

Mayo 2025

IPSOS UPDATE

Una selección de los estudios y reflexiones realizados por los equipos de Ipsos en todo el mundo

Ipsos Update Mayo 2025

Nuestro repaso a los estudios y reflexiones realizados por los equipos de Ipsos en todo el mundo

La atención del mundo permanece fija en los eventos en la Casa Blanca. La aprobación del presidente Trump, baja según los estándares históricos, ha caído solo ligeramente desde su toma de posesión en enero, pero las luces de advertencia están parpadeando: tres de cada cinco estadounidenses sienten que el costo de vida va por el camino equivocado. Nuestro nuevo Ipsos Vibe Check encuentra que el 46% dice que actualmente enfrenta "mucho" incertidumbre.

En otros lugares, muchos están perdiendo la fe en Estados Unidos. En promedio, en 29 países, la proporción de quienes piensan que Estados Unidos tendrá una influencia positiva en los asuntos mundiales ha caído del 77% en octubre al 63% hoy, con caídas mucho más pronunciadas en México y Canadá. Por primera vez a nivel mundial, más ven a China como una fuerza positiva en los

asuntos mundiales que a Estados Unidos. Estaremos observando todo esto de cerca a medida que la política exterior estadounidense continúe oscilando.

Esta edición presenta un resumen de las últimas perspectivas sobre Estados Unidos de Ipsos. Ya sea para comprender la reacción del público a posibles estrategias, la reputación corporativa o la gestión de marca, estamos aquí para ayudar en 90 países alrededor del mundo.

A medida que la guerra de Ucrania continúa, nuestra característica especial encuentra a la opinión pública internacional en conflicto sobre lo que debe suceder y cómo sus países deben reaccionar ante la agresión militar. Hay más optimismo de que la guerra pueda terminar en 2025, pero el estado de ánimo general sigue siendo sombrío. En Europa y

más allá, existe la sensación de que los países no deberían quedarse al margen ante la invasión de Rusia. Pero esto está lejos de apoyar que sus propias tropas se involucren en acciones militares.

Mientras tanto, nuestro informe People and Climate Change también encuentra al público en un lugar incierto. En 32 países, solo el 17% dice que un aumento en las temperaturas promedio de 1.5°C "no es tan grave". Además, el sentido de que "estaremos fallando a las generaciones futuras si no tomamos medidas ahora" está en declive en todas partes, y muchos dicen que a su país ya se le está pidiendo que haga demasiado para combatir el cambio climático.

En el contexto de todas las incertidumbres actuales, la necesidad de que todos cuidemos nuestra propia salud mental y

bienestar sigue siendo tan fuerte como siempre. El nuevo Informe de Salud Mental de Ipsos/AXA proporciona algunos consejos sobre cómo podemos cuidarnos mejor a nosotros mismos y a quienes nos rodean para construir un mayor sentido de bienestar.

Como siempre, esperamos que el contenido presentado aquí sea útil para usted y esperamos tener algunas excelentes conversaciones en las próximas semanas y meses.



Ben Page
Ipsos CEO

Píldoras de encuestas

Algunas cifras de este mes seleccionadas entre las encuestas de Ipsos en todo el mundo

Canadá:

El 53% dice que un gobierno mayoritario sería el mejor resultado de las elecciones generales.

EE.UU.:

El 62% dice que su factura de electricidad y/o gas ha aumentado en comparación con hace un año.

Brasil:

El 50% cree que las políticas comerciales del presidente Donald Trump están perjudicando la economía de Brasil.

Francia:

El 77% de los franceses quiere que se mantengan las políticas de DEI en las empresas.



Gran Bretaña:

El 75% de los británicos espera que la economía empeore en los próximos 12 meses.

Suiza:

El 53% confía en la capacidad del Consejo Federal para salvaguardar los intereses económicos de Suiza.

Eslovaquia:

El 37% tira comida al menos una vez a la semana.

Australia:

El 35% de los australianos aprueba el desempeño de Anthony Albanese como Primer Ministro y el 39% desaprueba.

ÍNDICE



Las Personas y el Cambio Climático

Percepción global y preocupación en medio del aumento de las temperaturas

1



Decodificando la Desinformación

Por qué caemos en las noticias falsas

2



Actitudes Globales hacia la Guerra en Ucrania

Optimismo moderado por el fin de la guerra

3



Informe de Salud Mental de AXA

La salud mental continúa deteriorándose en todo el mundo

4



Barómetro de Movilidad

Los europeos están redefiniendo sus hábitos de movilidad

5



What Worries the World?

