

Abril 2026

IPSOS UPDATE

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

Ipsos Update Abril 2026

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

La preocupación por los conflictos armados tiende a seguir la proximidad geográfica. Cuanto más cerca están las personas de una guerra, más preocupadas tienden a estar. Hemos visto esto en los últimos años en Europa, donde los países más cercanos a Ucrania son consistentemente los más preocupados por lo que sucede allí.

La guerra en Ucrania también provocó un aumento en el costo de la calefacción y la electricidad en los hogares, ya que se interrumpió el suministro de gas natural. Esto afectó directamente a los hogares y forzó un ajuste rápido. La vulnerabilidad energética ya no es abstracta allí.

El conflicto de Irán ya parece tener ramificaciones aún más amplias. La interrupción del transporte marítimo a través del Estrecho de Ormuz es un catalizador de problemas en la cadena de suministro que podrían extenderse por la economía global. El aumento de los precios del petróleo está

alimentando directamente las presiones sobre el costo de vida que ya eran una preocupación principal. Un 92% de los estadounidenses nos dice que ha sido testigo de precios más altos en los surtidores.

Sin embargo, los conductores quizás simplemente tengan que apretar los dientes. Nuestro nuevo Informe de Movilidad de Ipsos ilustra cuán dependientes son las personas del automóvil, ya que la gran mayoría de la flota de pasajeros del mundo todavía funciona con combustibles fósiles. En 22 de 31 países, conducir es la forma de transporte preferida, mientras que dos tercios de los estadounidenses y franceses dicen que no podrían vivir sin uno. Encontramos una verdadera reticencia a pasar a los vehículos eléctricos en EE. UU. y América del Norte. Quizás los acontecimientos actuales impulsen a algunos a reconsiderar sus elecciones.

La Encuesta del Día Internacional de la Mujer de este año presenta un panorama complejo de

progreso y polarización. La mayoría cree que las mujeres jóvenes de hoy tendrán una vida mejor que la generación de sus madres. Pero las tensiones entre hombres y mujeres son ampliamente reconocidas. Y en 23 de 24 países, hemos visto un aumento en los últimos años en la proporción que dice que, en lo que respecta a la igualdad de género, "las cosas han ido demasiado lejos".

En esta edición también presentamos algunas nuevas guías para ayudarnos a afinar nuestro análisis. En "Calibrando la Confianza Sintética", nuestros investigadores muestran cómo un enfoque "ingenuo" de las pruebas estadísticas puede llevar a conclusiones peligrosamente engañosas.

Dondequiera que estemos en el mundo, nuestras vidas se desarrollan en el panorama hiperfragmentado de hoy, donde consumir contenido de formato corto, en múltiples pantallas y a través de canales de medios fragmentados es ahora la norma. Eche un

vistazo a nuestro análisis "Batalla por la Atención" para obtener consejos sobre cómo abrirse paso entre el desorden.

En ese sentido, esperamos que esta combinación de resúmenes concisos, vinculados a informes más extensos si desea profundizar, lo apoye en su trabajo. Como siempre, su contacto de Ipsos está a su disposición para discutir lo que esto significa para su negocio u organización.



Simon Atkinson
**Chief Knowledge
Officer**

Encuestas

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

EE. UU.:

"No es 'arte real'", "falso" y "controvertido" encabezan la lista de palabras más asociadas con la IA, por delante de términos más positivos.

Canadá:

Ocho de cada diez canadienses están de acuerdo en que Canadá necesita más árboles porque ayudan a limpiar el aire que respiran los canadienses.

Brasil:

El 44% de las mujeres siente que soporta la mayor parte del trabajo doméstico en el hogar, un sentimiento compartido por el 32% de los hombres.

Chile:

El 31% de las personas cree que la administración saliente del presidente Boric ayudó a fortalecer la imagen de Chile en el extranjero.



Francia:

El 61% de los franceses ve la energía nuclear como un activo estratégico para el país.

Gran Bretaña:

El 65% de los británicos apoya que el proyecto de ley de suicidio asistido se convierta en ley.

República Checa:

El 73% de la Generación Alfa participa activamente en las compras familiares.

Pakistán:

El 65% de las personas está reduciendo sus compras para el Ramadán debido a la inflación.

