

IPSOS MONITOR MOVILIDAD 2026

Una encuesta de Global
Advisor en 31 países

Marzo 2026

Introducción

Bienvenidos al *Informe de Movilidad de Ipsos*, que explora cómo las elecciones de movilidad moldean nuestras sociedades: desde el acceso y la inclusión hasta la seguridad, la calidad de vida y el impacto climático.

En todo el mundo, la movilidad es tanto profundamente personal como profundamente pública: determina quién puede acceder a empleos, escuelas y cuidados, cómo se sienten nuestras calles y si cumplimos los objetivos medioambientales.

Como vemos en este informe, muchas personas siguen dependiendo del automóvil: de media, el 43% dice que vivir sin automóvil sería imposible.

Al mismo tiempo, el transporte público es ampliamente considerado accesible (62% de media en 31 países) y seguro (también 62%), aunque la asequibilidad y el acceso en zonas rurales se

retrasan.

Los jóvenes y los residentes urbanos están más abiertos a alternativas, apuntando a un futuro en el que caminar, el transporte público y las opciones compartidas jueguen un papel más importante.

La elección del modo importa tanto para el planeta como para el espacio público. Casi la mitad (46%) preferiría usar el transporte público en lugar de los automóviles particulares por razones medioambientales, el 67% apoya ciclovías y el 61% dice que preferiría viajar activamente para mantenerse sano.

La seguridad es una prioridad compartida: el 66% apoya leyes de tráfico más estrictas, con un fuerte respaldo para medidas que protejan a peatones y ciclistas.

La tecnología está transformando la movilidad, pero la aceptación es desigual.

A nivel mundial, el 47% encuentra atractivo conducir un vehículo eléctrico, y el 53% espera que muchos consumidores adopten vehículos eléctricos para 2030, aunque el entusiasmo es menor en Norteamérica y Europa, y de media disminuye fuera de las ciudades y entre las personas mayores. Las opiniones sobre la autonomía están divididas (el 36% se sentiría seguro en un automóvil autónomo; el 36% no), reflejando preocupaciones persistentes sobre la confianza y la privacidad de los datos.

Aquí hay mucho que reflexionar. Esperamos poder hablar sobre lo que esto significa para tu país—o para tu empresa.

36%

El porcentaje de personas que afirman que se sentirían seguras en un automóvil autónomo es igual al de quienes afirman que no se sentirían seguras (ambos del 36%).

Hallazgos clave

43%



De media, en 31 países piensa que **vivir sin automóvil es imposible**.

Los estadounidenses son los que más probablemente piensan así (**65%**).

47%



dice que conducir un **vehículo eléctrico le resulta atractivo**. El apoyo a los vehículos eléctricos es menor en Norteamérica (**35%**) y Europa (**38%**).

36%



dice que **se sentirían seguros en un automóvil autónomo**, mientras que el 36% dice que no.

66%



dice que apoyarían **leyes de tráfico más estrictas** para respaldar la seguridad vial.

67%



dicen que apoyan el uso de **ciclovías**.

Resumen

Tener un vehículo no solo es una elección esencial, sino también emocional

En 31 países, el 43% de los conductores afirma que sería imposible vivir sin automóvil. Los países anglófonos y europeos son los más propensos a sentirse así, con un 65% de estadounidenses pensando que no podrían vivir sin vehículo.

El deseo de conducir un automóvil o una camioneta va más allá de la simple necesidad de hacerlo. El 43% también dice que podría vivir sin su vehículo, pero prefiere tenerlo.

Para la mayoría, es su forma favorita de desplazarse. En 22 de los 31 países encuestados en nuestro informe, la gente dice que conducir es su medio de transporte favorito.

Para los automóviles eléctricos y autónomos, los países importan

De media, la gente está más dividida respecto a los automóviles autónomos. Muchos dicen que se sentirían seguros en uno como que no. Los europeos y norteamericanos tienen más probabilidades de sentirse inseguros.

Esta tendencia continúa con los vehículos eléctricos, con Bélgica, Francia, Alemania, Estados Unidos y Canadá, todos más propensos a decir que conducir un automóvil eléctrico no les resulta atractivo de lo que realmente lo es. LATAM y Asia son donde el interés es mayor.

Sin embargo, en 31 países hay apoyo para introducir beneficios que aumenten la adopción de vehículos eléctricos. Las personas son más propensas a apoyar la reducción de los cargos por uso de las vías para fomentar la compra de vehículos eléctricos que no hacerlo.

El proceso de compra de un automóvil no es ajeno a la geopolítica

La nacionalidad de un fabricante de automóviles es un tema para muchos en todo el mundo. Casi uno de cada dos (48%) en 31 países dice que evitaría comprar un automóvil de un fabricante específico. Japón y Corea del Sur son los más propensos a aceptar esta declaración. Dos tercios en ambos países afirman que evitarían a un fabricante de automóviles de un país concreto. Cuando preguntamos a quienes en Japón y Corea del Sur evitarían a un fabricante de automóviles de qué país se alejarían, China salió en primer lugar.

En otros lugares vemos que las tensiones entre vecinos juegan un papel. El 48 por ciento de los canadienses, que evitarían un fabricante de automóviles, no compraría un automóvil estadounidense.

Lo que esto significa para...

Fabricantes de automóviles



1. Los automóviles siguen siendo esenciales tanto emocional como prácticamente. Los datos muestran que el 43% de los propietarios de automóviles afirma que vivir sin su vehículo sería "imposible", y conducir es el medio de transporte favorito en 22 de los 31 países. Esto va más allá de la utilidad: la gente realmente disfruta conduciendo. Hay un profundo apego emocional y lealtad hacia la propiedad personal de un vehículo. Ofreciendo la oportunidad de aprovechar los aspectos experienciales/emocionales de la propiedad de un automóvil en el diseño, el marketing y el mensaje de marca.

2. Aceptación y apatía de los vehículos eléctricos. Asia y América Latina muestran una fuerte apertura a los vehículos eléctricos, mientras que los principales mercados occidentales –Francia, Estados Unidos, Canadá y Alemania– en realidad tienen más personas rechazando la idea de conducir un vehículo eléctrico que adoptándolo. Las marcas deben reconocer que sus mercados más maduros pueden requerir periodos de transición más largos para motores de combustión interna e híbridos, mientras que los mercados emergentes en Asia y LATAM podrían avanzar más rápido hacia la adopción de vehículos eléctricos. El dominio de China (67% de atractivo, 73% que espera una adopción masiva para 2030) la convierte en el mercado insignia de innovación y volumen en vehículos eléctricos.

3. El origen de la marca es ahora una vulnerabilidad. Esto demuestra lo rápido que las disputas diplomáticas se traducen en rechazo de los consumidores. De donde proviene tu marca ya no es solo un activo de marketing, sino una posible carga. En 31 países, los vehículos chinos (41%), indios (38%) y estadounidenses (24%) son los más propensos a evitar.

Lo que esto significa para...

Gobiernos



- 1. Los peajes se consideran una forma de fomentar opciones de transporte sostenibles.** De media, en 31 países, el 46% apoya la fijación de precios por congestión como forma de promover hábitos de transporte sostenibles. El apoyo sube a uno de cada dos para quienes viven en zonas urbanas y entre la Generación Z y los Millennials.
- 2. Existe apoyo para el uso de alternativas de automóvil en zonas urbanas.** Aunque el 48% de los conductores que viven en zonas urbanas afirman que prefieren usar su automóvil, admiten que sería posible que lo dejaran. Dos tercios de las personas en una zona urbana dicen que el transporte público es accesible y las mismas dicen que preferirían usar medios de transporte como caminar o ir en bicicleta para mantenerse activas. Además, hay un amplio apoyo en todos los países y entre habitantes rurales y urbanos para más ciclovías.
- 3. Se cree que límites de velocidad más bajos mejorarían la seguridad vial.** Más de uno de cada dos (55%) dice estar preocupado por la seguridad vial en su zona y dos tercios (66%) apoyan leyes de tráfico más estrictas. El gobierno tiene una fuerte licencia social para actuar en esta zona y reducir los límites de velocidad, especialmente en calles residenciales, cuenta con el apoyo del público (70%).

ÍNDICE

1

¿La muerte de la propiedad de un automóvil?

2

Transporte público y ciclismo

3

Seguridad vial

4

Una visión realista de los vehículos eléctricos

5

Confianza, datos personales y nueva tecnología

6

Boicots por el país de origen

7

Metodología



¿La muerte de la propiedad de un automóvil?



¿Está la gente dispuesta a renunciar a su automóvil?

En 31 países, el 39% afirma que su principal medio de transporte es el automóvil. Es más alta en Nueva Zelanda (66%) y en Estados Unidos (64%). Para los propietarios de automóviles, su vehículo se considera una parte esencial de su vida. De media, en 31 países, el 43% dice que sería imposible vivir sin su automóvil. Mientras que la misma proporción dice que sería posible que pudieran vivir sin su propio vehículo, prefieren tener uno.

El lugar donde vive la gente influye mucho en esto. Seis de cada diez (60%) de las personas que viven en zonas rurales dicen que vivir sin automóvil es imposible, mientras que el 46% de los suburbanos y el 37% de los que viven en una zona urbana opinan lo mismo.

Sin embargo, esto no significa que los

propietarios de automóviles urbanos estén dispuestos a renunciar a su vehículo todavía. Uno de cada dos (48%) dice que podría renunciar a su vehículo, pero preferiría no hacerlo.

El deseo de conducir un automóvil va más allá de la necesidad de hacerlo. Para la mayoría, es su forma favorita de ir de A a B.

En 22 de los 31 países encuestados, las personas dicen que conducir es el medio de transporte que más disfrutan.

En Colombia, Perú, India, Singapur y Corea del Sur, la gente es la que más probablemente disfruta del transporte público, mientras que los indonesios son el único país que elige las motos. La gente en Reino Unido, Irlanda y Argentina considera que dar un paseo

es la mejor forma de desplazarse.

Entre los jóvenes y los de bajos ingresos, hay más variación en lo que consideran su medio de transporte favorito.

Para las personas con bajos ingresos, es tan probable que elijan su automóvil (24%) como su medio de transporte favorito como el transporte público (24%) y caminar (23%).