Un tercio en 29 países están preocupados por la inflación

6



¿Tienen los EE.UU. un impacto global positivo?

Reputación tambaleante en medio de una nueva administración

7



Esforzarse por más 2.0

La guía de representación femenina para especialistas en marketing obsesionados con el crecimiento

8

Las Personas y el Cambio Climático

Percepción global y preocupación en medio del aumento de las temperaturas

A medida que el mundo es testigo de un aumento en las temperaturas globales, superando los 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales por primera vez en 2024, nuestro informe revela percepciones y preocupaciones cambiantes sobre el cambio climático en todo el mundo.

Publicada para coincidir con el Día de la Tierra, esta investigación detallada que abarca 32 países ofrece una visión integral de las actitudes del público hacia la crisis climática.

Los hallazgos clave incluyen:

- **Disminución de la acción individual:** Aunque el 64% de las personas reconoce que no actuar sobre el cambio climático defraudaría a las generaciones

futuras, ha habido una notable disminución desde 2021 en las personas que creen que sus acciones son cruciales.

- **Preocupaciones crecientes:** El 74% de las personas expresa preocupación por los impactos del cambio climático en su país. Esto es particularmente marcado en áreas de alto riesgo como Filipinas y Turquía.
- **Opiniones polarizadas sobre la acción del gobierno:** En América Latina, existe una fuerte demanda de una mayor intervención del gobierno, mientras que el 36% a nivel mundial siente que sus países se están extralimitando.
- **Preocupaciones económicas:** En

Europa, muchos asocian la transición a las energías renovables con mayores costos del hogar, con escepticismo hacia los beneficios ambientales de los vehículos eléctricos.

El Informe sobre las Personas y el Cambio Climático de Ipsos no solo arroja luz sobre estas actitudes fundamentales, sino que también explora cómo estas percepciones varían entre países, impactando a las marcas y la formulación de políticas

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



Si bien el 17% subestima la importancia de superar el punto de referencia de temperatura, la mayoría (53%) comprende sus implicaciones críticas.

Decodificando la Desinformación

Por qué caemos en las noticias falsas

La desinformación es un problema global que amenaza la salud pública, la democracia y la cohesión social. No solo difunde mentiras descaradas; a menudo involucra verdades distorsionadas y narrativas sesgadas que dan forma sutilmente a la opinión pública. Esto puede reforzar los sesgos existentes, reducir la confianza en las instituciones e influir en la toma de decisiones.

Comprender los factores que influyen en la capacidad de una persona para distinguir entre noticias reales y falsas es crucial para abordar la crisis de la desinformación.

Basándonos en datos de nuestro

estudio a gran escala en cuatro países (Francia, India, Reino Unido y Estados Unidos), exploramos los factores psicológicos y sociales que hacen que las personas sean propensas a creer en noticias falsas. Nuestro enfoque revela cómo elementos como la emoción, el pensamiento analítico, el contexto cultural y el panorama digital influyen en nuestra capacidad para discernir información falsa de real.

Abordar la desinformación requiere un esfuerzo colaborativo en diferentes sectores, desde formuladores de políticas y educadores hasta organizaciones de medios e individuos. Esto incluye promover la educación en

alfabetización mediática, fomentar el pensamiento analítico y fomentar el intercambio responsable de información.

Al comprender los factores que hacen que las personas sean propensas a creer en noticias falsas, nuestro objetivo es proporcionar información procesable para ayudar a combatir la crisis de la desinformación y crear un panorama de información más informado y confiable para todos.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



La investigación muestra que las personas no juzgan mal la información al azar; más bien, sus percepciones están moldeadas por sesgos cognitivos, hábitos de consumo de medios y niveles de confianza institucional.

Actitudes Globales hacia la Guerra en Ucrania

Optimismo moderado por el fin de la guerra

En 27 de los 29 países encuestados, más personas que hace seis meses piensan que el conflicto en Ucrania terminará en 2025. Italia y Singapur han visto el mayor aumento desde noviembre de 2024 en la creencia de que la guerra terminará este año (un aumento de 22 puntos porcentuales (pp) y 19pp respectivamente).

Sin embargo, el panorama general sigue siendo sombrío. En muchos países europeos, la mayoría cree que es poco probable que la guerra termine para el próximo enero. Más de dos tercios en Alemania (71%), Suecia (67%) y Países Bajos (68%) creen que este es el caso.