ÍNDICE



La Crisis de Medio Oriente

Las últimas encuestas de Ipsos de todo el mundo sobre el conflicto de Irán



Día Internacional de la Mujer 2026

Profundización de las divisiones de género



Informe de Felicidad de Ipsos 2026

La felicidad en aumento



Calibrando la Confianza Sintética

De la fachada estadística a la fidelidad estadística



Anclas de Marketing

El caso de la capacidad en una era de transformación



Más allá del Cumplimiento

Construyendo cadenas de suministro resilientes a través de evaluaciones centradas en el ser humano



Hedonismo, Herencia y Humanidad

Los nuevos códigos del lujo global



Informe de Movilidad de Ipsos

El futuro de la movilidad, la seguridad vial y el transporte público



La Crisis de Medio Oriente

La última encuesta de Ipsos sobre el conflicto de Irán indica un patrón claro y consistente en los países occidentales: la opinión pública se opone en gran medida a la acción militar y está fuertemente preocupada por la escalada.

En Estados Unidos, una encuesta de [Reuters/Ipsos](#) muestra que solo el 27% aprueba los ataques militares contra Irán, mientras que el 43% los desaprueba y el 29% no está seguro. La opinión también está altamente polarizada según las líneas políticas, con el 74% de los demócratas oponiéndose a los ataques en comparación con el 55% de los republicanos que los apoyan. A pesar de esta división, existe un amplio acuerdo sobre evitar una participación prolongada o una escalada.

En el Reino Unido, la oposición es igualmente pronunciada. Más de la mitad (56%) [del público se opone a la acción militar estadounidense](#). Una encuesta de Ipsos muestra además que el 72% de los [británicos se opone al envío de tropas británicas](#), con solo el 7% a favor. Las preocupaciones económicas también son un factor importante, con el 82% diciendo que les preocupa el aumento de los precios del combustible y la energía vinculados al conflicto, lo que moldea las actitudes del público.

En toda Europa continental, se observan tendencias similares. En Francia, nuestra encuesta destaca una preocupación generalizada por el conflicto y sus posibles consecuencias, con más de ocho de cada

[diez temiendo un aumento de la inflación \(88%\) y de los precios del combustible \(86%\).](#)

La opinión pública en los [Países Bajos tiende a ser crítica con los ataques estadounidenses e israelíes contra Irán](#). Cuatro de cada diez (39%) consideran los ataques algo negativo, en comparación con el 21% que los ve positivamente. Las preferencias políticas juegan un papel claro: el apoyo a los ataques es mayor entre los votantes de partidos conservadores de derecha (especialmente SGP, JA21 y PVV), mientras que los votantes de partidos de izquierda y progresistas (GL-PvdA, PvdD, SP, D66) son más propensos a oponerse a los ataques.

En general, los datos sugieren que la opinión pública en estos países es consistentemente anti-intervencionista y se centra en la evitación de riesgos. La gente está menos preocupada por los objetivos estratégicos del conflicto en sí y más centrada en los peligros de la escalada, la interrupción económica y la posibilidad de una guerra más amplia.

Manténgase al día con la última opinión pública sobre el conflicto en todo el mundo en las próximas semanas y meses, marcando nuestra nueva página dedicada al conflicto de Irán.

LEER MÁS

CONTACTO

Día Internacional de la Mujer 2026

Profundización de las divisiones de género

El informe de Ipsos del Día Internacional de la Mujer 2026 destaca un sentimiento creciente de que los esfuerzos por la igualdad de género han alcanzado su punto máximo, con un 52% de los encuestados, en promedio, en 29 países, creyendo que, en lo que respecta a otorgar a las mujeres los mismos derechos que a los hombres, las cosas han ido lo suficientemente lejos en su país.

El informe, desarrollado en colaboración con el Global Institute for Women's Leadership del King's College de Londres, también identifica importantes divisiones de género en las percepciones. Más de la mitad de los encuestados masculinos (54%) sienten que están contribuyendo excesivamente a los esfuerzos por la igualdad, en contraste con el 38% de las

mujeres que comparten esa opinión. Además, el 52% de los hombres sienten que promover la igualdad de las mujeres discrimina inadvertidamente a los hombres, un sentimiento con el que solo el 36% de las mujeres está de acuerdo. Simultáneamente, persiste el optimismo con respecto al potencial de liderazgo femenino, con un 60% sugiriendo que un cambio hacia mujeres en el poder podría mejorar la gobernanza y las operaciones comerciales.

Esta opinión es más popular entre las mujeres (68%) que entre los hombres (53%). El pronóstico para las generaciones futuras refleja una perspectiva positiva para las mujeres jóvenes en comparación con los hombres jóvenes, con un 55% creyendo que las mujeres jóvenes de hoy

superarán los logros de las generaciones anteriores. En contraste, solo el 40% ve el mismo futuro para los hombres jóvenes. De manera similar, las percepciones sobre la autoexpresión y las oportunidades profesionales revelan que las mujeres tienen más libertad en sus elecciones personales, mientras que se percibe que los hombres tienen más opciones profesionales.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



El 52% cree que, en lo que respecta a otorgar a las mujeres los mismos derechos, las cosas han ido lo suficientemente lejos.



