

ÍNDICE GLOBAL DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR:
TENDENCIAS DESDE 2010

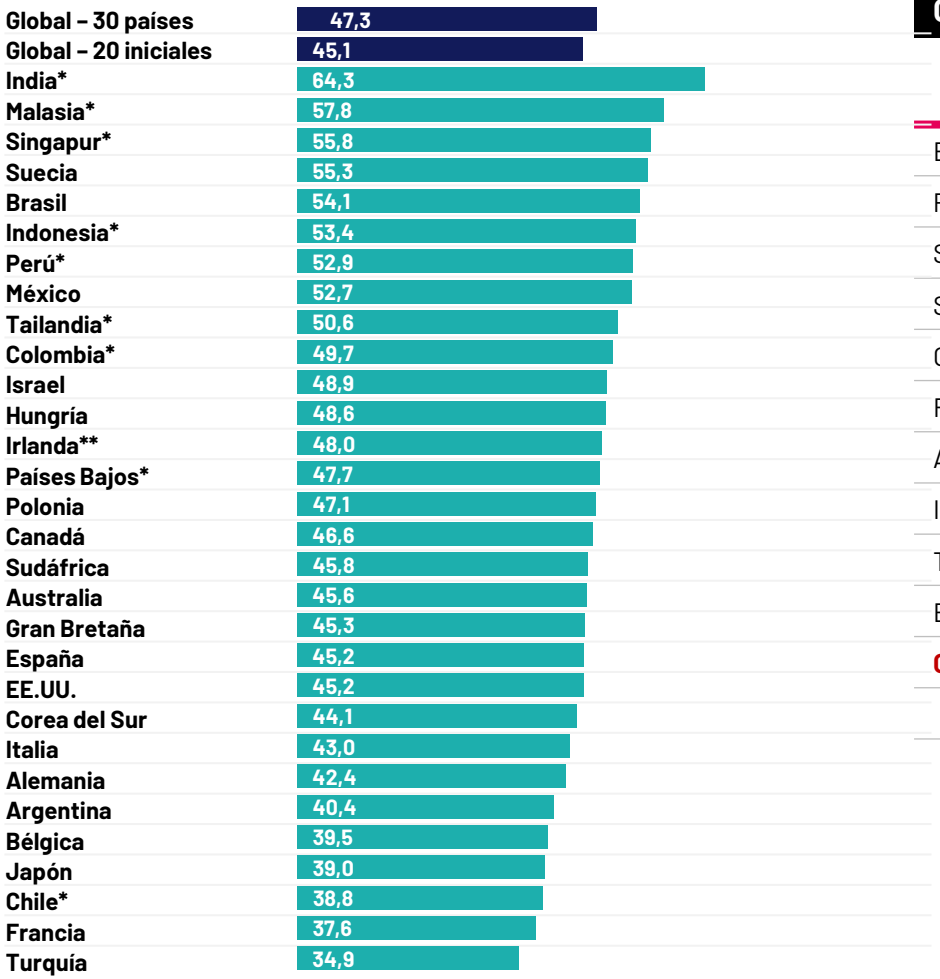
Una encuesta de Global Advisor realizada en 30 países

Octubre 2026 – EDICIÓN DE LATAM

© Ipsos | Global Consumer Confidence Index LATAM Edition | Octubre 2026 | Público

Índice de Confianza del Consumidor

Octubre de 2026



Cambio de un mes (vs. septiembre de 2026)

Bajas significativas (-2,0 o menos)		Aumentos significativos (+2,0 o más)	
EE.UU.	-5.3	Malasia	+3.0
Países Bajos	-4.8	**Argentina**	**+2.5**
Suecia	-4.7		
Sudáfrica	-4.5		
Gran Bretaña	-2.9		
Francia	-2.9		
Australia	-2.9		
India	-2.6		
Tailandia	-2.5		
Bélgica	-2.1		
Colombia	**-2.0**		

Cambio en un año (vs. octubre de 2025)

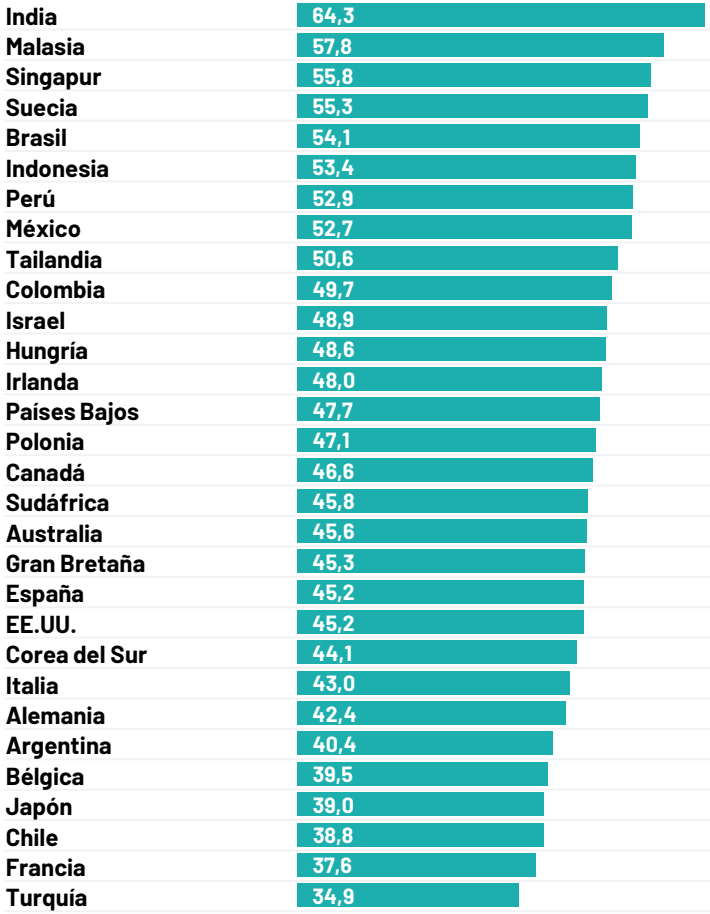
Bajas significativas (-2,0 o menos)		Aumentos significativos (+2,0 o más)	
EE.UU.	-7.7	Hungría	+11.3
Australia	-6.2	**Perú**	**+9.1**
Indonesia	-5.5	Japón	+3.7
Países Bajos	-5.0	**Colombia**	**+3.7**
Corea del Sur	-4.9	Israel	+3.2
Bélgica	-4.5	Singapur	+3.2
España	-4.3		
Chile	**-4.2**		
Alemania	-3.4		
Polonia	-3.3		
Francia	-3.0		
Gran Bretaña	-2.9		

