



Diciembre de 2018

IPSOS UPDATE

Una selección de los estudios y reflexiones más recientes de los equipos de Ipsos en todo el mundo

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS



BIENVENIDOS

Te damos la bienvenida al número de diciembre de *Ipsos Update*, nuestro resumen de los estudios y reflexiones más recientes de los equipos de Ipsos en todo el mundo.

El objetivo de *Ipsos Update* es sencillo: presentar aspectos de lo «Mejor de Ipsos» en un formato fácil de entender. Esto implica que hemos querido centrarnos en lo importante, es decir, en contenidos que tengan relevancia para más de un mercado o campo de investigación especializado.

Además, se facilitarán enlaces a distintos artículos de opinión y fuentes de información, así como a los compañeros de Ipsos que se han encargado de cada artículo.

Esperamos que te resulte de utilidad. Envíanos tus comentarios o ideas a IKC@ipsos.com, o indícanos si quieres suscribirte a los próximos números.

Gracias.

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Versión 1 | Público

GAME CHANGERS



EL ÍNDICE DE INFRAESTRUCTURA GLOBAL

La satisfacción de los usuarios con los aeropuertos, sistemas de carreteras, viviendas y más.

Nuestro nuevo informe de Global Advisor muestra cómo los ciudadanos de 28 nacionalidades distintas evalúan los sistemas de infraestructuras de su país.

TENDENCIAS SOBRE DISPOSITIVOS DE SALUD CONECTADOS EN 2018

¿Estamos avanzando en la dirección adecuada?

El 12 % de la población global utiliza dispositivos de salud conectados por diferentes motivos. Pero, ¿por qué el número de usuarios permanece siempre igual?

PARTE II DE LA EDICIÓN COGNITIVE BATTLEFIELD

Cómo hacer que tu mensaje sea atractivo

A través de un marco de comunicación efectivo, este informe analiza las opiniones políticas polarizadas y el modo en que la «agrupación» de los mensajes puede llegar a unir o separar.

LA IA Y LA AUTOMATIZACIÓN EN LA REPUTACIÓN CORPORATIVA

Las perspectivas de futuro en cuanto a la integración de tecnologías de inteligencia artificial (AI) y la automatización en las empresas trae consecuencias en su reputación y la sociedad. En nuestro nuevo informe se detallan todos los resultados analizados.

EMPRENDIMIENTO

La existencia del «espíritu emprendedor» a nivel mundial

Una encuesta realizada a ciudadanos de 24 países sobre sus aspiraciones, experiencias y características de emprendimiento.

INFORME SOBRE TENDENCIAS DE VIAJES EN ARABIA SAUDÍ

Los viajeros independientes y espontáneos

Como parte de la colección *Spotlight*, este informe revela las tendencias y preferencias de viajes de los ciudadanos de Arabia Saudí.

EL ÍNDICE DE VERACIDAD 2018:

¿En quién confían más los británicos a la hora de transmitir información verídica?

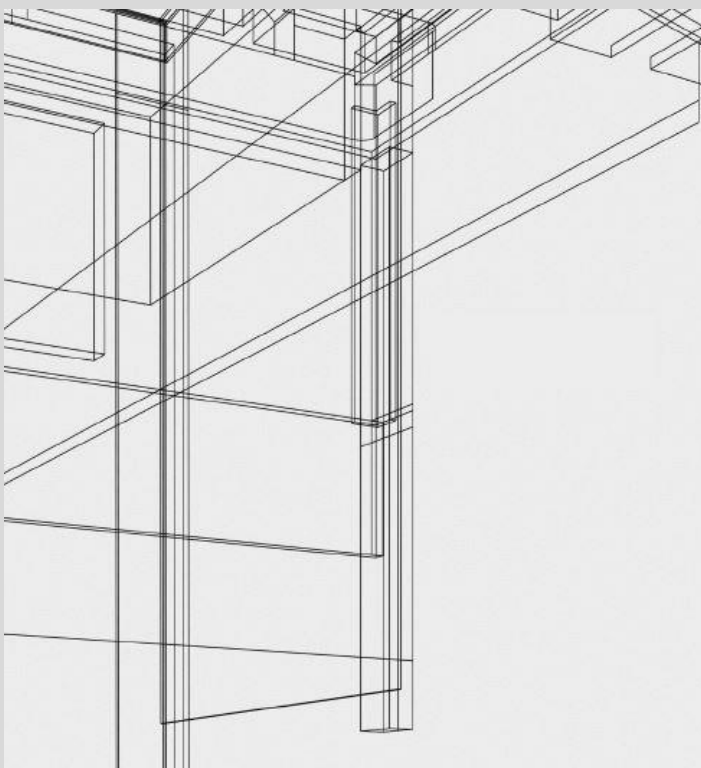
La confianza está aumentando en general, pero aún existe una enorme discrepancia en la opinión que tiene el público sobre determinadas profesiones.