Los grupos de bajos ingresos son menos propensos a reportar felicidad en comparación con los de ingresos más altos.

Informe de Felicidad de Ipsos 2026

La felicidad en aumento

El Informe de Felicidad de Ipsos 2026 revela que la felicidad global ha aumentado desde el año pasado, con un promedio del 74% en 29 países que dicen ser felices.

Indonesia lidera en niveles de felicidad con un 85%, seguida de cerca por los Países Bajos con un 84%. Mientras que Hungría y Corea del Sur se encuentran en el extremo inferior del espectro, con solo un 54% y un 57% de encuestados felices, respectivamente.

En 25 de los 29 países encuestados, la proporción de personas que se describen a sí mismas como felices ha aumentado desde el año pasado. Sin embargo, a pesar de esto, la felicidad no alcanza los niveles observados hace 15 años, y muchos

de los mismos países reportan una felicidad menor que en 2011: en 15 de los 20 países encuestados tanto en 2011 como en 2026, una menor proporción de personas dice sentirse feliz.

Los grupos de bajos ingresos son menos propensos a reportar felicidad, con un 67% en comparación con sus contrapartes de ingresos más altos. Las relaciones familiares y un sentido de aprecio son vistos como los mayores contribuyentes a la felicidad, citados por el 36% y el 37% de los felices, mientras que las dificultades financieras son la principal preocupación que impulsa la infelicidad para el 57% de los encuestados en 28 de los 29 países encuestados.

Una mejora en cómo se perciben muchas economías nacionales puede explicar en parte el aumento de la felicidad. La interacción entre las relaciones personales y la seguridad financiera continúa dando forma a la dinámica de la felicidad global. Aunque se han logrado avances desde 2025, el contraste con décadas pasadas sugiere desafíos continuos para lograr un estado de bienestar global consistentemente más alto.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Calibrando la Confianza Sintética

De la fachada estadística a la fidelidad estadística

La IA generativa y los datos sintéticos están transformando la investigación de mercado, prometiendo insights más rápidos y rentables, y la capacidad de explorar escenarios como nunca antes. El potencial para aumentar pequeñas muestras, probar nuevos conceptos y llenar vacíos de datos es inmenso. Pero con este gran poder viene un riesgo crítico, a menudo pasado por alto: la ilusión de certeza. ¿Qué pasa si los hallazgos "significativos" de sus datos sintéticos no son más que un espejismo estadístico?

En este documento de Ipsos Views, abordamos de frente este desafío crucial, revelando cómo un enfoque "ingenuo" de las pruebas estadísticas en datos sintéticos, tratándolos como

si fueran reales, puede llevar a conclusiones peligrosamente engañosas y a un riesgo inflado de falsos positivos.

Proporcionalamos un camino claro a seguir, mostrando por qué los datos sintéticos requieren un enfoque riguroso para medir la confianza, e introducimos un marco para recalibrar nuestros métodos estadísticos.

Lea el documento para descubrir:

- La "Brecha de Incertidumbre": Por qué las fórmulas de confianza estándar fallan para los datos sintéticos.
- Los riesgos ocultos: Cómo el impulso ingenuo de datos conduce

a malas decisiones comerciales.

- El camino hacia la fidelidad: El enfoque riguroso de Ipsos para proporcionar un nivel de confianza calibrado.
- Cinco imperativos clave: Principios accionables para anclar los insights de la IA a datos del mundo real.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



Obtener un valor real de los modelos generativos exige rigor, experiencia y un firme compromiso con la integridad.

Anclas de Marketing

El caso de la capacidad en una era de transformación

El marketing opera en un entorno definido por la transformación y la velocidad. Los equipos se enfrentan a más señales, más presión y un mayor escrutinio sobre sus decisiones.

En este informe, nos preguntamos si la creatividad y el aprendizaje en el trabajo son suficientes para asegurar el éxito del especialista en marketing moderno. Para ayudar a responder a esa pregunta, encuestamos a 1,226 profesionales del marketing del Reino Unido, EE. UU., Canadá y Australia.