Posteriormente, la gente cree que se necesita acción contra Rusia. Dos tercios (63%) en 29 países sienten que

no hacer nada en Ucrania alentará a Rusia a tomar más acciones militares en otros lugares de Europa y Asia. En todos los países excepto uno (Hungria), las personas tienen más probabilidades de pensar que no hacer nada envalentonará a Rusia. Polonia, Tailandia y Países Bajos han visto los mayores aumentos desde 2023 en la sensación de que no hacer nada traerá más acciones militares (un aumento de 16pp, 10pp y 9pp respectivamente).

La guerra en curso parece haber traído un sentido de unidad, con dos tercios (65%) en 29 países diciendo "mi país debe apoyar a las naciones soberanas cuando son atacadas por otros países". Una mayoría en todos los países encuestados, excepto tres,

se siente así. Sin embargo, si bien hay apoyo para defender a las naciones soberanas, entre los 13 países de la OTAN cubiertos en esta encuesta, 11 de ellos han visto caer el apoyo en comparación con 2023 y todos los países de la OTAN han visto caer el apoyo para defender a otros desde 2022.



En muchos países europeos, la mayoría cree que es poco probable que la guerra termine para el próximo enero.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Informe de Salud Mental de AXA

La salud mental continúa deteriorándose en todo el mundo

El último Informe de Salud Mental de AXA revela una preocupante disminución global del bienestar mental. Los hallazgos clave del estudio de 16 países revelan una alta prevalencia de trastornos mentales (32% de la población desde 2023), siendo los adultos jóvenes los más afectados de manera desproporcionada (44%).

Los puntajes utilizados para evaluar los indicios de depresión, ansiedad y estrés están empeorando, con un aumento sugerido de la depresión al 47% (desde el 44% en 2023), el estrés al 64% (desde el 62% en 2023) y la ansiedad alcanzando un récord del 23% (desde el 20% en 2023 y el 17% en 2022).

Varios factores contribuyen a este declive, incluida la inestabilidad financiera, la inseguridad laboral, la

incertidumbre futura, la exposición a noticias negativas, la agitación sociopolítica y la soledad. El uso excesivo de las redes sociales y la tecnología digital impacta negativamente a los adultos jóvenes, a pesar de que también sirven como un medio de conexión y acceso a la información.

El estrés en el lugar de trabajo también impacta significativamente en la salud mental. Las bajas por enfermedad debido a problemas de salud mental, por ejemplo, el estrés, están aumentando (27%, +4 puntos). Los empleados identifican el salario, la carga de trabajo, el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, la estabilidad laboral y el estilo de gestión como factores que impactan negativamente en su salud mental. En consecuencia, existe una gran demanda de apoyo para

la salud mental en el lugar de trabajo (52%), particularmente entre los jóvenes y aquellos que experimentan altos niveles de estrés.

En una nota positiva, una gran mayoría generalmente se siente bien informada sobre el tema de la salud mental, qué hacer si creen que sufren de un problema de salud mental (71%), los síntomas que deben alertarlos (70%) y qué hacer si creen que uno de sus seres queridos sufre un problema de salud mental (66%).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

El 52% de los adultos jóvenes dice que el uso intensivo de las redes sociales y los dispositivos digitales afecta negativamente a su salud mental.



Barómetro de Movilidad

Los europeos están redefiniendo sus hábitos de movilidad

Los europeos están adoptando cada vez más métodos de transporte más ecológicos, según el Barómetro de Movilidad Europ Assistance 2025 en nueve países.

Aunque los automóviles personales siguen siendo el principal modo de transporte (86% de propiedad), el uso de vehículos eléctricos e híbridos está aumentando (13% en 2025 frente a 10% en 2023), particularmente en Italia y Suiza.

A pesar de esto, el interés en la compra de vehículos eléctricos se ha estancado en los últimos tres años (27% en 2025), probablemente debido al costo (51%) y las preocupaciones sobre la infraestructura de carga (26%). Por el contrario, el ahorro en los costos de combustible (40%) y las preocupaciones ambientales (35%)

son las principales motivaciones para comprar vehículos eléctricos.

Aunque el 84% de los europeos prefiere los automóviles personales como su principal modo de transporte, los modos alternativos están ganando terreno. Caminar y el uso del transporte público han aumentado en los últimos cinco años, particularmente en España y Austria. El uso de bicicletas eléctricas también ha aumentado, especialmente en Francia, Bélgica y Alemania.