EL BLACK FRIDAY EN 2018:

Cambiando su centro de gravedad

Este informe analiza el historial del Black Friday a medida que el aumento de las compras a través de Internet y en determinados días de ventas conocidos a nivel global obligan a los comerciantes a reinventarse y presentar nuevas ofertas.





EL ÍNDICE DE INFRAESTRUCTURA GLOBAL

Este nuevo informe de Global Advisor analiza el índice de satisfacción actual en 29 países diferentes con respecto a sus sistemas de infraestructuras.

En general, la opinión de los ciudadanos se encuentra ampliamente dividida en cuanto al nivel de calidad de las infraestructuras. Mientras que un tercio afirma encontrarse satisfecho, otro tercio tiene una opinión negativa, y el tercio restante no parece tener una opinión firme al respecto.

Además, hay que tener en cuenta que estas opiniones difieren en gran medida según el país. Sin embargo, en Arabia Saudí (71 %) y en la India (59 %) se han registrado los índices de satisfacción más altos, en comparación con Rumanía (5 %) y Brasil (12 %), que se sitúan como los países con los índices de satisfacción más bajos.

Este informe analiza la opinión de los ciudadanos en cuanto a los aeropuertos, autopistas y autovías, carreteras nacionales, redes ferroviarias, viviendas, sistemas de protección contra inundaciones, red eléctrica, instalaciones nucleares, cobertura de banda ancha y abastecimiento de agua.

En general, los aeropuertos son los que obtienen la valoración más positiva, mientras que la puntuación de los sistemas de protección contra inundaciones y las instalaciones nucleares es más baja.

De nuevo, se puede afirmar que existen diferencias considerables según el país. Por ejemplo, las infraestructuras digitales, la construcción de nuevas viviendas y las carreteras suelen ser objeto de frecuentes críticas por parte de los países que componen el G8.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Version 1 | Public

GAME CHANGERS





EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Coincidiendo con la Semana Global del Emprendimiento, del 12 al 18 de noviembre de 2018, este informe compara el nivel de emprendimiento en 24 países diferentes.

A nivel global, se puede concluir que todos los países se caracterizan por tener un gran «espíritu emprendedor», ya que 6 de cada 10 encuestados cuentan con algunas de las características propias del perfil de un emprendedor, como una «sólida ética laboral», «disciplina», «redes de contactos» y «ambición».

Nuestro estudio analiza el emprendimiento desde una perspectiva «tradicional», es decir, la creación de empresas. Sin embargo, hoy en día ya existe reconocimiento para lo que se denomina «emprendimiento social», como la creación de organizaciones benéficas y asociaciones de servicios a la comunidad.

Principales conclusiones:

- México, la India, Arabia Saudí, China y Sudáfrica son los países que tienen el mayor «espíritu emprendedor», mientras que Suecia, Corea del Sur y Japón registran los niveles más bajos.
- Algo más de un cuarto de la población afirma haber creado su propio negocio en el pasado, mientras que 3 de cada 10 afirman habérselo planteado seriamente.
- 1 de cada 10 ciudadanos a nivel global declara haber fundado una organización benéfica o una asociación de servicios a la comunidad en el pasado, mientras que un cuarto afirma habérselo planteado con seriedad.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos | Version 1 | Public

GAME CHANGERS





TENDENCIAS SOBRE DISPOSITIVOS DE SALUD CONECTADOS EN 2018

Nuestro nuevo informe describe el uso que se hace de los dispositivos de salud conectados y plantea la siguiente pregunta: ¿qué se debe hacer para que se conviertan en tendencia?