El estudio comprendió una evaluación de la capacidad de las anclas de marketing de diez preguntas, desarrollada en colaboración con el profesor Mark Ritson. Los hallazgos muestran que existe una brecha de conocimiento significativa entre los especialistas en marketing, con solo el 35% cumpliendo un punto de

referencia básico de conocimiento fundamental de marketing. Esto enfatiza la importancia de la capacitación formal en marketing, siendo los especialistas en marketing capacitados cuatro veces más propensos a cumplir el punto de referencia. Los especialistas en marketing capacitados también reportan mayor confianza, una progresión profesional más clara y una defensa presupuestaria más sólida. Los hallazgos muestran que los equipos de alto rendimiento aprenden continuamente "trayendo el exterior" y buscando desafíos independientes, siendo el acceso a la capacitación y consultoría de agencias un diferenciador clave de la capacidad.

Formas de aprovechar este informe:

- Cambiar la narrativa y desterrar el mito del genio sin formación. Elevar el nivel de la capacidad de marketing central

beneficia al individuo, al profesional y a la industria.

- Como un llamado a la acción para cerrar la brecha de conocimiento. El cambio en el contexto empresarial exige un conocimiento de marketing más amplio.
- Inspirarse para colaborar con la industria y los socios de agencias.
- Abogar por la capacitación y el apoyo externo. Utilice la evidencia para respaldar su caso.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Fortalecer la capacidad de marketing requiere acción tanto a nivel individual como organizacional.

Más allá del Cumplimiento

Construyendo cadenas de suministro resilientes a través de evaluaciones centradas en el ser humano

Los esfuerzos de sostenibilidad corporativa enfrentan nuevos desafíos en 2026. Pero nuestra investigación muestra que, a pesar de los atolladeros regulatorios y la despriorización política, continuar integrando la sostenibilidad en las cadenas de suministro y las prácticas de abastecimiento sigue siendo una buena estrategia e inversión a largo plazo.

Si bien los esquemas de certificación de sostenibilidad de la cadena de suministro desempeñan un papel importante, el valor de muchos no se extiende mucho más allá de cumplir con las expectativas básicas y apoyar el cumplimiento normativo.

¿Cómo pueden las empresas llegar a la raíz de si sus programas de

sostenibilidad realmente están generando valor, qué es lo que más necesitan las comunidades y qué tendría el mayor impacto?

En este documento de Ipsos Views, demostramos la importancia de evaluar y aprender de los programas internacionales para que las iniciativas puedan mejorar, introduciendo métodos cualitativos que aportan una profundidad de comprensión sin igual para dirigir y reajustar las inversiones en consecuencia.

Estos métodos proporcionan:

- Claridad, permitiendo a las organizaciones comprender lo que sus inversiones en sostenibilidad están logrando de una manera simple y comparable.

- Confianza en que los programas están entregando los resultados que se comprometen públicamente, sin causar daño.
- Valor, asegurando que los recursos se dirijan a iniciativas que creen el mayor beneficio para las personas, las comunidades y el negocio.
- Consistencia, proporcionando informes que son confiables y fáciles de consolidar.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



Está claro: las cadenas de suministro éticas son buenas para las personas y buenas para el negocio.



Estamos presenciando una base de consumidores atrapada entre dos fuerzas opuestas.

Hedonismo, Herencia y Humanidad

Los nuevos códigos del lujo global

A medida que avanzamos en la década de 2020, el sector global del lujo se encuentra en una encrucijada fascinante, aunque compleja. Basado en el Ipsos Global Trends 2025 y otras investigaciones realizadas por Ipsos, este informe describe un mercado definido no por un crecimiento lineal sino por una profunda dualidad psicológica.

Presentamos la era de la paradoja. Estamos presenciando una base de consumidores atrapada entre dos fuerzas opuestas. Por un lado, hay una urgencia de "Carpe Diem", un impulso por la gratificación inmediata, el estatus y el "gasto de venganza" hedonista alimentado por la volatilidad global.

Por otro lado, hay un profundo retiro hacia la seguridad, donde los consumidores anhelan la estabilidad de las marcas tradicionales, el ancla de la autoridad establecida y la tranquilidad del pasado.

Esta dualidad se destaca por siete tendencias fundamentales que impactan el lujo hoy. En este informe, destilamos estas siete tendencias en tres macrotemas generales que dan forma al sector del lujo.

Desde la "Dualidad Digital", donde la Inteligencia Artificial es abrazada y temida, hasta la "Brecha de Expectativas de Sostenibilidad", donde los

consumidores exigen cadenas de suministro éticas sin sacrificar la conveniencia o el prestigio, exploramos cómo estos cambios se manifiestan de manera diferente en Oriente y Occidente.