Nuevo: Índice basado en datos de un solo mes
"Global – 30 países": promedio de los 30 países
"Global – 20 iniciales": promedio de los 20 países de larga duración
(es decir, excluyendo los 10 agregados o modificados a partir de febrero de 2023)
** País añadido o modificado en febrero de 2023. ** País añadido en mayo de 2025*

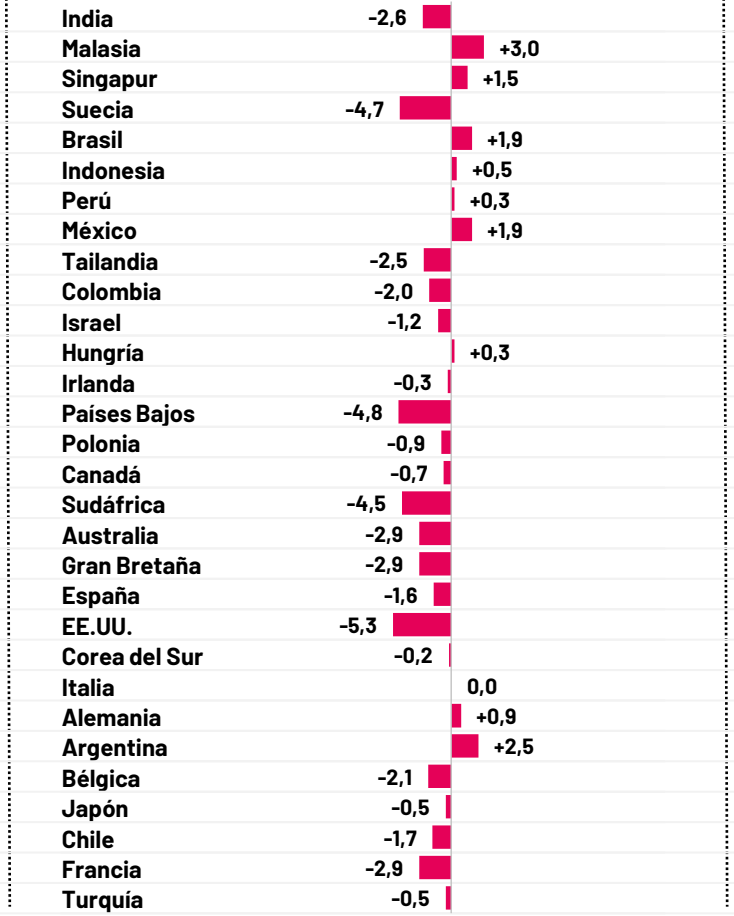
Índice General (o “Nacional") de octubre de 2026

(basado en datos de un solo mes)

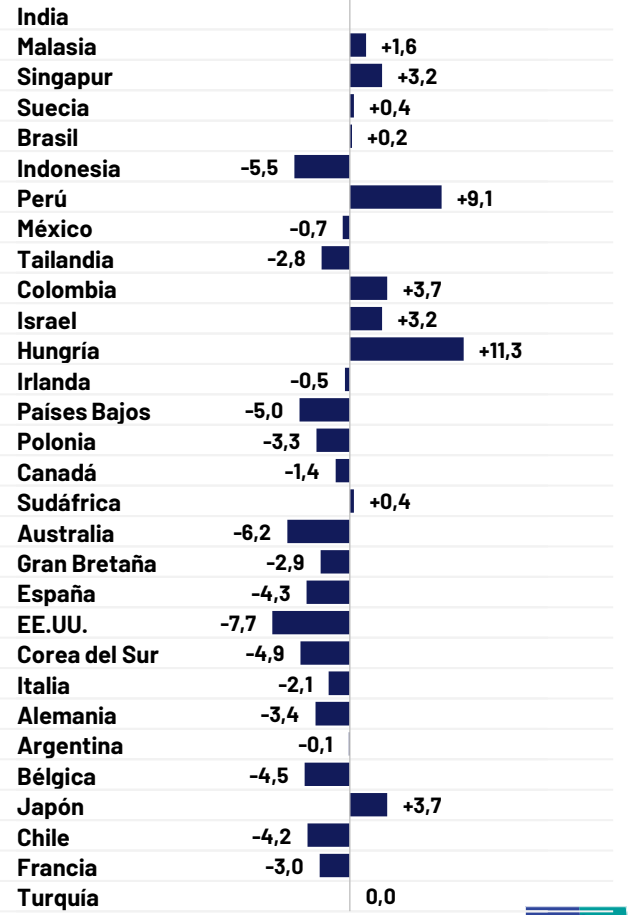
Índice nacional



Cambio en un mes (vs. septiembre 2026)