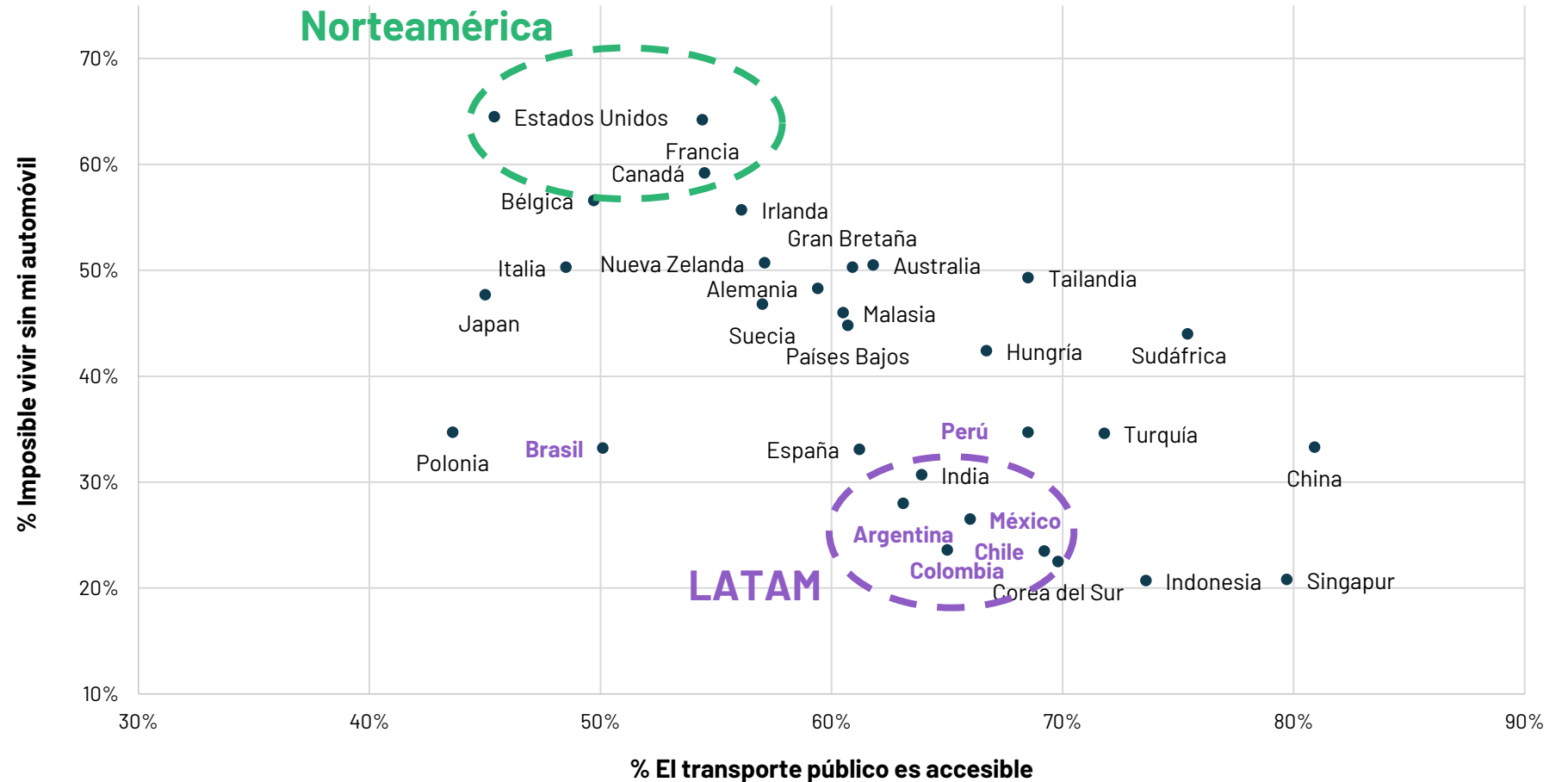
Aunque la Generación Z prefiere su propio automóvil para desplazarse (26%), como otras generaciones, es mucho más probable que les guste el transporte público (22%) en comparación con otros grupos de edad (Baby Boomer 14%, Generación X 16% y Millennials (15%).

43%

de los propietarios de automóviles en 31 países sienten que sería imposible vivir sin su vehículo. Más alto en Estados Unidos (65%) y Francia (64%).

Los países que son más "dependientes del automóvil" tienden a obtener puntuaciones bajas en accesibilidad al transporte público

% Imposible vivir sin automóvil frente a % el transporte público es accesible



Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

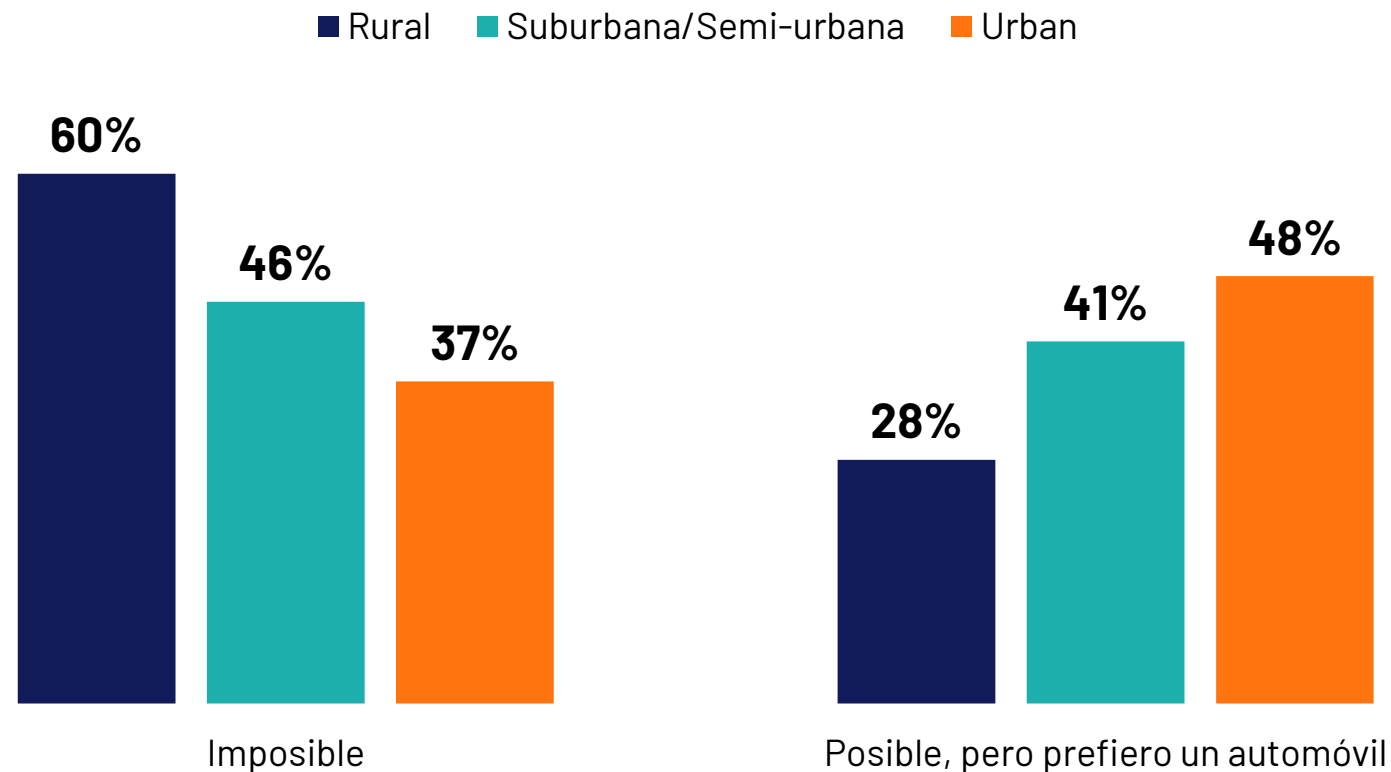
Los conductores rurales tienen más probabilidades de considerar que su automóvil es esencial

Seis de cada diez de los que viven en zonas rurales dicen que vivir sin automóvil es imposible. Esta sensación es mucho menor entre los conductores que viven en zonas urbanas.

En los conductores urbanos, uno de cada dos (48%) dice que prefiere conducir su automóvil, pero reconoce que podría vivir sin él.

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

P. Teniendo en cuenta sus necesidades diarias de movilidad y transporte, ¿cree que una vida sin automóvil o camioneta... **Solo conductores de automóviles y camionetas**

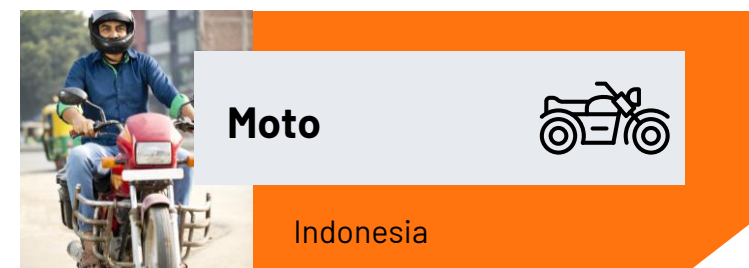
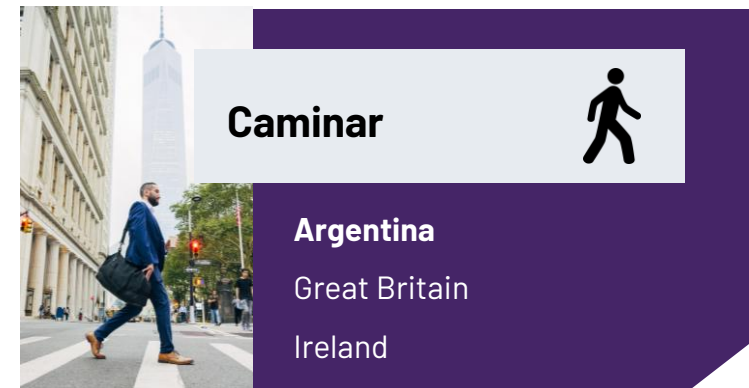


Medio de transporte favorito

En 22 de los 31 países encuestados, los automóviles son considerados la forma de transporte favorita de la gente.

P. ¿Qué medio de transporte disfruta más?

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



Transporte público y ciclismo



Acceso y asequibilidad del transporte público

Aunque solo uno de cada cuatro (25%) en 31 países afirma utilizar el transporte público como su principal medio de transporte, existe una amplia satisfacción con los sistemas de transporte público en todos los países.

En 31 países, el 62% dice que el transporte público es accesible en mi país. En todos los países, la gente piensa más que es accesible que no. El 62% también dice que el transporte público es seguro de usar.

En cuanto a la asequibilidad, el 52% piensa que esto es así en el transporte público en su país. Sin embargo, en 13 países una minoría considera que el transporte público es asequible y en los Países Bajos y Suecia más personas creen que no lo es.

En las actitudes hacia el transporte

público existe una división según dónde viva la gente.

Aunque existe una brecha de 14 puntos porcentuales entre zonas rurales (42%) y urbanas (58%) en cuanto a la percepción de que el transporte público es asequible, la brecha en accesibilidad es mayor. De media, en 31 países, el 68% de las personas que viven en zonas urbanas y el 60% en zonas suburbanas consideran que el transporte público es accesible. Solo el 44% de los que viven en zonas rurales sienten lo mismo.

El 46% en 31 países dice que preferiría el transporte público en lugar de un automóvil particular por razones medioambientales. Solo el 25% no está de acuerdo con esto.