Un cambio significativo es la creciente disposición a renunciar a la propiedad de automóviles personales (33% en 2025 frente a 30% en 2024), especialmente en España, Italia y Suiza. Esto refleja la creciente aceptación de la movilidad

compartida e híbrida, así como del transporte público.

El transporte multimodal se está convirtiendo en la norma, con un 86% de europeos utilizando automóviles, un 54% transporte público y un 48% bicicletas. La mejora de la infraestructura es un motivador clave para el uso de bicicletas y scooters (32%), y el uso compartido de automóviles y el carpooling están creciendo, particularmente en España, Austria y Portugal.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



Caminar y el transporte público han aumentado en popularidad, con un uso más frecuente que hace cinco años.

What Worries the World?

Un tercio en 29 países están preocupados por la inflación

La brecha de positividad entre republicanos y demócratas en Estados Unidos sigue siendo marcada. La proporción de republicanos que dicen que EE.UU. está "en la dirección correcta" ha caído marginalmente del 76% al 74%. Mientras que la proporción de demócratas que expresan la misma opinión ha bajado cuatro puntos porcentuales al 16%, creando una diferencia de 58 puntos. El mes pasado, la brecha fue de 56 puntos.

Para un análisis más detallado sobre los acontecimientos actuales, visite la nueva página Know the New America, un informe mensual de las mejores percepciones de Ipsos sobre EE.UU. adaptadas para el mundo.

Mientras tanto, después de un

aumento de cinco puntos, más de uno de cada dos canadienses (53%) ahora considera la inflación como un problema principal, un nivel que no se veía desde junio de 2024, cuando alcanzó un máximo del 54%.

Argentina, que solía experimentar niveles récord de preocupación, también ha aumentado nueve puntos hasta alcanzar dos quintos (41%). Sin embargo, esto no se acerca a su pico del 76% en mayo de 2023.

Además, en América Latina, Perú ha visto un aumento significativo de 10 puntos desde el mes pasado, con tres cuartos (75%) de los encuestados expresando preocupación en abril de 2025. Esto es 12 puntos más que en esta época el año pasado y el nivel más alto de preocupación por la

inflación registrado para Perú desde octubre de 2016, cuando también estaba en 75%.

Y en toda Europa, la preocupación por los conflictos militares está aumentando, particularmente en Francia, que ha visto el mayor aumento en los que dicen que es una preocupación, subiendo 10 puntos desde el mes pasado a uno de cada cuatro (25%).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



El 74% de los republicanos piensa que EE.UU. va en la dirección correcta (frente al 16% de los demócratas).

¿Tienen los EE.UU. un impacto global positivo?

Reputación tambaleante en medio de una nueva administración

La proporción que dice que Estados Unidos tendrá una influencia positiva en los asuntos mundiales ha disminuido en 26 de 29 países en los últimos seis meses.

Hoy, el 46% en promedio en los 29 países dice que EE.UU. tendrá una influencia positiva, por debajo del 59% que dijo lo mismo en octubre de 2024, antes de las elecciones presidenciales.

Hace seis meses, el 52% de los canadienses veían a EE.UU. como una influencia positiva; ahora solo el 19% siente lo mismo. Esta caída de 33 puntos es la más grande registrada para cualquier país. Si bien las calificaciones de EE.UU. también cayeron entre su vecino del norte durante el primer mandato de Trump, este es el puntaje más bajo que hemos registrado para Canadá desde que comenzamos a

rastrear esta pregunta en 2015.

Aún más sorprendente, China, por primera vez en diez años de hacer estas preguntas, ahora se considera que tiene una influencia más positiva. En los 29 países cubiertos, un promedio del 49% dice que China tendrá un efecto positivo en los asuntos mundiales, diez puntos más que hace seis meses. Israel e Irán siguen siendo los países con menos probabilidades de ser vistos como una influencia positiva en el escenario internacional. Sin embargo, el puntaje de Irán ha mejorado en los últimos seis meses, al igual que los de China, Pakistán, Rusia y Arabia Saudita.

Al comentar sobre estos hallazgos, Chris Jackson, Vicepresidente Senior de Ipsos en EE.UU., dijo: "Tres meses después del inicio de la segunda administración Trump y seis meses

después de su elección, la reputación de Estados Unidos como una fuerza para el bien en el mundo ha recibido un duro golpe, particularmente entre nuestros aliados tradicionales en Europa y Canadá. Esto va en contra de la repetida promesa de campaña de Donald Trump de restaurar el respeto por Estados Unidos en todo el mundo. Sin embargo, dado el enfoque hacia adentro de muchos estadounidenses, es poco probable que la base MAGA note nuestra disminuida posición en el escenario mundial".

