

MONITOR DE IA DE IPSOS 2025

Una encuesta de Ipsos Global
Advisor en 30 países

Junio 2025

Introducción: ¿Por qué las dudas?

En Ipsos Global Trends vemos una tensión interesante que la gente siente sobre la tecnología. Esa tensión también aplica a nuestra visión de la IA.

En Ipsos Global Trends, la mayoría cree que la tecnología es necesaria para resolver los problemas del mundo. Pero la mayoría de las mismas personas también sienten que el progreso tecnológico está "destruyendo nuestras vidas". Así es literalmente como se formula la pregunta.

Durante años, en el monitor global de IA de Ipsos, hemos visto una tensión similar relacionada con este conjunto específico de tecnologías: las personas están entusiasmadas con los avances en Inteligencia Artificial, pero también están nerviosas por los cambios que esos avances podrían traer.

Hemos denominado a esta tensión la Maravilla y la Preocupación de la IA.

A nivel mundial, alrededor de la mitad dicen estar entusiasmados y la otra mitad nerviosos. En cierto modo parece incongruente o incluso paradójico. Existen claras diferencias regionales.

En la anglósfera (Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá, Irlanda y Australia) hay mucho más nerviosismo que emoción. En los mercados europeos vemos menos nerviosismo, pero también un rango medio de emoción.

Algunos mercados están mucho más positivos que nerviosos, especialmente en el sudeste asiático. Japón es un poco atípico: ni entusiasmado ni nervioso. El nerviosismo se mantiene prácticamente estable año tras año, pero sigue siendo bastante superior al

de 2022, que se presentó antes del lanzamiento público de ChatGPT.

Nos planteamos si se trataba sobre todo de una correlación de la edad media del mercado y descubrimos que no.

Este año exploramos un par de teorías con preguntas adicionales.

Una preguntaba si la gente confía en que sus mercados regularán la IA de forma responsable. La bajísima puntuación obtenida en EE.UU. (sólo el 31% confía en el gobierno en este contexto) podría explicar sin duda algunos de los altos niveles de nerviosismo en ese mercado. Del mismo modo, muchos de los mercados con mayores niveles de nerviosismo también tienen altos niveles de confianza en la regulación gubernamental.



Introducción: ¿Por qué las dudas?

Otra teoría es que hay algunas cosas muy reales que nos preocupan. Algo de esto ya lo habíamos empezado a ver en nuestros datos. A nivel mundial, y en muchos mercados, son más las personas que piensan que la IA empeorará su mercado laboral local que las que piensan que lo mejorará. Aunque en casi todos los mercados son más los que piensan que la IA mejorará su propio trabajo que lo empeorarán. Casi todos los mercados piensan que la IA empeorará la desinformación.

Exploramos esto más a fondo con un nuevo par de preguntas sobre la probabilidad de que las personas piensen en varias aplicaciones de IA y qué tan incómodas las hacen esas aplicaciones.

En general, a nivel mundial, la mayoría de la gente piensa que la IA se encargará (y ya lo está haciendo hasta cierto punto) de todo tipo de tareas en un futuro

próximo, desde búsquedas en línea hasta la creación de contenido publicitario, pasando por la selección de solicitudes de empleo y la creación de contenido deportivo realista con atletas generados por IA. La gente se siente más incómoda con la idea de que la IA genere anuncios políticos, escriba noticias, seleccione a los solicitantes de empleo y cree desinformación.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que se espera abrumadoramente que las empresas que utilizan la IA (79%) divulguen ese uso. Y en todos los casos que preguntamos, la gente prefiere a los humanos para crear su contenido que a la IA. Hasta ahora. Es fácil esperar que, a medida que el uso se generalice, nos sintamos más cómodos y nos acostumbremos a él. Aunque ciertamente hay un escenario en el que también se produce una reacción violenta.

La gente también está dividida sobre si confiaría más o menos en las marcas que utilizan la IA en su marketing.

Todo esto presenta un conjunto de señales bastante mixtas para las marcas. Estamos preocupados y llenos de asombro. Esperamos que la IA haga muchas cosas, pero no estamos claros si serán positivas. A corto plazo, al menos, abundan los problemas de confianza.

Pero una cosa parece simple: queremos ver los beneficios.

Quizás la razón más convincente de la discrepancia de un mercado a otro en el entusiasmo por la IA es simple. Muchos de los mercados más positivos son especialmente positivos sobre un tema clave: las perspectivas económicas. Estos mercados eran mucho más propensos a pensar que la IA mejoraría sus economías, en lugar de empeorarlas.



Matt Carmichael, SVP, Tendencias de Consumo

Liderazgo de Pensamiento

Para obtener **más información** sobre las actitudes de los consumidores hacia la IA, consulte los monitores de [2024](#), [2023](#) y [2022](#).

CONTENIDO

1

Temas de
conversación

2

Lo que la gente sabe
sobre la IA

3

La IA y la confianza

4

La IA y el futuro

5

Metodología

Temas de conversación



Principales conclusiones



El entusiasmo parece estar ligado a las perspectivas económicas

El 52% dice que está entusiasmado con los productos y servicios que utilizan IA, en comparación con el 53% que dice que la IA los pone nerviosos. Los países más entusiasmados con la IA tienden a ser los países que más piensan que beneficiará a sus economías.



Esperamos que la IA sea nuestra herramienta de búsqueda

El 69% dijo que cree que es probable que la IA se utilice para los resultados de búsqueda en línea. Solo el 28% dijo que se sentía incómodo con ese uso.



Más confían en los gobiernos que en las empresas que desarrollan IA

El 54% dice que confía en que sus gobiernos regulen la IA de manera responsable. Pero solo el 48% dice que confía en las empresas que utilizan la IA para mantener sus datos seguros.



Las marcas perderán tanta confianza como la que ganan con el uso de la IA en la publicidad

Los encuestados se mostraron divididos a la hora de decidir si confiarían más o menos en una marca por utilizar la IA para crear imágenes de productos, reseñas y textos descriptivos.



Para la mayoría del contenido, queremos que sea real

Cuando se les preguntó si preferían el contenido creado por humanos o generado por IA en una variedad de usos, como noticias en línea, películas, fotos con fines artísticos o para fotoperiodismo, etc.



Estamos más preocupados por el mercado laboral que por nuestro trabajo

Globalmente, sólo el 31% cree que el mercado laboral de su país mejorará debido a la IA y el 35% piensa que empeorará. Pero el doble (38%) cree que su propio puesto de trabajo mejorará frente a empeorar (16%).

Principales conclusiones



Si lo usas, publícalo

El 79% está de acuerdo (40% muy de acuerdo) en que las empresas que utilizan la IA deberían tener que revelar ese uso.



Creemos que la IA nos va a hacer más eficientes

El 54% piensa que la IA mejorará la cantidad de tiempo que se tarda en hacer las cosas. Solo el 10% piensa que llevará más tiempo hacer cosas con IA.



La mayoría se siente cómoda con el uso de la IA para orientar los anuncios

El 53% dijo que se sentiría cómodo con el uso de la IA para orientar los anuncios. Pero el 62% dice que quiere que el contenido de sus anuncios en las plataformas sociales sea creado por humanos en lugar de IA.



Confiamos más en la IA que en las personas para no discriminar

El 54% confía en que la IA no discrimine ni muestre prejuicios, pero sólo el 45% confía en que sus semejantes sean tan justos.



La IA será buena para nuestra salud

Casi cuatro de cada diez (38%) piensan que la IA mejorará nuestra salud personal, en comparación con solo el 13% que piensa que nuestra salud empeorará debido a la IA.



La mayoría ya dice que la IA les ha cambiado la vida

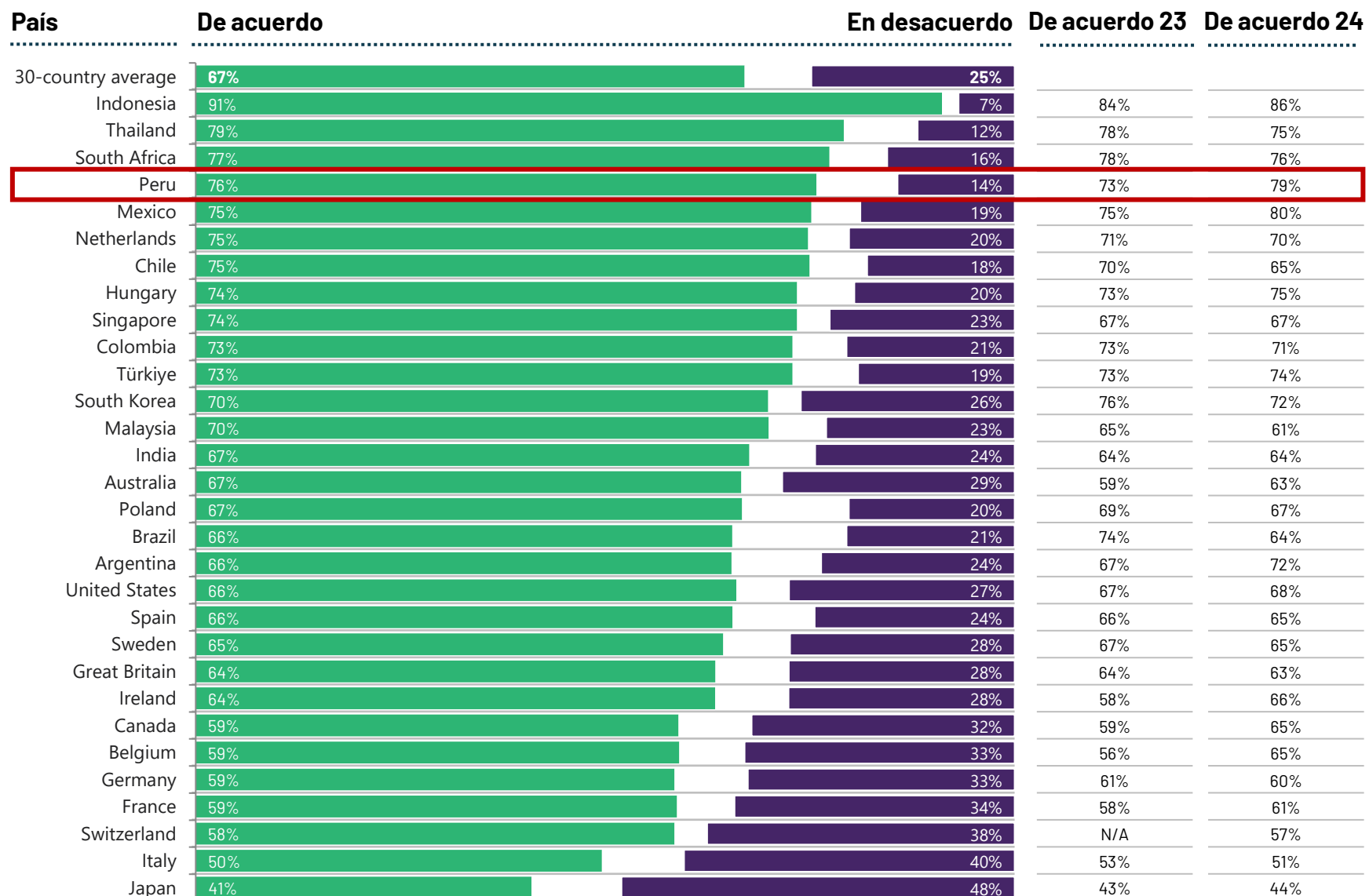
A nivel mundial, el 52% dice que los productos y servicios de IA han cambiado sus vidas en los últimos 3-5 años. Dos de cada tres piensan que la IA cambiará sus vidas en los próximos 3 a 5 años.

Lo que la gente sabe sobre la IA

¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Tengo una buena comprensión de lo que es la inteligencia artificial

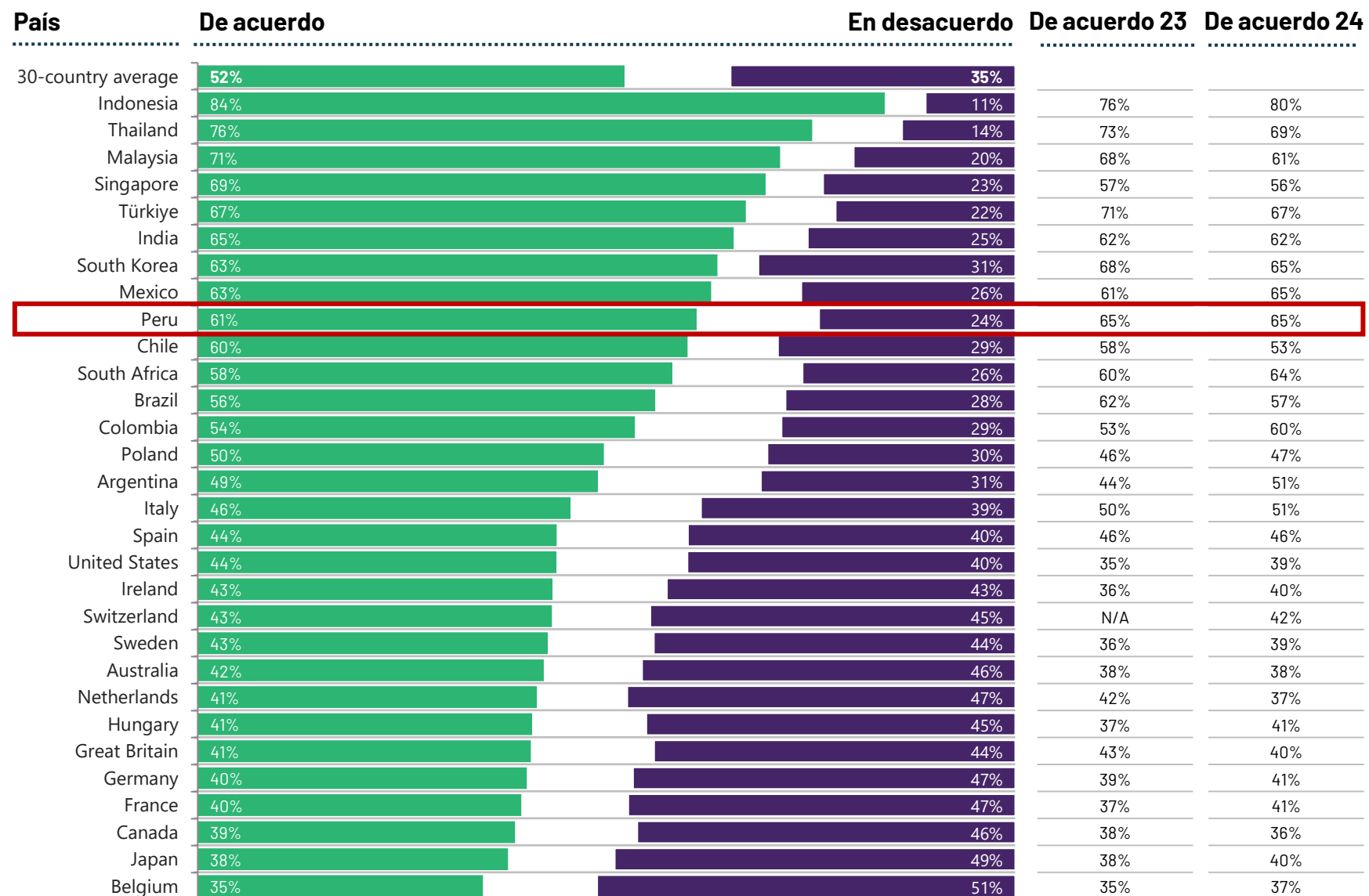
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Sé qué tipos de productos y servicios utilizan la inteligencia artificial

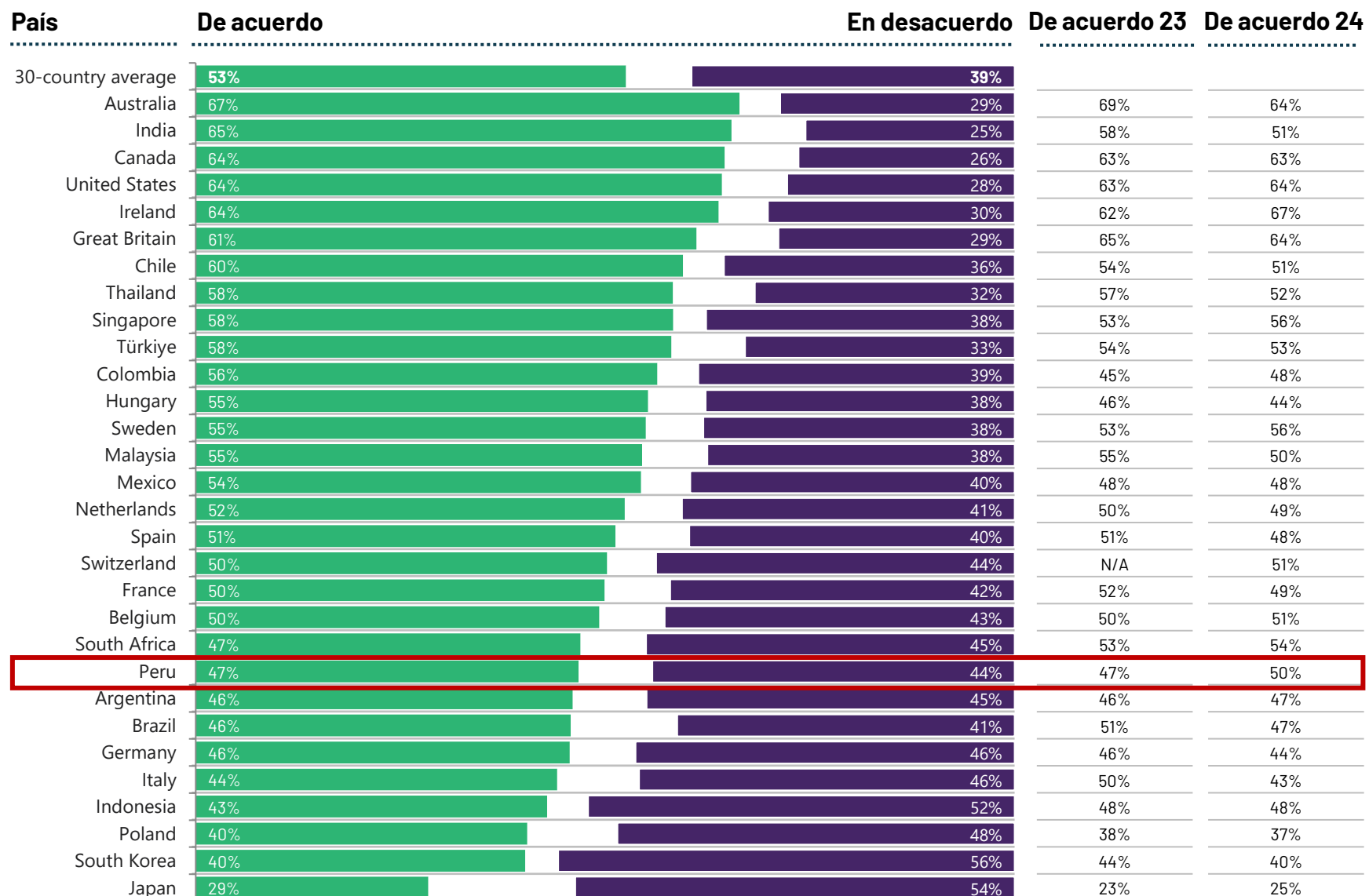
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso

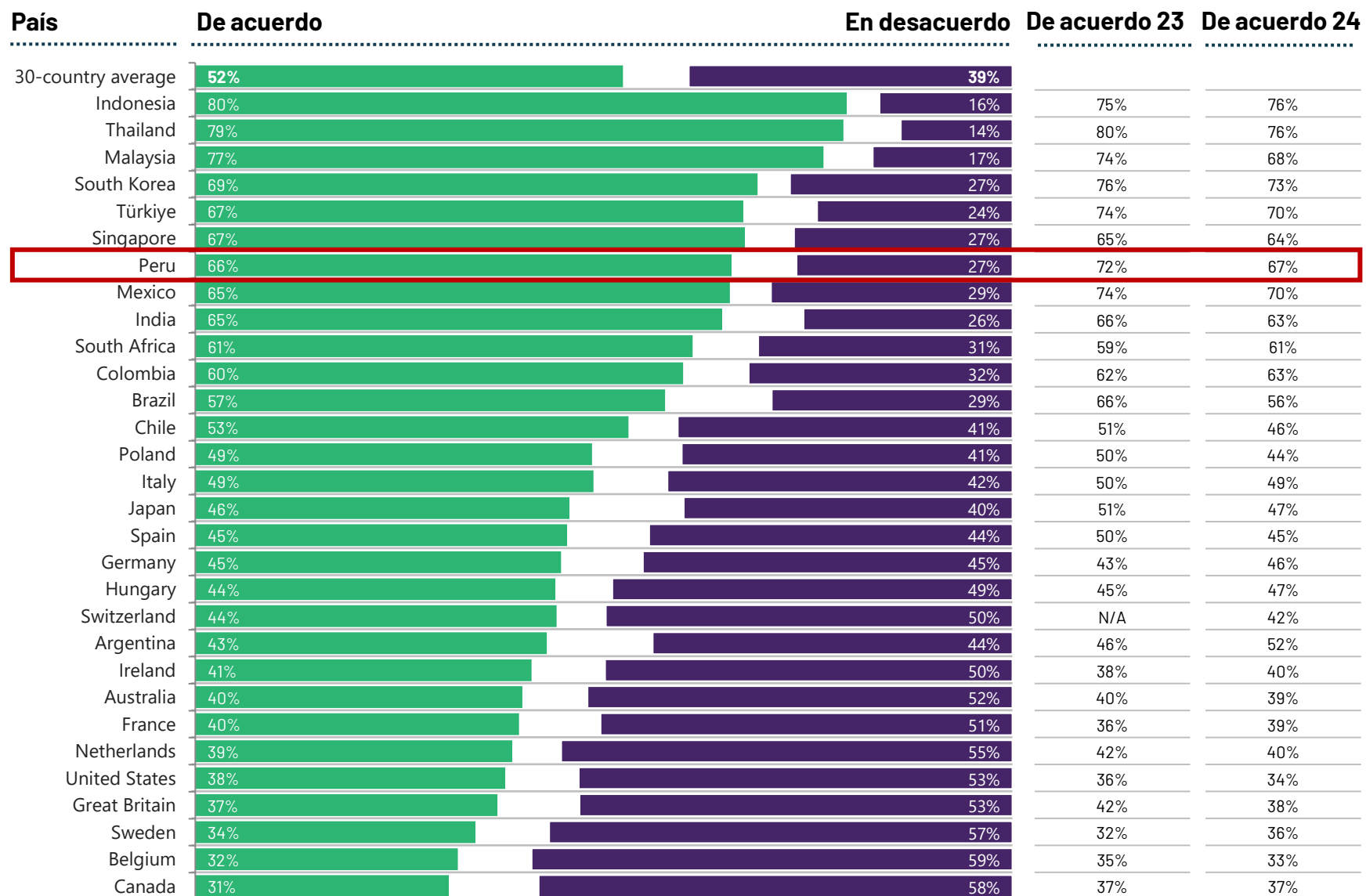
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me entusiasman

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

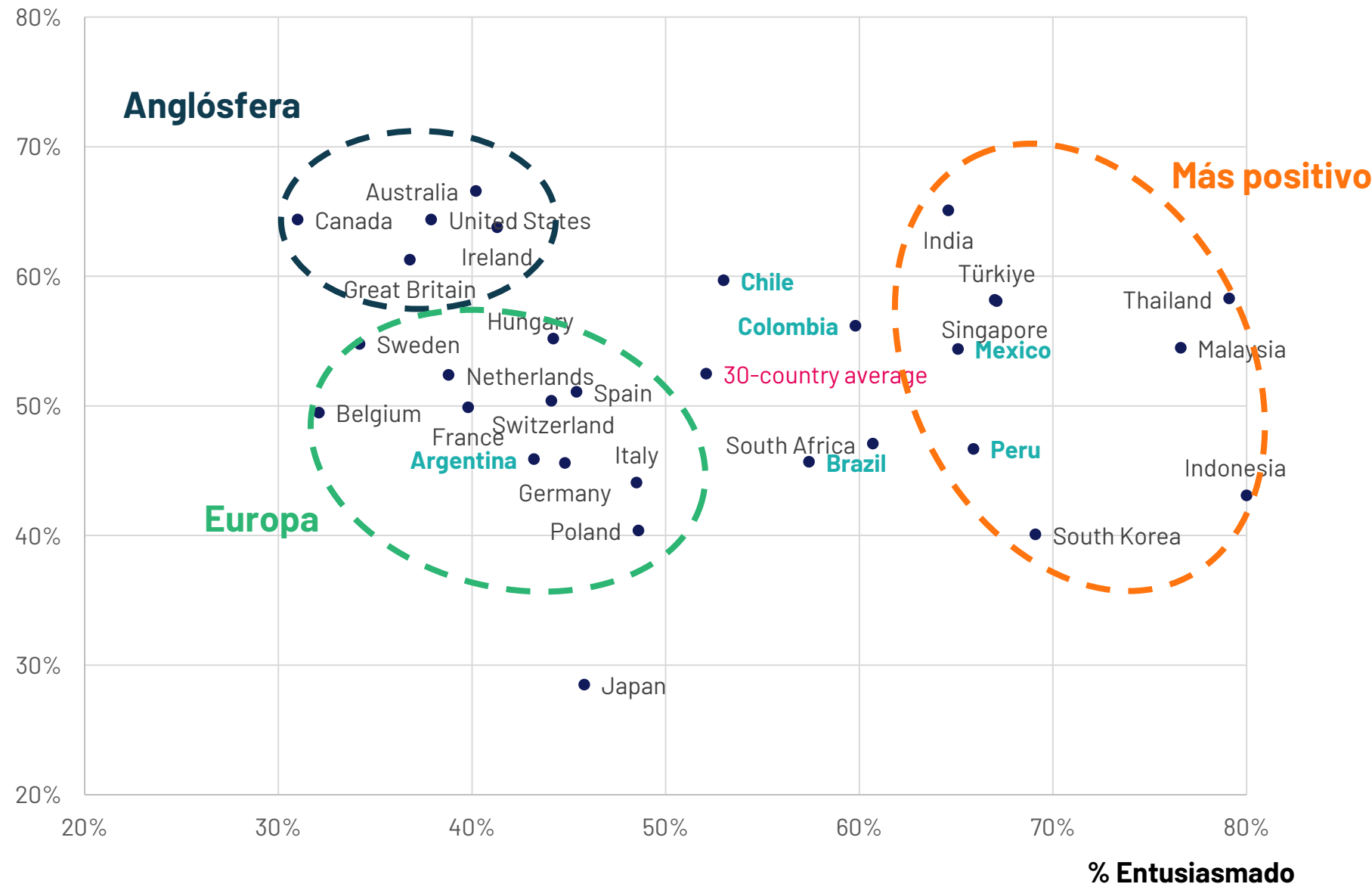


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

- Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso
- Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me entusiasman

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

% Nervioso

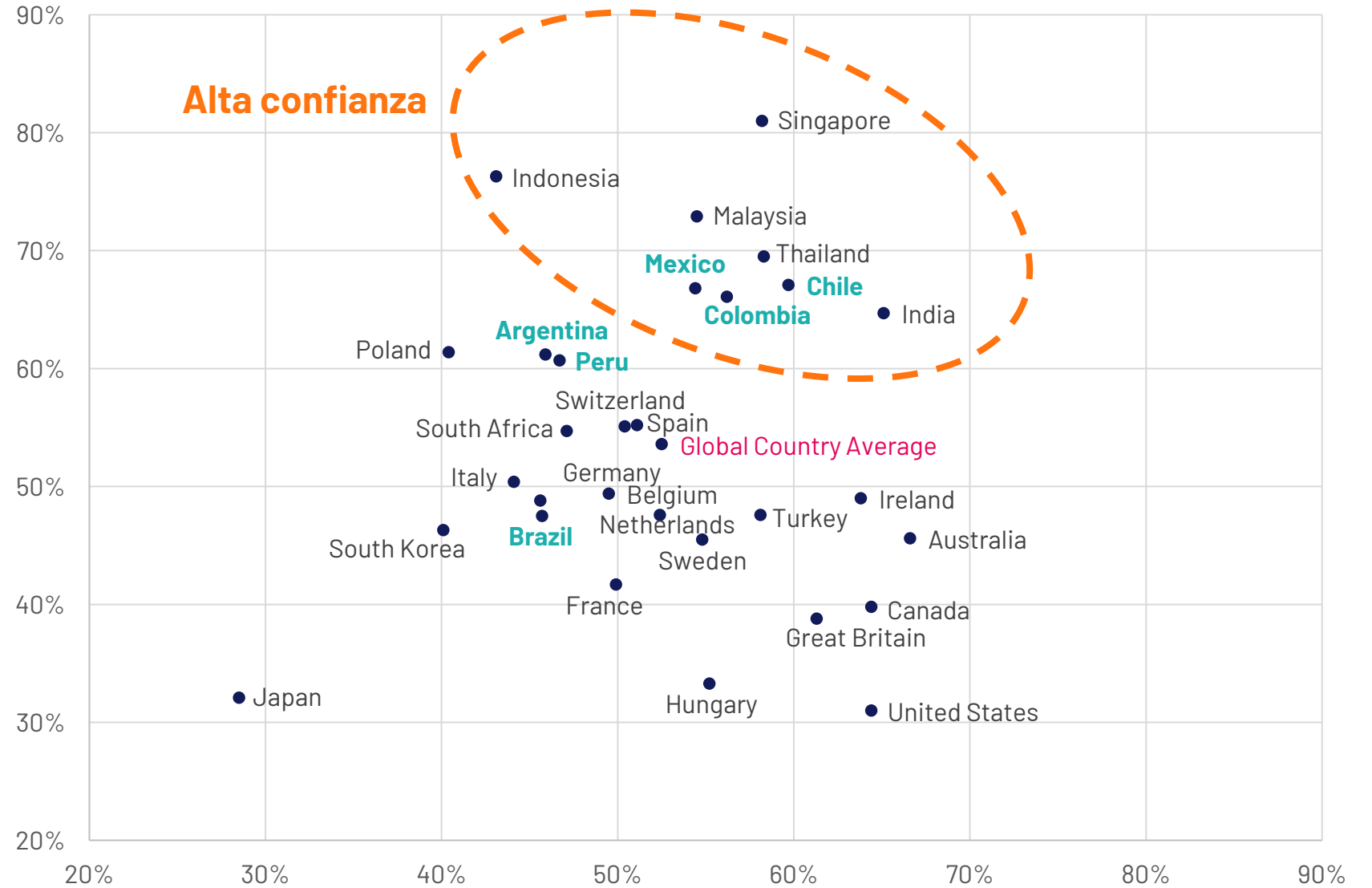


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

- **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso**
- **Confío en que el gobierno de [país] regule la IA de manera responsable**

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

% Confía

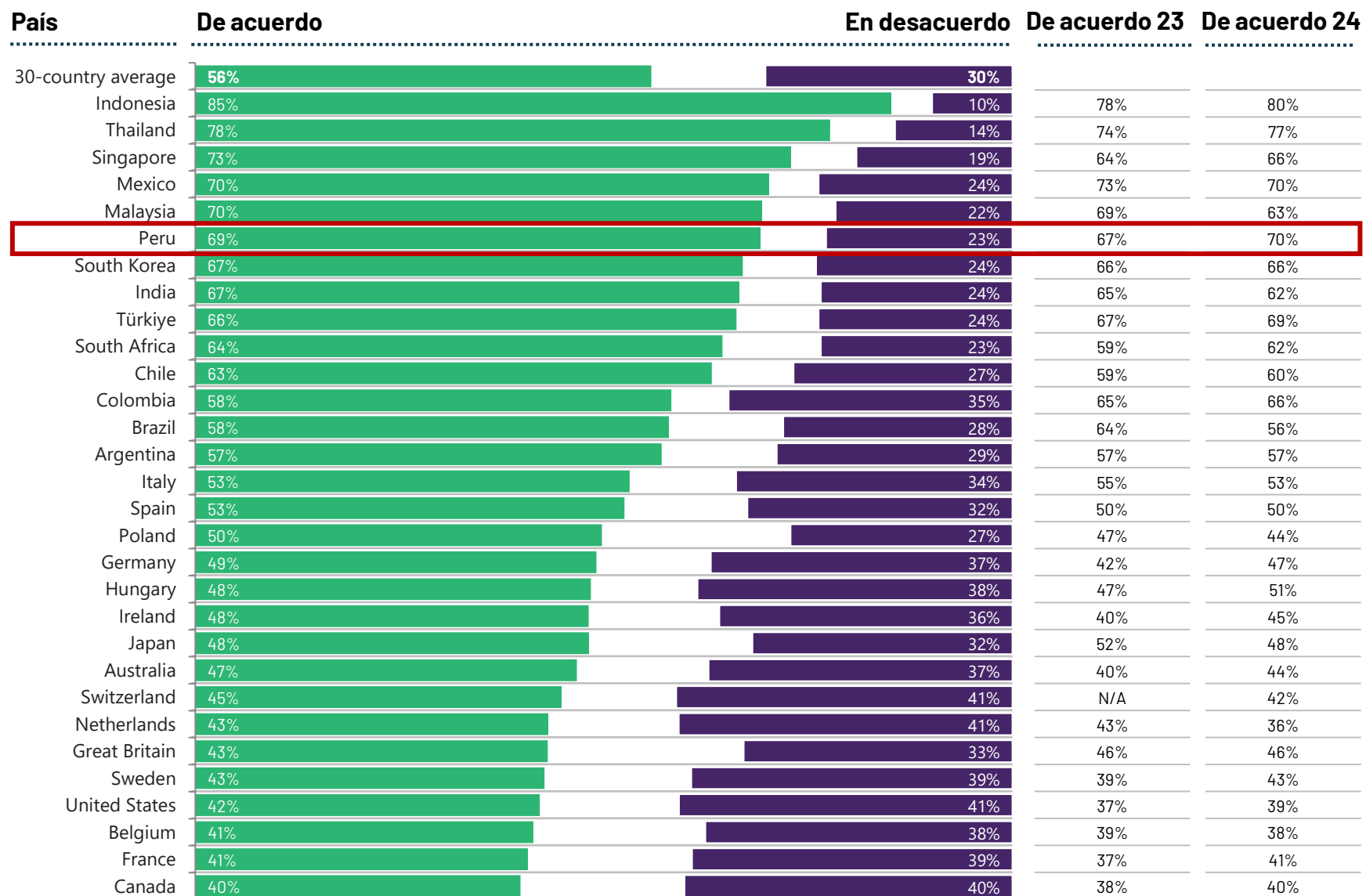


% Nervioso

¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial tienen más beneficios que inconvenientes

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

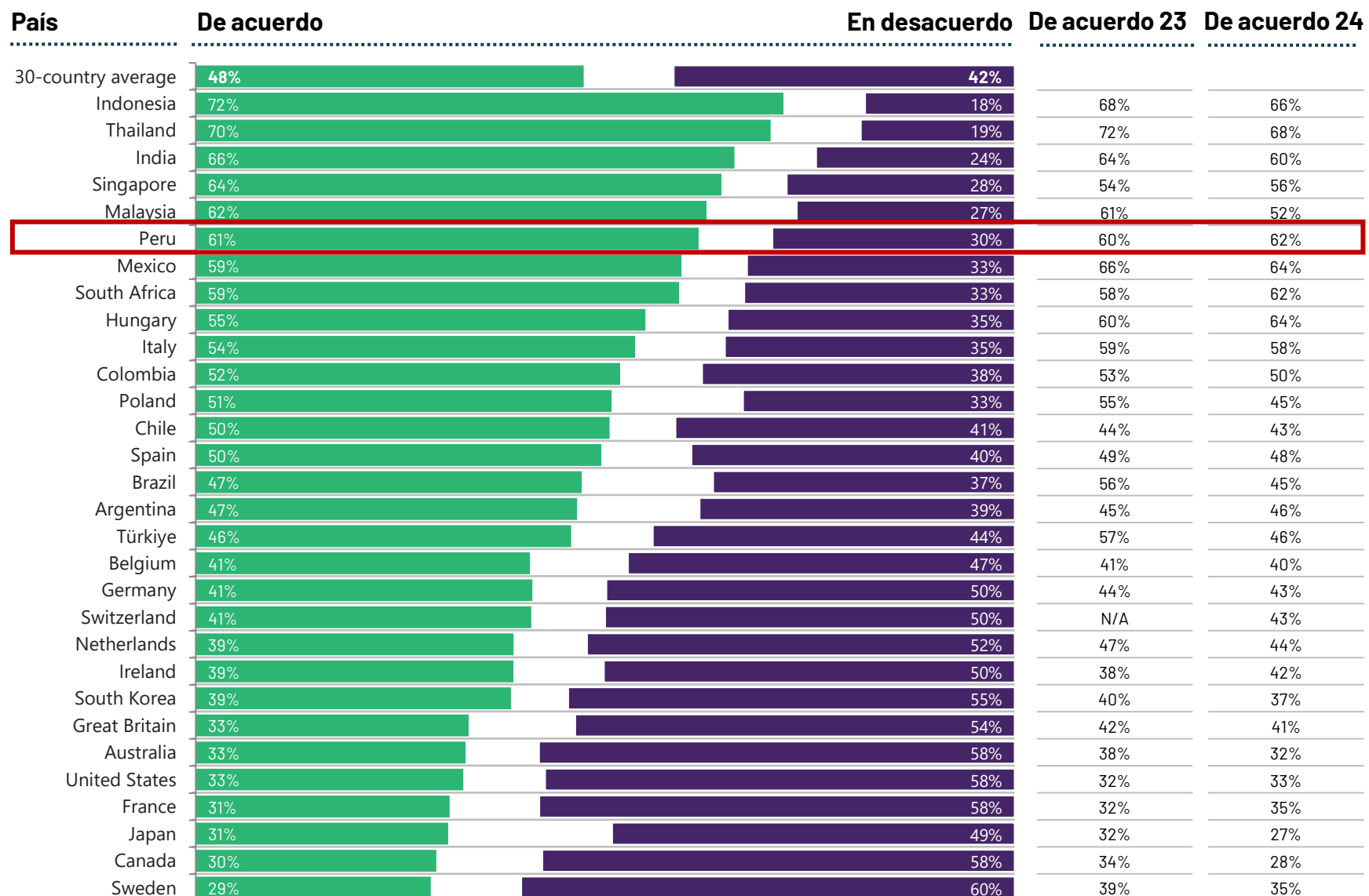


La IA y la confianza

¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Confío en que las empresas que utilizan inteligencia artificial protegerán mis datos personales