Este informe es su hoja de ruta para navegar un panorama donde el valor de la marca es la red de seguridad definitiva, la salud es la nueva riqueza y el toque humano es el lujo más raro de todos.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Informe de Movilidad de Ipsos

El futuro de la movilidad, la seguridad vial y el transporte público

Bienvenido al Informe de Movilidad de Ipsos, que explora cómo las elecciones de movilidad dan forma a nuestras sociedades, desde el acceso y la inclusión hasta la seguridad, la habitabilidad y el impacto climático.

La movilidad es a la vez profundamente personal y profundamente pública: determina quién puede acceder a trabajos, escuelas y atención, cómo se sienten nuestras calles y si cumplimos con los objetivos ambientales.

Como vemos en este informe, muchas personas siguen dependiendo del automóvil: en promedio, el 43% dice que vivir sin un automóvil sería imposible. Al mismo tiempo, el transporte público es ampliamente considerado accesible (62% en promedio en 31 países) y seguro

(también 62%), aunque la asequibilidad y el acceso son deficientes en las zonas rurales. Los jóvenes y los residentes urbanos están más abiertos a las alternativas, lo que apunta a un futuro en el que caminar, el transporte público y las opciones compartidas desempeñen un papel más importante.

La seguridad es una prioridad compartida: el 66% apoya leyes de tránsito más estrictas, con un fuerte respaldo a las medidas que protegen a peatones y ciclistas. La tecnología está remodelando 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 los vehículos eléctricos para 2030; sin embargo, el

entusiasmo es menor en América del Norte y Europa, y en promedio 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), lo que refleja persistentes preocupaciones sobre la confianza y la privacidad de los datos.

El lanzamiento incluyó una edición especial de nuestro seminario web KEYS, donde discutimos los hallazgos del Informe de Movilidad de Ipsos con más detalle, incluyendo lo que todo esto significa para los fabricantes de automóviles y los gobiernos. Vea la grabación aquí.

LEER MÁS

CONTACTO



El 66% dice que apoyaría leyes de tránsito más estrictas para mejorar la seguridad vial.



Atajos



De los Paneles de Control a las Decisiones

Los líderes de insights y los profesionales de marcas a menudo se enfrentan a programas de seguimiento de marcas que se perciben como demasiado lentos y carentes de previsión.

Este documento explora cómo la combinación de Inteligencia Humana con Inteligencia Artificial (HI+AI) transforma las métricas de marca estables y de lento movimiento en un sistema de inteligencia dinámico y con visión de futuro que informa activamente las decisiones comerciales.

[LEER MÁS](#)



Qué Preocupa al Mundo - Marzo

Nuestra encuesta mensual "Qué Preocupa al Mundo" explora lo que el público considera los problemas sociales y políticos más importantes que enfrenta su país.

Este mes, la proporción en 30 países que menciona el desempleo ha aumentado dos puntos porcentuales hasta el 29%, lo que lo sitúa a la par de la inflación y la pobreza y la desigualdad social. El informe también incluye un enfoque especial en Chile, a raíz de sus recientes elecciones generales.

[LEER MÁS](#)



Percepciones Globales de la Obesidad

El informe de Ipsos sobre las Percepciones Globales de la Obesidad revela conceptos erróneos arraigados sobre la obesidad, con un 66% que la considera prevenible mediante elecciones personales a pesar de la clasificación de la OMS como una afección crónica.

El informe también destaca el impacto más amplio de la obesidad en la vida diaria, particularmente en áreas como la autoestima, el bienestar emocional y la capacidad para manejar las responsabilidades diarias.

[LEER MÁS](#)



Generación Z y el Plato Basado en Plantas

Las elecciones alimentarias de la Generación Z están determinadas por una compleja interacción de aspiraciones de salud, valores éticos, conciencia climática, conveniencia, sensibilidad a los costos e influencia digital.

Publicado en colaboración con la Asociación de la Industria de Alimentos Basados en Plantas (PBFIA), este informe habla sobre las oportunidades y tareas para las partes interesadas de la industria alimentaria que buscan dirigirse a la Generación Z.

[LEER MÁS](#)

CONTACTO

Toda la información contenida en este Ipsos Update es de dominio público, y por lo tanto está disponible tanto para los colegas como para los clientes de Ipsos.

El contenido también se actualiza regularmente en nuestro sitio web y redes sociales.

Por favor, envíe un correo electrónico a IKC@ipsos.com con cualquier comentario, incluyendo ideas para futuros contenidos.

Foto de portada: **Buque de la Armada patrullando el Mar Rojo.** Consulte [la página cinco](#) para ver nuestro resumen de las primeras reacciones al conflicto de Oriente Medio.

www.ipsos.com
@Ipsos