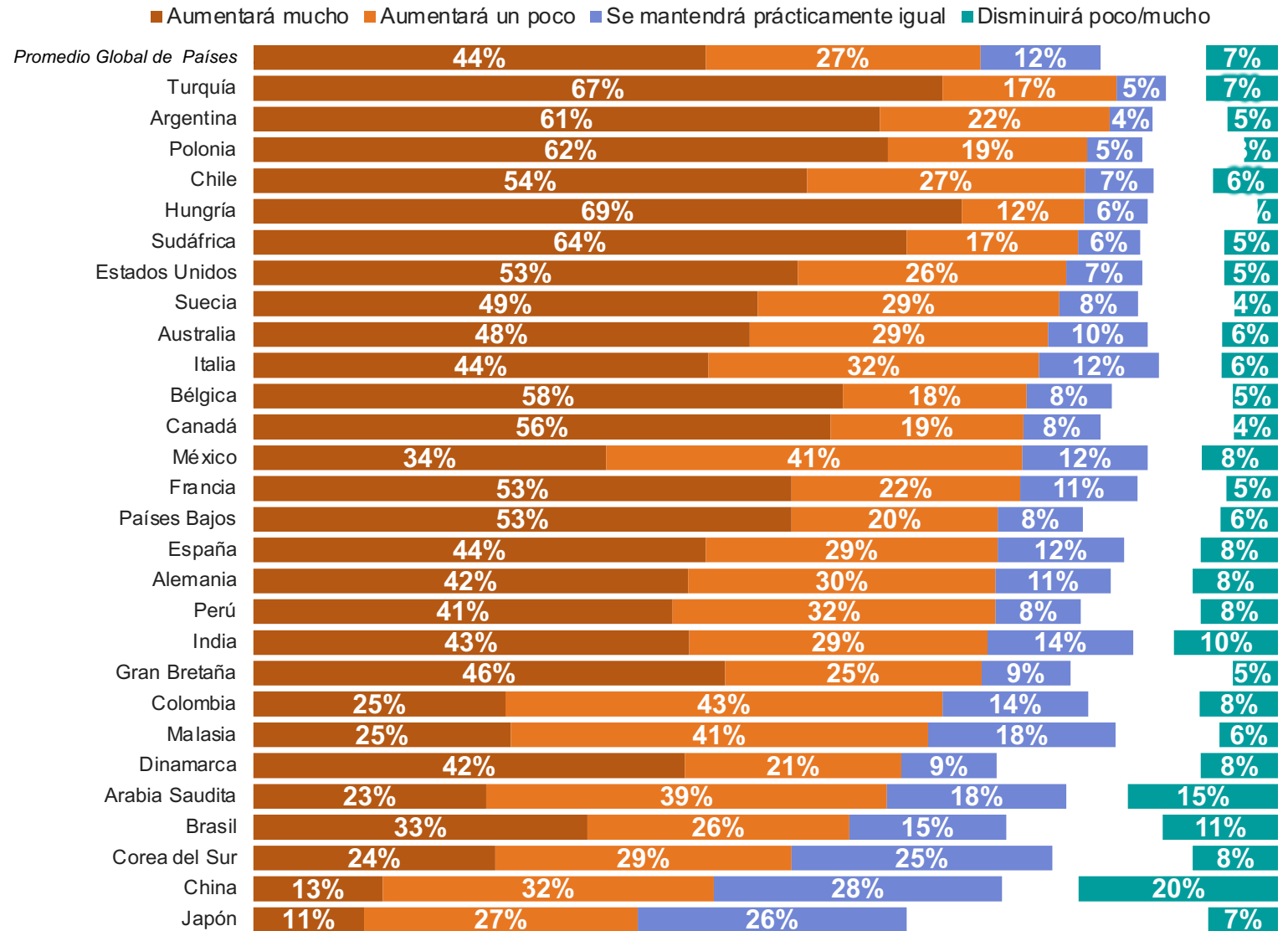
- **El costo total de sus suscripciones, por ejemplo, Netflix, membresía de gimnasio, etc.**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

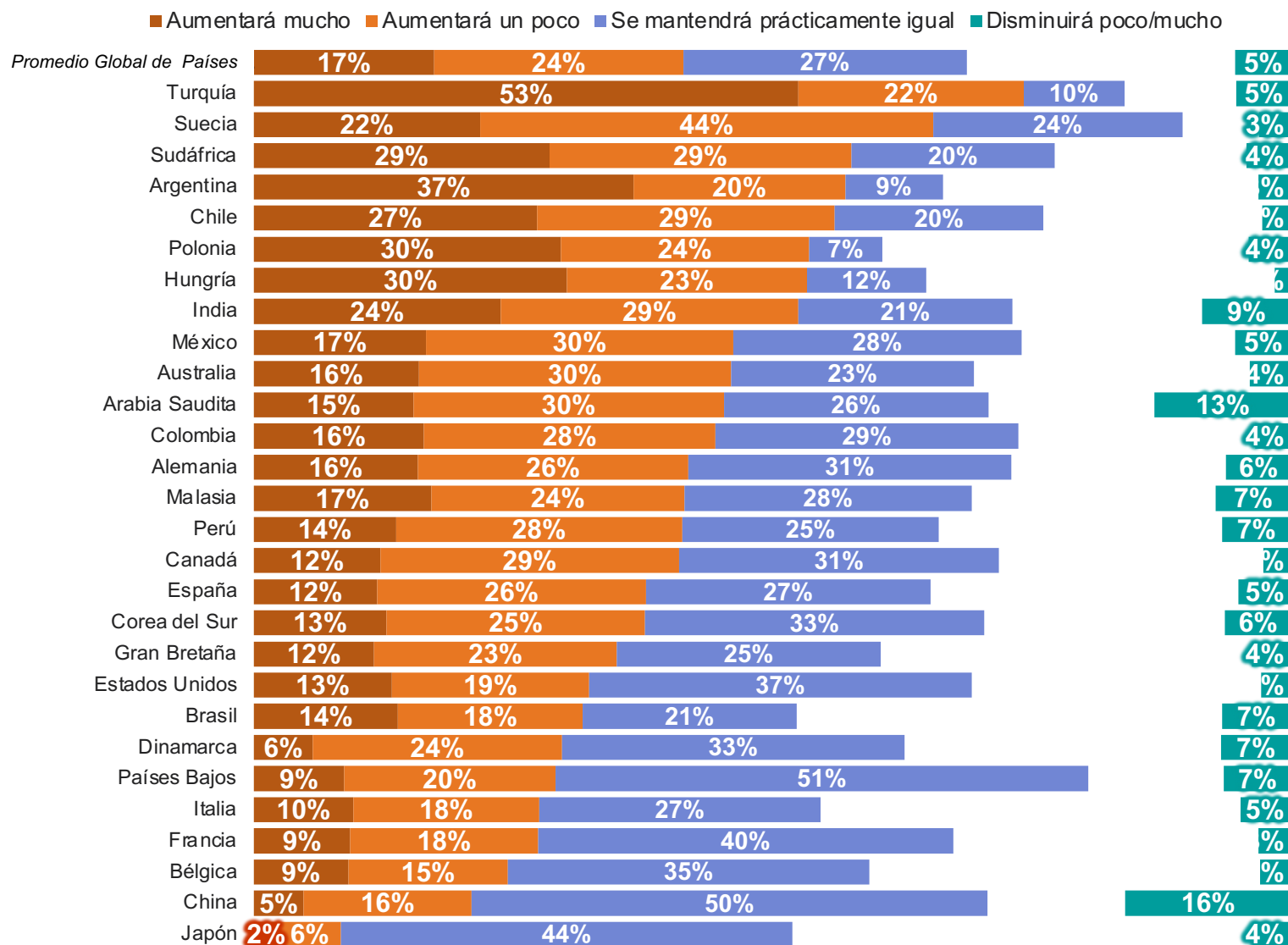
■ **El costo del combustible, por ejemplo, diésel, gasolina, etc.**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