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

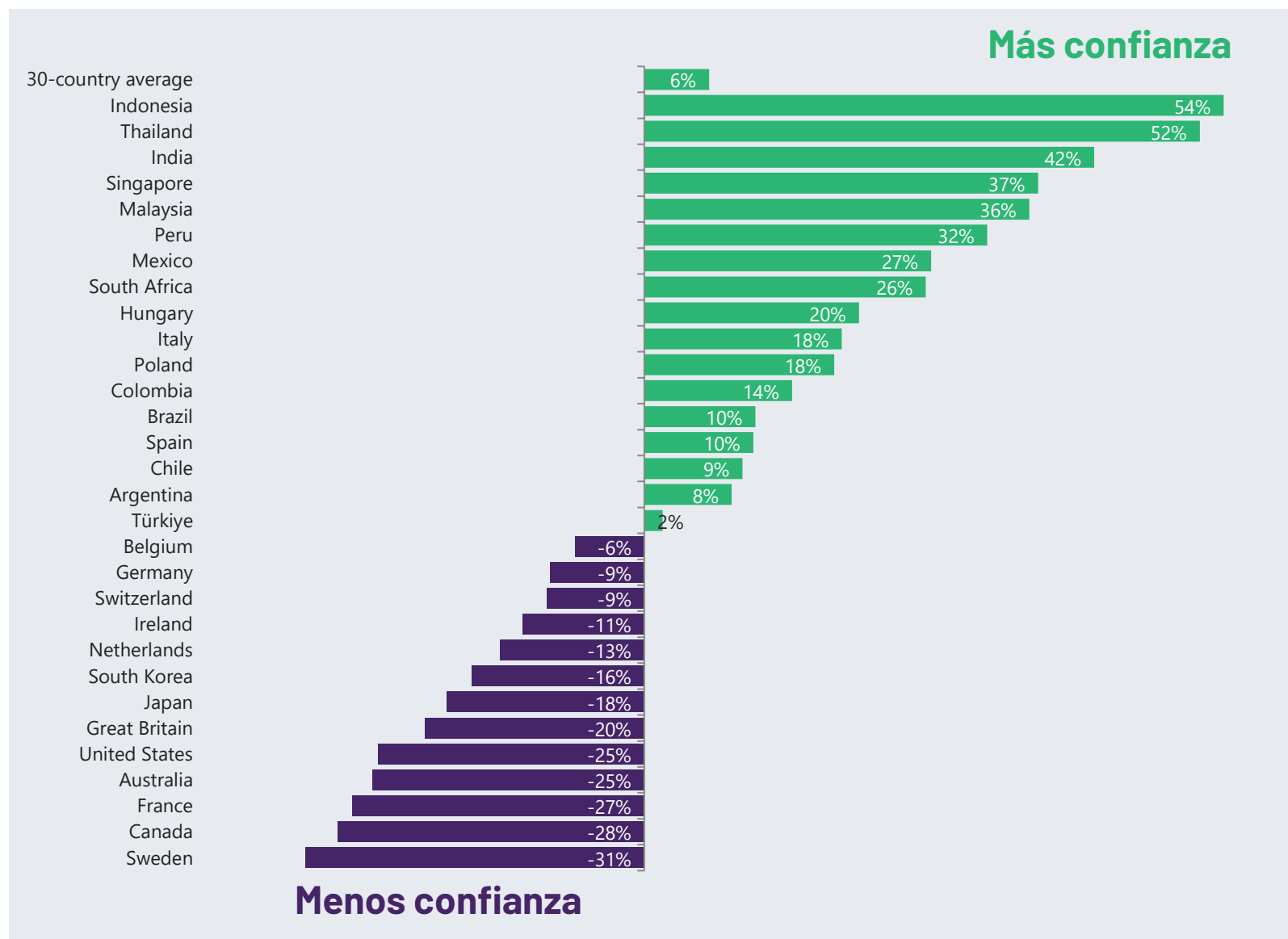


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Confío en que las empresas que utilizan inteligencia artificial protegerán mis datos personales

Acuerdo neto

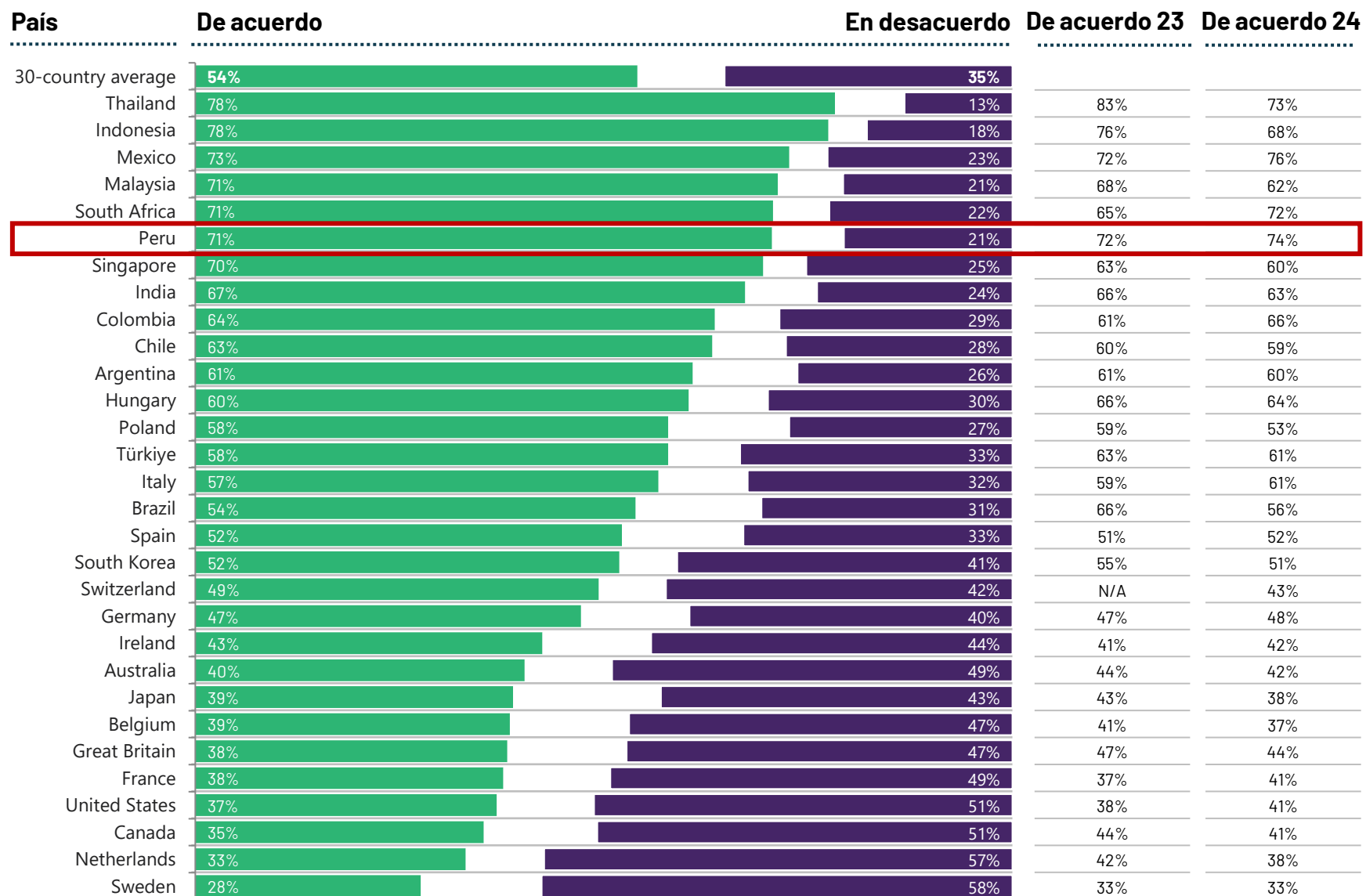
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Confío en que la inteligencia artificial no discrimine ni muestre prejuicios hacia ningún grupo de personas

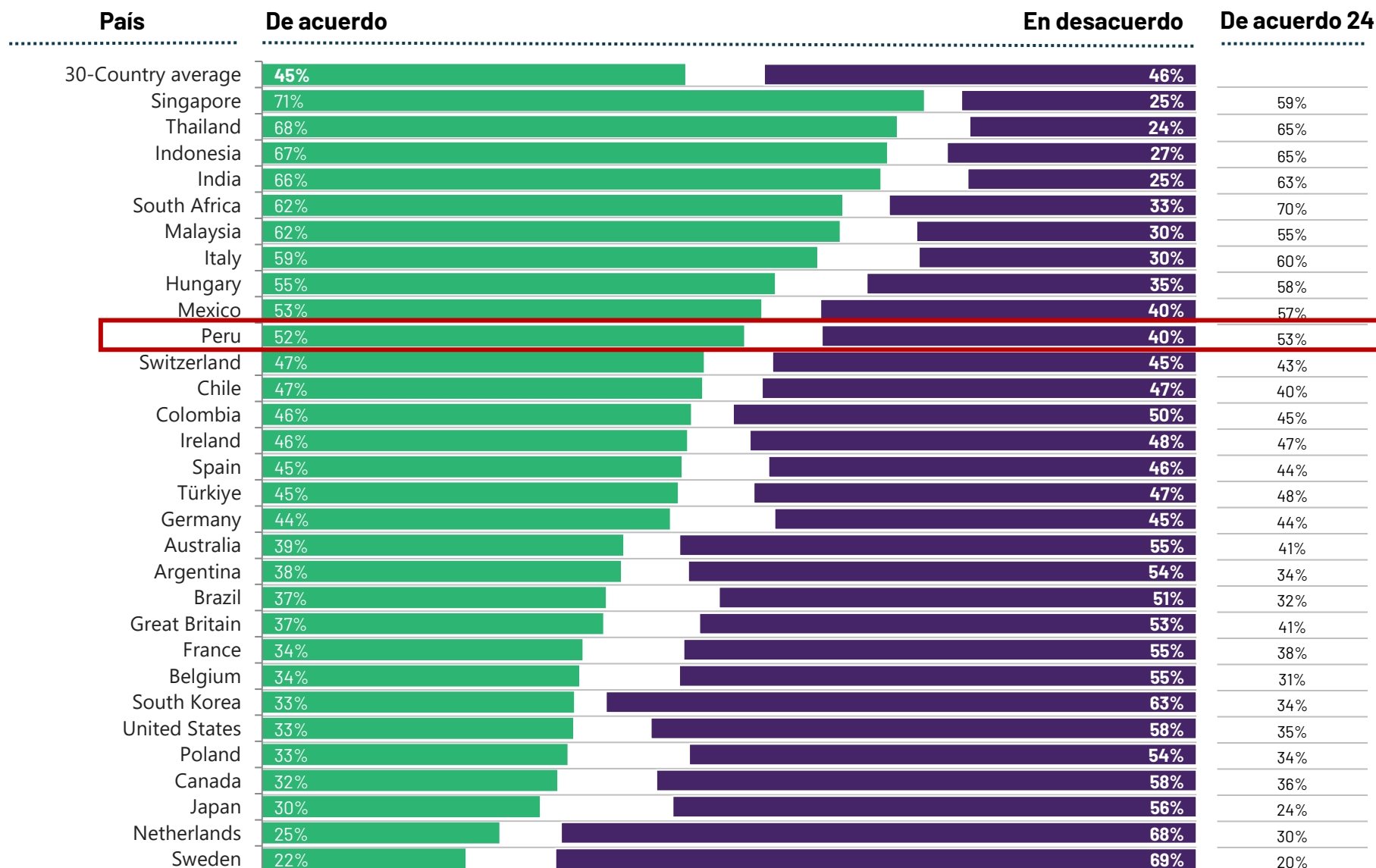
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Confío en que las personas no discriminen ni muestren prejuicios hacia ningún grupo de personas

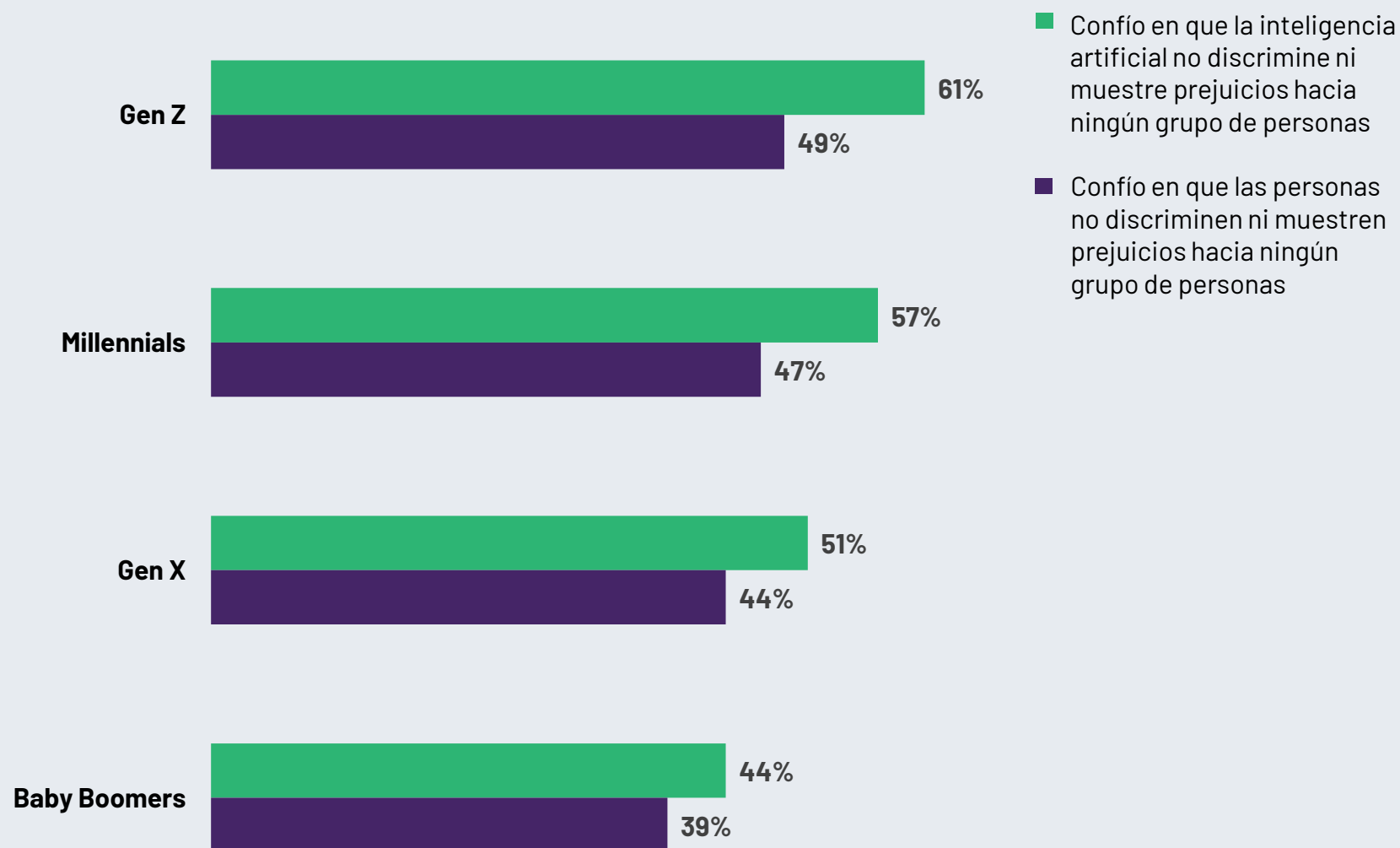
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

% de acuerdo

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los productos y servicios que utilicen inteligencia artificial deben revelar ese uso

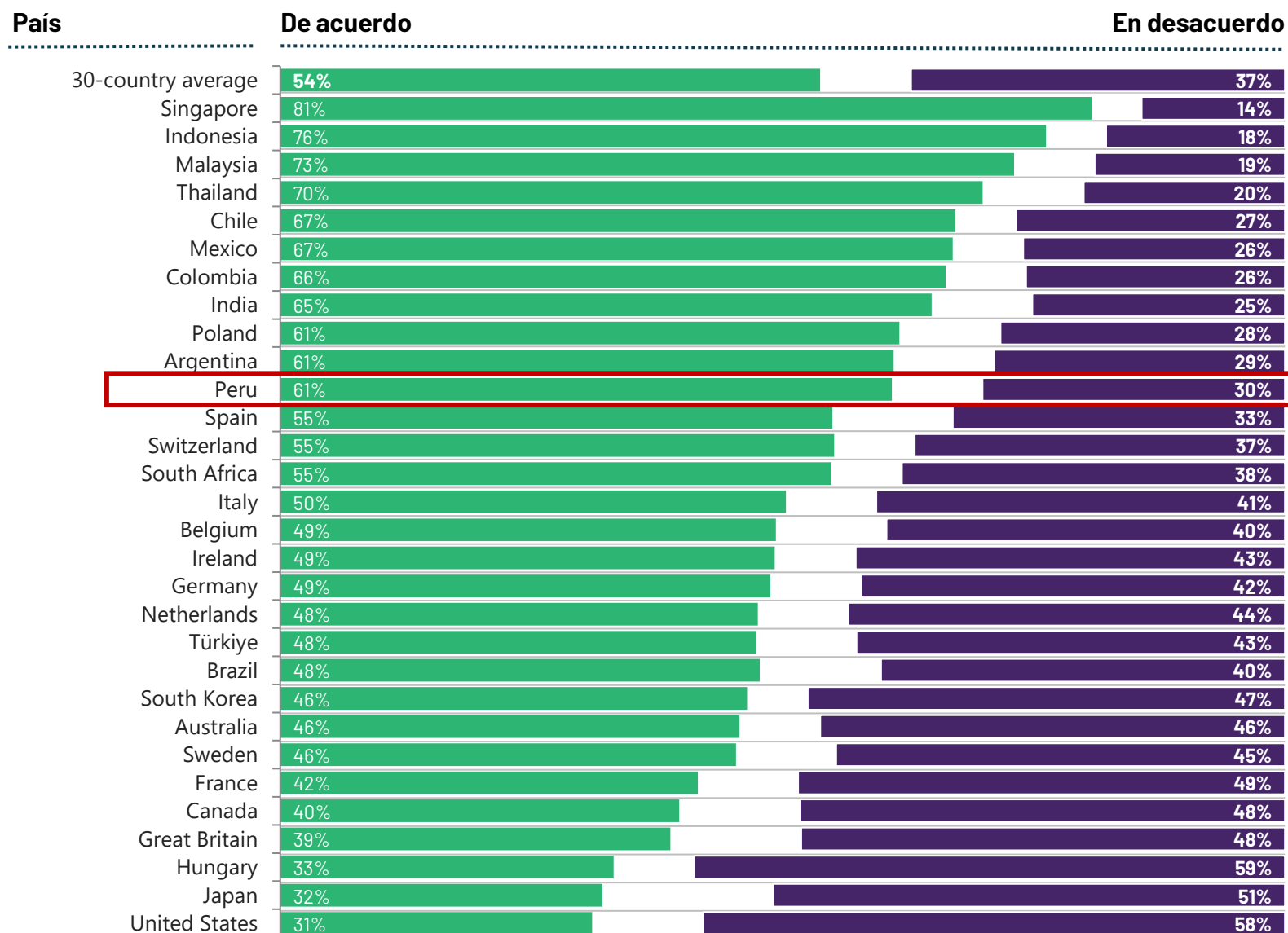
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Confío en el gobierno de ... para regular la IA de manera responsable

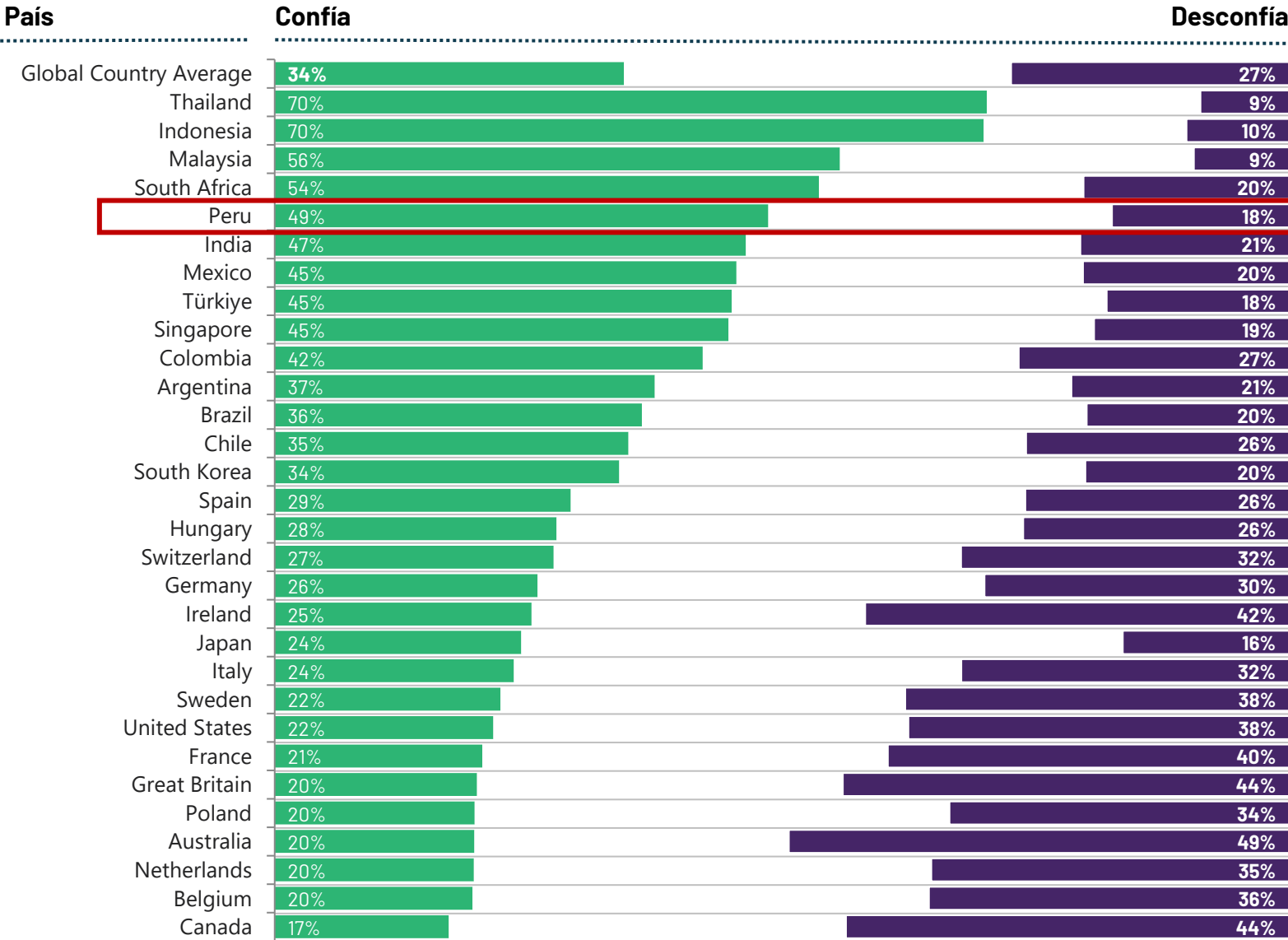
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Si la IA se utilizara más ampliamente para lo siguiente, ¿eso haría que confiara en las empresas y marcas que la utilizan más, menos o igual?