Cambio en un año (vs. octubre 2025)

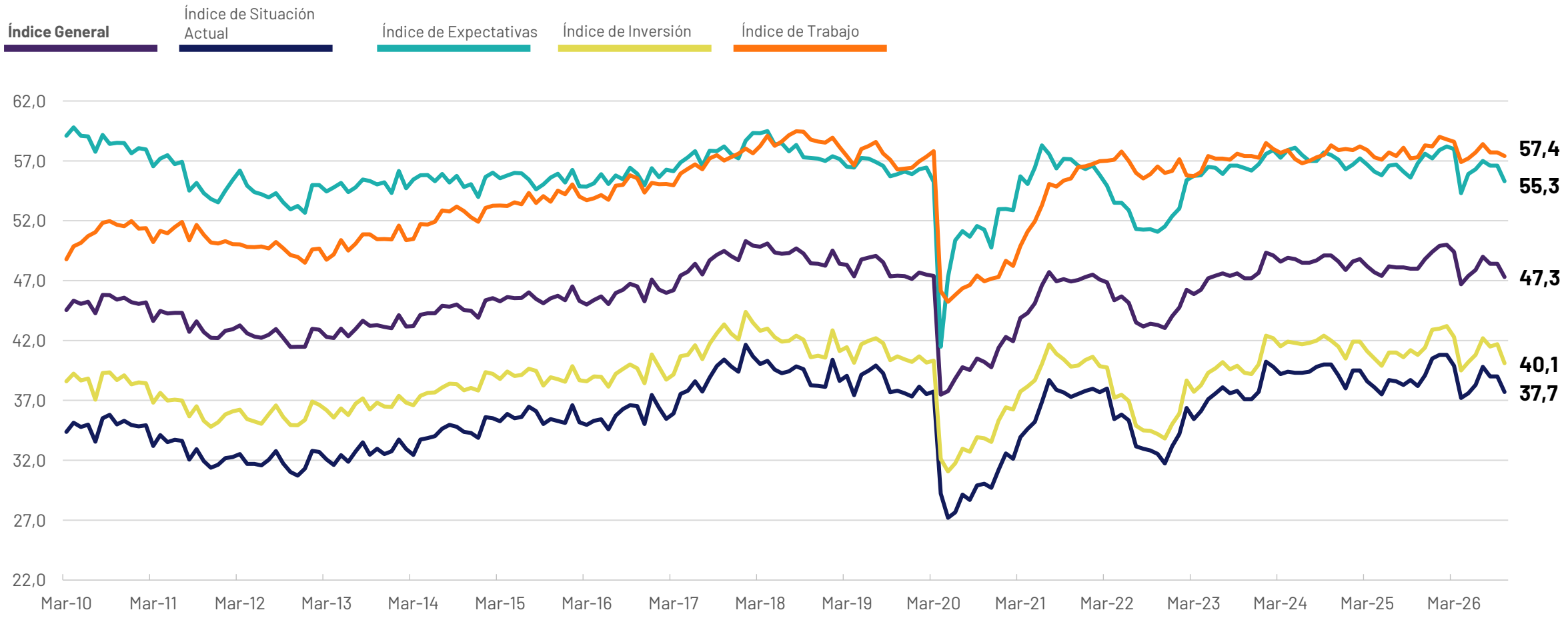


TENDENCIAS GLOBALES Y REGIONALES



Todos los índices – 17 años de tendencia

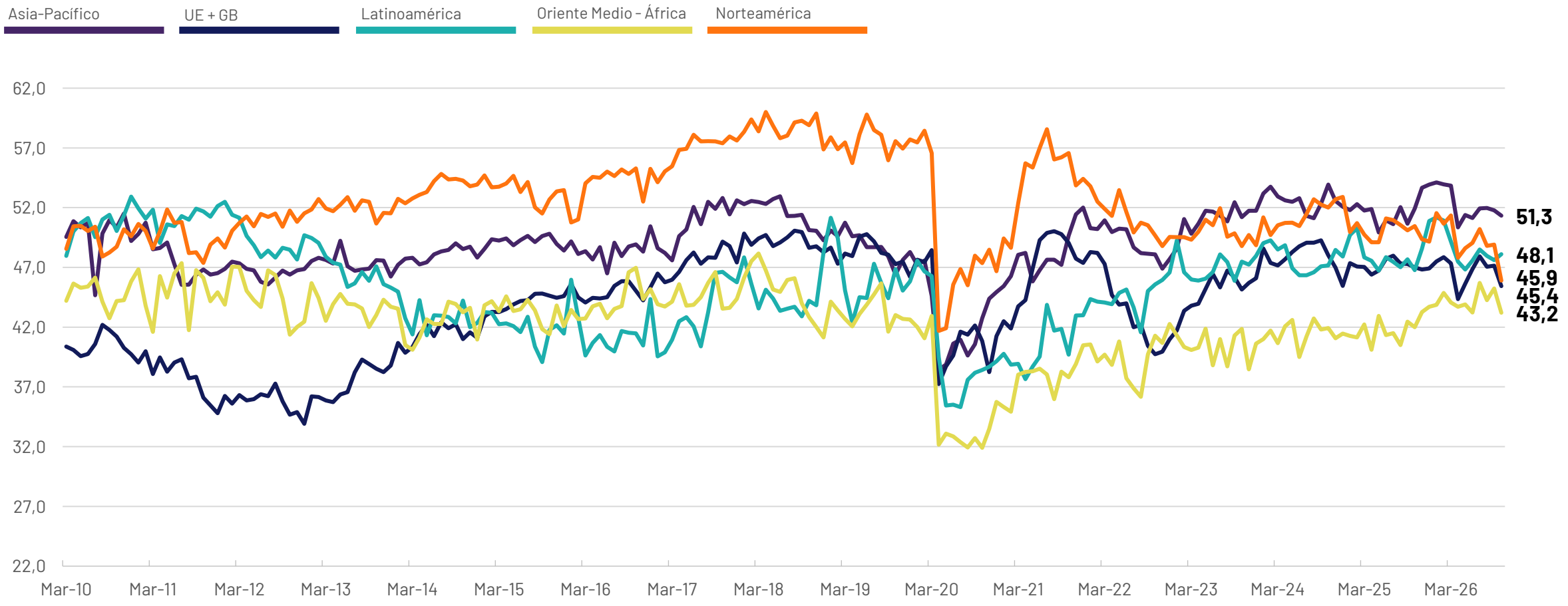
Promedios globales, incluidos los países agregados en 2023 y 2025