Existe toda una industria de dispositivos que registran datos relacionados con la salud, desde dispositivos ponibles hasta aplicaciones sobre salud y dispositivos de seguimiento a distancia. El objetivo de estos productos consiste en ayudar a las personas a hacer un seguimiento de su actividad física para poder controlar el estado de su salud.

Principales conclusiones:

- Aproximadamente, un 12 % de la población global utiliza dispositivos conectados de salud.
- El uso de estos dispositivos se sitúa por encima del 20 % en China, la India y Malasia, mientras que Arabia Saudí y Estados Unidos registran un 18 % y un 15 %, respectivamente.
- En cuanto a los consumidores chinos, el motivo principal por el que utilizan estos dispositivos se debe a su interés en conocer información sobre su estado de salud. En la India y Estados Unidos los utilizan principalmente para hacer un seguimiento de su actividad física y poder mejorarla.
- El número de personas que utilizan estos dispositivos a nivel global apenas ha variado desde el año 2016.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Version 1 | Public

GAME CHANGERS





LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

INFORME SOBRE TENDENCIAS DE LOS VIAJEROS EN ARABIA SAUDÍ

Este informe analiza las tendencias de viajes de los ciudadanos de Arabia Saudí, además de los destinos más solicitados, sus preferencias y su nivel de gasto.

Principales conclusiones del estudio:

- Los tres destinos más populares son Egipto, Emiratos Árabes Unidos y Turquía.
- Mientras que solo un 27 % viaja por motivos de negocio, 3 de cada 4 viajan por placer.
- El presupuesto para el viaje es el principal factor de decisión entre los viajeros a la hora de decidir el destino, seguido de los paisajes, las playas y los complejos turísticos.
- Además, el 61 % preferiría coger vuelos con escala y así ahorrar dinero en lugar de gastar más para coger un vuelo directo.
- El alojamiento en apartamentos constituye la opción más popular; de hecho, el 69 % prefiere esta opción en lugar de alojarse en un hotel.
- En cuanto a los métodos de reserva de viajes, el 61 % suele reservar a través de una agencia y el 39 % a través de Internet.



LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

PARTE II DE LA EDICIÓN COGNITIVE BATTLEFIELD: UNA BASE PARA LA AGRUPACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Garantizar que los consumidores retengan una determinada marca en su mente de forma eficaz, se necesita inventar un mensaje «pegadizo».

La [parte I de la colección Cognitive Battlefield](#) presentaba un modelo de estrategias de comunicación efectivas. Asimismo, se identificaban importantes temas y prioridades, además de clasificarlos para evaluar la capacidad de favorecer a un determinado sujeto (como un candidato político) o un objeto (como una lata de cola).

Ahora, la parte II analiza cómo se pueden agrupar todas esas prioridades de manera que capten la atención de los consumidores y hagan que el mensaje que se quiere transmitir sea «pegadizo» e influya en la actitud de los mismos.

A través de una serie de ejemplos procedentes de un estudio de opinión política en Estados Unidos, este informe revela que existen determinadas estrategias, como la credibilidad de las fuentes, la confirmación de creencias y las funciones cognitivas cálidas, que pueden utilizarse para hacer que los mensajes se vuelvan atractivos e interesantes.

Por último, la parte III de esta colección explicará la influencia que tienen las redes sociales en la configuración de estas estrategias.



EL ÍNDICE DE VERACIDAD EN EL REINO UNIDO EN 2018: LA CONFIANZA EN LAS PROFESIONES

Esta encuesta, que se lleva a cabo desde 1983, muestra que la confianza está aumentando en casi todas las profesiones, siendo los enfermeros los que más generan confianza y los directores de publicidad los que menos.

El Índice de Veracidad en el Reino Unido desglosa cuáles son las profesiones que generan mayor confianza en el público a la hora de transmitir información verídica.

Las tres primeras posiciones de la clasificación las ocupan los enfermeros (96 %), los médicos (92 %) y los profesores (86 %).

Los directores de publicidad, que figuran por primera vez en la encuesta, son los que generan menos confianza, ya que solo un 16 % de los encuestados afirma tener confianza en estos profesionales a la hora de transmitir información verídica.

Los políticos se sitúan en la penúltima posición con solo un 19 %, aunque los ministros de gobierno obtienen ligeramente mejores resultados con el 22 %.