Mejora de las imágenes de los productos

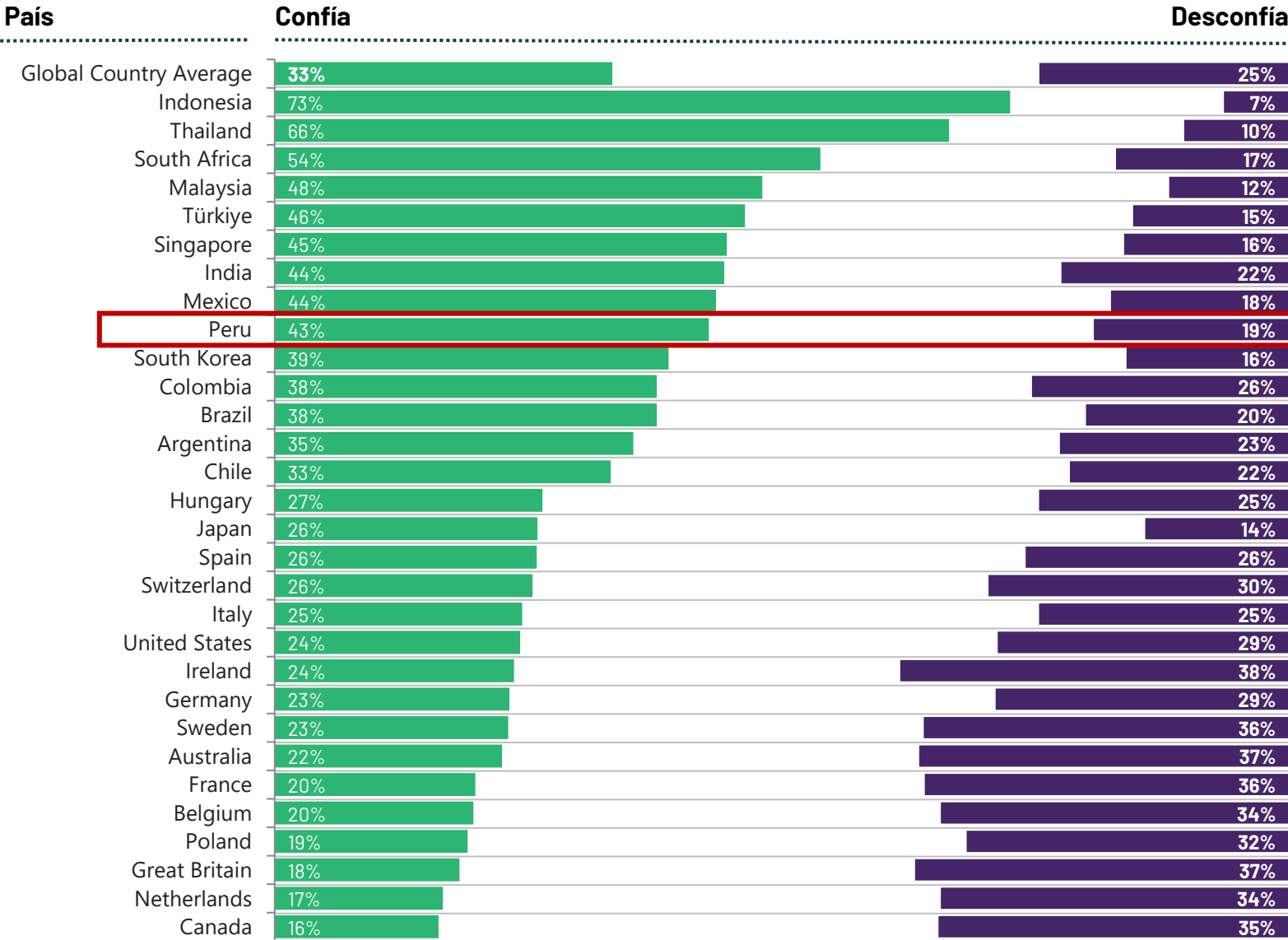
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Si la IA se utilizara más ampliamente para lo siguiente, ¿eso haría que confiara en las empresas y marcas que la utilizan más, menos o igual?

Escribir descripciones o instrucciones de productos

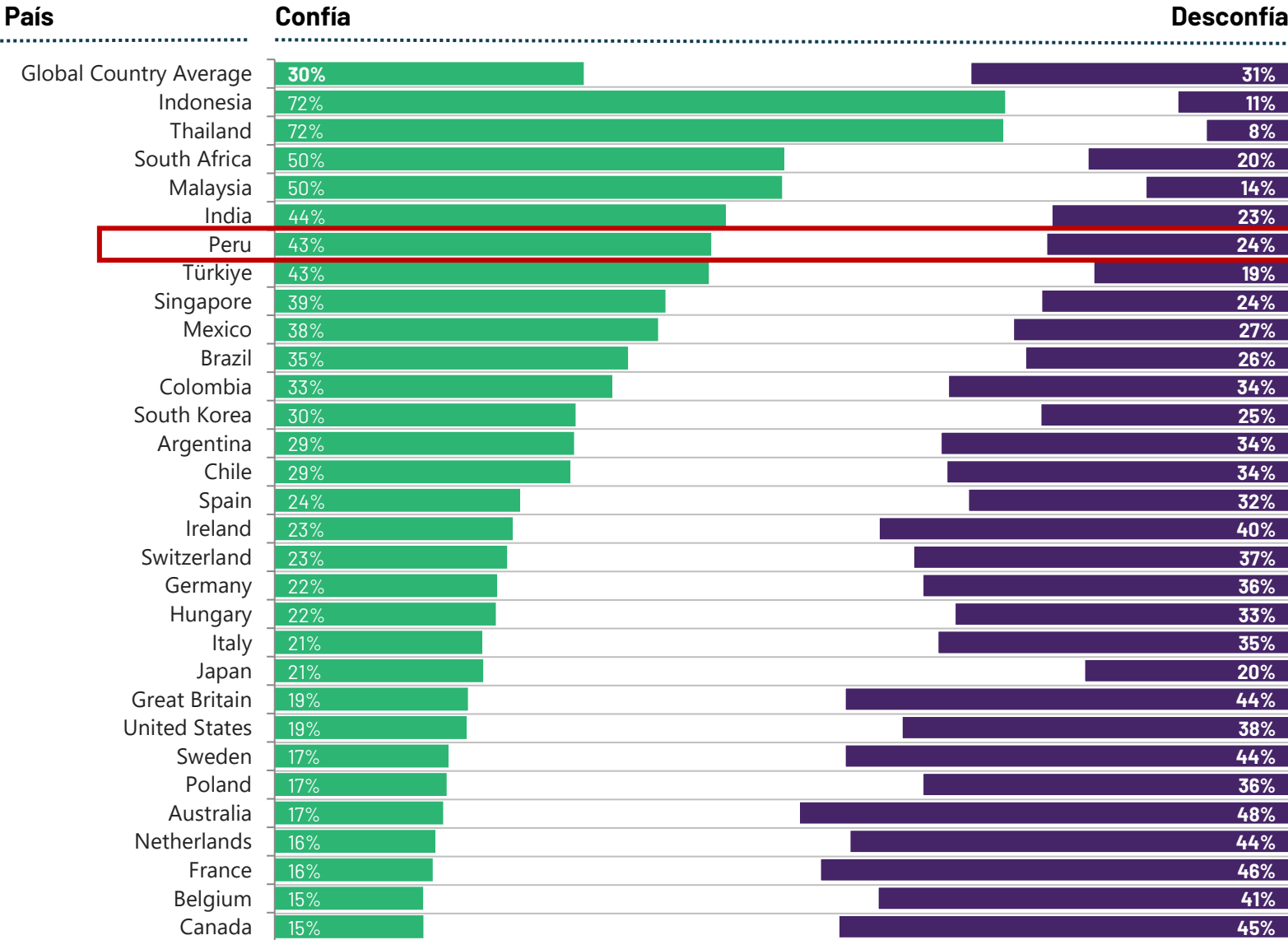
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Si la IA se utilizara más ampliamente para lo siguiente, ¿eso haría que confiara en las empresas y marcas que la utilizan más, menos o igual?

Creación de imágenes o vídeos utilizados en publicidad

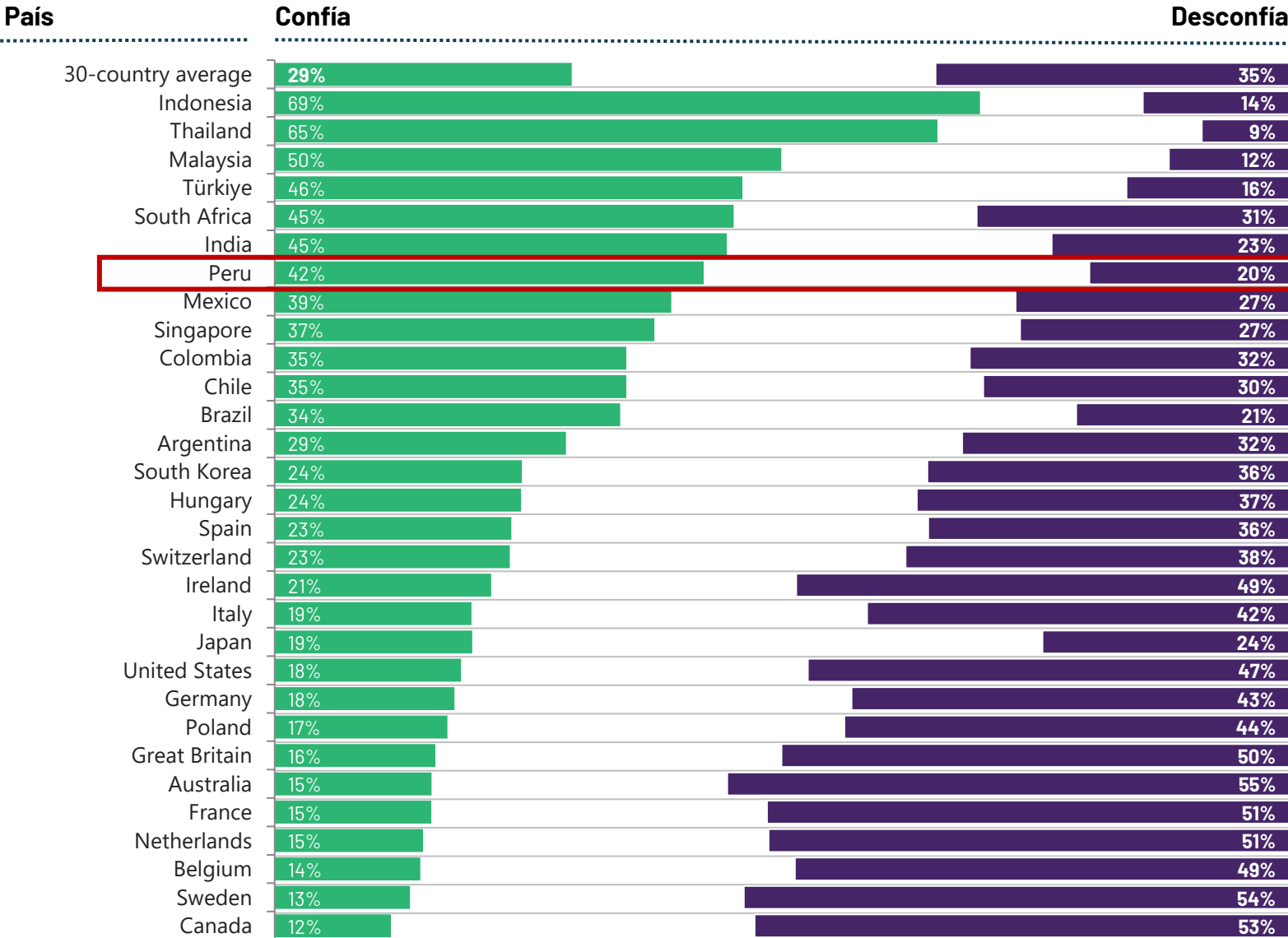
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Si la IA se utilizara más ampliamente para lo siguiente, ¿eso haría que confiara en las empresas y marcas que la utilizan más, menos o igual?

Escribir reseñas de productos

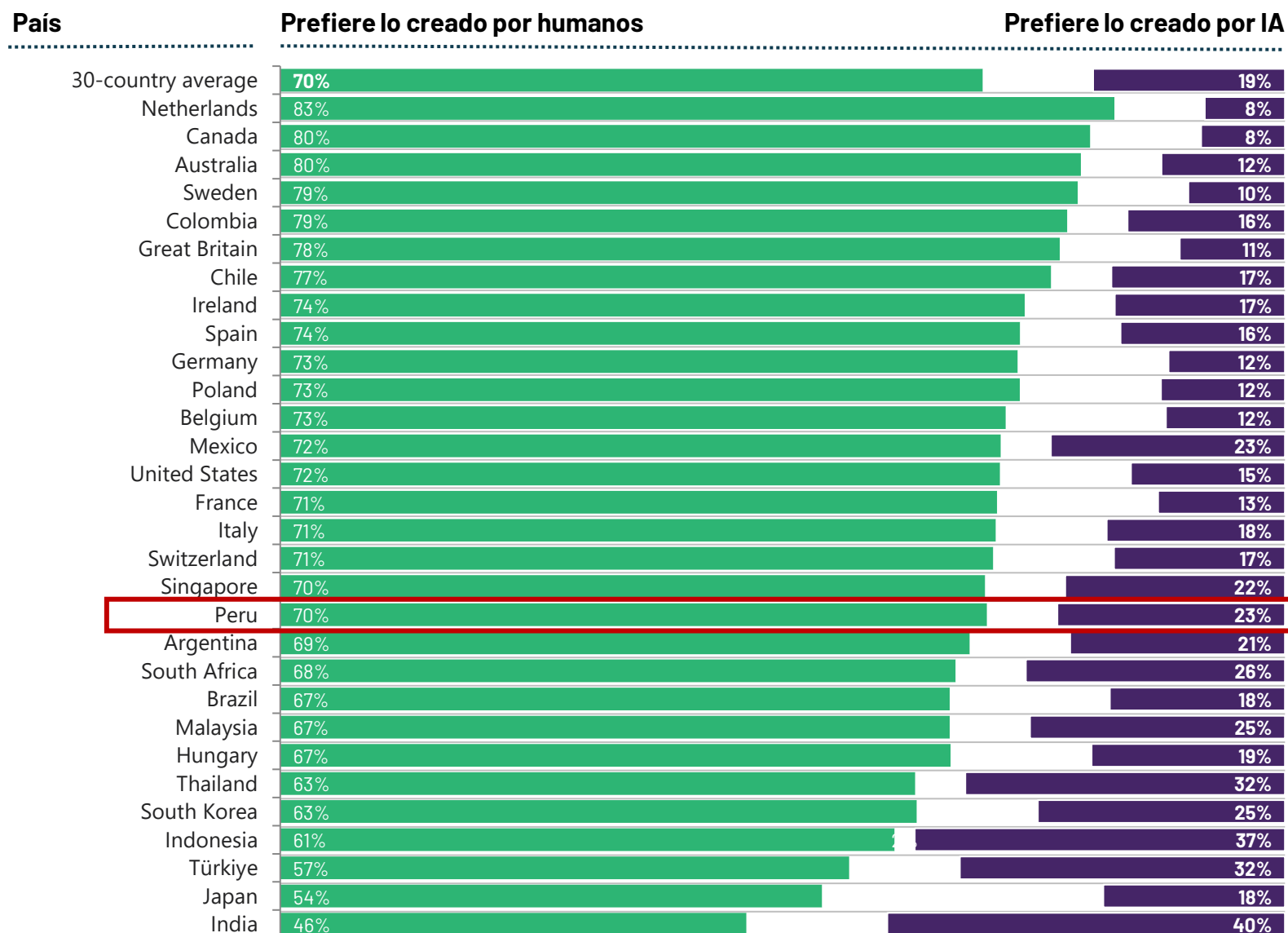
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Como sabrá, ya se utilizan herramientas de IA para crear textos, imágenes, vídeos y películas. Para cada una de las siguientes opciones, indique en qué medida prefiere los contenidos creados por humanos o por inteligencia artificial.