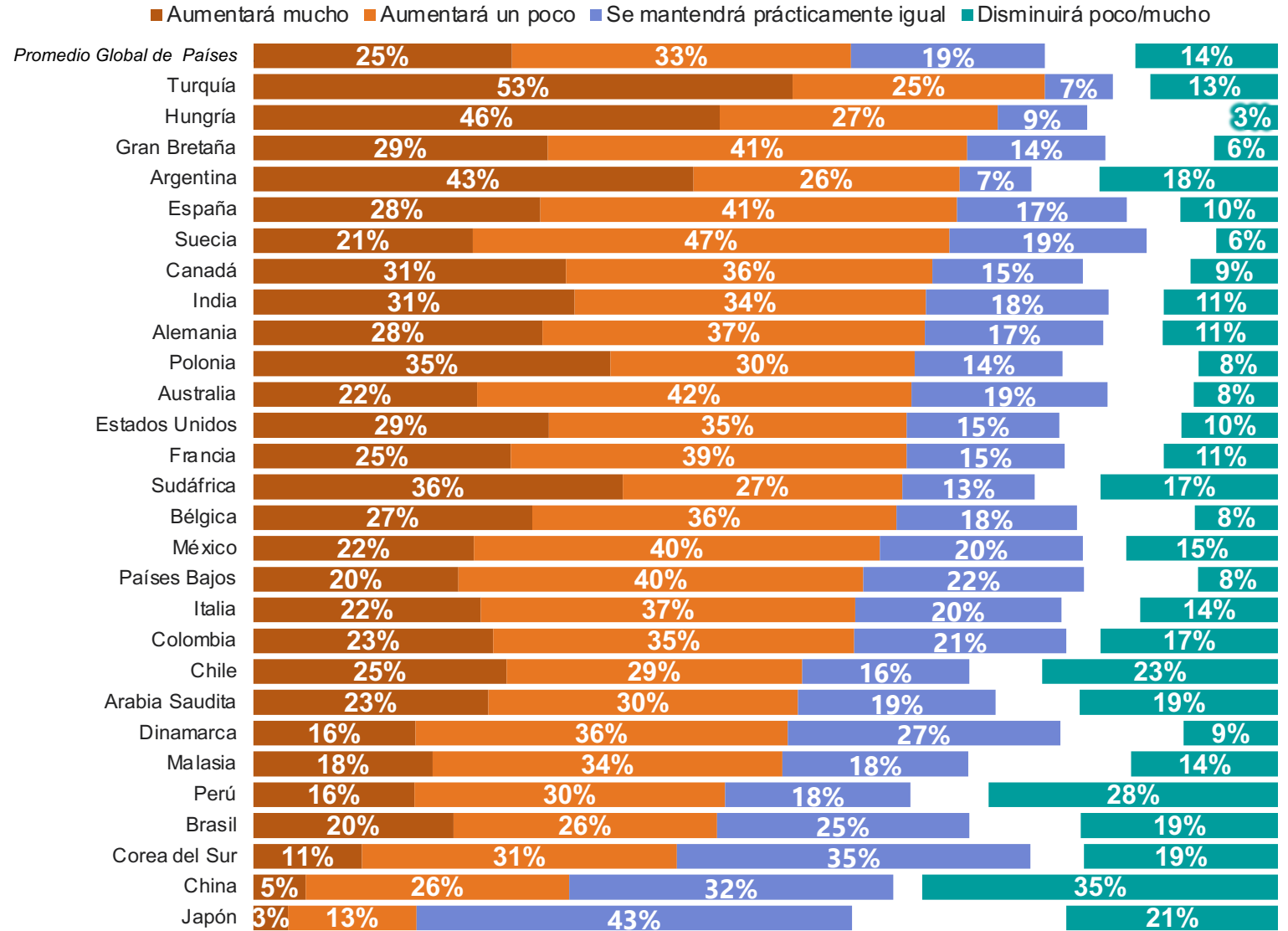
■ El costo de su hipoteca o alquiler



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

Ahora piense en los gastos de su hogar en los próximos 6 meses y, para cada uno, indique si espera que aumente, disminuya o se mantenga.

■ **El costo total de las salidas sociales, por ejemplo, ir a cines, cafeterías, restaurantes, pubs, clubes, etc.**



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

P. ¿En qué aspecto de su calidad de vida cree que los aumentos de precios tendrán el impacto más negativo, en caso de tenerlo? Seleccione hasta tres opciones.

	PROM	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHL	CHN	COL	ALE	DIN	ESP	FRA	GBR	HUN	IND	ITA	JAP	COR	MEX	MAL	PB	PER	POL	SAU	SUE	TUR	EEUU	SUD
El costo de sus compras de alimentos	60%	63%	59%	53%	67%	62%	65%	36%	63%	56%	55%	56%	63%	61%	81%	40%	51%	76%	59%	61%	65%	56%	67%	64%	48%	65%	66%	56%	65%
El costo de los servicios públicos	51%	51%	48%	58%	56%	37%	56%	17%	46%	56%	49%	59%	56%	68%	62%	47%	63%	62%	33%	52%	40%	58%	56%	64%	33%	32%	66%	38%	53%
El costo del combustible	42%	35%	45%	51%	35%	46%	47%	43%	30%	41%	40%	47%	48%	47%	49%	38%	52%	25%	35%	46%	34%	40%	43%	47%	33%	43%	47%	45%	47%
El costo de sus otras compras domésticas	22%	20%	19%	14%	24%	18%	20%	28%	26%	16%	17%	14%	10%	17%	30%	30%	12%	36%	21%	25%	47%	20%	22%	21%	32%	12%	18%	19%	21%
El costo de su hipoteca o alquiler	16%	17%	26%	9%	10%	19%	22%	21%	14%	13%	13%	23%	10%	16%	12%	11%	9%	5%	23%	11%	10%	15%	11%	17%	16%	44%	28%	18%	14%
El costo total de las salidas sociales	13%	13%	10%	12%	9%	12%	10%	30%	19%	11%	8%	11%	11%	10%	7%	21%	11%	7%	20%	16%	12%	13%	15%	5%	26%	7%	11%	8%	9%
Todos por igual	11%	19%	12%	11%	12%	15%	12%	7%	14%	11%	9%	9%	12%	8%	9%	10%	9%	6%	16%	10%	3%	8%	11%	10%	1%	8%	13%	17%	14%
El costo total de sus suscripciones.	8%	7%	6%	7%	8%	7%	6%	18%	8%	6%	8%	7%	7%	8%	3%	19%	7%	2%	8%	15%	7%	3%	5%	6%	21%	5%	7%	6%	5%
El aumento de los precios en estas áreas no afectaría las finanzas de mi hogar	5%	4%	3%	4%	4%	2%	1%	12%	7%	4%	5%	2%	3%	3%	2%	8%	6%	1%	3%	4%	6%	5%	7%	2%	9%	5%	2%	6%	6%
No lo sé	4%	2%	4%	5%	3%	5%	2%	2%	1%	5%	8%	3%	4%	3%	3%	2%	4%	8%	3%	1%	7%	4%	1%	2%	5%	3%	1%	5%	1%

Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

POSIBLES ACCIONES DE LOS CONSUMIDORES

Y si los aumentos de precios implican que ya no podrá costear su estilo de vida normal, ¿cuál de las siguientes medidas es probable que tome, si corresponde? Seleccione todas las opciones que correspondan.