Sin embargo, existen grandes

diferencias de actitudes entre países sobre esta cuestión.

Tailandia (64%) e India (62%) son las más propensas a decir que usarían el transporte público por razones medioambientales. En ocho países – Australia, Nueva Zelanda, Francia, Suecia, Países Bajos, Bélgica, Canadá y Estados Unidos– hay personas más propensas a decir que no usarían el transporte público por motivos medioambientales que lo que harían.

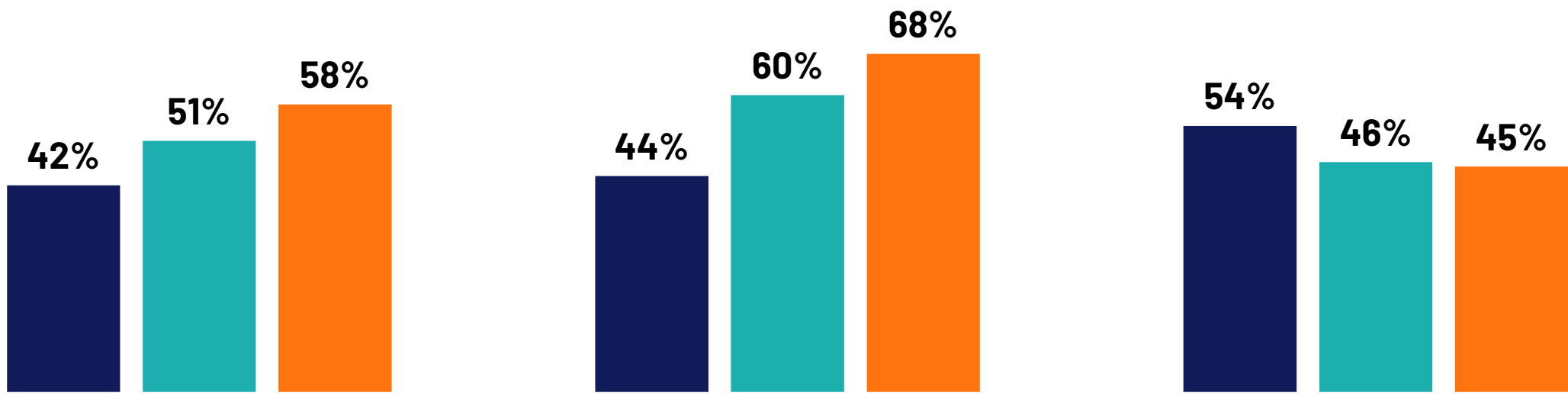
Aunque hay diferencias entre países, hay menos diferencia entre grupos de edad. La Generación Z (48%) es la que más probablemente quiere usar el transporte público por razones medioambientales, con un 42% de los Baby Boomers, los menos probables, que dicen lo mismo.

62%

en 31 países se afirma que el transporte público es accesible en su país.

La asequibilidad y la accesibilidad son problemas para quienes viven en zonas rurales

■ Rural ■ Suburbana/Semi-urbana ■ Urbana



Las opciones de transporte público en mi área son asequibles

Las opciones de transporte público en mi área son accesibles

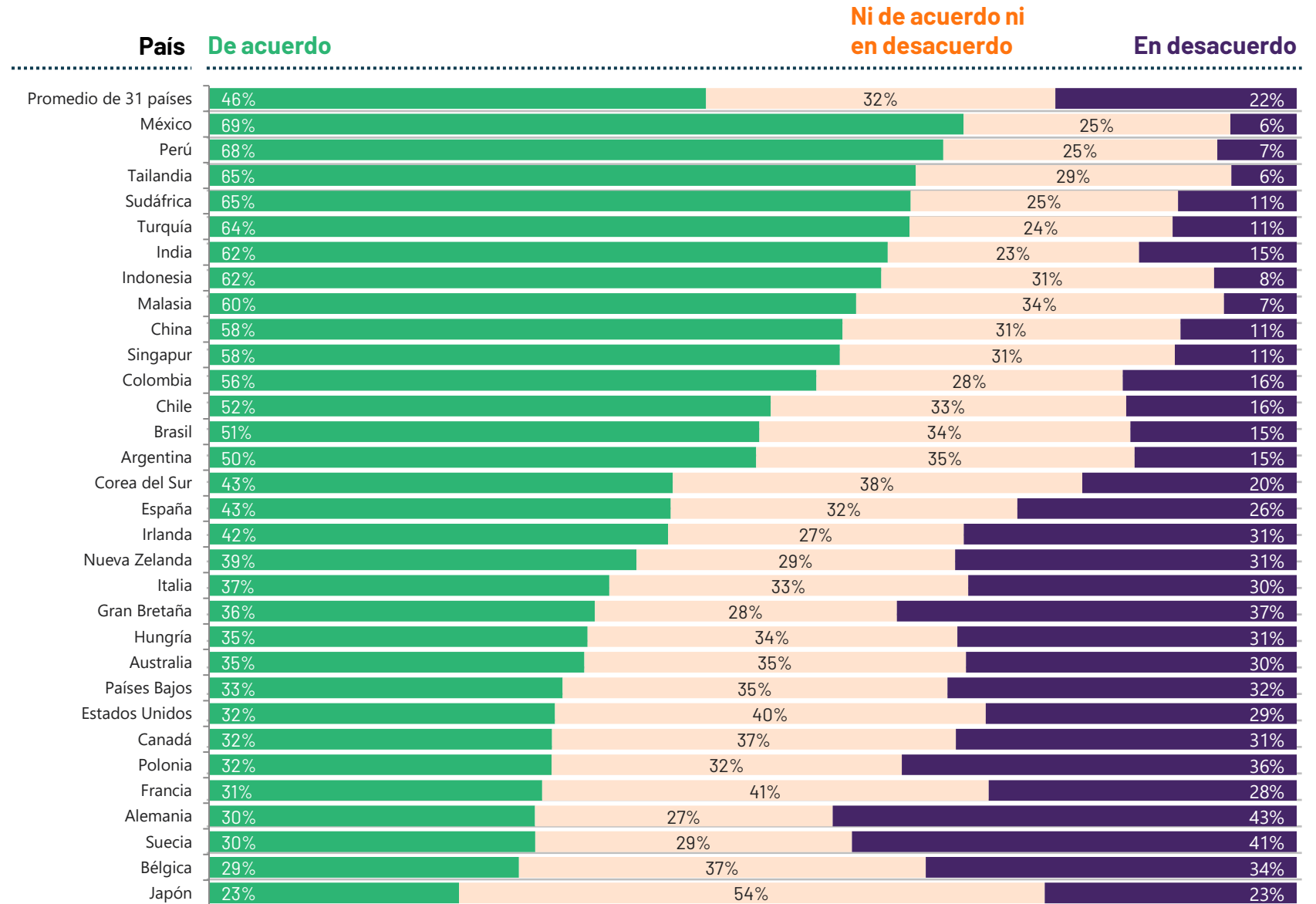
Las limitaciones en las opciones de transporte hacen que sea difícil acceder a lugares que son esenciales para mí

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Apojaría la introducción de tarifas de congestión para promover hábitos de transporte sostenibles

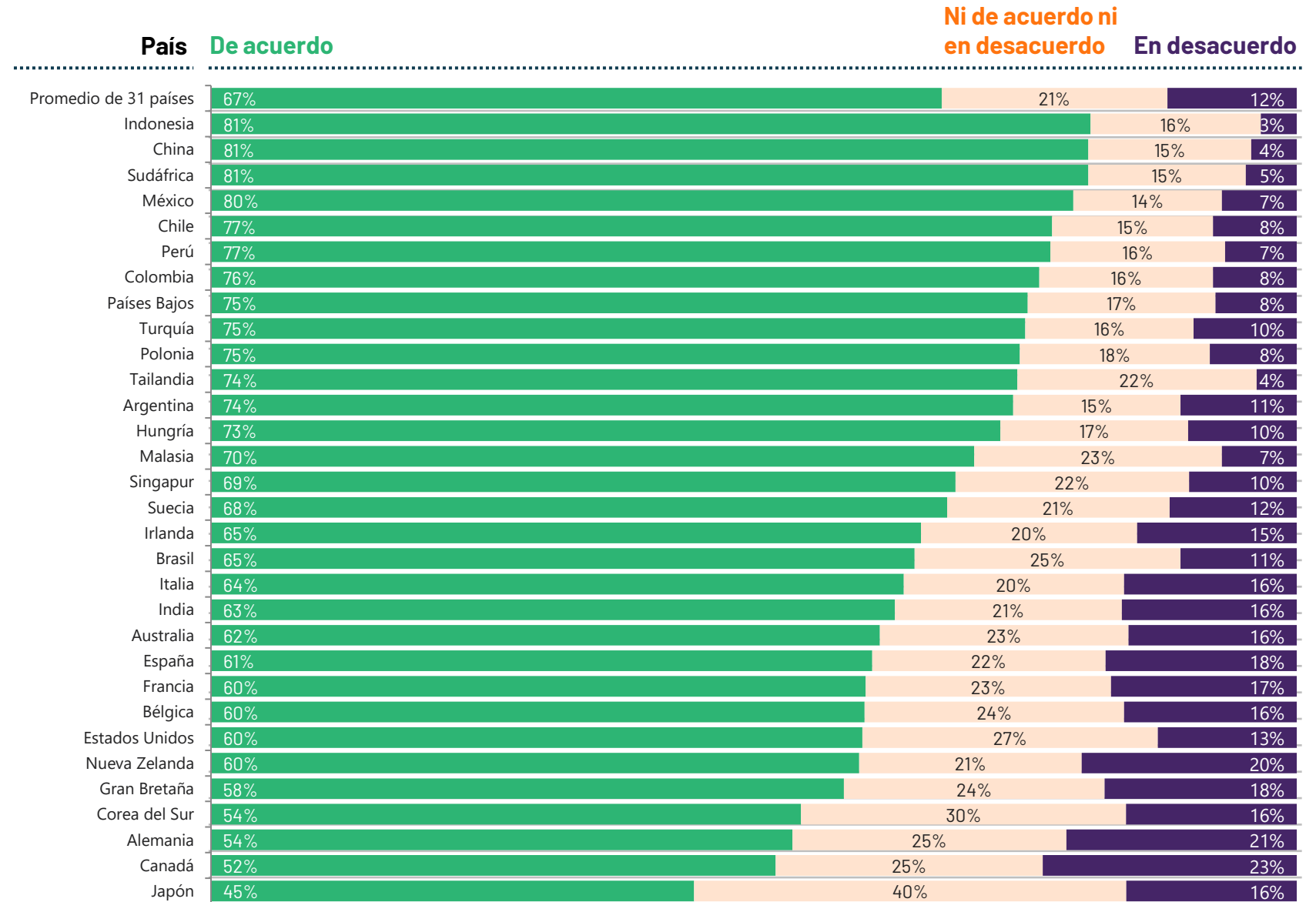
Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Apoyo el uso de carriles exclusivos para bicicletas en las calles