Noticias, artículos o sitios web en línea

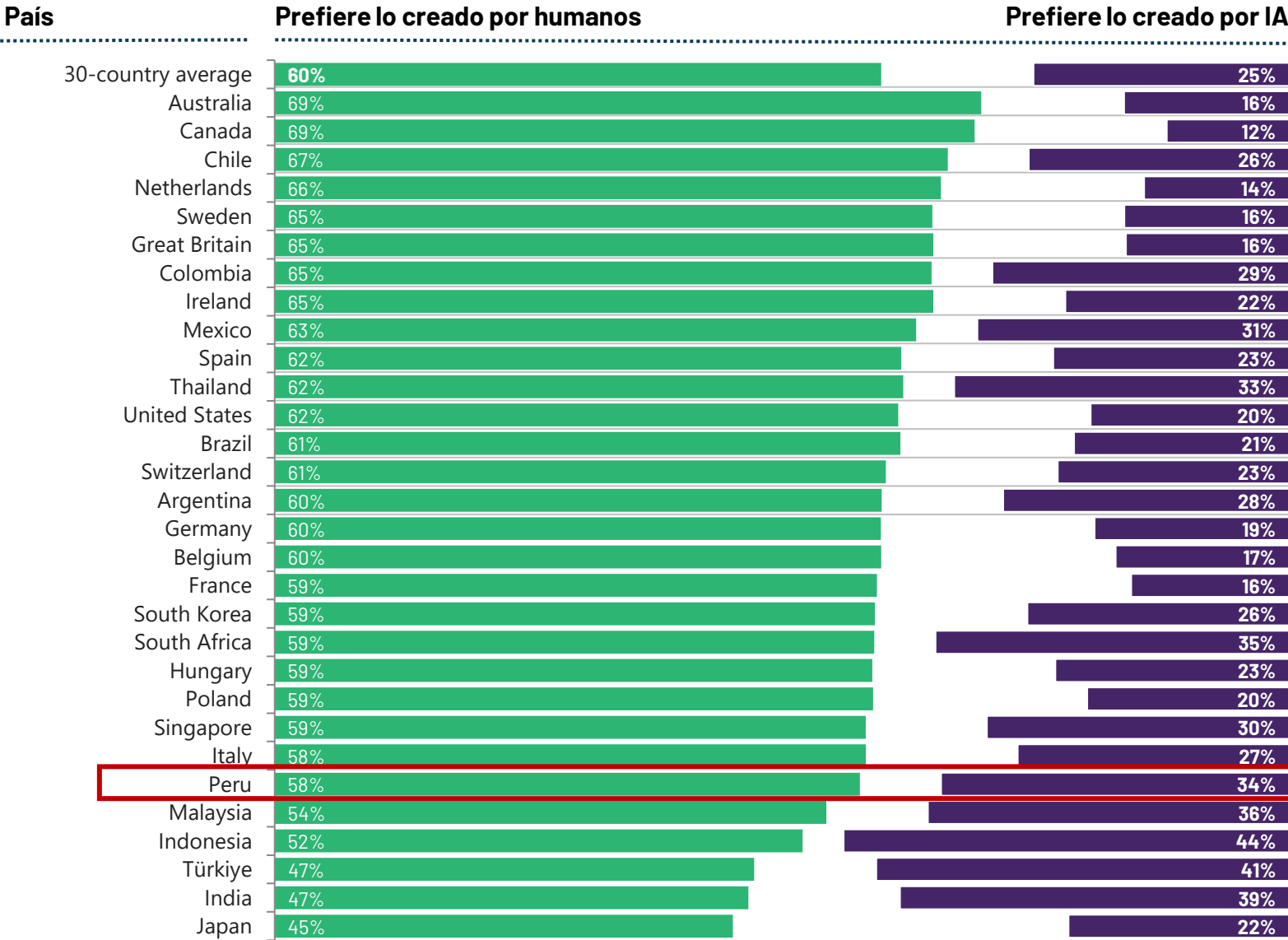
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Como sabrá, ya se utilizan herramientas de IA para crear textos, imágenes, vídeos y películas. Para cada una de las siguientes opciones, indique en qué medida prefiere los contenidos creados por humanos o por IA.

Sitios web de marketing para clientes

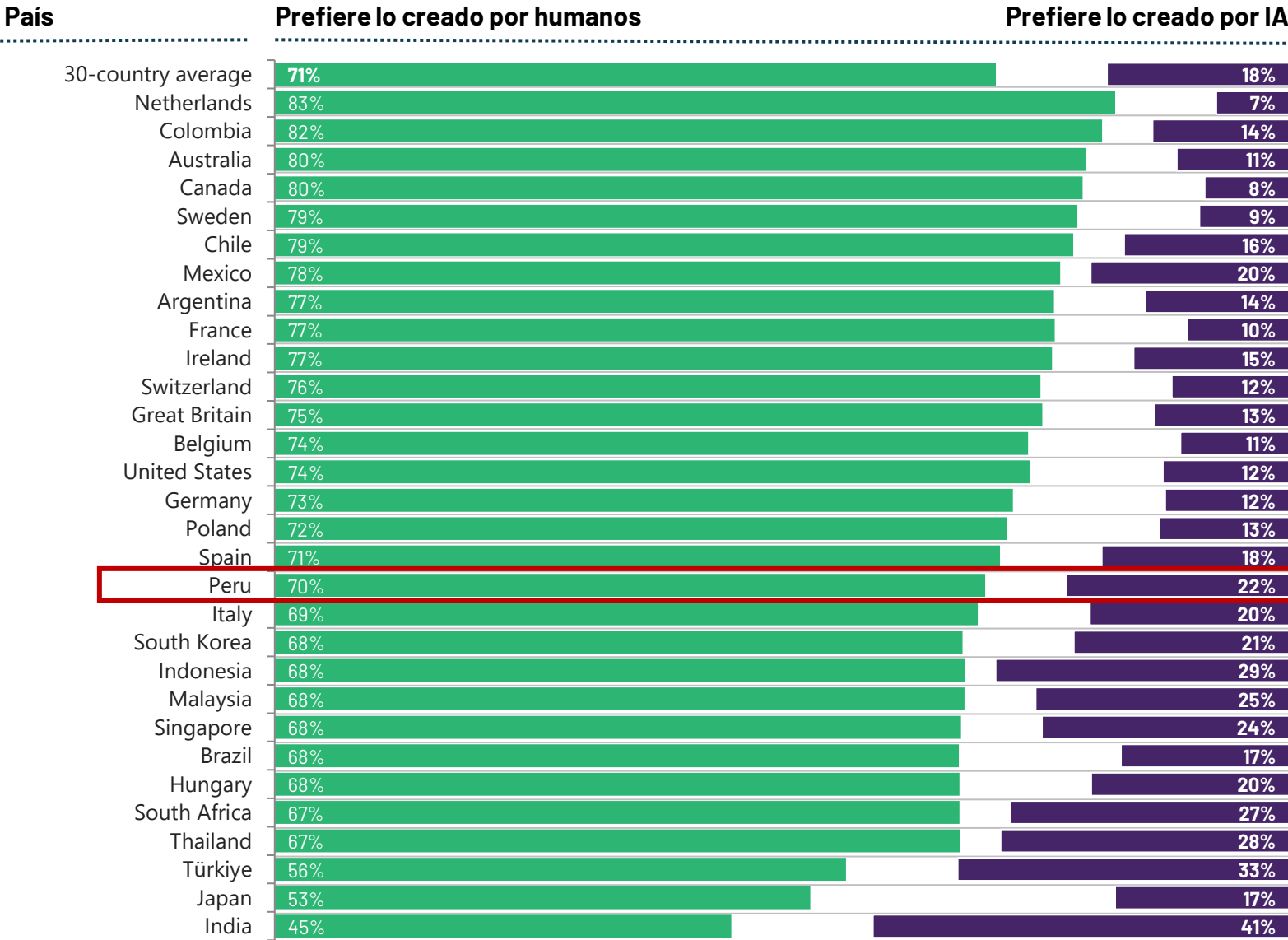
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Como sabrá, ya se utilizan herramientas de IA para crear textos, imágenes, vídeos y películas. Para cada una de las siguientes opciones, indique en qué medida prefiere los contenidos creados por humanos o por IA.

Fotoperiodismo, o imágenes para una noticia

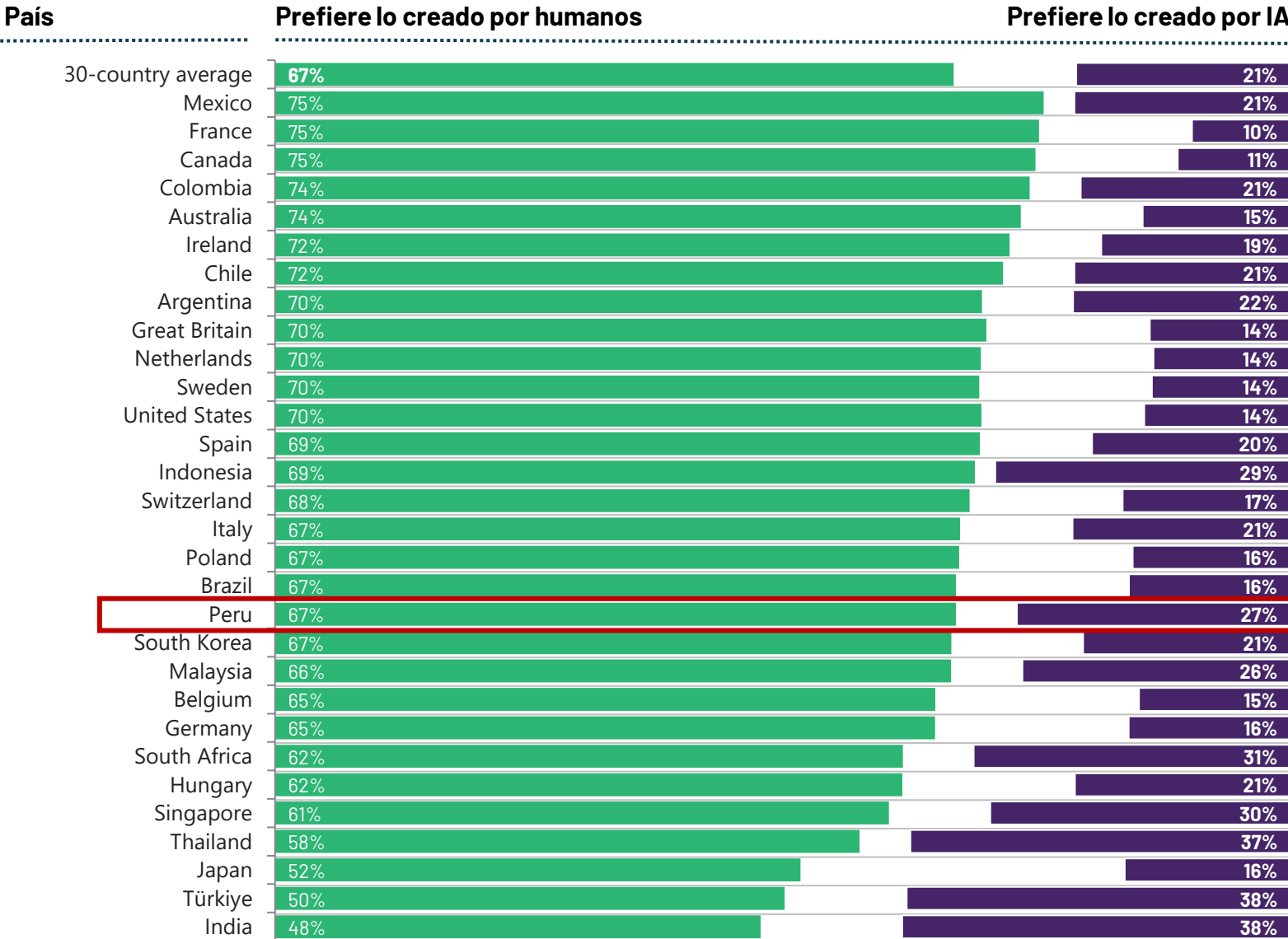
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Como sabrá, ya se utilizan herramientas de IA para crear textos, imágenes, vídeos y películas. Para cada una de las siguientes opciones, indique en qué medida prefiere los contenidos creados por humanos o por IA.

Películas para redes de streaming o estreno en cines

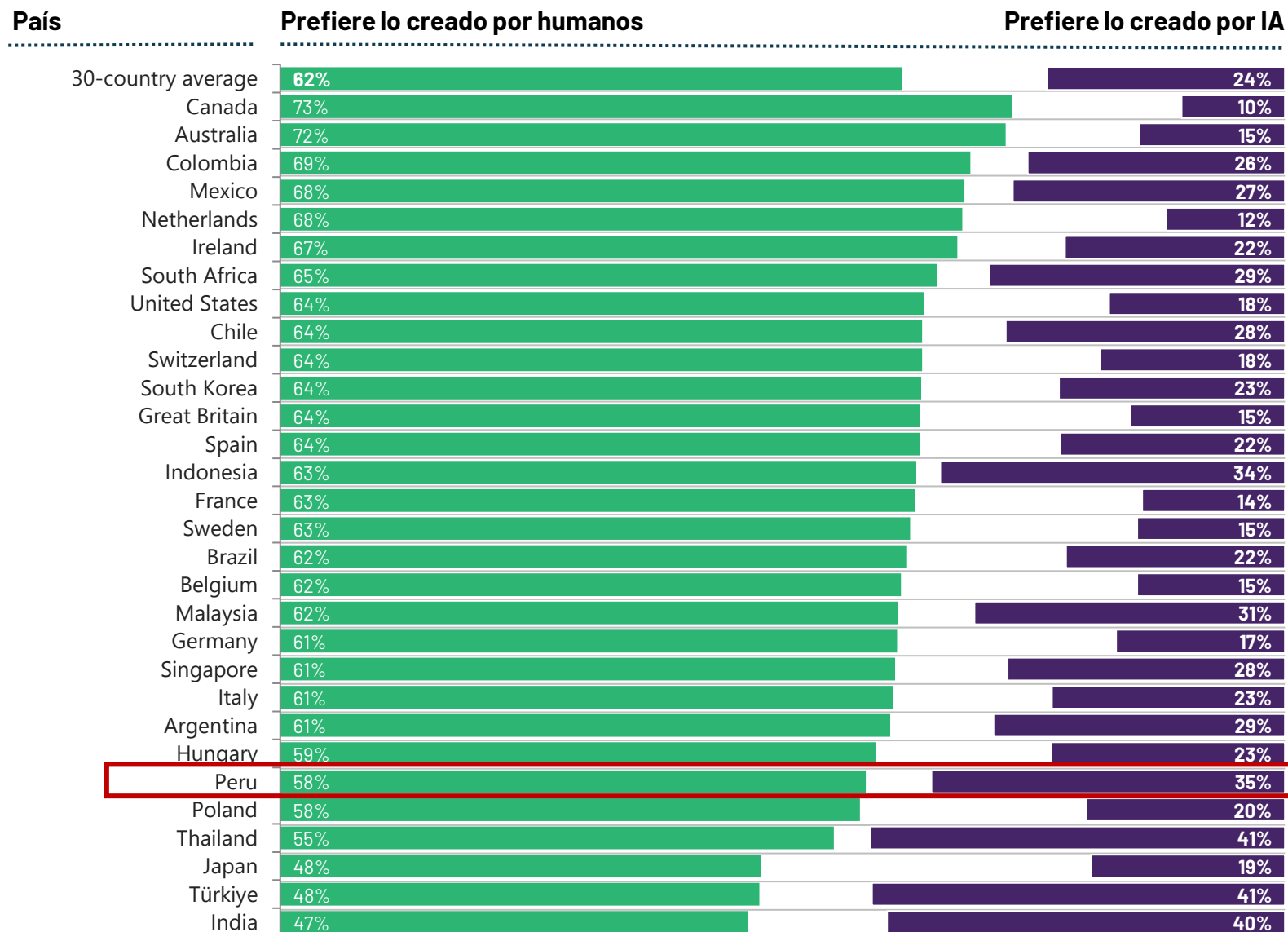
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Como sabrá, ya se utilizan herramientas de IA para crear textos, imágenes, vídeos y películas. Para cada una de las siguientes opciones, indique en qué medida prefiere los contenidos creados por humanos o por IA.

Publicidad, como anuncios de televisión o anuncios de vídeo en plataformas sociales como YouTube o TikTok

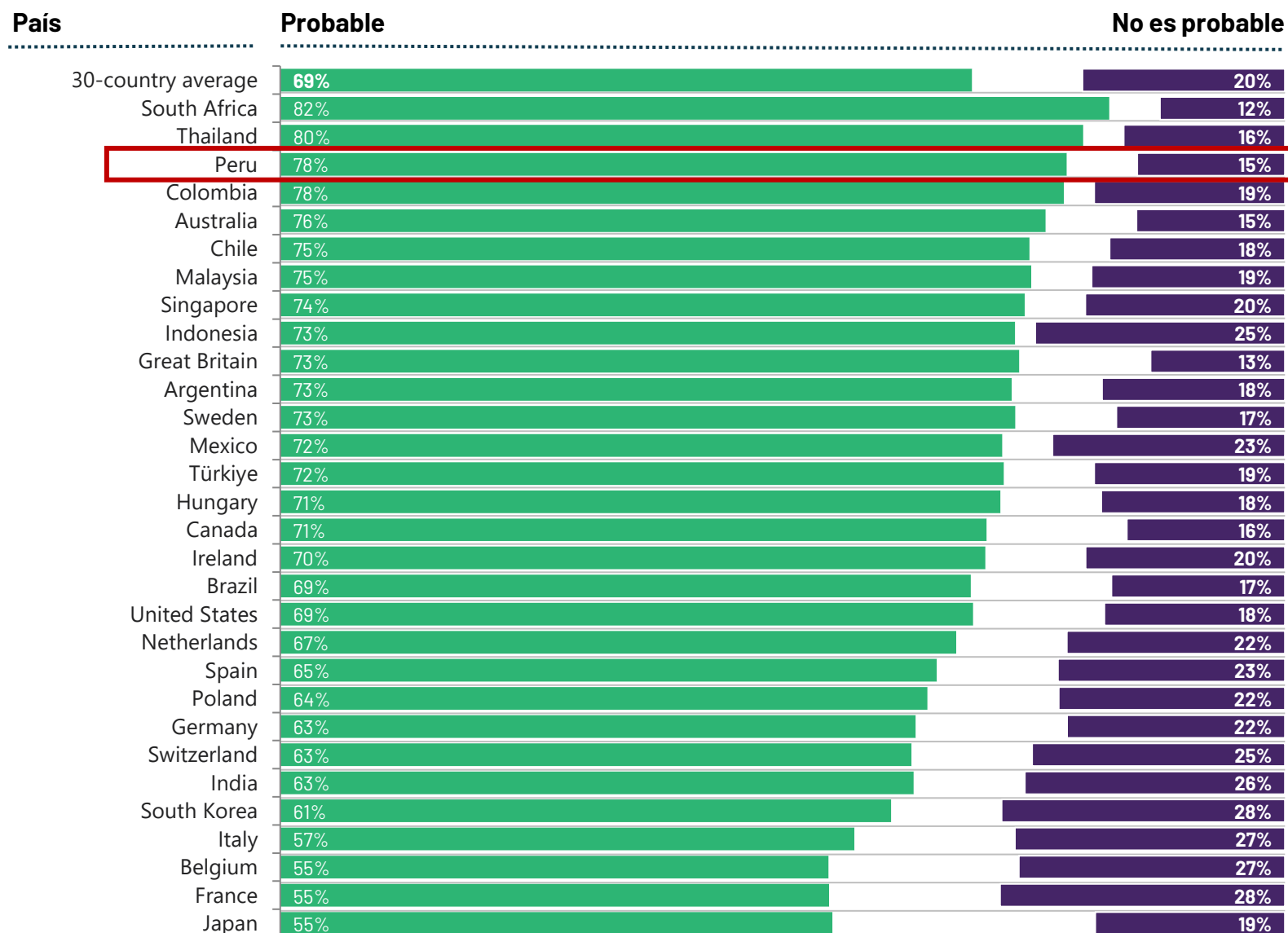
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Selección de solicitantes de empleo