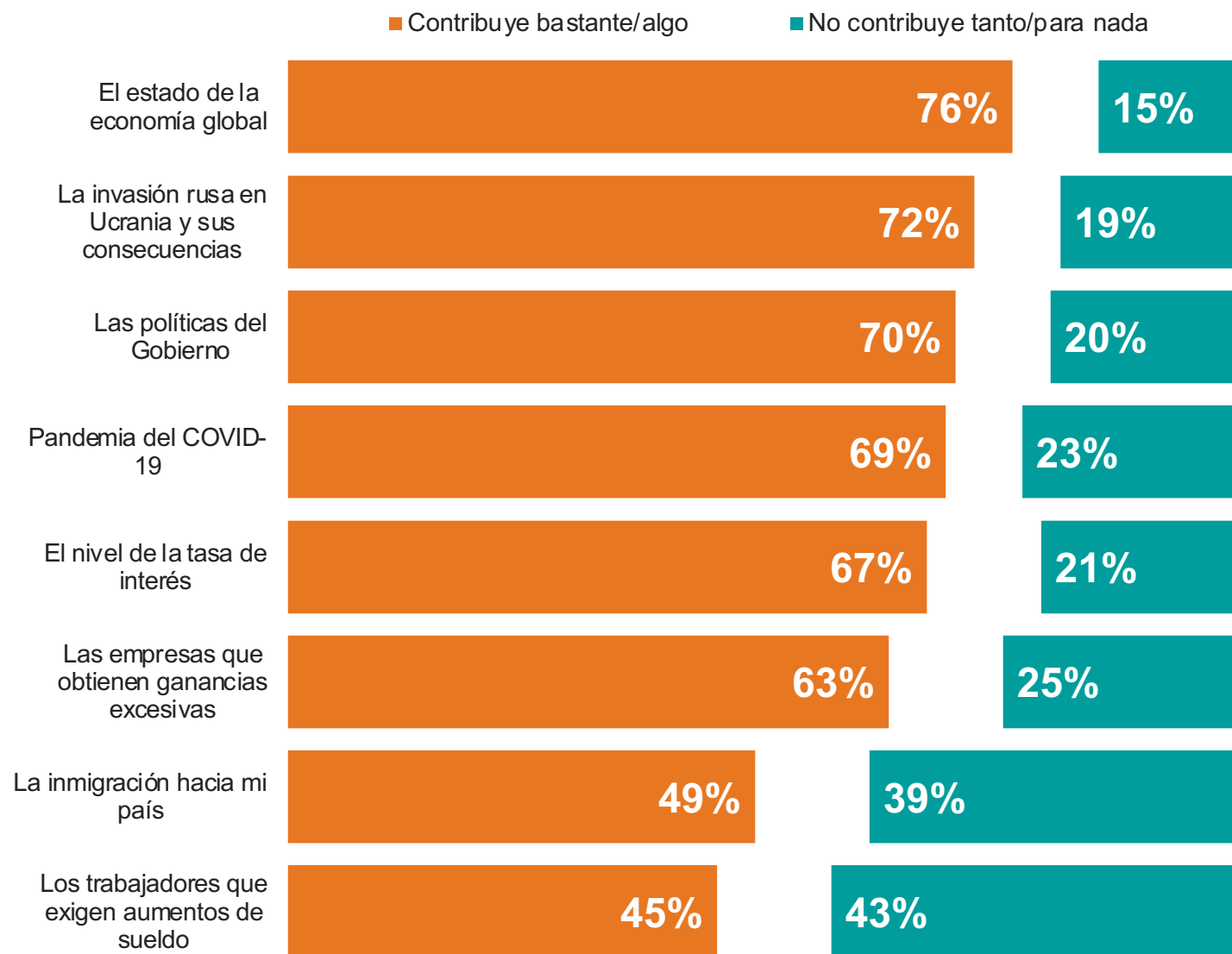
	PROM	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHL	CHN	COL	ALE	DIN	ESP	FRA	GBR	HUN	IND	ITA	JAP	COR	MEX	MAL	PB	PER	POL	SAU	SUE	TUR	EEUU	SUD
Gastar menos dinero en socializar	46%	51%	47%	46%	49%	52%	52%	40%	56%	44%	32%	53%	46%	48%	43%	40%	45%	22%	35%	59%	45%	52%	57%	38%	35%	58%	50%	46%	58%
Retrasar las decisiones de compras grandes (por ejemplo, muebles, automóviles, electrodomésticos)	44%	47%	43%	45%	44%	49%	48%	33%	46%	41%	40%	43%	43%	44%	57%	38%	36%	36%	39%	50%	38%	50%	47%	38%	29%	54%	48%	46%	47%
Gastar menos en vacaciones	37%	33%	37%	38%	30%	42%	33%	32%	40%	35%	32%	41%	38%	37%	39%	38%	37%	22%	34%	40%	42%	40%	40%	35%	30%	40%	42%	36%	44%
Gastar menos en otras compras domésticas	36%	38%	40%	30%	38%	45%	37%	23%	40%	36%	30%	31%	31%	41%	50%	32%	34%	35%	39%	31%	37%	34%	40%	39%	27%	29%	42%	44%	39%
Usar menos calefacción, electricidad o agua	29%	25%	31%	37%	27%	23%	26%	9%	22%	43%	32%	31%	37%	50%	31%	27%	32%	35%	22%	22%	25%	23%	25%	34%	23%	24%	42%	28%	39%
Usar el vehículo con menos frecuencia para gastar menos en combustible	29%	23%	31%	32%	30%	36%	28%	30%	21%	33%	20%	30%	34%	30%	38%	31%	21%	14%	25%	32%	25%	33%	22%	30%	23%	31%	45%	32%	40%
Gastar menos en alimentos	26%	19%	32%	25%	18%	29%	19%	12%	19%	25%	30%	15%	31%	39%	32%	26%	17%	43%	40%	14%	31%	24%	21%	24%	17%	27%	30%	36%	25%
Usar los ahorros	23%	18%	28%	27%	20%	25%	21%	17%	16%	19%	17%	17%	28%	31%	22%	32%	18%	28%	28%	19%	26%	29%	23%	27%	13%	21%	23%	23%	25%
Ahorrar menos	22%	23%	29%	31%	10%	27%	16%	12%	17%	22%	27%	20%	24%	35%	28%	20%	17%	15%	24%	13%	14%	35%	18%	20%	17%	25%	25%	24%	18%
Verificar a qué beneficios y apoyo para el bienestar puedo optar	16%	14%	17%	12%	17%	12%	24%	13%	18%	13%	15%	11%	16%	18%	16%	23%	15%	5%	17%	19%	18%	13%	13%	16%	10%	10%	20%	21%	21%
Buscar empleo	14%	18%	12%	9%	21%	12%	16%	10%	18%	7%	6%	8%	7%	9%	8%	21%	10%	8%	10%	19%	22%	5%	20%	16%	19%	7%	20%	18%	29%
Buscar un trabajo con mejor sueldo en otro lugar	12%	15%	11%	4%	14%	15%	14%	9%	16%	6%	5%	8%	8%	12%	14%	18%	6%	4%	6%	17%	15%	7%	19%	16%	14%	11%	14%	11%	24%
Mudarse a un lugar más barato	10%	13%	9%	6%	14%	9%	11%	7%	19%	8%	7%	7%	8%	6%	5%	20%	5%	5%	8%	7%	11%	5%	16%	6%	18%	10%	18%	11%	21%
Gastar menos en atención médica	10%	6%	14%	11%	9%	9%	8%	7%	5%	10%	9%	5%	13%	9%	14%	15%	12%	6%	10%	5%	14%	8%	6%	10%	11%	11%	15%	10%	13%
Pedir dinero prestado	8%	11%	11%	4%	10%	11%	11%	4%	10%	5%	4%	4%	6%	11%	6%	16%	4%	3%	9%	9%	7%	4%	9%	7%	8%	5%	16%	12%	14%
Solicitar un aumento de sueldo a mi empleador	8%	9%	8%	4%	6%	9%	6%	8%	7%	7%	4%	4%	8%	6%	7%	18%	5%	2%	3%	9%	10%	8%	11%	8%	16%	6%	14%	6%	14%
Gastar menos en educación	6%	5%	6%	4%	6%	6%	4%	5%	6%	7%	3%	3%	3%	5%	6%	11%	6%	1%	5%	3%	7%	3%	3%	9%	10%	8%	9%	6%	7%
Otra	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	3%	2%	1%	1%	4%	3%	1%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	3%	3%	2%