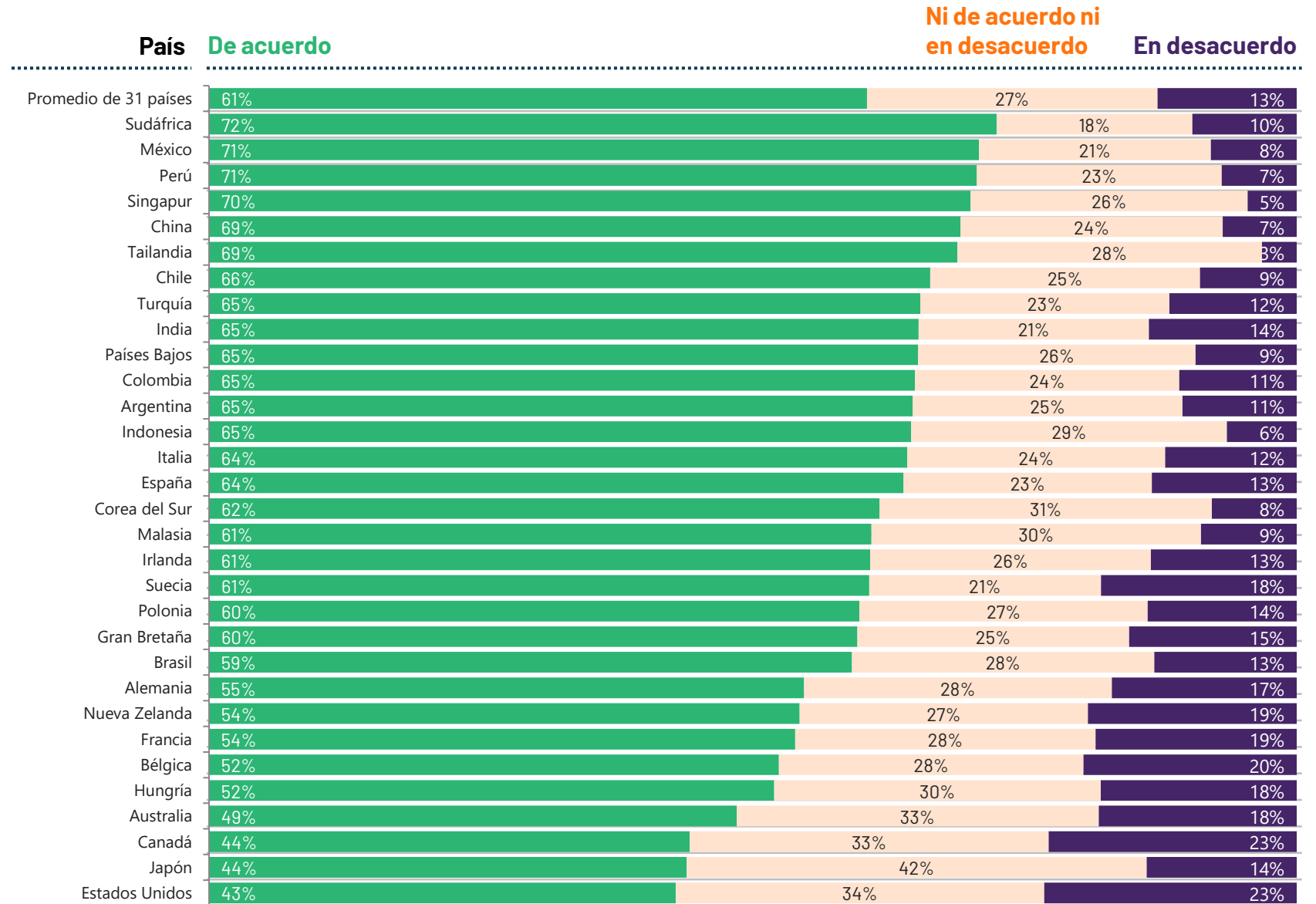
Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Prefiero usar formas de transporte como caminar y andar en bicicleta para mantenerme activo(a)

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



Seguridad vial



¿Son seguras mis calles?

De media, en 31 países, el 55% está preocupado por la seguridad vial en su zona local.

La preocupación es mayor para quienes viven en una zona urbana (57%) en comparación con zonas rurales (51%) y suburbanas (52%).

Cuando comparamos el nivel de preocupación por la seguridad vial con el nivel de muertes en carretera, hay algunas diferencias. [En los países de la OCDE](#) donde las muertes son más altas, Chile y Colombia muestran un alto nivel de preocupación por la seguridad que se ajusta al mayor riesgo en su país.

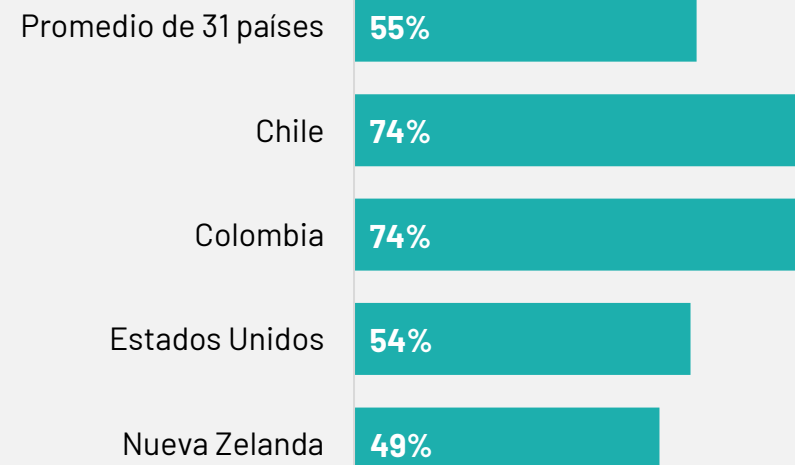
Sin embargo, al observar a Estados

Unidos y Nueva Zelanda, la preocupación es mucho menor que su riesgo.

El 54% de los estadounidenses está preocupado por la seguridad vial, la misma que la media global en nuestra encuesta, a pesar de que solo Colombia y Costa Rica tienen una tasa más alta en la OCDE.

Nueva Zelanda tiene la quinta tasa más alta de la OCDE, pero se sitúa en la mitad inferior de los resultados de nuestra encuesta.

% preocupado por la seguridad vial en mi zona



Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



Cómo mejorar la seguridad vial

Existe un fuerte apoyo a leyes de tráfico más estrictas y a programas mejorados de educación vial para mejorar la seguridad vial (66% y 71% respectivamente).

Cuando preguntamos si apoyan límites de velocidad más bajos para reducir la probabilidad de accidentes y la gravedad de las lesiones, hay algunas diferencias en la opinión.

Empezando por las zonas residenciales, la gente está contenta con que haya límites de velocidad más bajos. En 31 países, el 70% de apoyo promedio y en todos menos uno (Japón) respalda la mayoría.

En las calles principales, el apoyo cae

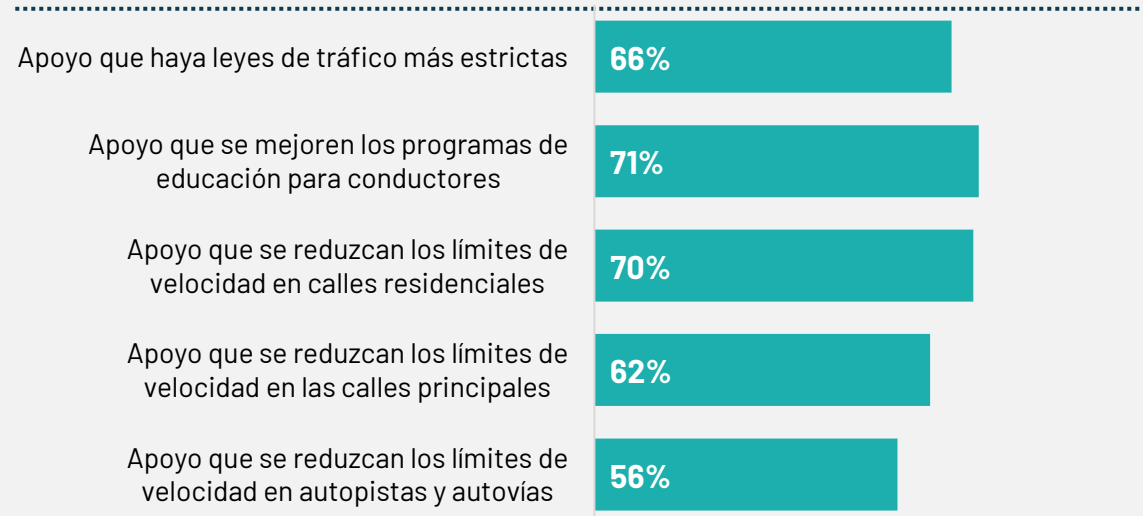
ligeramente (62%) y en todos menos seis países (Australia, Suecia, Bélgica, Países Bajos, Francia y Japón) la mayoría apoya una menor velocidad.

Cuando se trata de autopistas, la gente está un poco más dividida. El apoyo global cae al 56% a favor de un límite de velocidad más bajo y en 12 países solo recibe apoyo de minorías.

También hay división entre hombres y mujeres. En todas las generaciones, las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de apoyar límites de velocidad más bajos en las autopistas. La brecha de apoyo entre hombres y mujeres es mayor entre los baby boomers, con un 61% de mujeres a favor y solo un 47% de hombres.

¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

% de acuerdo en 31 países

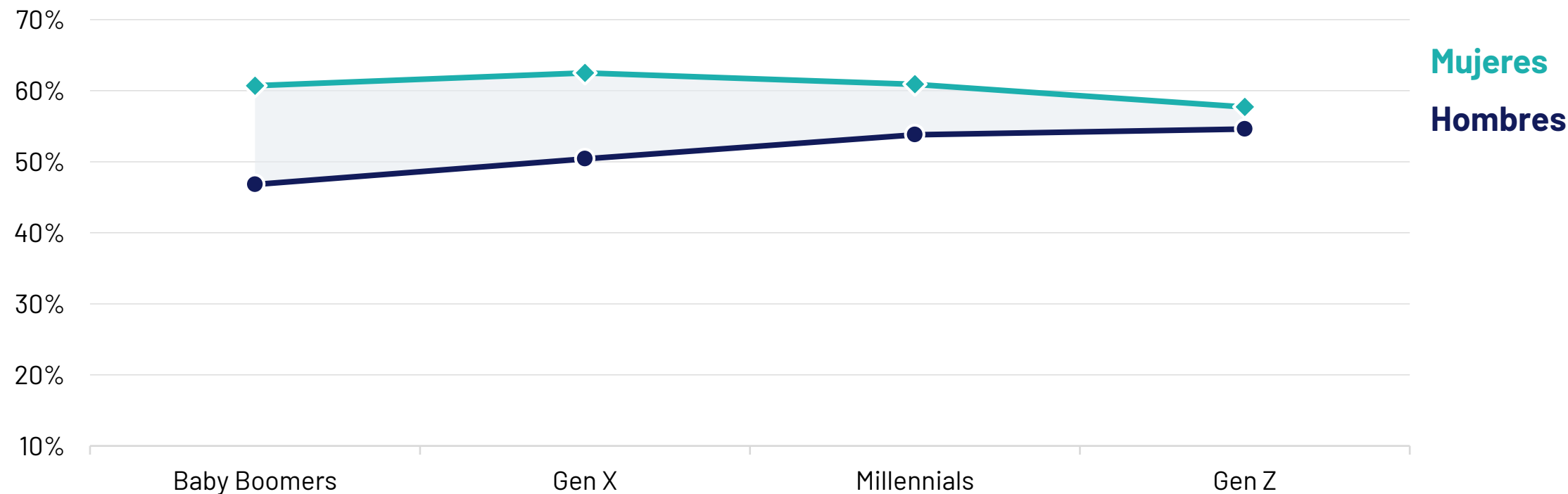


Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



Los hombres de todas las generaciones son menos propensos a apoyar límites de velocidad más bajos en las autopistas

% Apoyo la reducción de límites de velocidad en autopistas para disminuir la probabilidad de accidentes y la gravedad de lesiones

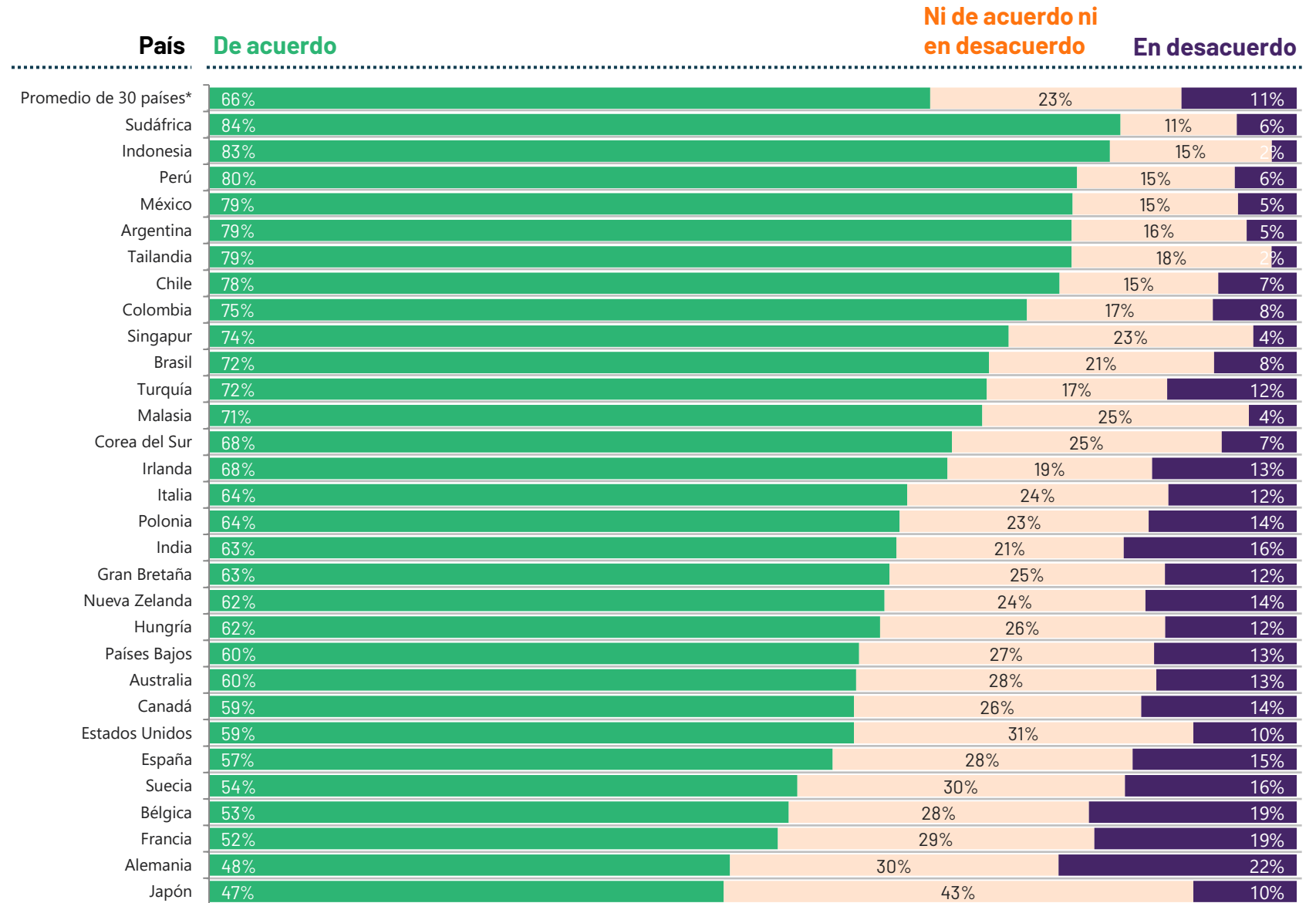


Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Apoyo que haya leyes de tráfico más estrictas para mejorar la seguridad vial

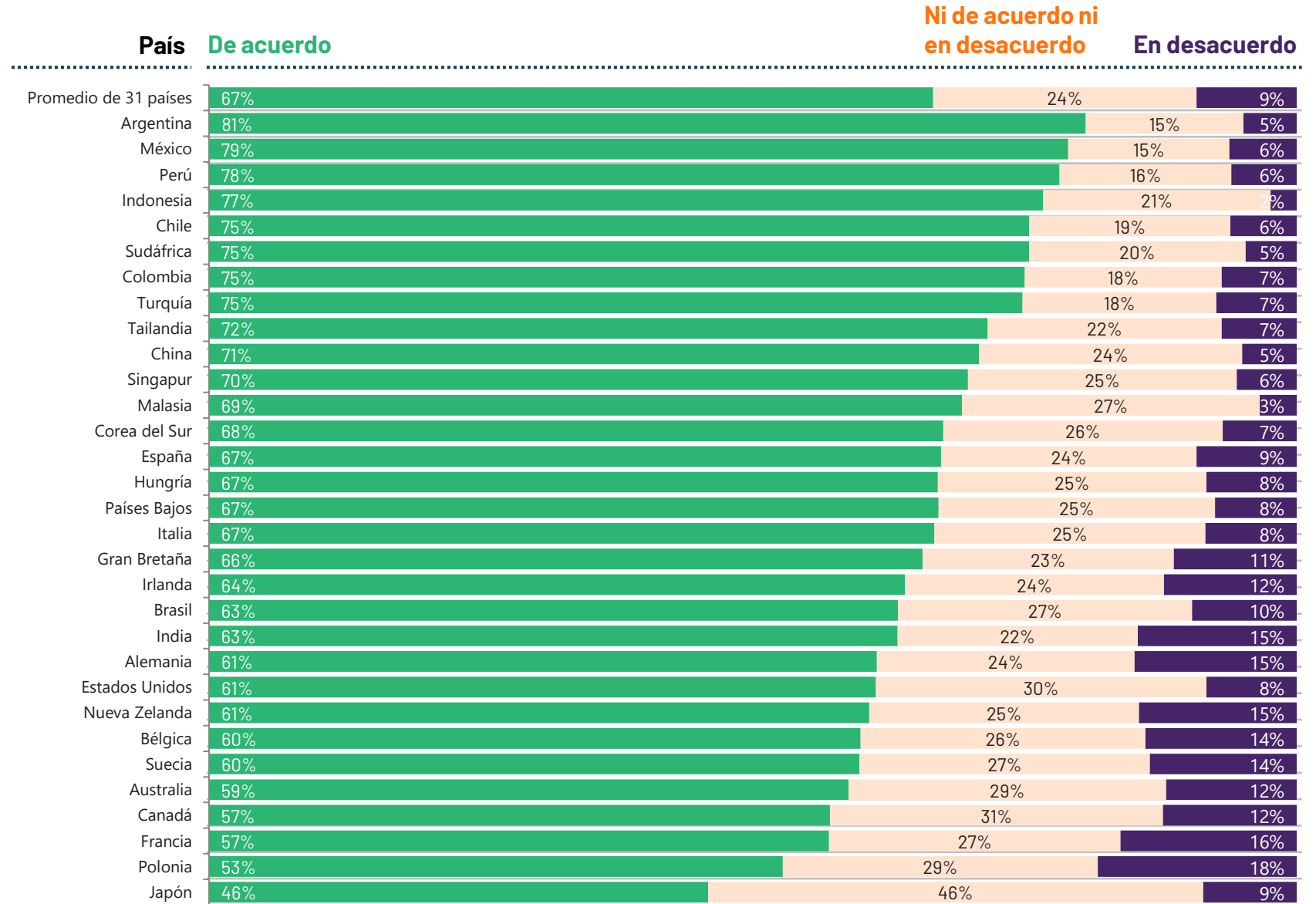
Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Estoy a favor de dar prioridad a los peatones sobre los automóviles en zonas comerciales locales

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.



Una visión realista de los vehículos eléctricos



Aceptación y apatía hacia los vehículos eléctricos

Alejarse de los automóviles con motor de combustión interna se considera fundamental para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y alcanzar emisiones netas cero. Sin embargo, a pesar de la necesidad de alejarse de estos vehículos, los consumidores no se han acostumbrado a tener un automóvil eléctrico.

En 31 países, el 47% dice que conducir un vehículo eléctrico "me atrae". Esta sensación es menor en muchas de las economías más avanzadas del mundo. La gente en Francia, Estados Unidos, Canadá y Alemania es la que menos está convencida del atractivo de los vehículos eléctricos. Los países de Asia y América Latina están más abiertos a los automóviles eléctricos.

La gente en Europa y Norteamérica también suele ser menos propensa a decir que los automóviles eléctricos impactan positivamente el medio ambiente en comparación con la gente

© The Ipsos Mobility Report

de LATAM y Asia.

La opinión sobre los vehículos eléctricos es menos positiva fuera de los centros urbanos, así como entre las personas mayores.

Cuatro de cada diez (40%) de los que viven en zonas rurales dicen que un vehículo eléctrico les atrae, en comparación con el 52% de las personas que viven en una zona urbana. Las personas en zonas rurales también tienen menos probabilidades de considerar que un vehículo eléctrico es mejor para el medio ambiente (45% frente al 59% urbano).

Las mujeres baby boomer son las que menos se interesan por los vehículos eléctricos. Solo el 31% de ellos dice que un vehículo eléctrico les atrae, frente al 39% de los hombres baby boomer y el 54% de la población en promedio.