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010
** Promedios para un mes determinado basado en todos los países encuestados ese mes*

Índice de Confianza del Consumidor – 17 años de tendencia

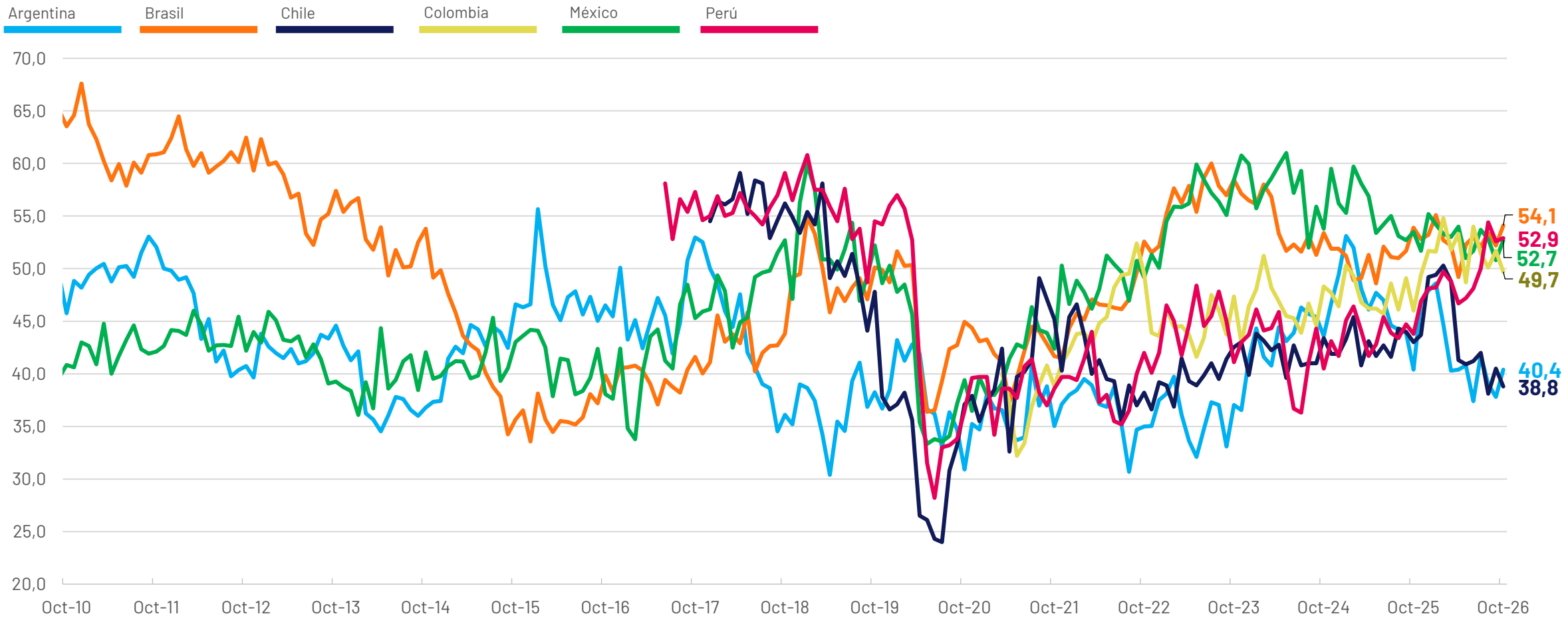
Promedios regionales, incluidos los países agregados en 2023 y 2025



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010
** Promedios para un mes determinado basado en todos los países encuestados ese mes*