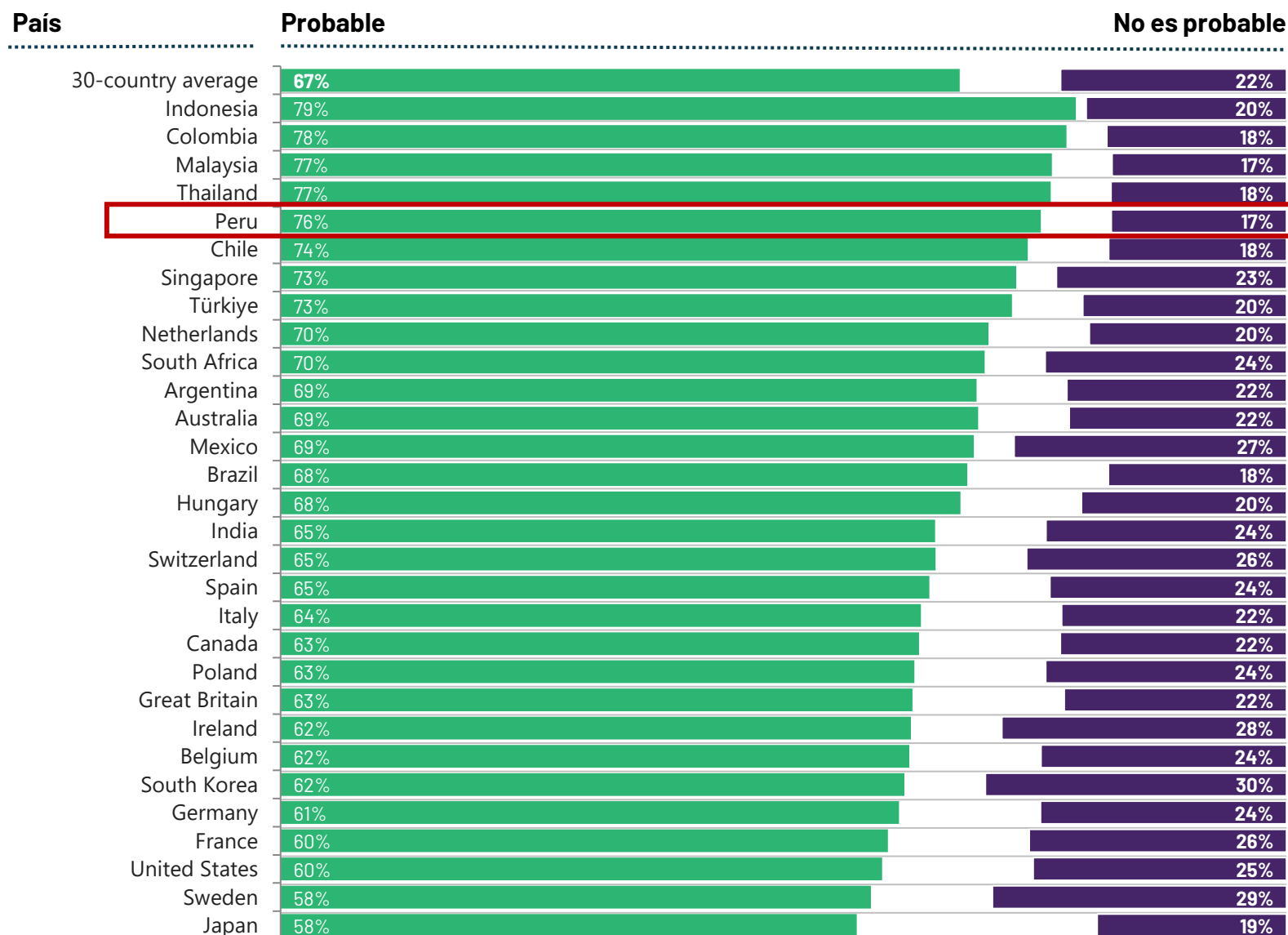
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Escribir guiones para películas o programas de televisión

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Creación de contenido deportivo realista, como partidos de tenis, entre jugadores generados por IA

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

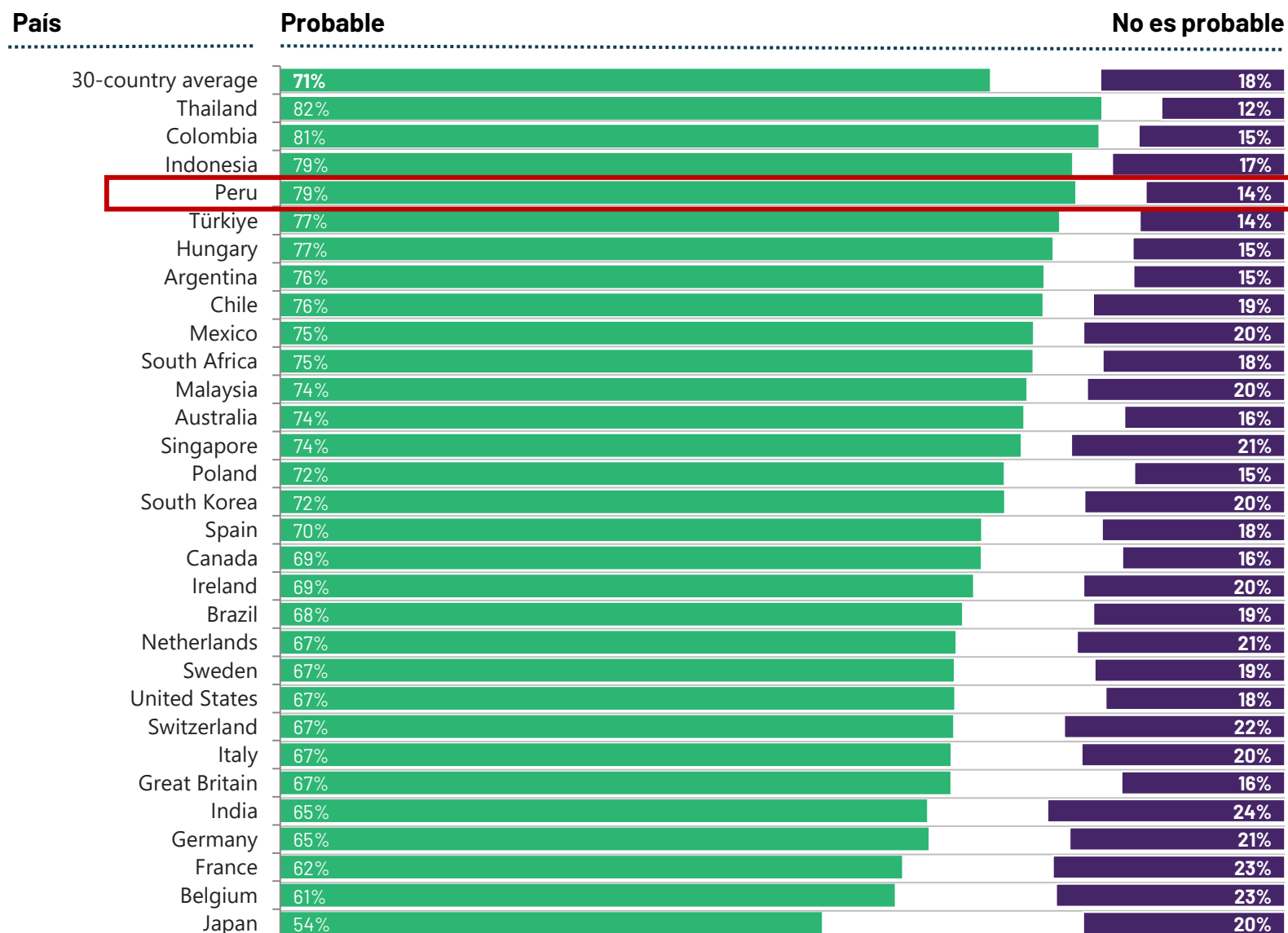


La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas.

¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Creación de anuncios políticos con videos generados de manera realista

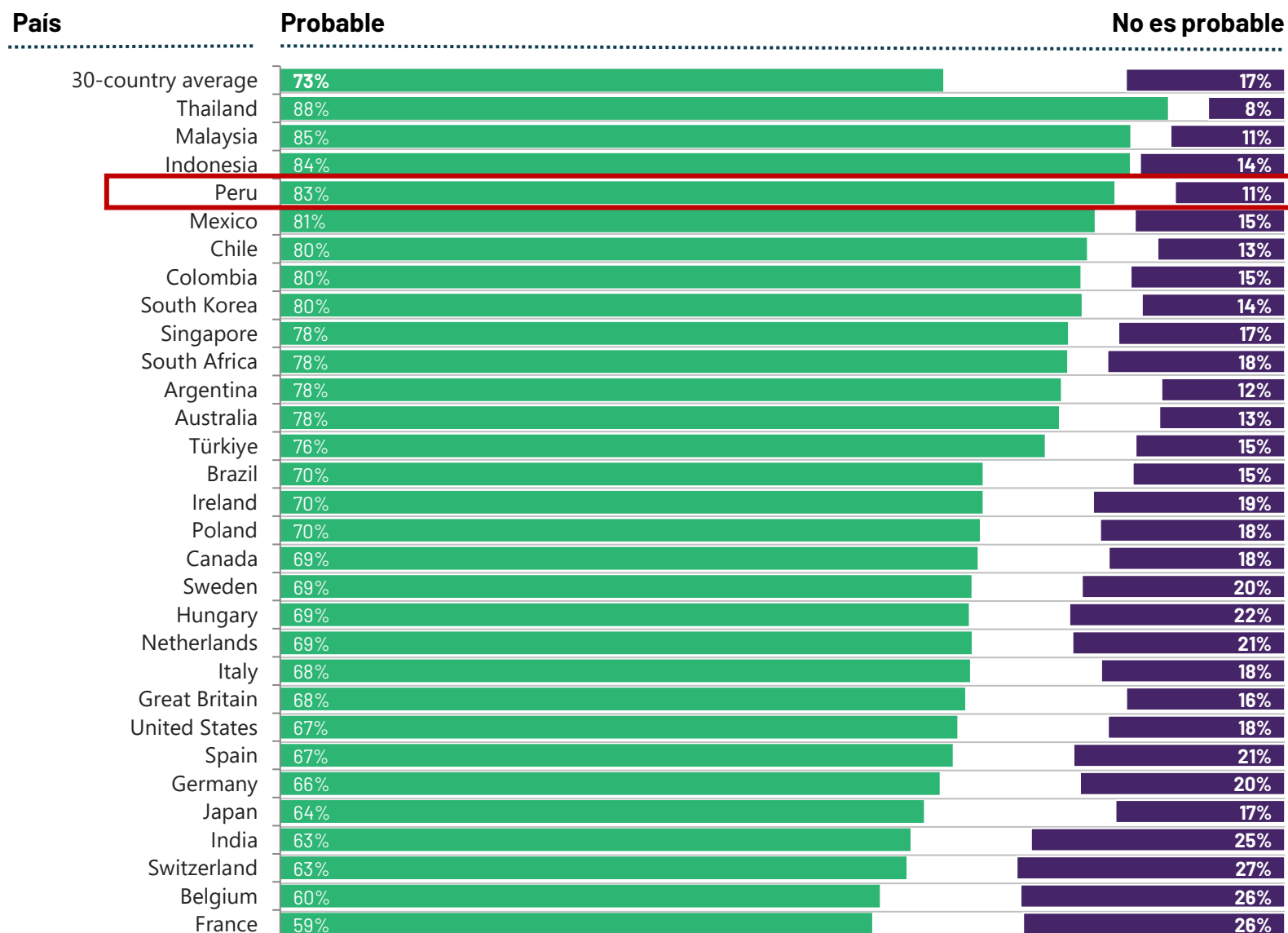
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Ayudar con la toma de pedidos en restaurantes

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025

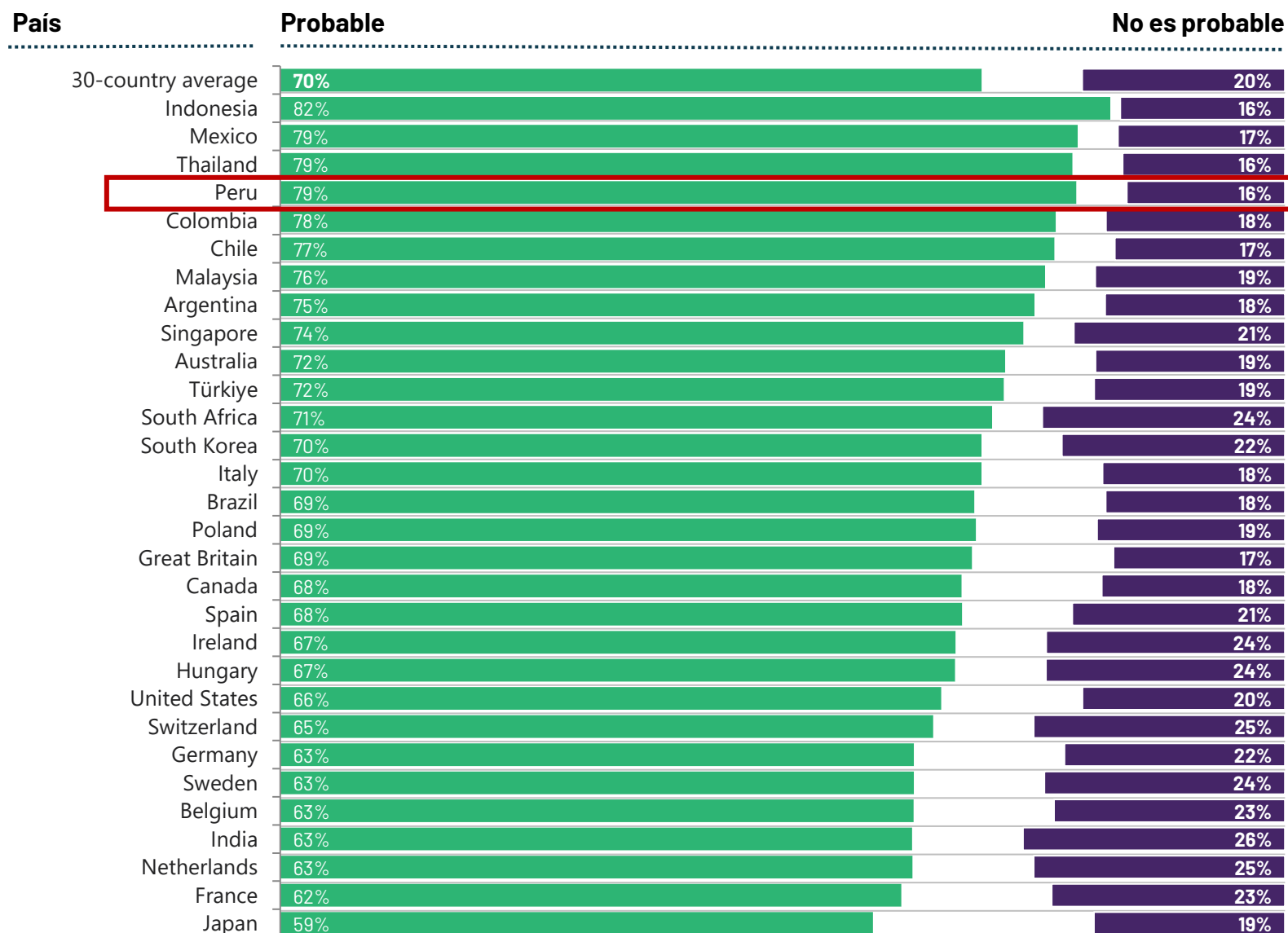


La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas.

¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Redacción de noticias y artículos para su publicación

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Creación de contenido para la publicidad de marca

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Resultados de búsqueda en línea

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Campañas de desinformación dirigidas

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



La IA se utiliza actualmente o podría utilizarse algún día para las siguientes tareas. ¿Qué probabilidad cree que existe de que estas tareas sean realizadas principalmente por la IA?

Segmentación de mensajes publicitarios

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



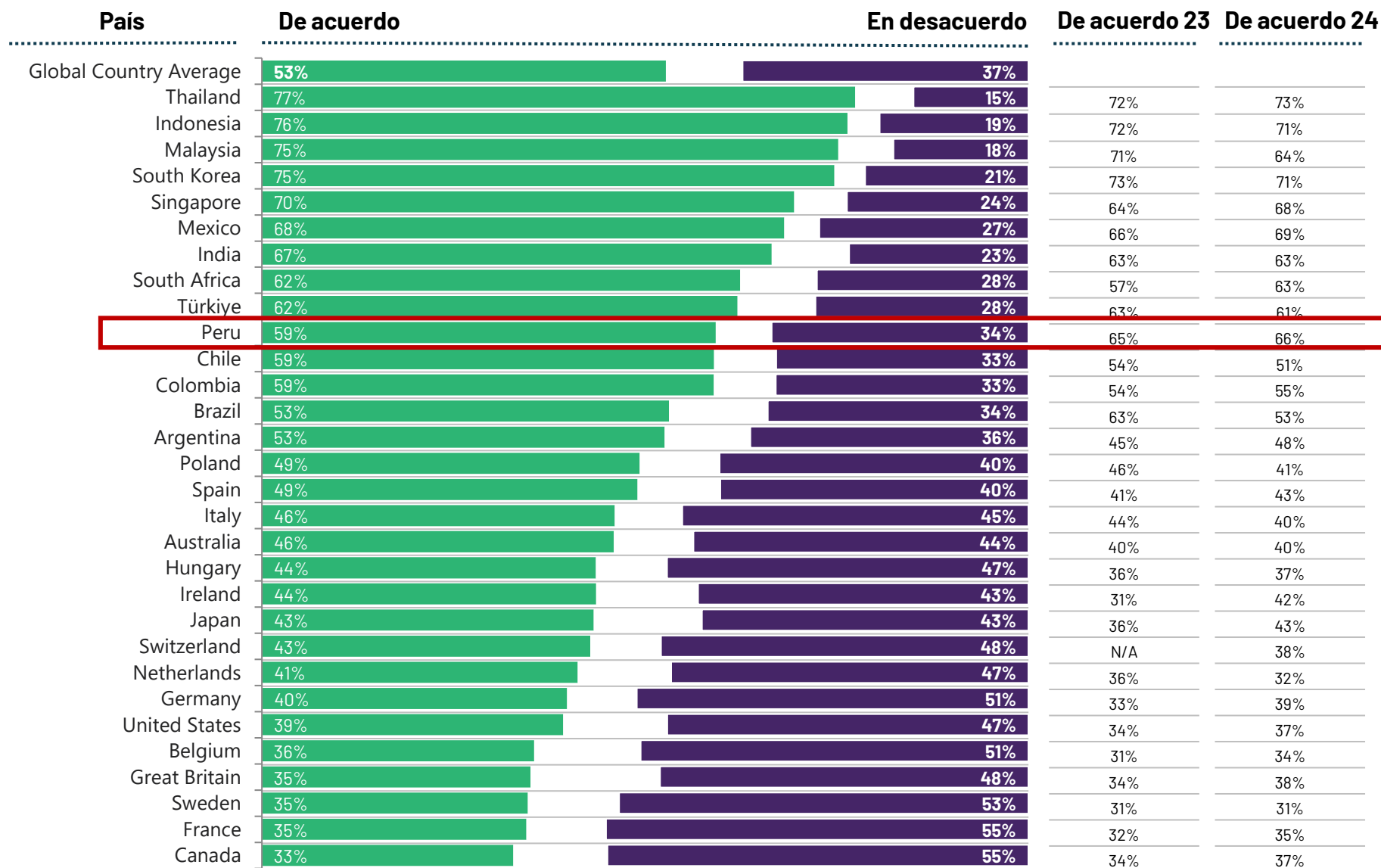
La IA y el futuro



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial han cambiado profundamente mi vida diaria en los últimos 3-5 años