A pesar de la falta de interés por conducir un vehículo eléctrico, se

acepta que serán una imagen más común en nuestras calles. El 53% piensa que para 2030 muchos consumidores tendrán automóviles eléctricos, solo el 19% está en desacuerdo.

Como país con más automóviles eléctricos del mundo, China tiene la mayor aceptación de esta tecnología. En el país, el 67% dice que un vehículo eléctrico me resulta atractivo y el 73% que muchos consumidores adoptarán los automóviles en los próximos cinco años.

China también es la más propensa a apoyar políticas para animar a la gente a comprar automóviles eléctricos. Mientras que el 37% en 31 países piensa que su gobierno no está haciendo lo suficiente para desarrollar automóviles eléctricos, China es el país donde la gente tiene menos probabilidades de sentirse así (11%).

40%

de las personas que viven en zonas rurales dicen que conducir un vehículo eléctrico les resulta atractivo.

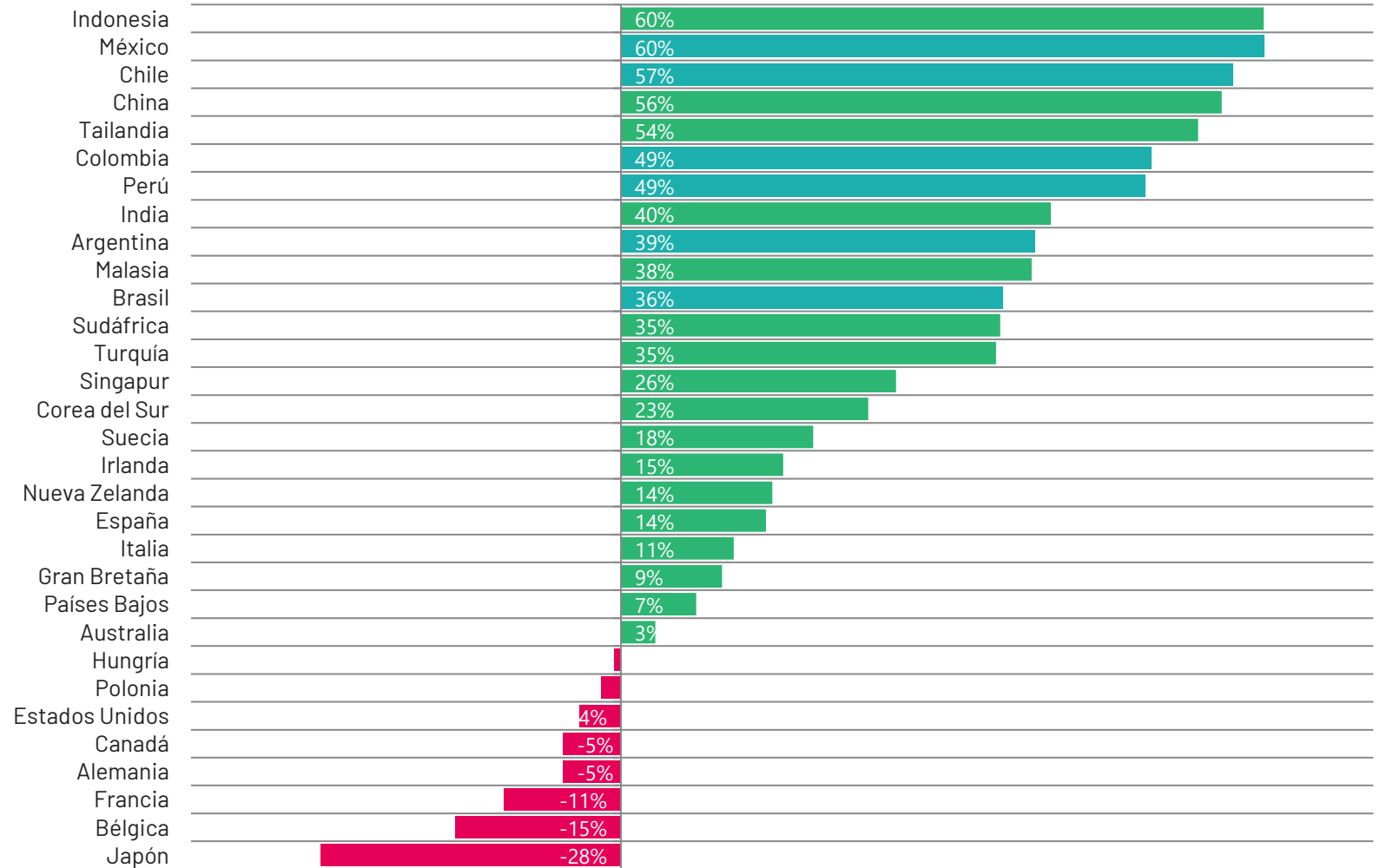
En cinco de los países del G7, la gente tiene más probabilidades de tener menos interés en conducir un vehículo eléctrico. El interés es mayor en Asia y LATAM.

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones con respecto a los automóviles eléctricos con baterías?

Conducir un automóvil eléctrico/ ... Me parece atractivo

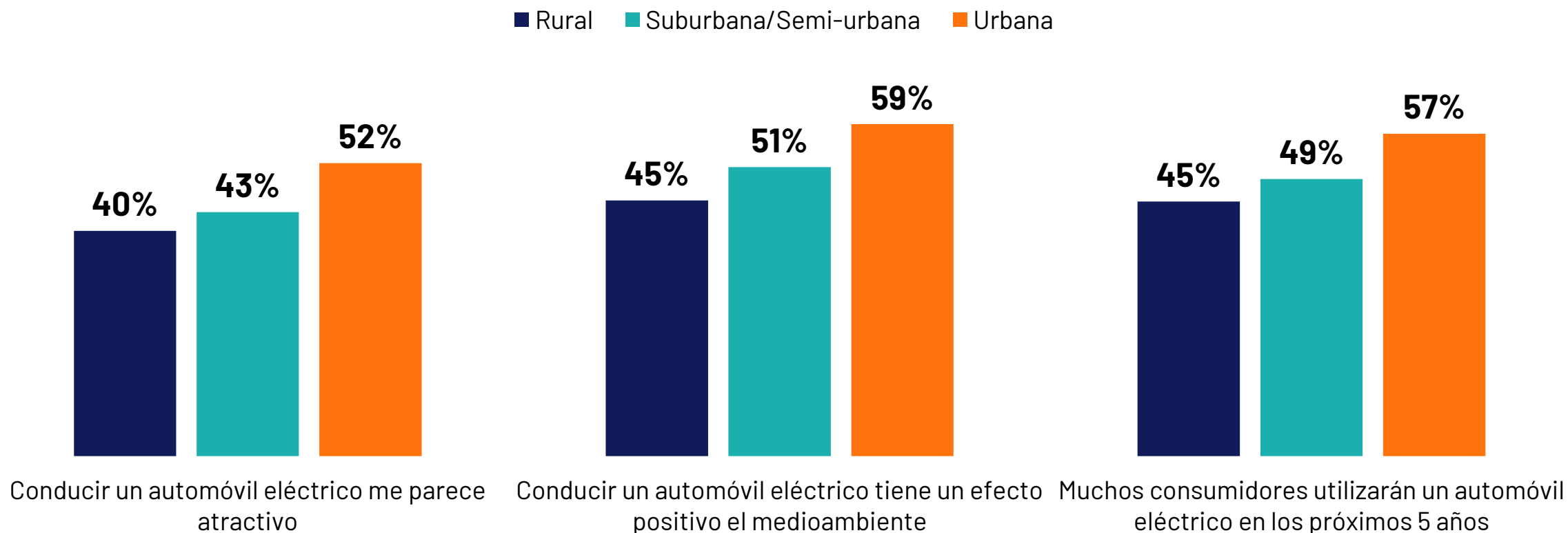
Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

Alto interés por los vehículos eléctricos



Bajo interés por los vehículos eléctricos

Las personas que viven en zonas urbanas tienen opiniones más positivas sobre los vehículos eléctricos



Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

Cuidado con la brecha: falta confianza en las nuevas tecnologías



La falta de confianza reduce el entusiasmo por la nueva tecnología

En las encuestas que realizamos analizando las actitudes globales hacia la tecnología, vemos una división en gran parte del mundo. Cuando se trata de nuevas tecnologías, podemos ver que muchos países encajan en los grupos de "entusiasmados" o "escépticos". En nuestro [Monitor de IA de Ipsos](#), los países de habla inglesa y Europa son más propensos a estar nerviosos con la IA, mientras que Asia es más propensa a estar entusiasmada con los beneficios que la IA traerá.

Con los automóviles autónomos vemos una división similar. A nivel global, la opinión está dividida en promedio sobre si un automóvil autónomo es una opción segura. Tantas personas en 31 países dicen que se sentirían seguras en un automóvil autónomo como dicen que no (36%). También están divididos sobre si quieren poseer uno (38% están de acuerdo frente a 37% en desacuerdo).

En países donde se despliegan o prueban vehículos autónomos de Nivel 4, cómo te sientas depende de dónde vivas. En países asiáticos, como China, Corea del Sur y Singapur, la gente es más propensa a estar dispuesta a ir en un automóvil autónomo, mientras que en Europa y Norteamérica - EE. UU., Canadá, Francia, Reino Unido y Bélgica - la gente se siente menos segura. Los que están en Japón están divididos sobre el tema.

Existen preocupaciones sobre la protección de los datos personales de las personas. Los fabricantes de automóviles necesitan hacer más para generar confianza en este ámbito en algunas partes del mundo. En comparación con la mayoría en LATAM (51%) y Asia Pacífico (50%), solo el 31% en Norteamérica y el 34% en Europa confían en los fabricantes de automóviles para proteger sus datos a

medida que los automóviles se vuelven más inteligentes. Hay una confianza ligeramente mayor en Norteamérica (36%) y Europa (42%) en que el gobierno tenga leyes que protejan los datos de las personas, aunque aún le falta respecto a Asia (51%).

Esto ha provocado una falta de entusiasmo por la nueva tecnología en los automóviles. Mientras que el 55% en 31 países dice esperar con interés nuevas tecnologías para el automóvil, en gran parte de Europa la gente es más propensa a discrepar de esta afirmación que a estar de acuerdo.

China es el que más probablemente espera nuevas tecnologías a bordo (78%) y es el único país donde la gente preferiría comprar un automóvil nuevo a una empresa tecnológica antes que a un fabricante consolidado.

36%

Tanta gente dice que se sentiría seguro en un automóvil autónomo como dicen que no (ambos 36%).