Índice de Confianza del Consumidor – 17 años de tendencia

Países de Latinoamérica



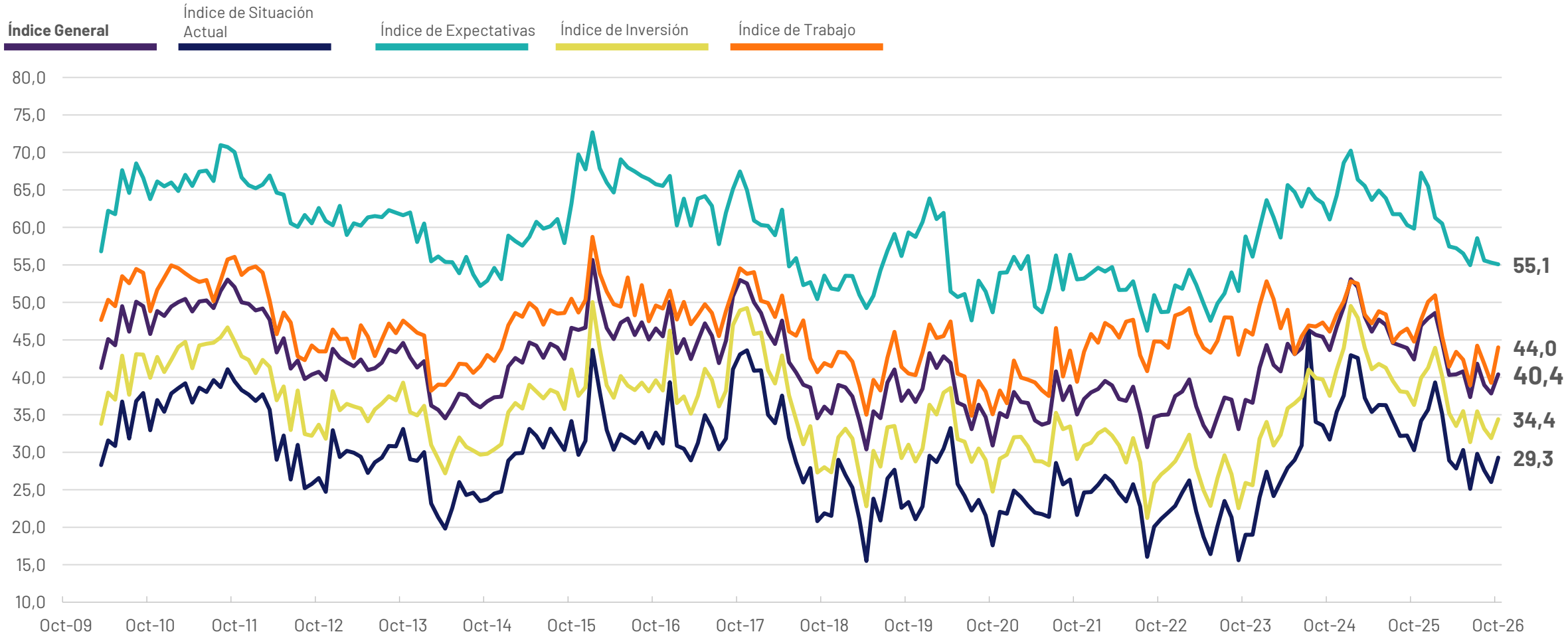
Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010

TENDENCIAS DE CADA PAÍS



Argentina

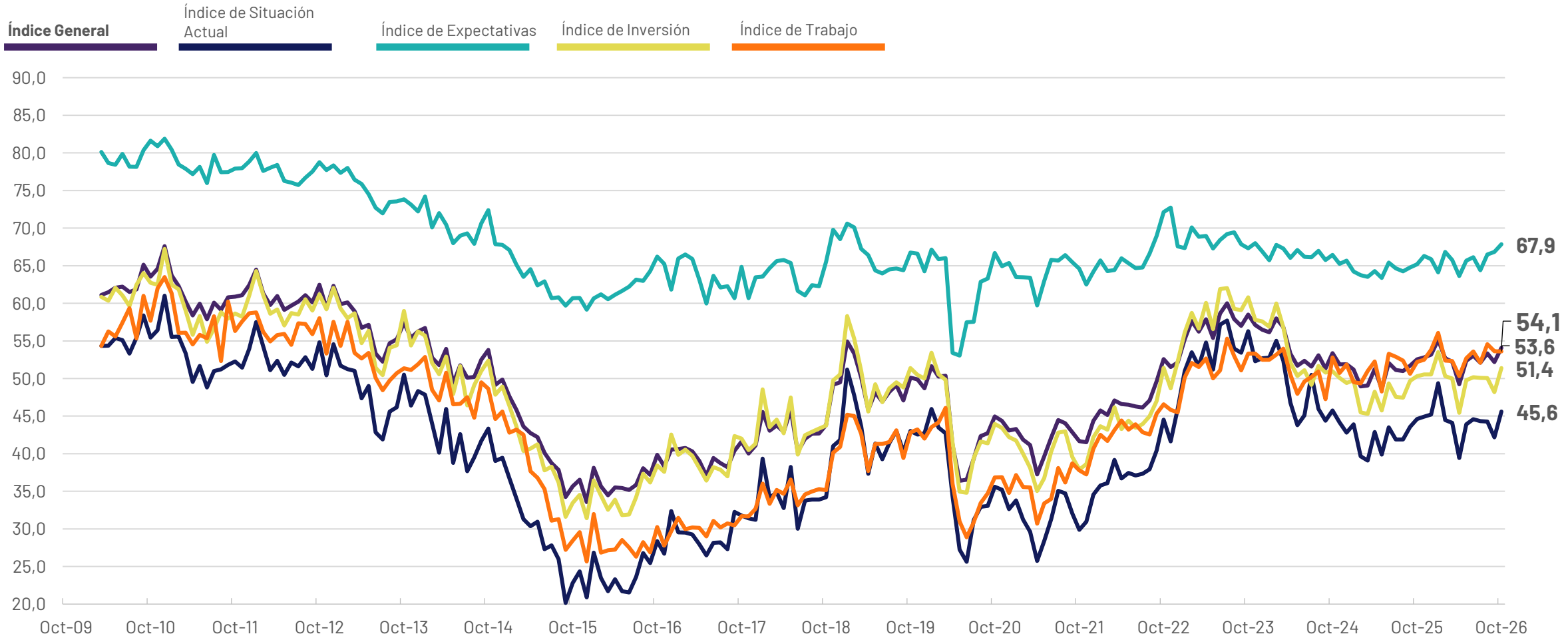
Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010