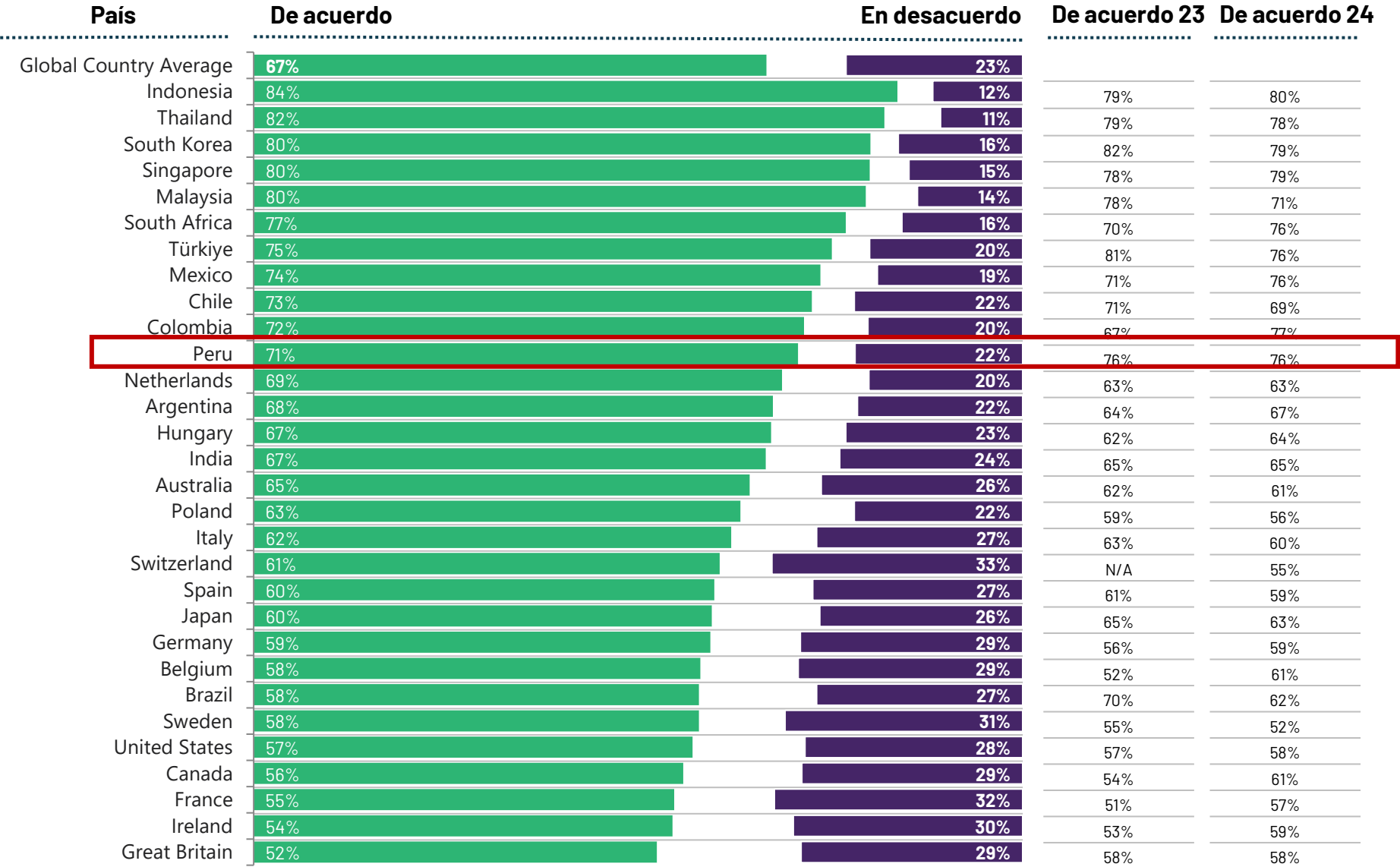
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

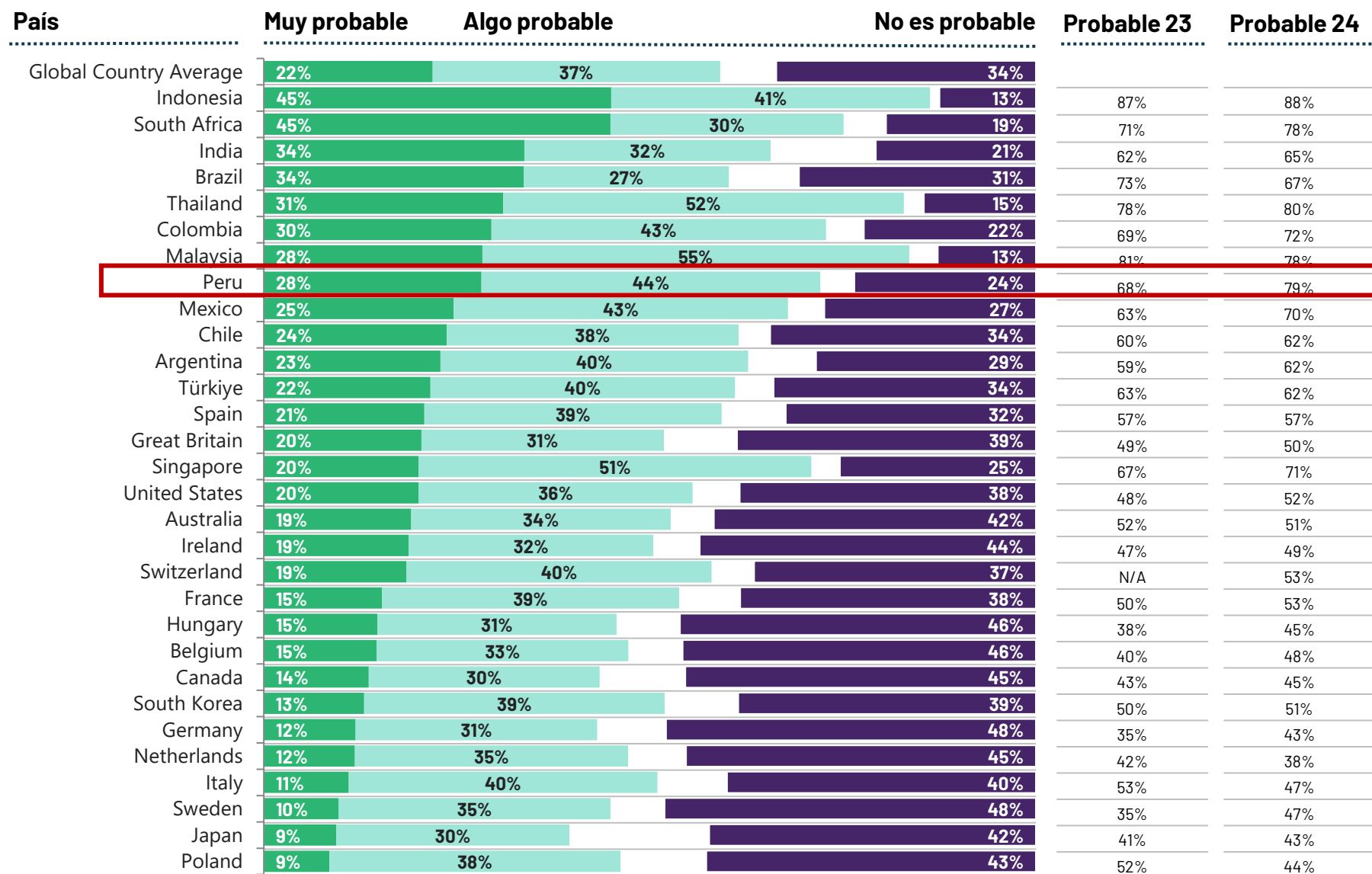
Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial cambiarán profundamente mi vida diaria en los próximos 3 a 5 años

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



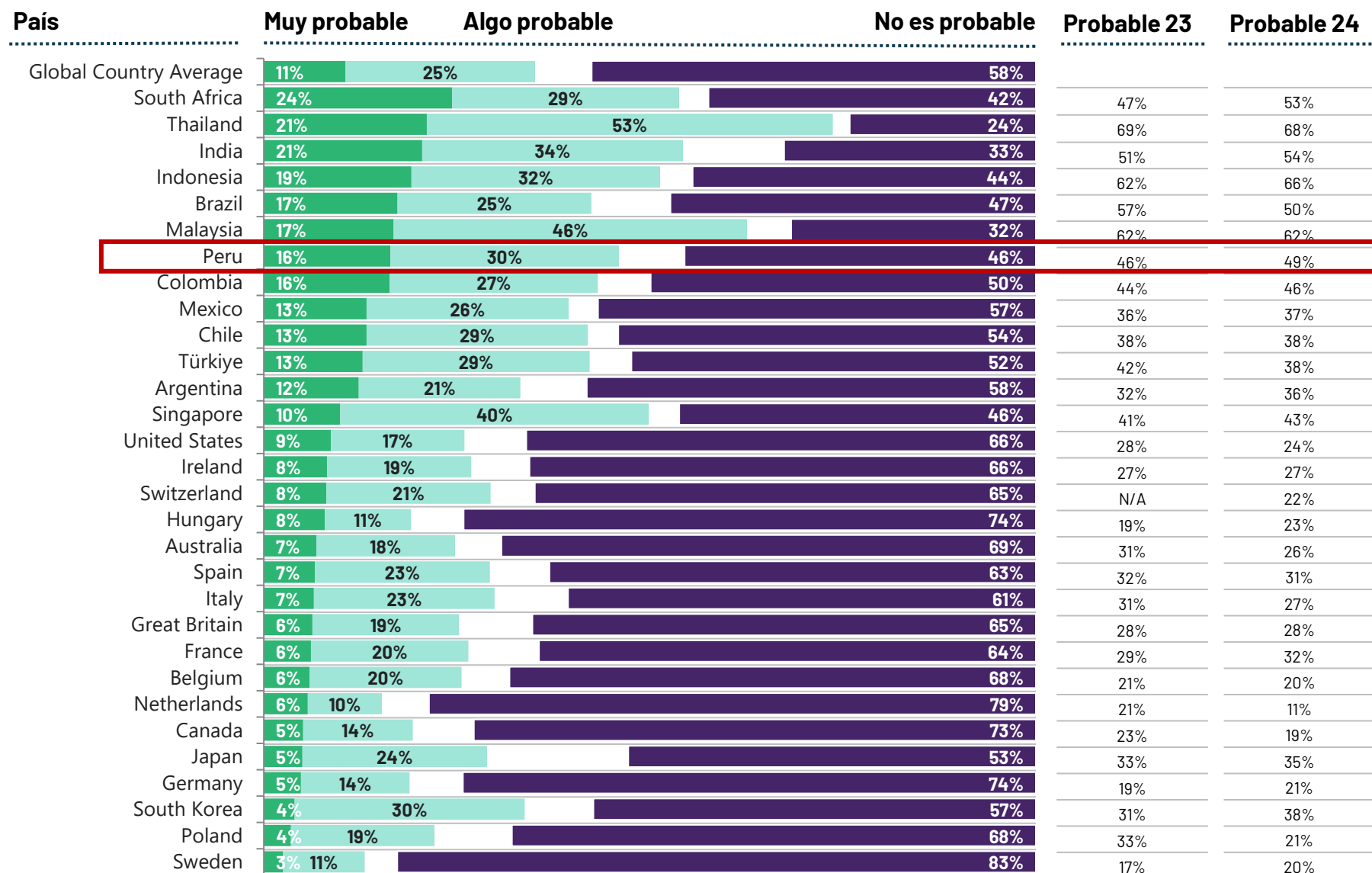
¿Qué tan probable crees que es que la IA cambie la forma en que haces tu trabajo actual en los próximos cinco años?

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Qué tan probable, si es que lo hay, cree que es que la IA reemplace su trabajo actual en los próximos 5 años?

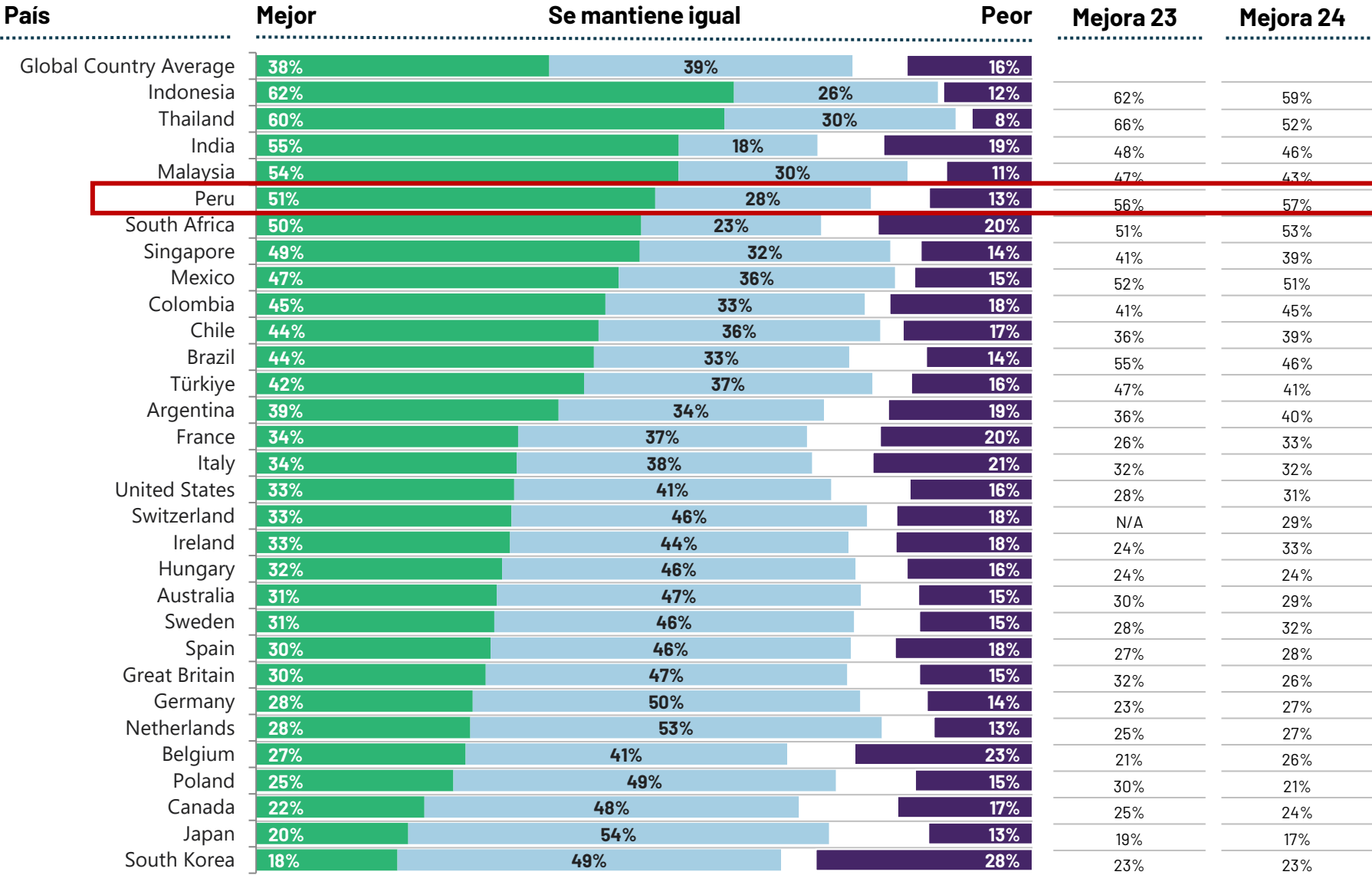
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

Mi trabajo*

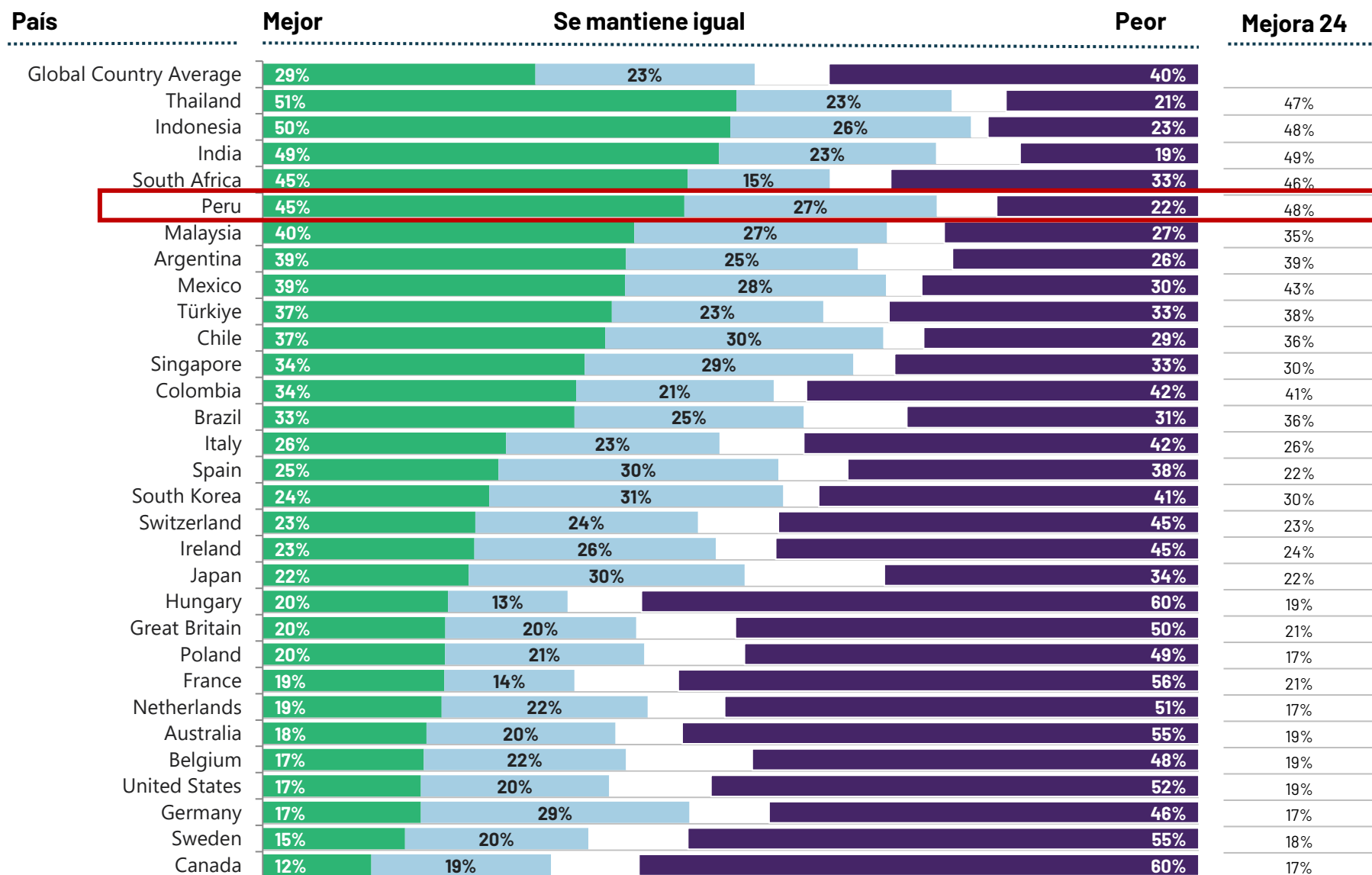
* Solo se pregunta a los que tienen un trabajo
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