Gideon Skinner, Director de Investigación en Ipsos MORI, afirma lo siguiente:

«Según demuestran los resultados obtenidos, la confianza que deposita el público en determinadas profesiones a la hora de transmitir información verídica ha ido aumentando a lo largo del tiempo, tanto para aquellos que se sitúan en las primeras posiciones de la clasificación, es decir, los profesores y los científicos, como para aquellos que se encuentran en las últimas posiciones, es decir, los banqueros y los periodistas».

LEER MÁS

DESCARGAR

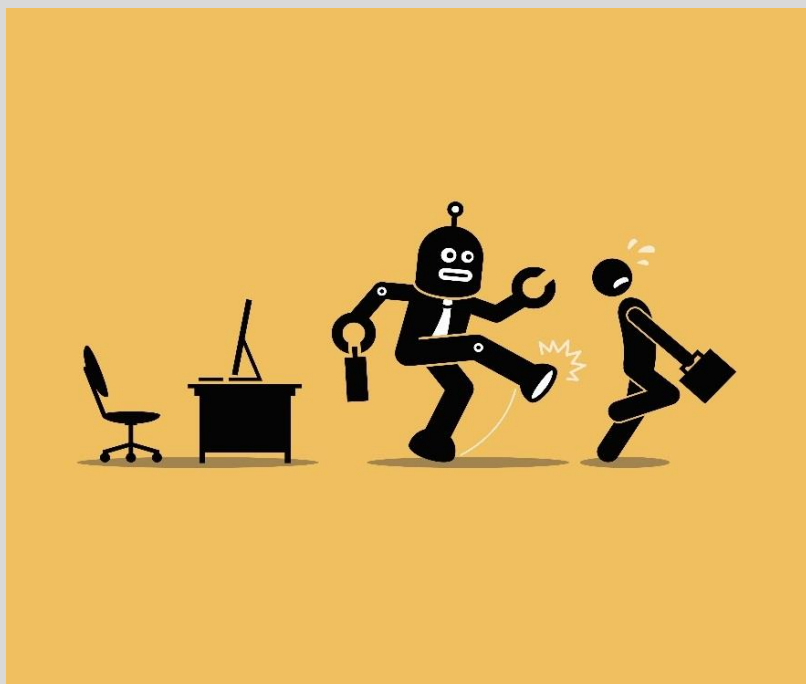
CONTACTO

Ipsos Knowledge Centre

© Ipsos Version 1 | Public

GAME CHANGERS





LA IA Y LA AUTOMATIZACIÓN EN LA REPUTACIÓN CORPORATIVA

Con la llegada de la inteligencia artificial (IA) y la automatización a muchas empresas del mercado, nos preguntamos qué repercusiones tendrá en su reputación y en la sociedad.

A medida que se va acercando la «Cuarta Revolución Industrial», la utilización de la IA y otras aplicaciones más amplias de automatización plantea tanto nuevas oportunidades como dificultades a las empresas.

Teniendo en cuenta el potencial que ofrece la IA y la automatización en cuanto a una mejora de la productividad y una reducción de los costes, los beneficios que pueden obtener las empresas son indudables. Sin embargo, ¿cuál será el coste para el mercado laboral y la sociedad?

Tras haber hablado con el público y varios responsables políticos, se encuentra lo siguiente:

- Los diputados británicos se encuentran ampliamente a favor de la automatización, es decir, la mayoría piensa que tendrá consecuencias positivas para la sociedad, la economía y la calidad de vida.
- El público de Reino Unido se muestra a favor de establecer una regulación de la automatización en el trabajo; un 44 % apoya la aplicación de un «impuesto sobre la automatización» y un 50 % apoya la fijación de un cupo de personal.
- Sin embargo, solo un 24 % afirma sentir preocupación por la posibilidad de perder su puesto de trabajo debido a la automatización, mientras que un 66 % afirma no estar preocupado.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL BLACK FRIDAY: CAMBIANDO SU CENTRO DE GRAVEDAD

El volumen de ventas durante el Black Friday, que tuvo lugar el pasado 23 de noviembre, va aumentando cada año. Sin embargo, los acontecimientos relacionados en el sector siguen evolucionando. ¿Qué podemos aprender entonces de estas tendencias?