Brasil

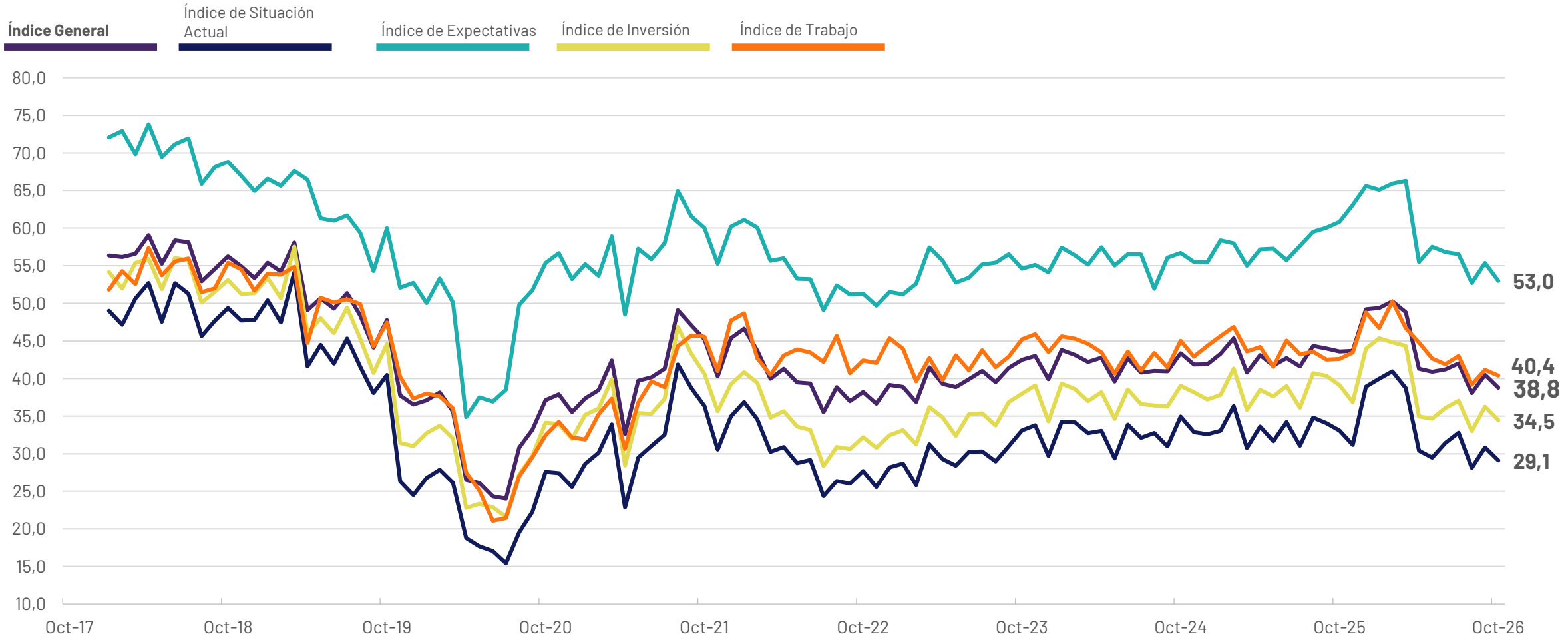
Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010

Chile

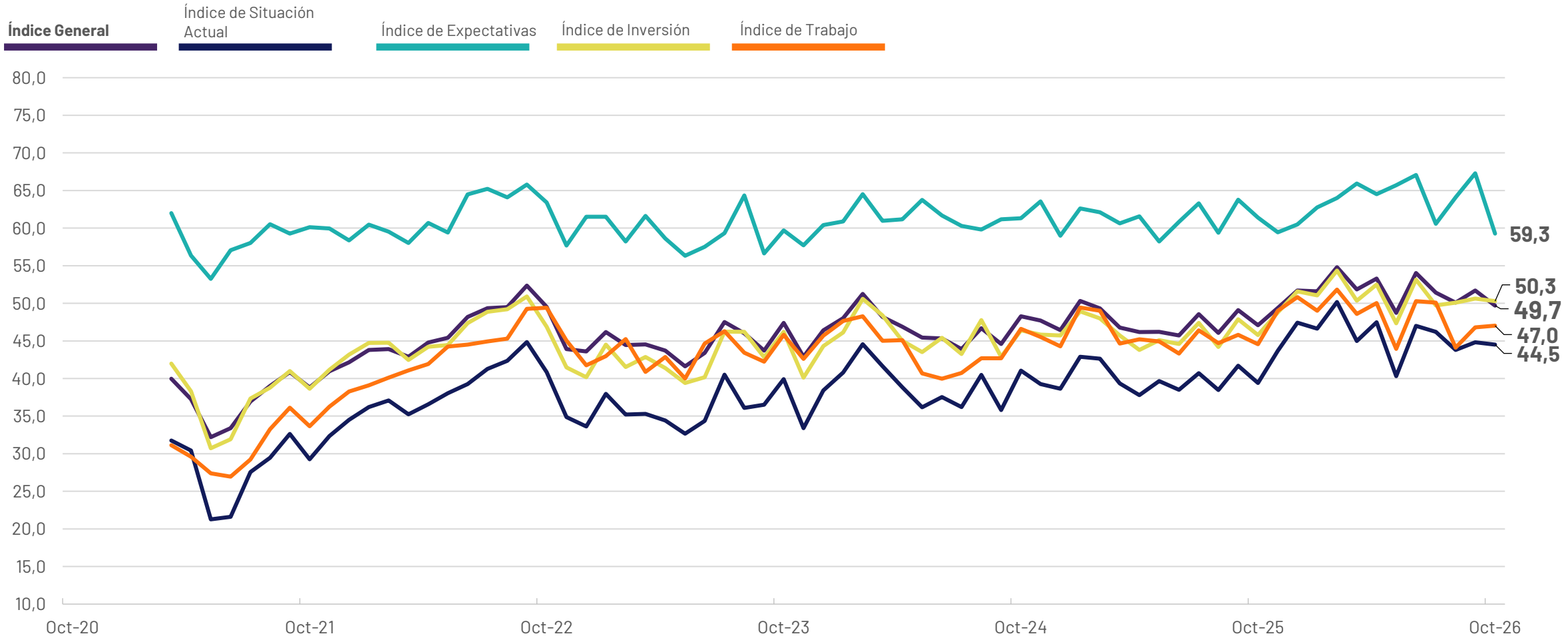
Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde enero de 2018