¿QUÉ ESTÁ IMPULSANDO EL AUMENTO DE LOS PRECIOS?

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

Promedio Global de Países



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

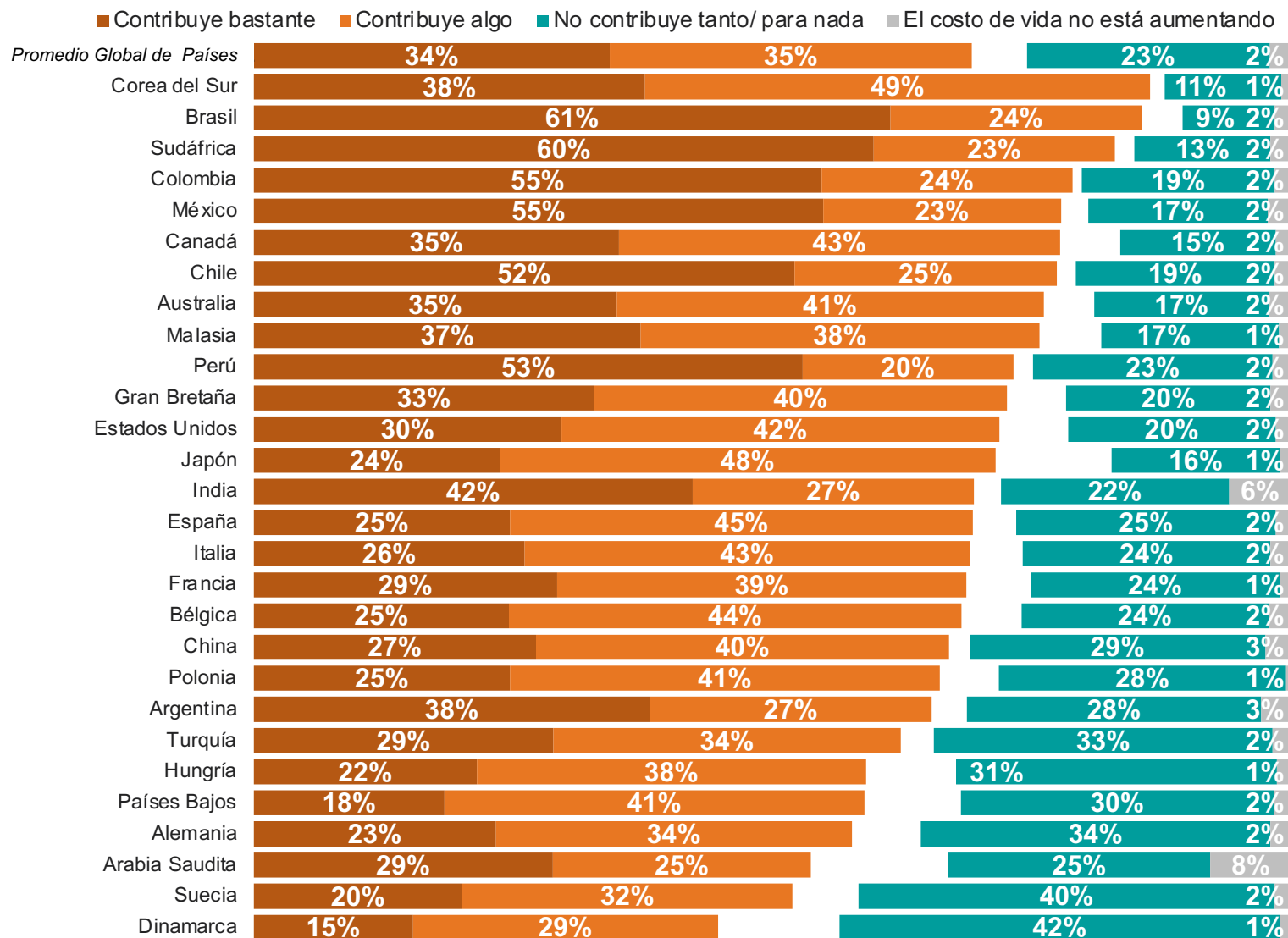
Contribuye bastante/algo

	PROM	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHL	CHN	COL	ALE	DIN	ESP	FRA	GBR	HUN	IND	ITA	JAP	COR	MEX	MAL	PB	PER	POL	SAU	SUE	TUR	EEUU	SUD
El estado de la economía global	76%	72%	81%	75%	81%	80%	83%	57%	82%	70%	65%	82%	82%	82%	75%	71%	81%	77%	87%	80%	76%	76%	81%	73%	50%	82%	73%	77%	84%
La invasión rusa en Ucrania y sus consecuencias	72%	46%	73%	83%	76%	68%	74%	41%	70%	74%	76%	81%	82%	79%	77%	71%	81%	75%	87%	60%	63%	84%	70%	80%	49%	83%	65%	72%	77%
Las políticas de mi Gobierno	70%	79%	69%	67%	78%	71%	76%	51%	82%	61%	49%	68%	71%	74%	66%	72%	74%	62%	84%	73%	66%	69%	75%	81%	32%	69%	75%	74%	83%
Pandemia del COVID-19	69%	65%	76%	68%	86%	78%	77%	67%	79%	58%	45%	69%	69%	73%	59%	70%	69%	72%	86%	78%	76%	59%	73%	66%	54%	52%	62%	72%	83%
El nivel de la tasa de interés	67%	77%	67%	57%	84%	70%	82%	40%	80%	48%	48%	69%	64%	67%	67%	72%	70%	47%	83%	79%	65%	51%	75%	78%	41%	71%	80%	70%	85%
Las empresas que obtienen ganancias excesivas	63%	62%	66%	64%	80%	72%	71%	48%	68%	59%	50%	71%	75%	71%	53%	68%	65%	41%	63%	66%	63%	54%	63%	56%	46%	53%	69%	69%	70%
La inmigración hacia mi país	49%	42%	39%	49%	45%	41%	68%	29%	73%	50%	40%	40%	46%	39%	39%	62%	47%	23%	44%	57%	52%	43%	61%	57%	37%	51%	86%	47%	69%
Los trabajadores que exigen aumentos de sueldo	45%	48%	46%	36%	46%	47%	52%	46%	49%	37%	41%	31%	39%	41%	33%	70%	33%	28%	67%	53%	64%	33%	55%	49%	34%	32%	43%	51%	70%

Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

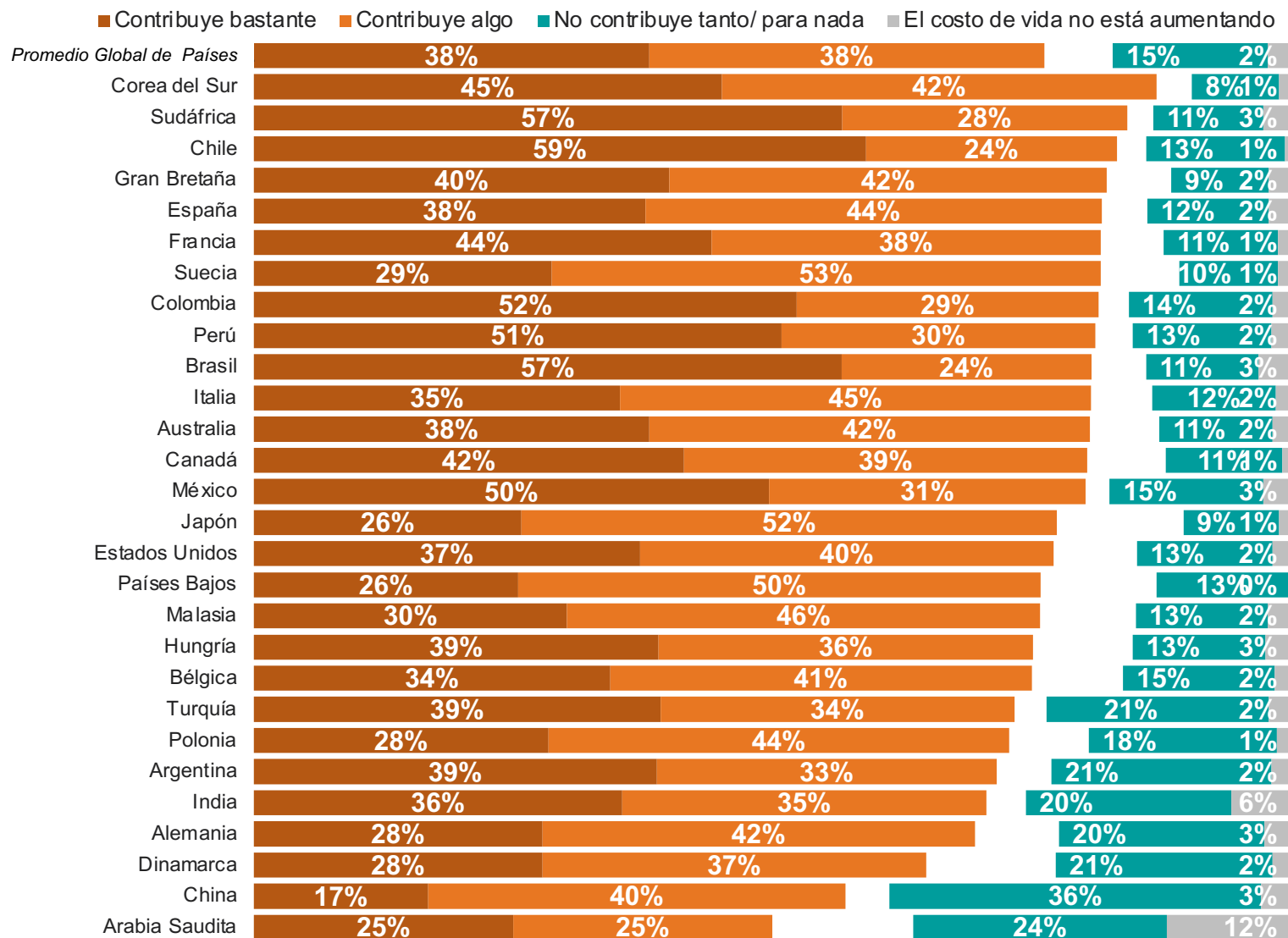
■ Pandemia del COVID-19



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

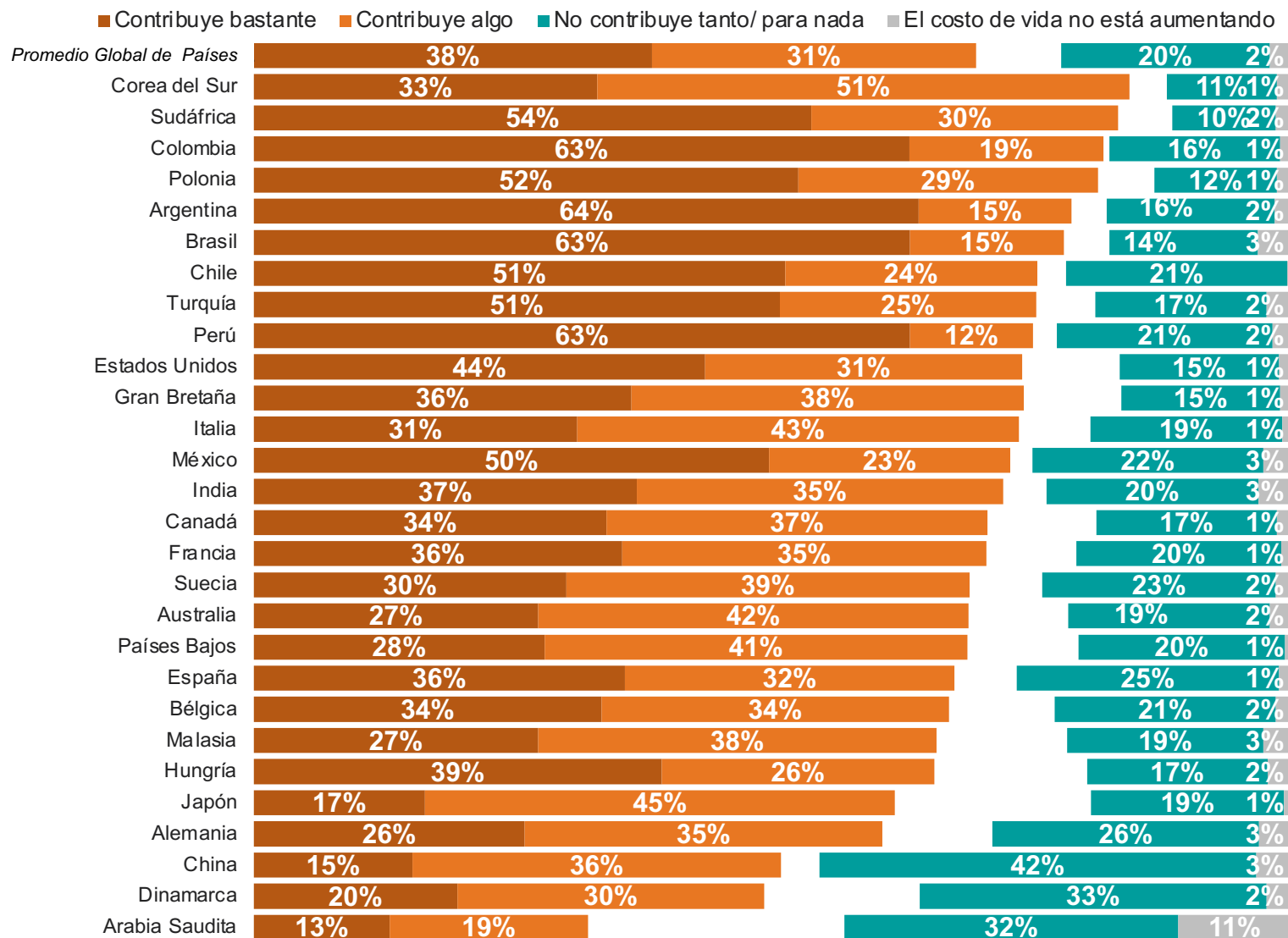
■ El estado de la economía global