En menos de una década, el Black Friday se ha convertido en todo un fenómeno global de ventas.

Ya no se trata de una carrera nacional a contrarreloj que dura 24 horas, sino de toda una maratón internacional que dura varios días. Tampoco se trata ya de un evento propio de las tiendas físicas, ya que la llegada del Cyber Monday ha supuesto una fuerte competencia que tiene lugar por Internet tan solo varios días después.

De hecho, se esperaba que alrededor del 64 % comprara por Internet y en tiendas físicas este año, por lo que los comerciantes deberán ir adaptándose a esta tendencia.

Este informe analiza las características de un sector minorista en constante evolución y, además, teniendo en cuenta la forma en que las marcas están respondiendo ante las nuevas oportunidades y dificultades que se plantean, define los 5 pasos que habrá que seguir para alcanzar el éxito. Para finalizar, se incluye una reflexión sobre el futuro del Black Friday.

«La idea del Black Friday debe ir evolucionando para ir más allá de un simple “Día de Ventas” bajo presión dentro de un mercado a gran escala y un panorama disperso entre ofertas online y en tiendas físicas»— afirma el autor del informe Tim Denison.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



ARTÍCULOS

Comprender a la sociedad: ¿qué será de las empresas del Reino Unido en el futuro?

El nuevo informe de «Comprender a la sociedad» llevado a cabo por el equipo Ipsos Public Affairs examina las diferentes dificultades a las que se enfrentan las empresas del Reino Unido, especialmente ahora que su país dejará de ser miembro de la Unión Europea. Los datos registrados por el *Issues Index* muestran que el Brexit se sitúa ahora como la mayor preocupación de los ciudadanos, incluso al mismo nivel que lo fue la economía tras la crisis de 2008.

Este informe contiene 10 estudios realizados por expertos de Ipsos y autores invitados que analizan el panorama económico actual en el Reino Unido, entre otros aspectos, como por ejemplo:

- La solución al enigma de la productividad
- Europa en el punto de mira 10 años después de la crisis
- La transición del pago en efectivo al pago *contactless*
- El complejo mundo de los ciberataques

LEER MÁS

La oncología: enfermedades, dinámicas y dificultades

Según la Organización Mundial de la Salud, 8,8 millones de personas murieron de cáncer en 2015, lo que equivale a casi 1 de cada 6 fallecimientos.

Además, resulta probable que el número de personas con cáncer ascienda a más de un 75 % en todo el mundo para el año 2030, con un aumento especialmente marcado en los países más pobres.

El cáncer abarca numerosas enfermedades y no existe una única causa ni un único protocolo terapéutico.

Este informe llevado a cabo por el Departamento de Expertos en Oncología de Ipsos ofrece un estudio detallado de los últimos datos sobre la enfermedad y su tratamiento, como el uso revolucionario de inmunoterapias que utilizan el propio sistema inmunitario del cuerpo humano para luchar contra la enfermedad.

LEER MÁS

Flair Brasil y Flair Rusia: 10 aspectos clave

Tras la reciente publicación de la quinta edición de Flair Brasil y la primera edición de Flair Rusia el pasado mes, ya se encuentra disponible un resumen de los 10 aspectos clave de todos los informes.

Brasil: *El sonido y el ruido*

Principales conclusiones:

- Brasil se caracteriza por ser un país de *start-ups*
- Brasil está aumentando su atención en tratar de resolver el asunto sobre la representación de la diversidad
- Brasil se encuentra entre los países líderes en cuanto a uso de Internet y redes sociales

Rusia: *La hora del cambio*

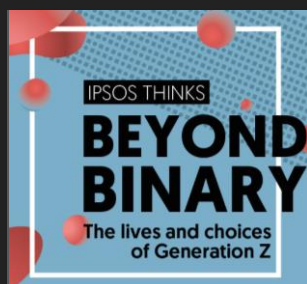
Principales conclusiones:

- Rusia centra su atención en que sus ciudadanos vivan durante más tiempo y con mejor salud
- Rusia es un país compuesto por ingenieros de vocación
- Rusia se caracteriza por tener un panorama digital propio

LEER MÁS

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS DEL 2018 POR IPSOS:

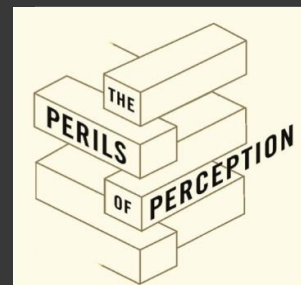
sociedad y tendencias



LA GENERACIÓN Z: TRASPASANDO LOS LÍMITES DEL BINARISMO

Nuestra encuesta dirigida a adultos jóvenes nacidos a partir del año 1995 revela que se trata de una generación de confianza, con sensibilidad social y menos materialista.