La cantidad de desinformación en internet

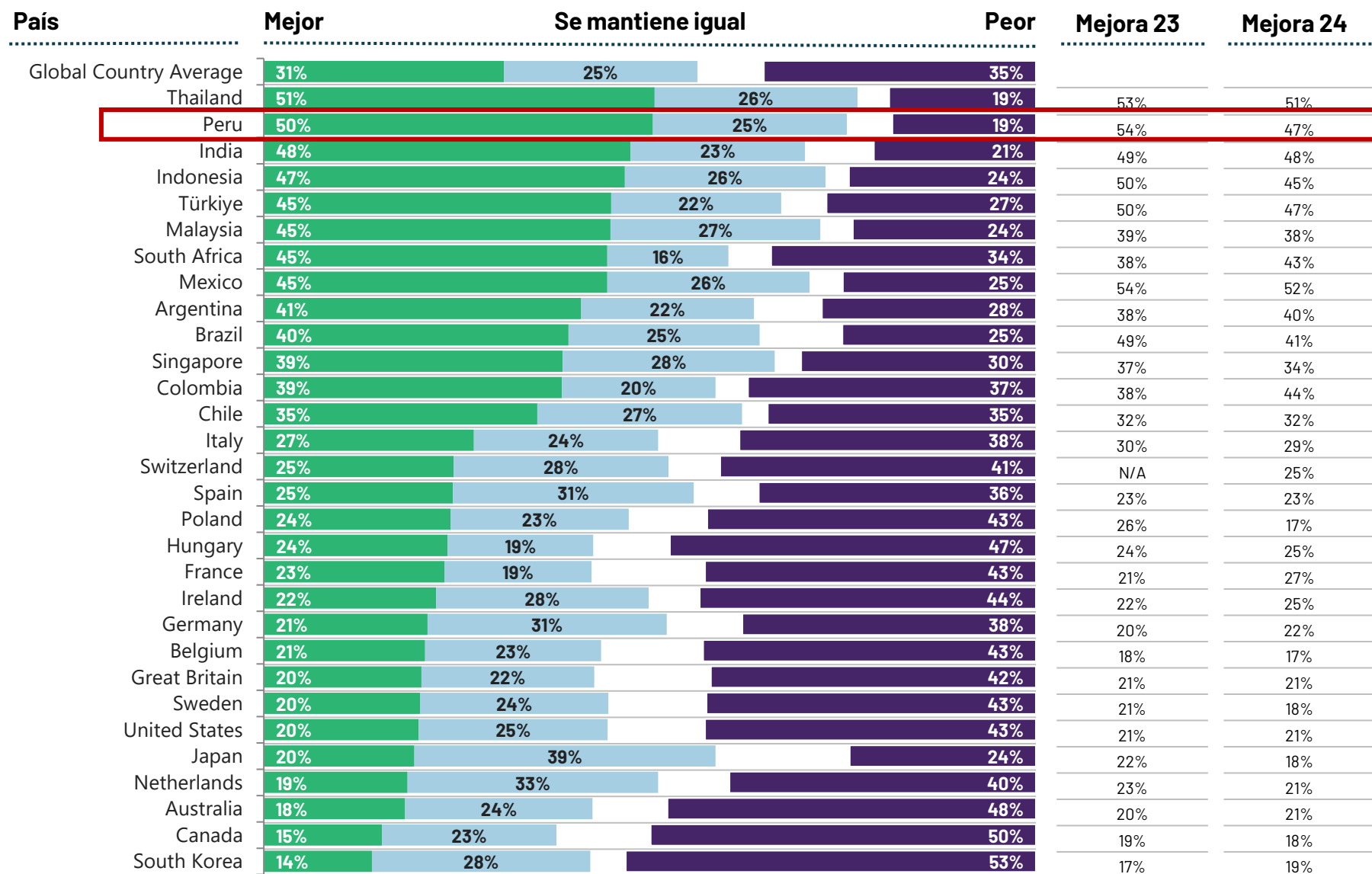
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

El mercado laboral

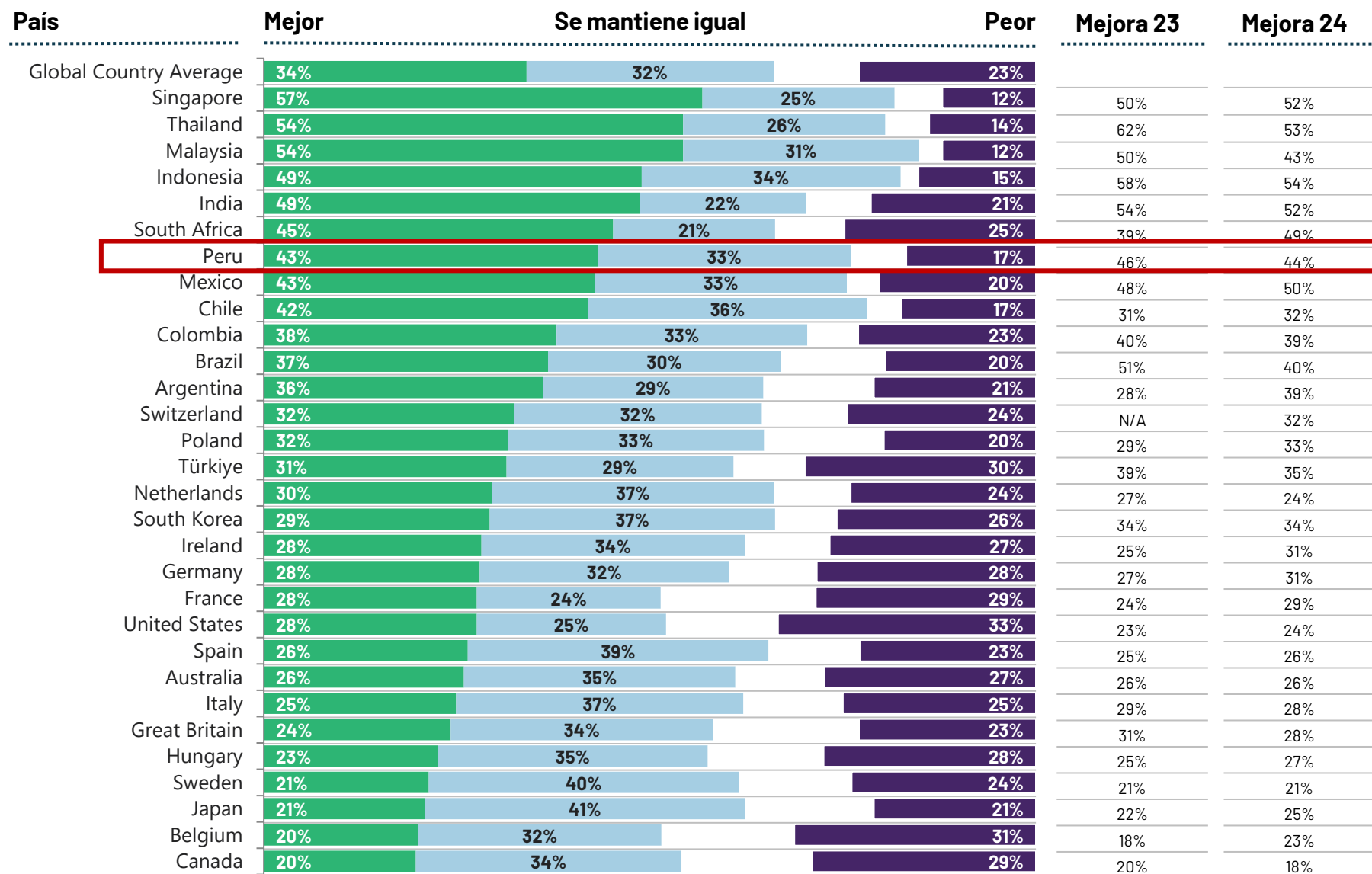
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

La economía en ...

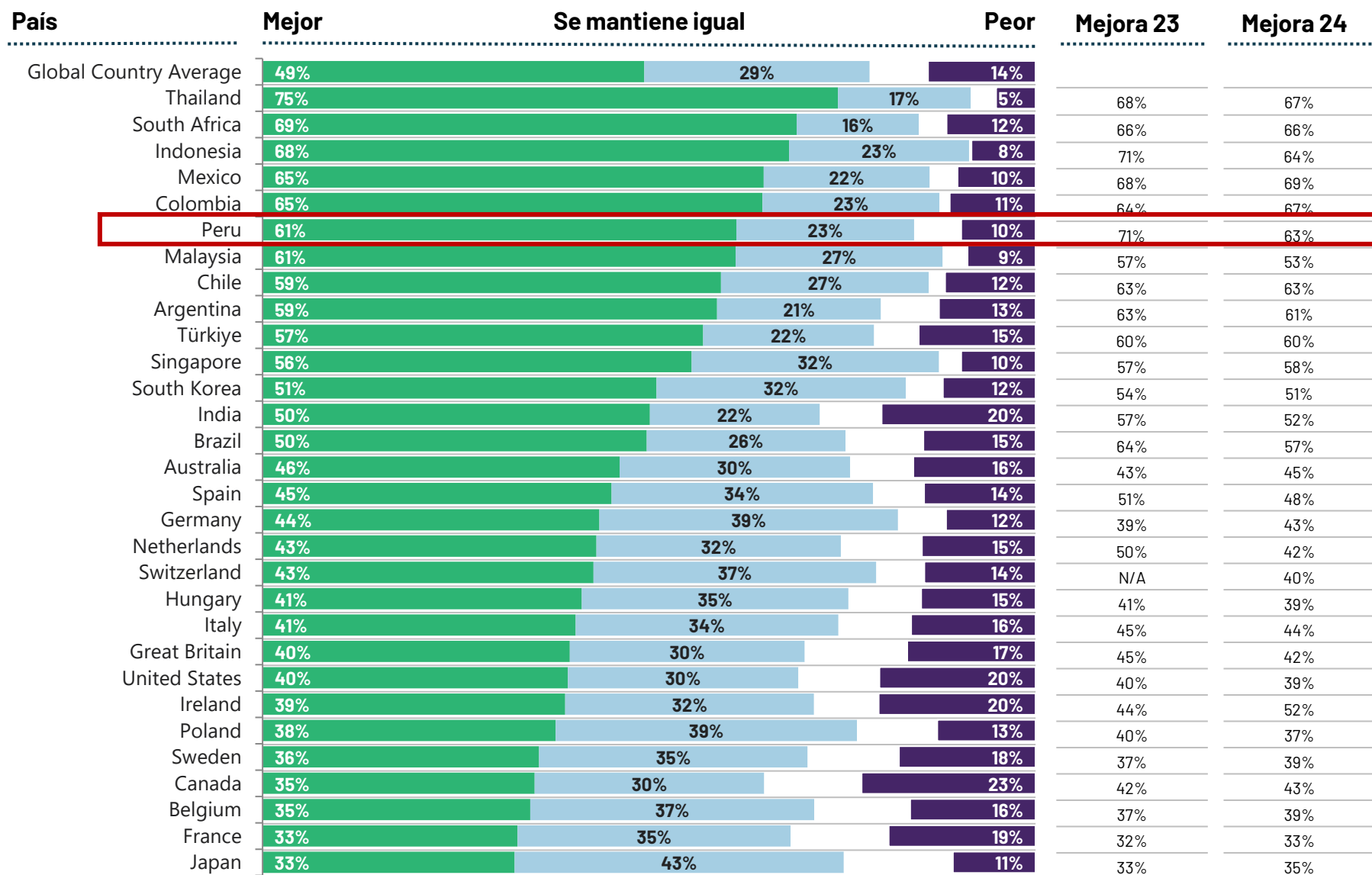
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

Mis opciones de entretenimiento (contenido de televisión/video, películas, música, libros)

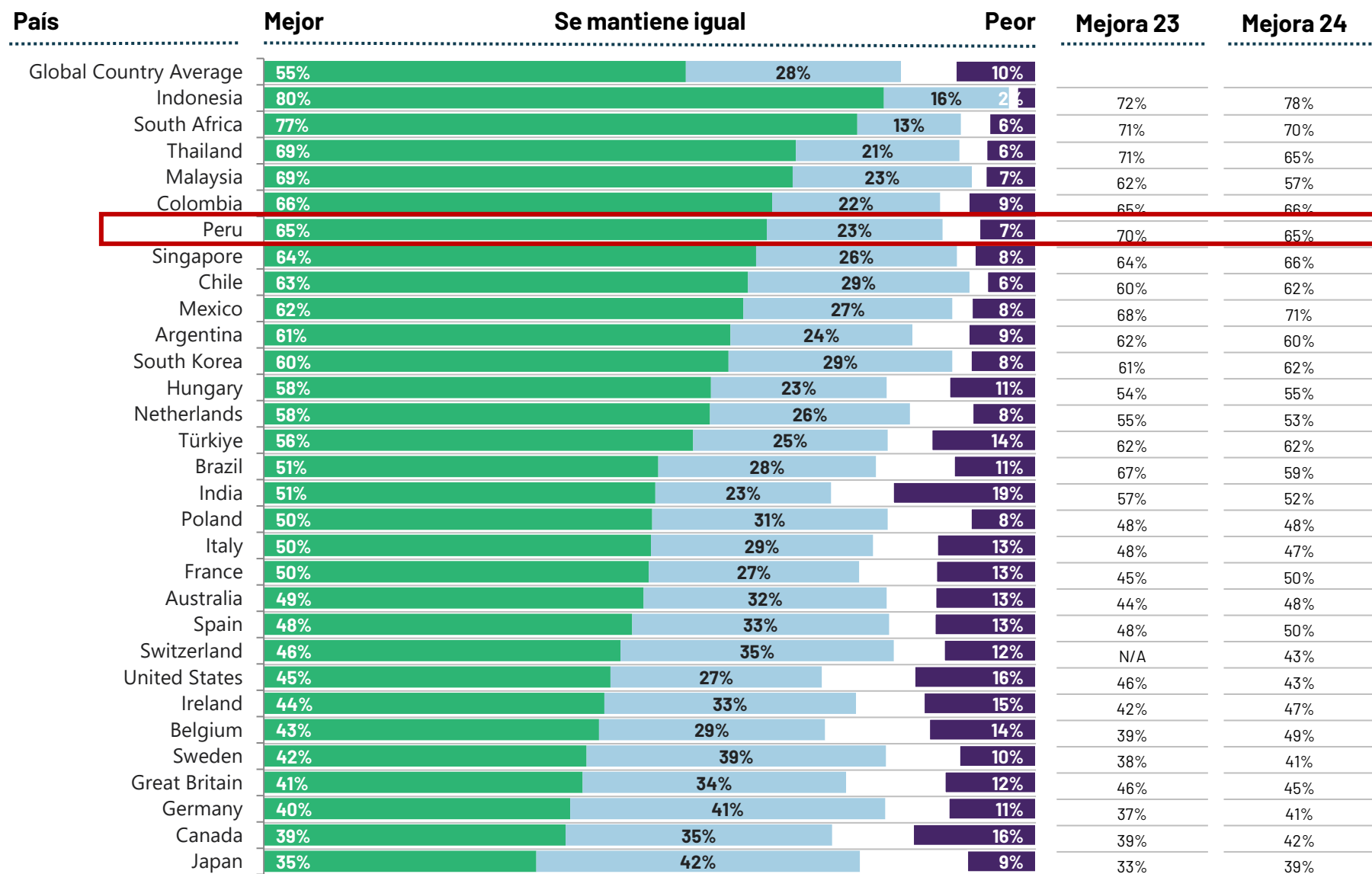
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

La cantidad de tiempo que me lleva hacer las cosas

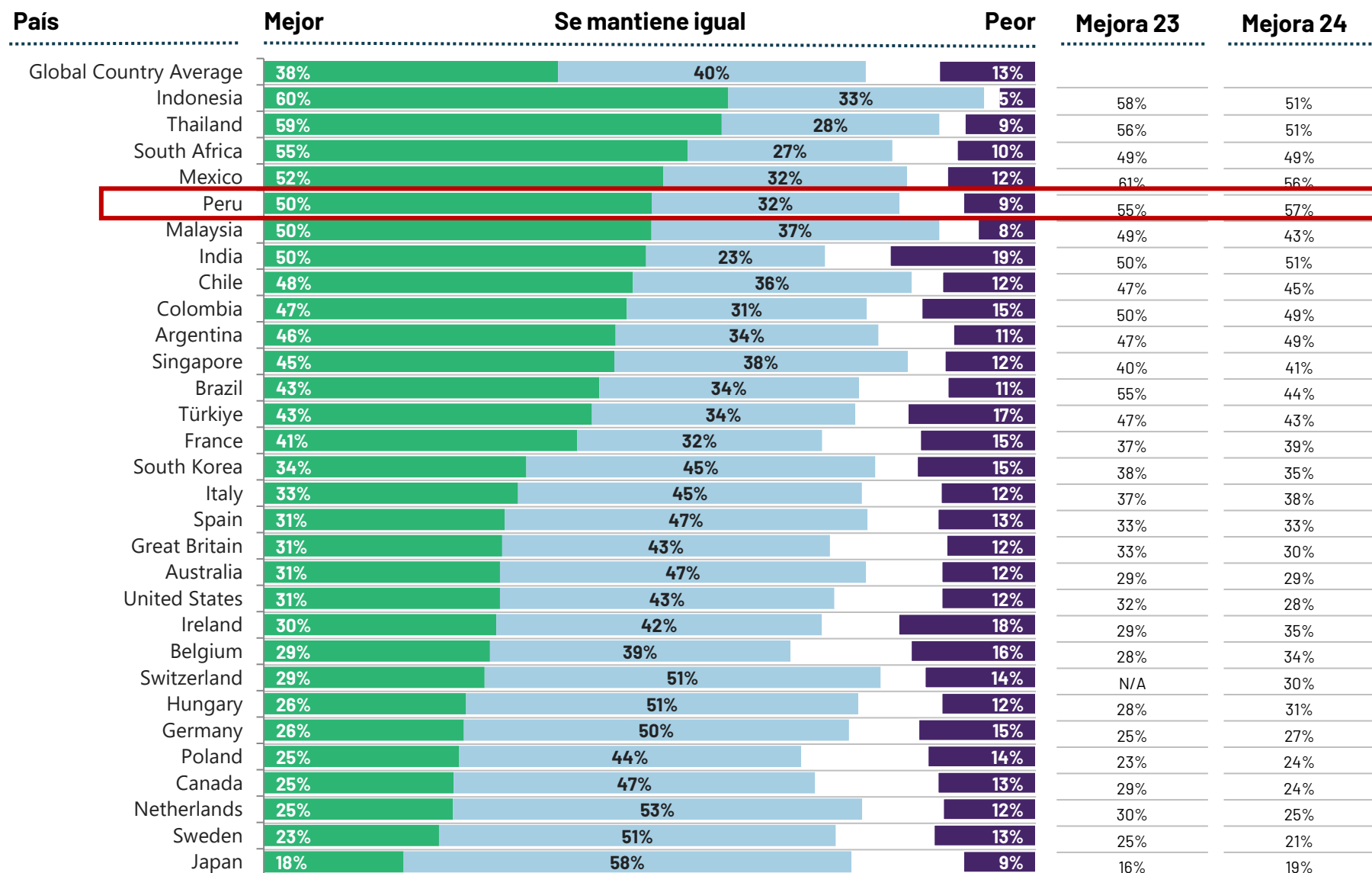
Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años?

Mi salud

Base: 23,216 adultos en línea menores de 75 años en 30 países, entrevistados del 21 de marzo al 4 de abril de 2025



Metodología

Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada por Ipsos en 30 países en su plataforma en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 21 de marzo y el viernes 4 de abril de 2025. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23.216 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en todos los demás países.

La muestra consta de aproximadamente 2.000 individuos en Japón, 1.000 individuos en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, España y Estados Unidos, y 500 individuos en Argentina, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Suiza,

Tailandia y Turquía. La muestra en la India consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 fueron entrevistados en línea.

Las muestras de Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y Estados Unidos pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más prósperas que la población general. Los resultados de la encuesta en estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa un gran subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A, B y C en las áreas metropolitanas y las clases urbanas de nivel 1 a 3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan de manera que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta de acuerdo con los datos del censo más reciente.

"El promedio de 30 países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total. Cuando los porcentajes no suman 100 o la "diferencia" parece

ser +/-1 punto porcentual más/menos que el resultado real, esto puede deberse al redondeo, a múltiples respuestas o a la exclusión de las respuestas "No sé" o "No declarado".

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad, con una encuesta en la que N = 1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de donde N = 500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos se rige por las normas y regulaciones locales.

Para más información

Matt Carmichael

SVP, Tendencias de Consumo
Liderazgo de Pensamiento

Matt.Carmichael@ipsos.com