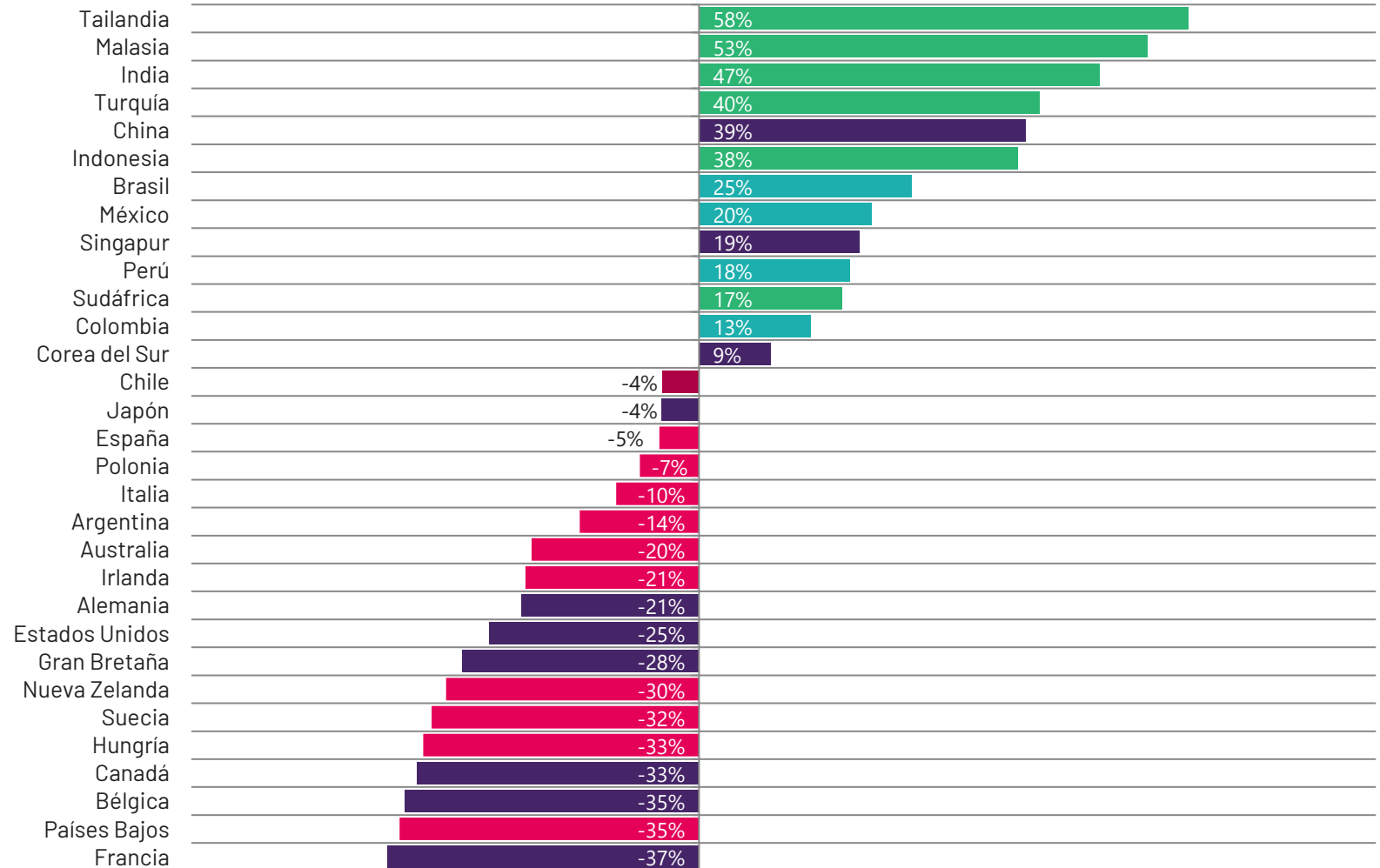
Los europeos y norteamericanos, incluso en países que permiten esta tecnología, tienen menos probabilidades de sentirse seguros en automóviles autónomos.

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre la tecnología de los automóviles conectados y los dispositivos integrados en ellos?

Me sentiría seguro(a) viajando en un automóvil que se conduce solo

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

Me siento seguro en un automóvil autónomo

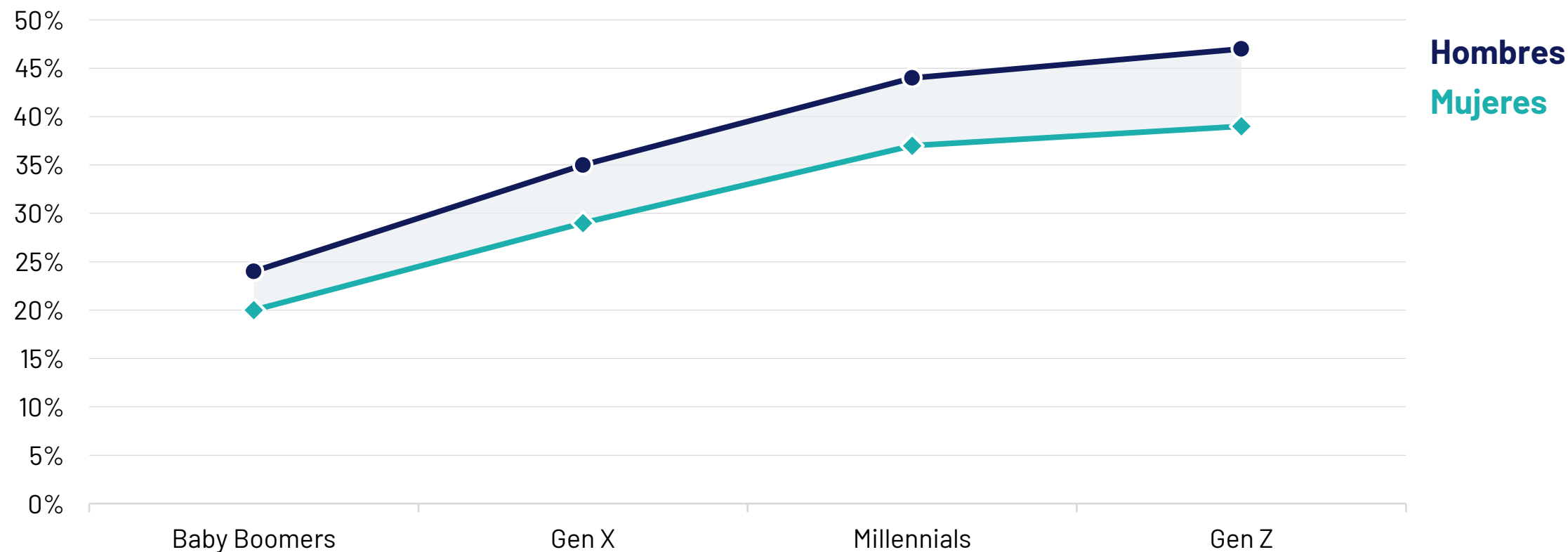


No me siento seguro en un automóvil autónomo

Países que prueban o permiten vehículos autónomos de Nivel 4 en púrpura

La seguridad de los automóviles autónomos es un tema para las personas mayores

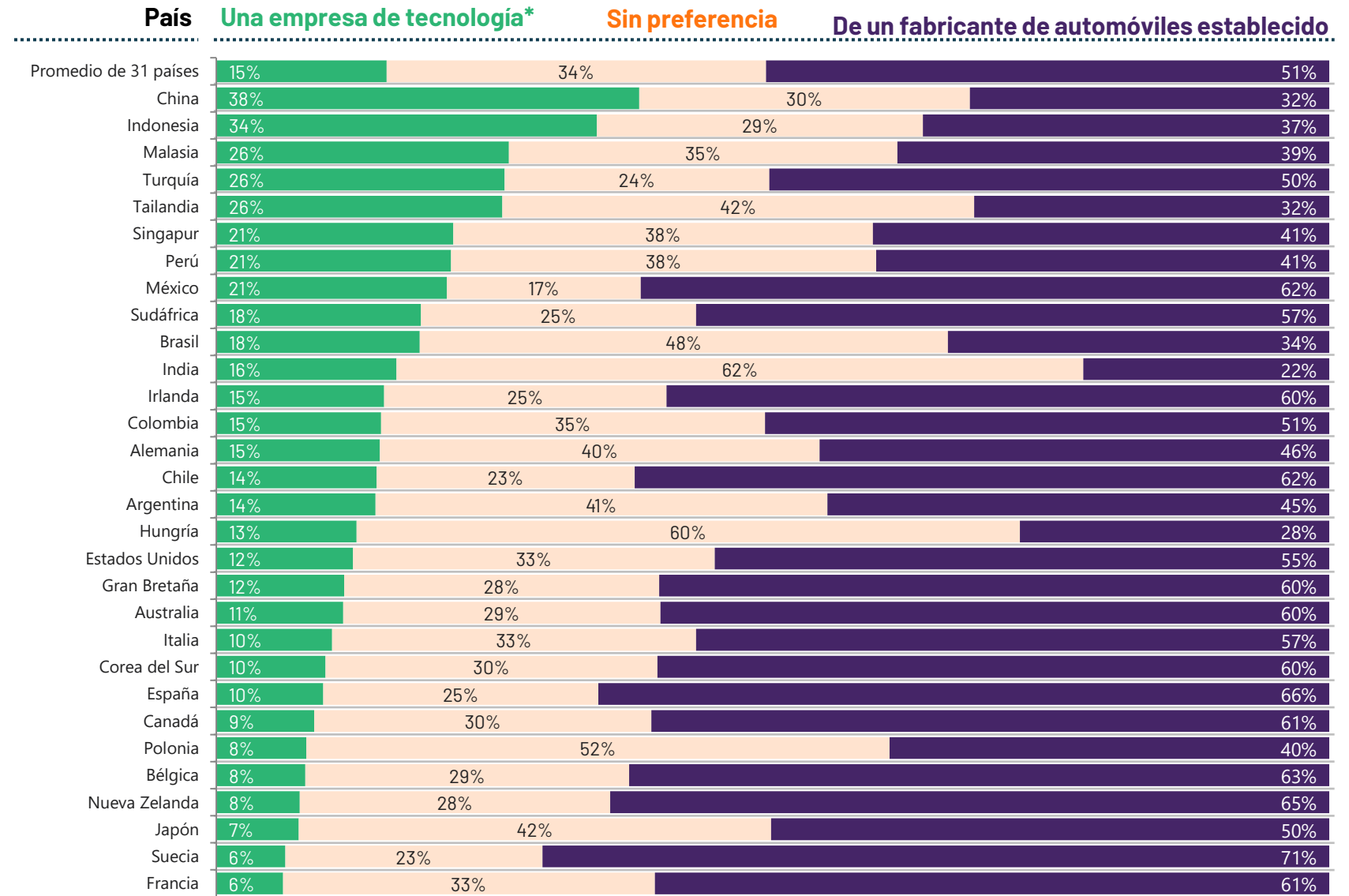
% Me sentiría seguro(a) viajando en un automóvil que se conduce solo



Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

Preferiría comprar un automóvil/ nuevo de...

Base: 23.722 adultos online menores de 75 años
entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025
en 31 países.



*Una empresa tecnológica como Google, Huawei, Xiaomi, Apple, Amazon, Sony...