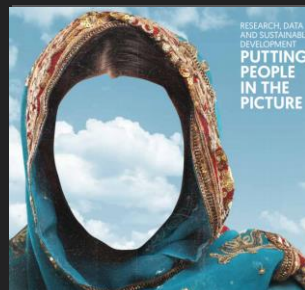
[LEER MÁS](#)



EL INFORME PERILS OF PERCEPTION

Además de revelar la disparidad existente entre la opinión y la realidad de todas las personas en el mundo, esta nueva edición elaborada por Bobby Duffy describe las dificultades encontradas en nuestro histórico estudio.

[LEER MÁS](#)



COMPRENDER A LA SOCIEDAD: informar a las personas para hacerlas partícipe

En este informe sobre desarrollo sostenible se analiza una gran variedad de repercusiones de tipo económico, social y medioambiental.

[LEER MÁS](#)



ETNOGRAFÍA: una visión sin filtros de la realidad

Examinamos cómo la etnografía puede utilizarse para investigar las tradiciones culturales, el comportamiento de los consumidores y las normas sociales.

[LEER MÁS](#)



LA REVOLUCIÓN DE LA IA EN EL TRABAJO

La opinión de las personas con respecto a la forma en que las tecnologías de inteligencia artificial podrían revolucionar la manera de trabajar viene determinada tanto por la preocupación como por la curiosidad al mismo tiempo.

[LEER MÁS](#)



TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Un estudio de Ipsos detalla las 10 tendencias de consumo de alimentos y bebidas en 2018 e incluye algunos enlaces a artículos sobre productos naturales y ecológicos.

[LEER MÁS](#)

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS DEL 2018 POR IPSOS:

el consumidor y el comprador



LA ENCUESTA WORLD LUXURY TRACKING

Nuestro estudio anual desglosa los nuevos ideales emergentes sobre los caprichos de lujo en China, Hong Kong, Corea del Sur, Japón y Rusia, como el «hedonismo consciente».

[LEER MÁS](#)



LA COHERENCIA SIENDO JUSTOS O EL FRACASO EN LA EXPERIENCIA

Este nuevo análisis muestra cómo las empresas pueden abordar las reclamaciones de sus clientes para minimizar su percepción de injusticia y, en última instancia, mejorar su fidelización.

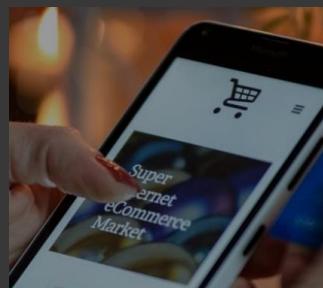
[LEER MÁS](#)



SEIS TIPOS CLAVE DE VIAJEROS CON PODER ADQUISITIVO

La encuesta de Affluent Intelligence de Ipsos revela seis nuevos tipos de viajeros «experienciales», desde aquellos que buscan el bienestar hasta aquellos que buscan conocer la historia y el arte.

[LEER MÁS](#)



EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ARABIA SAUDÍ

Según las conclusiones de este informe, se espera que Arabia Saudí experimente un crecimiento en el comercio electrónico gracias a su población, ya que se caracteriza por ser joven y por tratarse de expertos en tecnología.

[LEER MÁS](#)



LA EVOLUCIÓN DEL MUNDO DE LAS COMPRAS

Este documento trata sobre cómo la tecnología y el comercio electrónico están modelando el comportamiento de los compradores según 5 factores clave.

[LEER MÁS](#)



EL FUTURO DE LA MOVILIDAD

Esta colección de tres artículos se centra en las perspectivas de futuro de los coches autónomos sin conductor, los coches eléctricos y los servicios de transporte compartido que cambiarán de forma crucial el sector automovilístico.