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

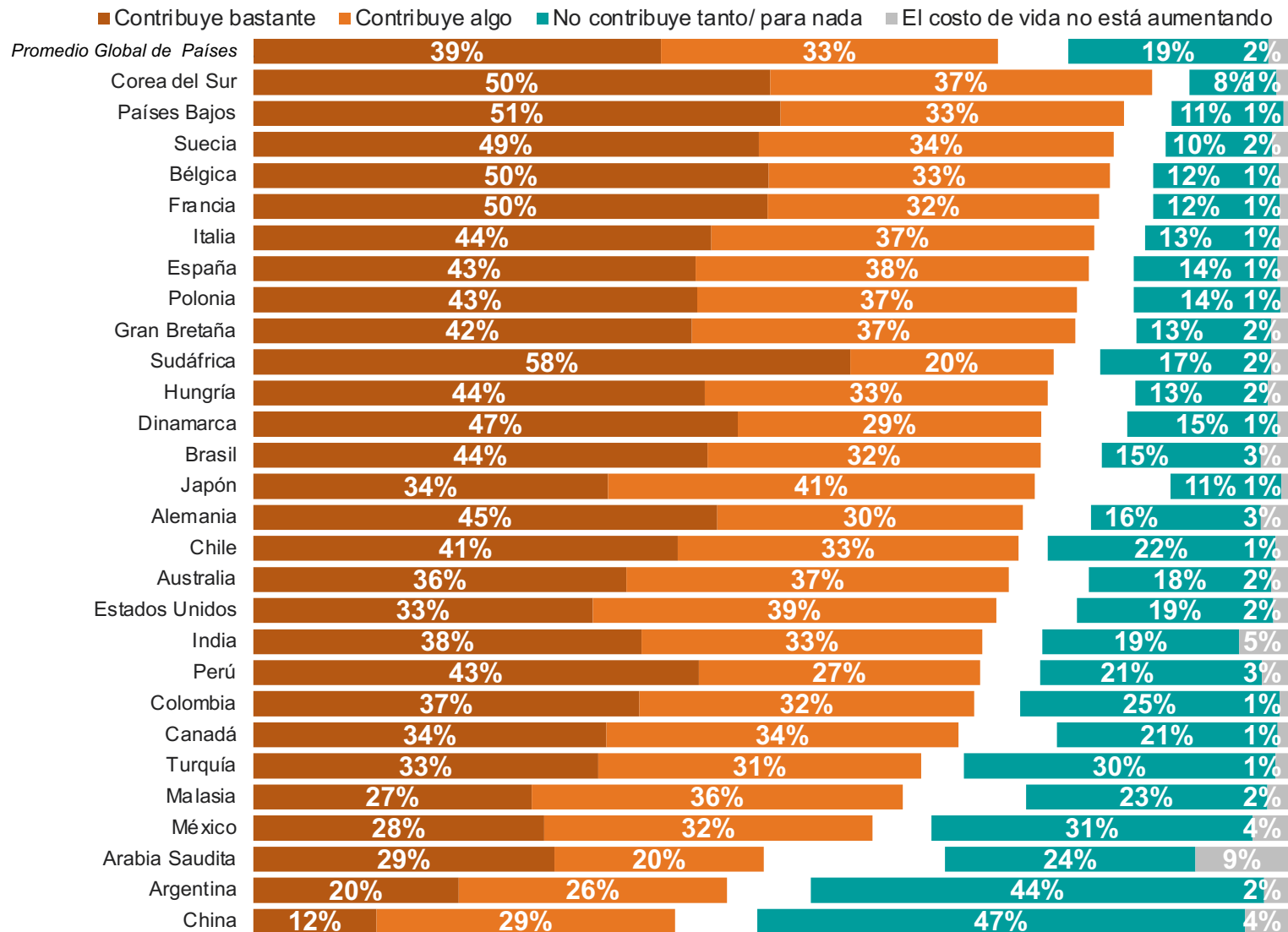
■ Las políticas de mi Gobierno



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

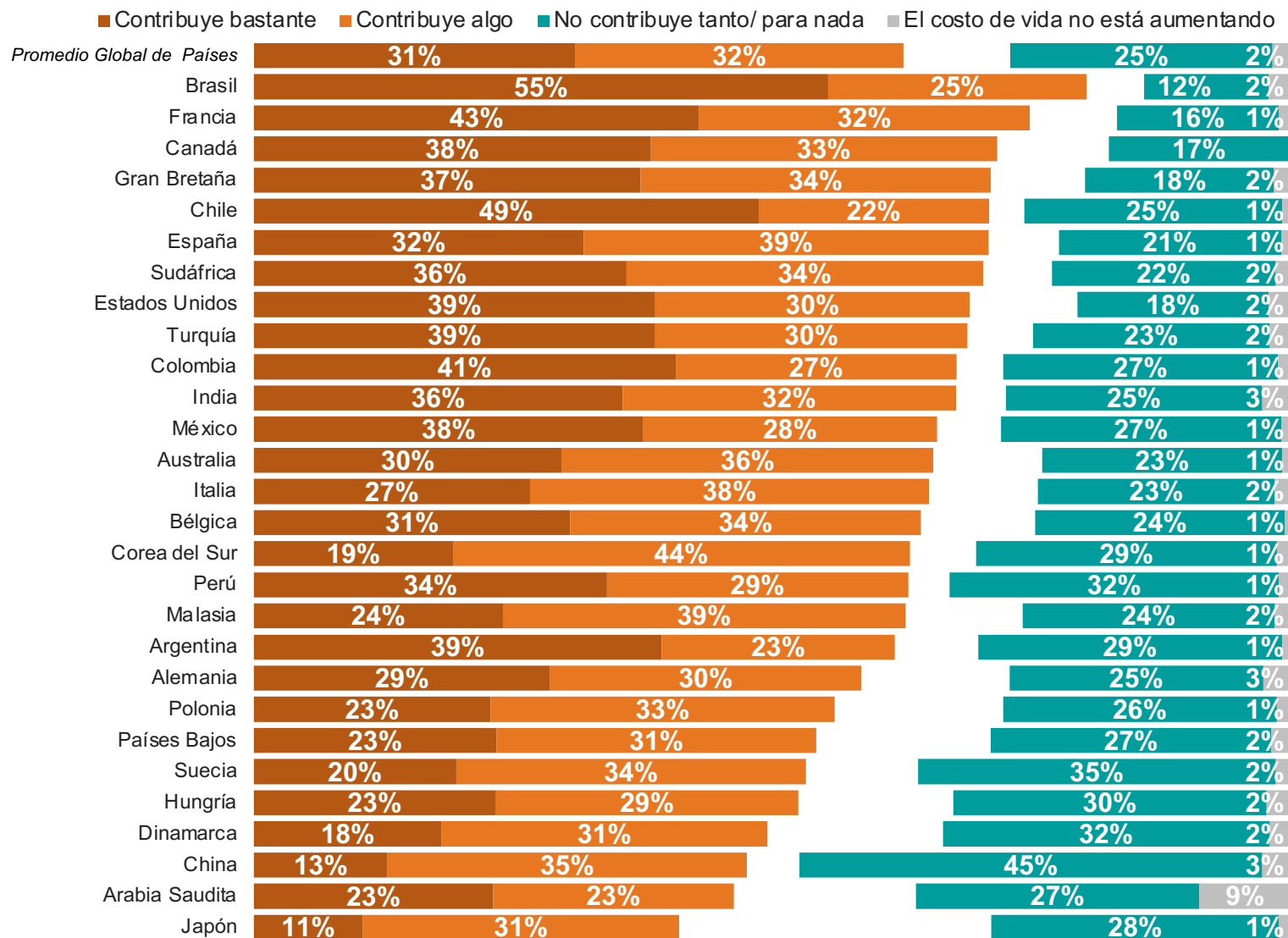
■ La invasión rusa en Ucrania y sus consecuencias