Colombia

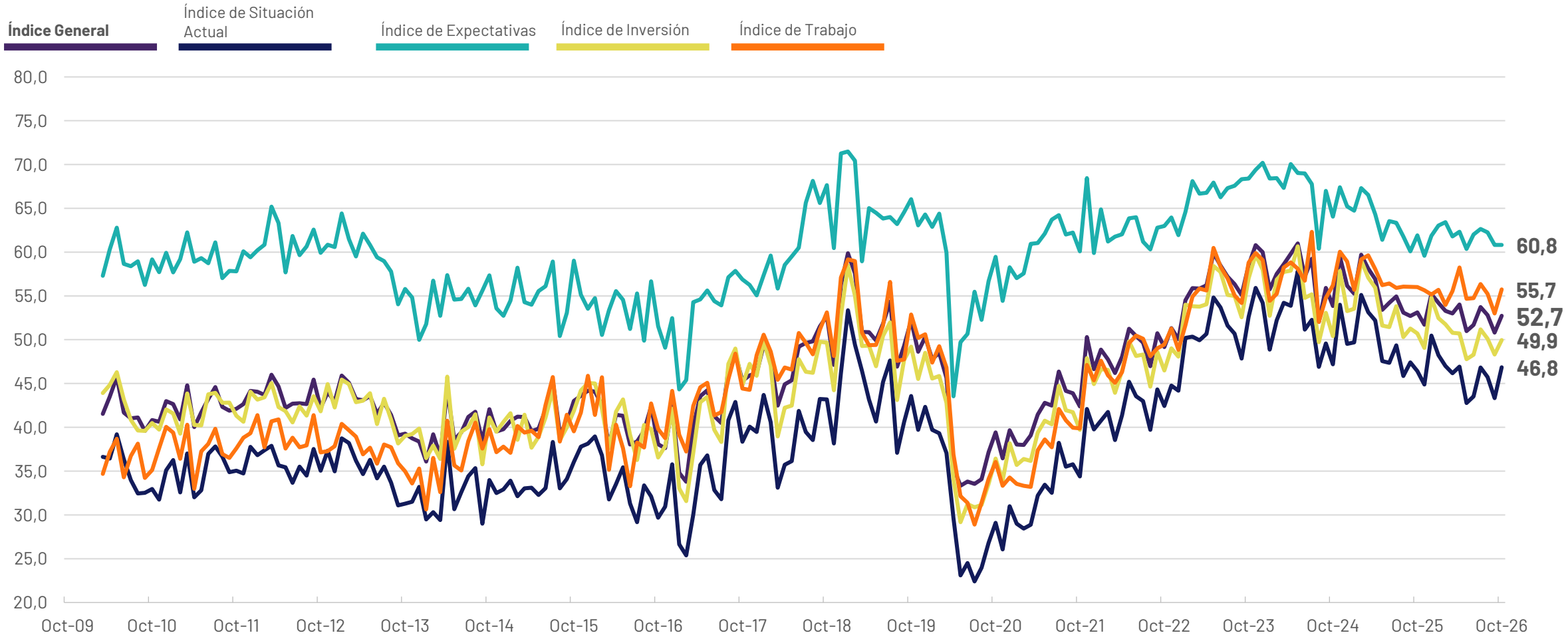
Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2021