[LEER MÁS](#)

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS DEL 2018 POR IPSOS: países



LA GENERACIÓN MILENIAL EN ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA DEL NORTE:

El estudio #Millenials proporciona una visión del estilo de vida, el comportamiento y la opinión de una generación que causará una mayor conmoción en Oriente Medio y África del Norte

[LEER MÁS](#)



FLAIR BRASIL: EL SONIDO Y EL RUIDO

Nuestro informe detallado sobre Brasil desvela las diferentes opiniones de un país que se encuentra actualmente en un periodo de agitación social y política.

[LEER MÁS](#)



FLAIR ITALIA: EN BUSCA DE LA IDENTIDAD

Nuestra edición de Flair Italia de 2018 muestra a un país dividido y con desigualdades, donde la recuperación económica no ha venido acompañada de una cohesión social.

[LEER MÁS](#)



IPSOS FLAIR INDIA: DE LA ASPIRACIÓN A LA ACCIÓN

En el año 2018, la India se habría posicionado como la quinta economía global, lo que supondría nuevas dinámicas en cuanto a potencias mundiales.

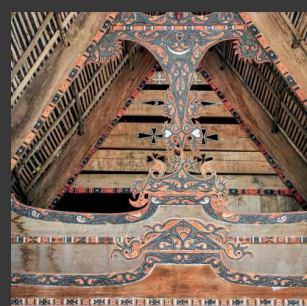
[LEER MÁS](#)



EL CRECIMIENTO DE LA CLASE MEDIA EN ÁFRICA

El estudio «Los Leones del África» sobre la clase media en este continente revela un aumento demográfico que no puede traducirse únicamente en cuestión de dólares, sino en factores de comportamiento y actitud.

[LEER MÁS](#)



FLAIR INDONESIA: LIDIANDO CON SUS CONTRARIOS

Indonesia todavía no llega a situarse en el punto de mira según la edición de 2018, que revela un gran número de nuevas oportunidades para este país.

[LEER MÁS](#)

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS DEL 2018 POR IPSOS:

política



MÁS ALLÁ DEL POPULISMO

De nuevo analizamos el populismo y la inclinación hacia la idea de que el «sistema no funciona» en 25 países diferentes después de dos años desde que comenzara el Brexit y Donald Trump fuera elegido como presidente. Todo ello con el objetivo de descubrir de qué forma siguen estando presentes estos pensamientos en nuestra sociedad.

[LEER MÁS](#)



LOS DERECHOS HUMANOS EN 2018

¿En qué medida se consideran «universales» los derechos humanos? Esta encuesta analiza el conocimiento y la opinión global de los ciudadanos de 28 países sobre los derechos humanos.

[LEER MÁS](#)



LA ERA DE LA INCERTIDUMBRE

En el contexto de los Estados Unidos, este informe manifiesta que el mundo está volviendo a transformarse, no por determinados hechos aislados del momento, sino por cambios culturales a largo plazo y por el relevo generacional.

[LEER MÁS](#)



QUÉ PREOCUPA AL MUNDO

Este informe resume los resultados obtenidos de nuestra encuesta mensual sobre los aspectos de mayor preocupación a nivel mundial: el desempleo, la corrupción, la pobreza y la desigualdad.

[LEER MÁS](#)



ACTITUDES EN TORNO A LOS IDEALES SOCIALISTAS

200 años después del nacimiento del Karl Marx, este informe recoge la opinión de ciudadanos de 28 países sobre el socialismo en el siglo XXI.

[LEER MÁS](#)



LA INCLUSIÓN SOCIAL EN LAS NACIONALIDADES

Esta encuesta de Global Advisor muestra qué nacionalidades se sitúan como las más aceptadas según el «Índice de Inclusión», teniendo en cuenta factores como la aceptación de la religión, la ciudadanía, la orientación sexual, las actividades delictivas y mucho más.

[LEER MÁS](#)



CONTACTO

Toda la información recogida en este número de *Ipsos Update* es pública y, por tanto, se encuentra a disposición tanto de miembros como de clientes de Ipsos.

Los contenidos se actualizan con regularidad en nuestro sitio web y redes sociales.

Envía tus comentarios o sugerencias de contenido para futuras ediciones a IKC@ipsos.com.

www.ipsos.com
[@ipsos](https://twitter.com/ipsos)

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS