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

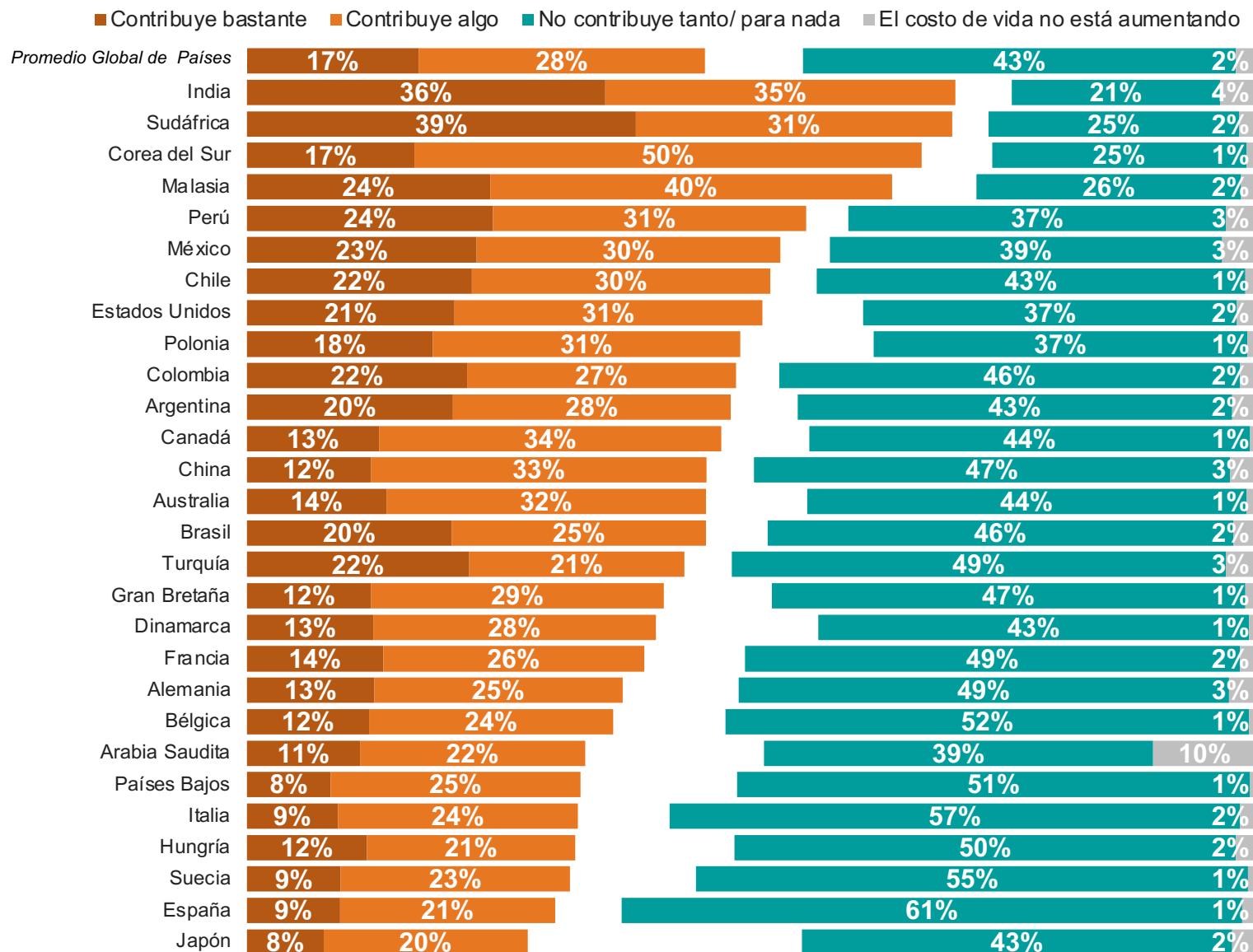
■ Las empresas que obtienen ganancias excesivas



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

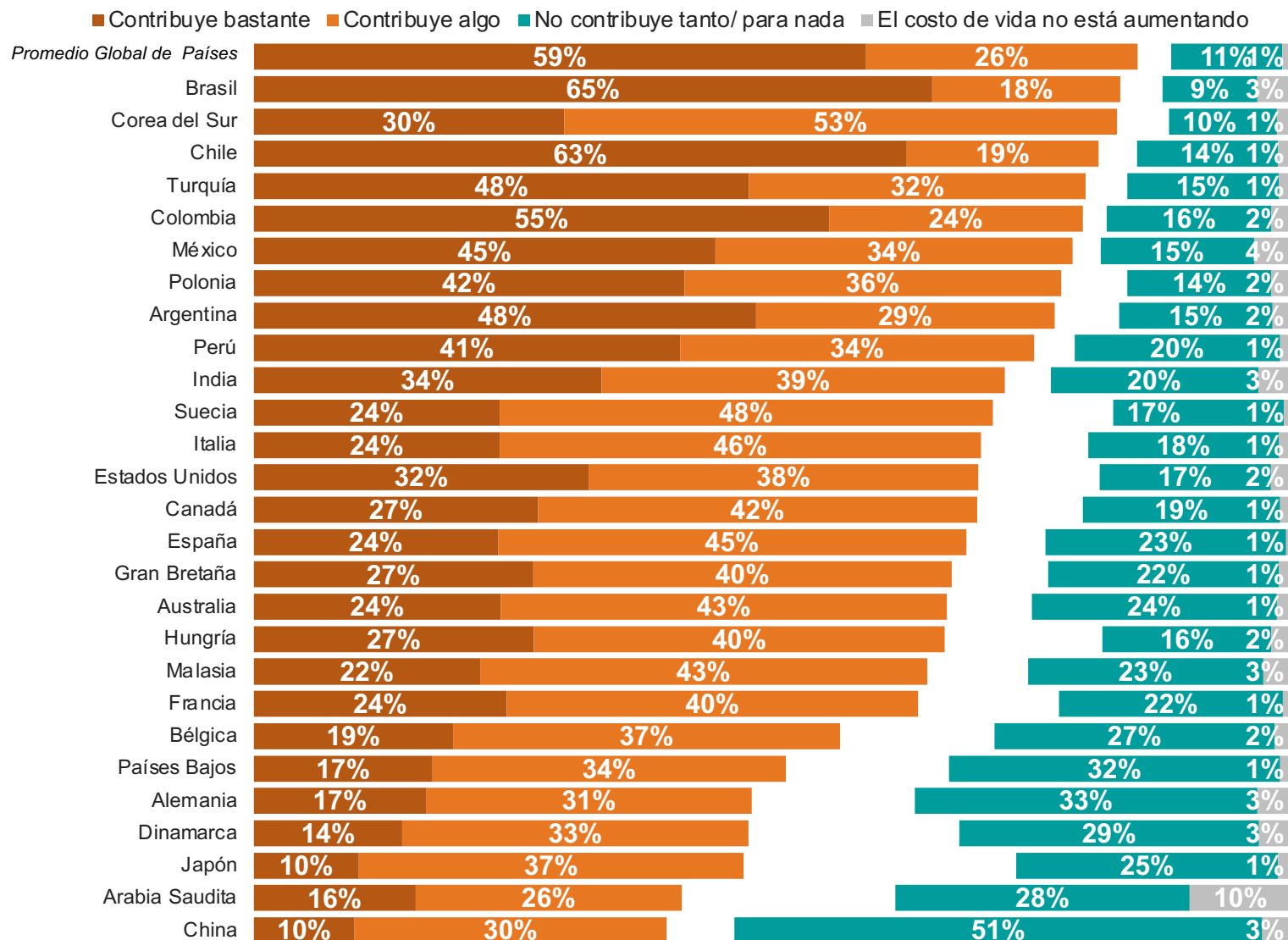
■ Los trabajadores que exigen aumentos de sueldo