Boicots por el país de origen



La industria del automóvil no está exenta de la política global

Casi uno de cada dos a nivel mundial (48%) dice que evitaría ciertos automóviles por la procedencia de la marca. Japón es el más propenso a decir esto (67%), mientras que el 63% en China dice lo mismo.

Hicimos un seguimiento con los encuestados que evitarían cierta nacionalidad para preguntar de qué países probablemente se alejarían.

De los que en Japón evitarían ciertas nacionalidades, el 90% dice que no compraría automóviles chinos.

Mientras que en China, los automóviles japoneses eran los más propensos a evitar (44%).

No es solo en Asia donde las disputas

vecinales conducen a evasión de consumidores.

En Canadá, la opinión pública se ha vuelto en contra de Estados Unidos en los últimos 12 meses.

Ha habido boicots de consumidores a productos estadounidenses y solo el 24% de los canadienses cree que Estados Unidos tendrá un impacto positivo en el mundo (28 puntos por ciento menos en el último año).

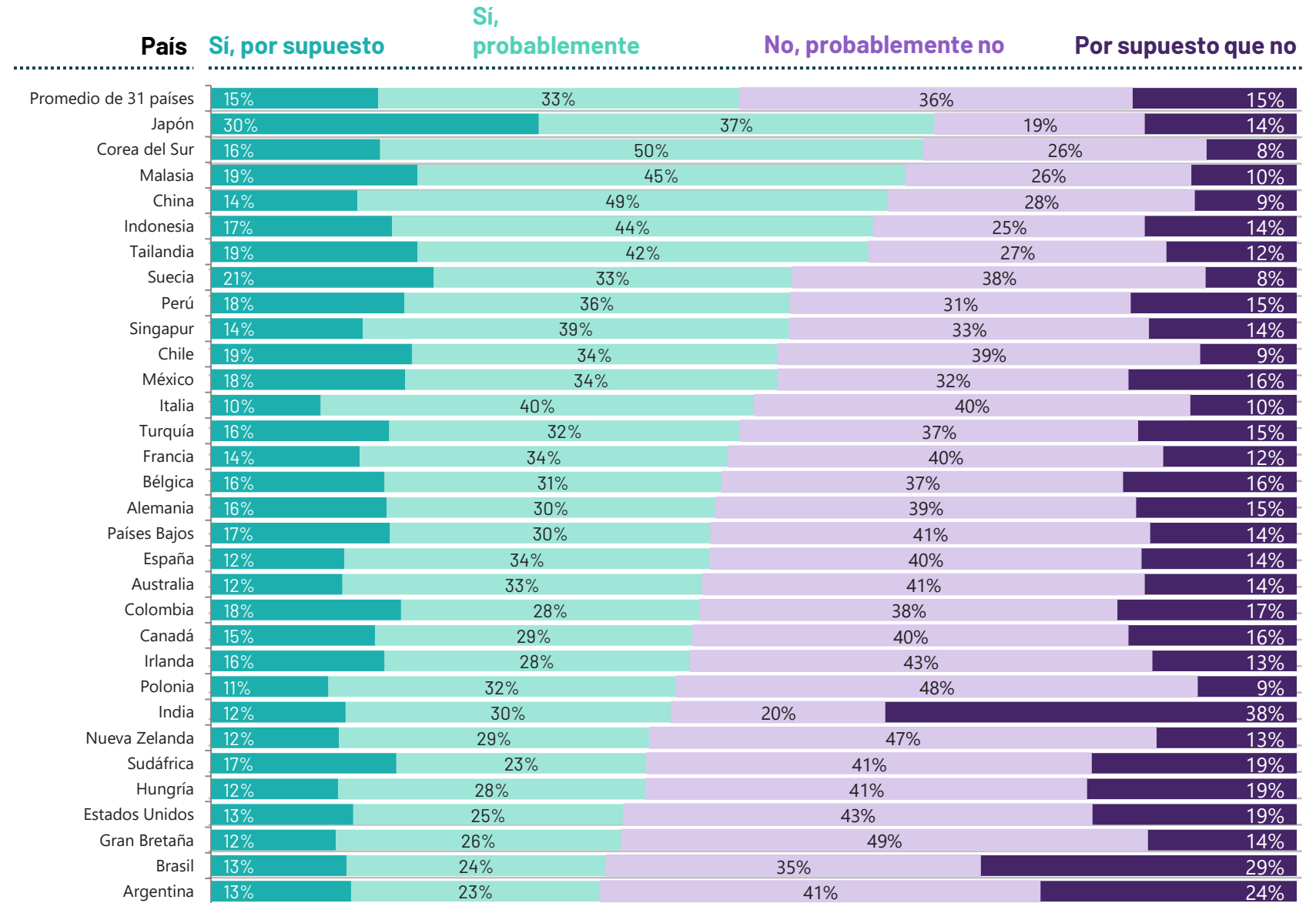
En 2024, Canadá fue [el mayor mercado de exportación para automóviles y camiones ligeros estadounidenses](#). A finales de 2025, los canadienses eran los más propensos a decir que evitarían los vehículos estadounidenses (48%).

De media, en 31 países, los vehículos chinos (41%), indios (38%) y estadounidenses (24%) fueron los más propensos a evitarse.

48%

dicen que evitarían a algunos fabricantes de automóviles por su nacionalidad.

¿Evitaría comprar un automóvil/ ... de un fabricante de un país específico, sin importar dónde se haya construido?



Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

China y la India son los países que más probabilidades tienen de ser evitados

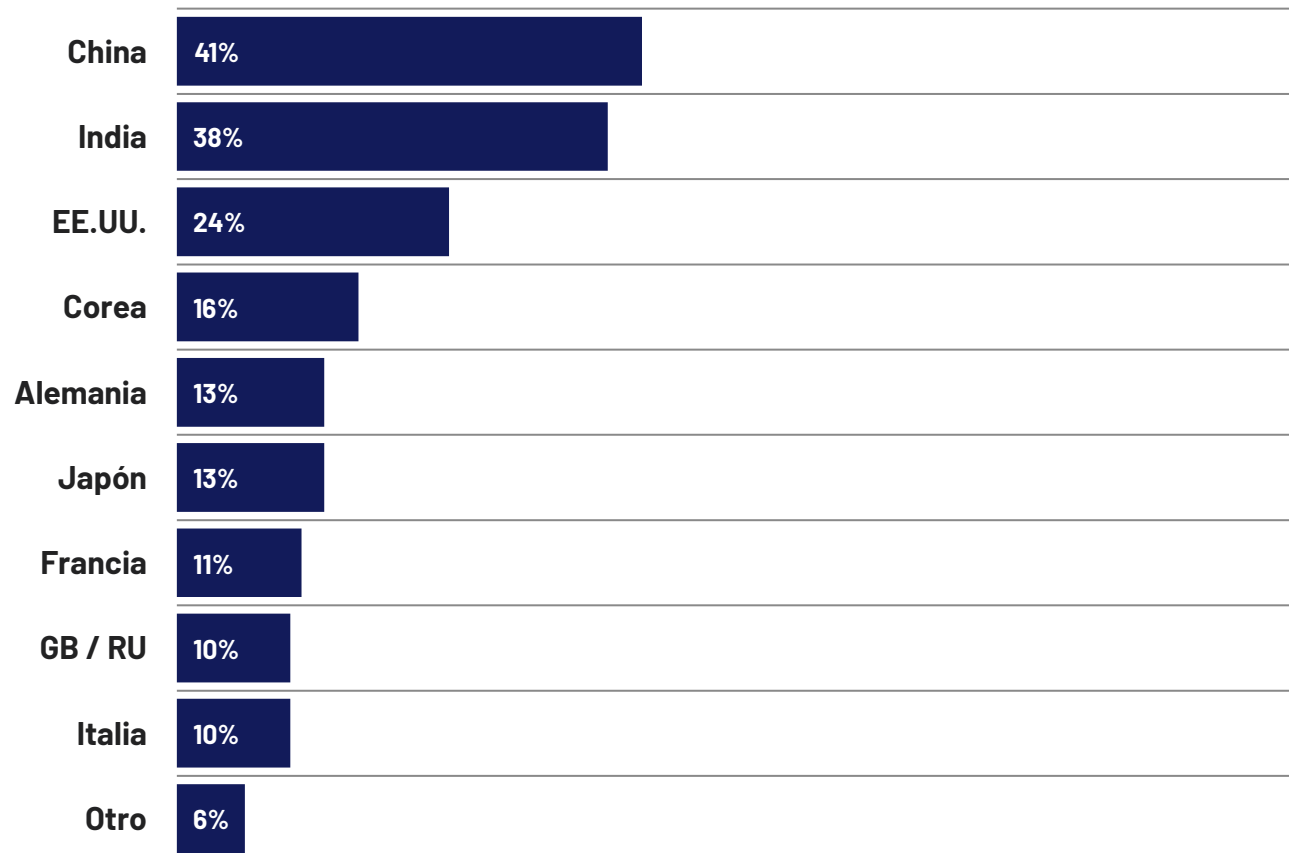
El 41 % de las personas que dicen que evitarían a un fabricante por su nacionalidad evitarían a los fabricantes chinos, y un 38% dice que no consideraría marcas indias.

Alrededor de uno de cada cuatro (24%) dice que evitaría a los fabricantes de automóviles de Estados Unidos.

Base: Base: 23.722 adultos online menores de 75 años entre el 21 de noviembre y el 5 de diciembre de 2025 en 31 países.

P. ¿De qué país evitaría comprar un automóvil/camioneta?*

Promedio de 31 países



*Preguntado solo a quienes dicen que evitarían un fabricante de automóviles por su nacionalidad

Metodología



Metodología

Estos son los resultados de una encuesta en 31 países realizada por Ipsos en su plataforma online Global Advisor y, en India, en su plataforma indiaBus, entre el viernes 21 de noviembre y el viernes 5 de diciembre de 2025. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23.722 adultos de 18 años o más 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 en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 en todos los demás países.

La muestra consta de aproximadamente 1.000 individuos en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China continental, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, Nueva Zelanda, España y EE. UU., y 500 individuos en Argentina, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra en India

consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 en línea.

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

La muestra de 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 están ponderados de modo que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. "El Promedio Global de Países" refleja el resultado medio 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 o menos que

el resultado real, esto puede deberse a redondeos, múltiples respuestas o a la exclusión de respuestas de "no sé" o no declaradas.

La precisión de las encuestas online de Ipsos se calcula mediante un intervalo de credibilidad, donde N=1.000 es preciso hasta +/- 3,5 puntos porcentuales y donde N=500 es preciso +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, por favor visite la página web de Ipsos.

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

Para más información

Alexandre de Saint-Léon

Global Service Line Leader
Automotive & Mobility Development, Ipsos

alexandre.desaintleon@ipsos.com

Bram Wolf

Senior Research Advisor
Public Affairs, Ipsos I&O

bram.wolf@ipsos.com