México

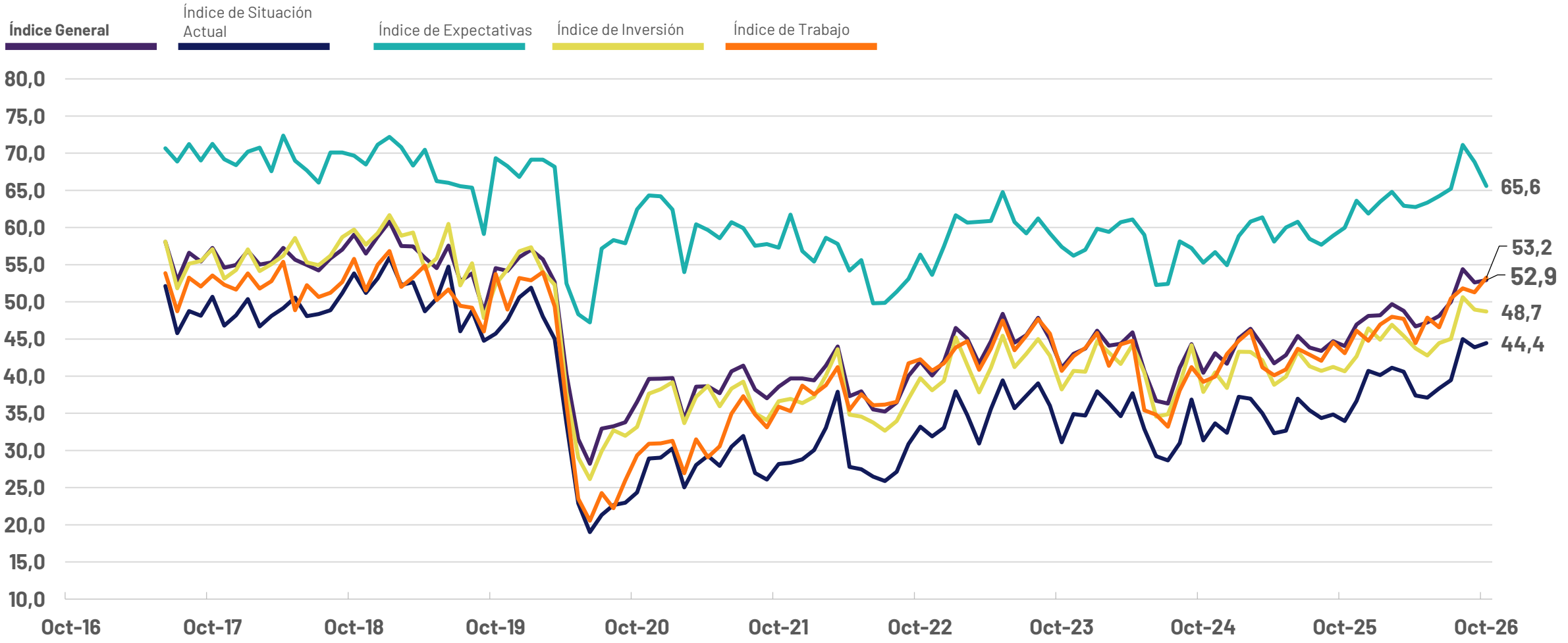
Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde marzo de 2010

Perú

Octubre de 2026



Índice basado en datos de un solo mes, para todos los meses desde junio de 2017

METODOLOGÍA



Metodología

Estos resultados se basan en datos de una encuesta mensual realizada por Ipsos en 30 países en su plataforma de encuestas en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus. Cada mes se informa por primera vez por LSEG como el Índice Primario de Sentimiento del Consumidor (PCSI).

Los resultados se basan en entrevistas con más de 21.000 adultos de 18+ años en India, de 18 a 74 años en Canadá, Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en el resto de países.

La muestra mensual consta de 1.000+ individuos en Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y EE. UU., y 500+ individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra en India consta de aproximadamente 2.200 personas, de las cuales 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 en línea.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y EE. UU. pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años. Las muestras en Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Israel, 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 reflejos de las opiniones del segmento más "conectado" de sus poblaciones. La muestra de India representa un gran subconjunto de su población urbana — clases socioeconómicas A/B/C en las áreas metropolitanas y clases de ciudades de nivel 1 a 3 en las cuatro zonas.

Los datos están ponderados de modo que la composición de la muestra en cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente.

Los índices y promedios globales aquí reportados reflejan el resultado medio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se han ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretenden sugerir resultados "totales".

Las encuestas por muestreo y las encuestas pueden estar sujetas a otras fuentes de error, incluyendo, pero no limitándose a, error de cobertura y error de medición. La precisión de las encuestas online de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad bayesiano, siendo una encuesta de N=1.000 una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y una encuesta de N=500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre intervalos de credibilidad, visite esta página.

El Índice Primario de Sentimiento del Consumidor (PCSI) de LSEG/Ipsos, que sigue en marcha desde 2010, es una encuesta mensual sobre las actitudes de los consumidores respecto al estado actual y futuro de su economía local, su situación financiera personal, sus ahorros y la confianza para realizar grandes inversiones. Las métricas del PCSI que se reportan cada mes para cada uno de los países encuestados consisten en un "Índice Principal" basado en las 10 preguntas siguientes y varios "subíndices", cada uno basado en un subconjunto de estas 10 preguntas.

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

Países seguidos (desde marzo de 2010, salvo que se especifique lo contrario)

Países	Asia-Pacífico	UE + GB	Latinoamérica	Norteamérica	Oriente Medio – África	G7
Argentina			x			
Australia	x					
Bélgica		x				
Brasil			x			
Canadá				x		x
Chile			x (añadido Feb '23)			
Colombia			x (añadido Feb '23)			
Francia		x				x
Alemania		x				x
Gran Bretaña		x				x
Hungría		x				
India	x (modificado Feb '23)					
Indonesia	x (añadido Feb '23)					
Irlanda		x (añadido May '25)				
Israel					x (añadido Feb '15)	
Italia		x				x
Japón	x					x
Malasia	x (añadido Feb '23)					
México			X			
Países Bajos		x (añadido Feb '23)				
Perú			x (añadido Feb '23)			
Polonia		x				
Singapur	x (añadido Feb '23)					
Sudáfrica					x	
Corea del Sur	x					
España		x				
Suecia		x				
Tailandia	x (añadido Feb '23)					
Turquía					x	
United States				x		x



Los promedios regionales y mundiales presentados en este documento no incluyen datos de ningún país o territorio distinto de los enumerados en el cuadro anterior.

MÁS INFORMACIÓN



CONTACTO

Johnny Sawyer
Senior Research Manager
US Public Affairs, Ipsos
Johnny.Sawyer@Ipsos.com

www.ipsos.com

© Ipsos | Global Consumer Confidence Index LATAM Edition | Octubre 2026 | Público