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



El 46% en 29 países dice que EE.UU. tendrá una influencia positiva en el mundo, por debajo del 59% hace seis meses.

Esforzarse por más 2.0

La guía de representación femenina para especialistas en marketing obsesionados con el crecimiento

Las mujeres no son solo un público objetivo; son potencias económicas, tomadoras de decisiones e influenciadoras de compra. Sin embargo, nuestra investigación muestra una desconexión entre esta realidad y su representación en la publicidad.

'Esforzarse por más 2.0', una colaboración entre Ipsos y SeeHer, elimina esta brecha. En el informe, presentamos nuestros hallazgos sobre cómo las mujeres quieren ser representadas en la publicidad en 2025, y cómo la representación precisa impulsará mejores resultados comerciales e impacto a largo plazo. Los especialistas en marketing tienen una oportunidad de crecimiento sin precedentes, y la responsabilidad, de

esforzarse por más en la publicidad.

Los hallazgos clave incluyen:

- **¡Ella importa - en los resultados finales!**: Las representaciones precisas de las mujeres impulsan el éxito empresarial. Los altos puntajes GEM® se correlacionan positivamente con la efectividad creativa y el aumento de las ventas.
- **Cerrar la brecha de representación**: Solo el 15% de las mujeres sienten que su representación en la publicidad refleja su identidad, en comparación con casi el 40% de los hombres. Las representaciones auténticas no se tratan solo de inclusividad; impulsan la conexión

e influyen en las decisiones de compra. Las marcas tienen una oportunidad real de hacerlo mejor.

- **Ir más allá del mínimo**: Si bien la representación apropiada y respetuosa ha mejorado en los últimos cinco años, el progreso se ha estancado donde más importa. La calidad de la representación de las mujeres no se ha elevado a donde debería estar, y las mujeres aún no se ven a sí mismas como figuras aspiracionales en los anuncios.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

La representación positiva de las mujeres en la publicidad genera un aumento del 10% en las ventas y más valor para su inversión en medios.

Shortcuts



KEYS – ¿Hacia dónde va ESG?

¿Está ESG en una encrucijada? La investigación de Ipsos muestra que el cambio climático, la pobreza y la desigualdad siguen siendo preocupaciones constantes y significativas que unen a las personas en todo el mundo. Pero las empresas enfrentan un delicado acto de equilibrio entre ganancias, propósito y política.

Tratamos de entender el estado de ESG en los negocios hoy, estableciendo las cosas clave que debemos hacer bien.

MIRA AQUÍ



Conoce la Nueva América

Este es un despacho mensual de las mejores perspectivas de Ipsos sobre los EE.UU. adaptadas para el mundo.

Lo que ahora está sucediendo en Estados Unidos está impulsando los mercados y la política en todo el mundo. Ipsos cubre de manera única a ciudadanos, votantes y consumidores tanto en los EE.UU. como a nivel global: en esta actualización, informamos mensualmente sobre las acciones de la administración Trump y cómo está reaccionando el público y la economía estadounidenses.

LEER MÁS



Sembrando las Semillas del Crecimiento

Este informe ofrece una profunda inmersión en la industria de alimentos a base de plantas, tanto a nivel mundial como en India.

Se han sintetizado las perspectivas de conversaciones con expertos de la industria, investigación del consumidor y datos del mercado para proporcionar una visión integral de este sector en rápida evolución

LEER MÁS



Una Guía para el Éxito de los Rezagados en Experiencia del Cliente

El estudio de Seguros CSI de Ipsos indica que los clientes no siempre se sienten valorados y orgullosos de ser clientes de su asegurador. Los proveedores deben ir más allá de las transacciones abordando las necesidades emocionales de los clientes a través de las seis fuerzas que influyen en el apego: Certeza, Trato Justo, Control, Estatus, Pertenencia y Disfrute.

LEER MÁS

CONTACTO

Toda la información recogida en este número de **Ipsos Update** es pública y por lo tanto está a disposición tanto de los compañeros como de los clientes de Ipsos.

Además, los contenidos se actualizan con regularidad en nuestra web y redes sociales.

Envía tus comentarios e ideas para futuras ediciones a IKC@ipsos.com.

Foto de portada : **Estambul, Türkiye**. Türkiye está particularmente preocupada por el cambio climático y la corrupción política, descubra más en las páginas [5](#) y [10](#).

www.ipsos.com

@ipsos