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

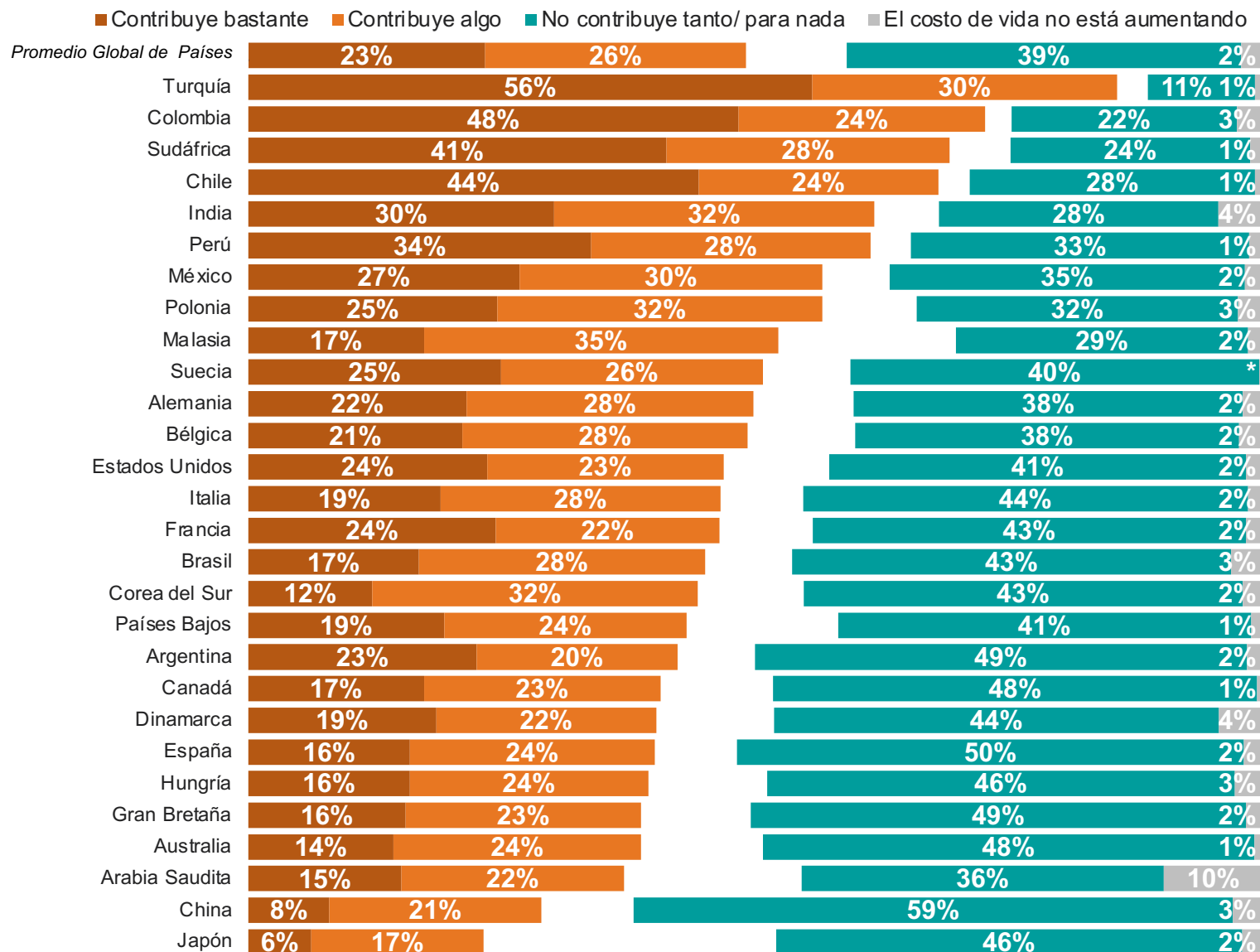
■ El nivel de la tasa de interés



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

¿Cuánto cree que contribuye cada una de las siguientes opciones al aumento del costo de vida actual en [PAÍS] ?

■ La inmigración hacia mi país



Percepción Global de Inflación de Ipsos, 2022 – 21.515 participantes de 28 países, entrevistas online realizadas entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 2022

METODOLOGÍA

Estos son los resultados de una encuesta online de Ipsos realizada entre el 26 de mayo y el 10 de junio de 2022.

La encuesta se realizó en 28 países del mundo, a través del sistema Ipsos Online Panel en Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Sudáfrica, Corea del Sur, Arabia Saudita, España, Suecia, Turquía y Estados Unidos.

Los resultados se componen de una muestra internacional de 21 515 adultos de 16 a 74 años en la mayoría de los países y de 18 a 74 años en Canadá, Turquía y Estados Unidos. Aproximadamente 500-1000 personas participaron país por país a través del panel en línea de Ipsos.

Las muestras de Australia, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, España, Suecia y Estados Unidos pueden tomarse como representativas de su población adulta general menor de 75 años. La muestra en otros países produce una muestra nacional que es más urbana y educada, y con ingresos más altos que sus conciudadanos. Los resultados de la encuesta para estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Luego se empleó la ponderación para equilibrar la demografía y garantizar que

la composición de la muestra refleje la de la población adulta según los datos del censo más reciente del país.

Cuando los resultados no suman 100 o la diferencia parece ser más o menos un punto más o menos que el real, esto puede deberse al redondeo, a las respuestas múltiples o a la exclusión de las respuestas "no sé" o no declaradas.

La precisión de las encuestas online de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de más o menos 3,5 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y reglamentos locales.

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 mercados y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades múltiples únicas que brindan información valiosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas o de observación.

“Game Changers”, nuestro eslogan, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante. Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte de los índices SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

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

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de cambios rápidos, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca ha sido tan grande. En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en verdad procesable.

Esta es la razón por la cual nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no solo brindan la medición más precisa, sino que también la moldean para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar más rápido, más inteligente y más audaz. En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

