

IPSOS UPDATE

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

Septiembre de 2019

BIENVENIDOS

Te damos la bienvenida a la edición de septiembre de *Ipsos Update*, nuestro resumen de las investigaciones e ideas 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.

EN ESTE NÚMERO

ENCUESTA DE FELICIDAD A NIVEL MUNDIAL

¿Qué hace feliz a la gente?

Hemos encuestado a ciudadanos de 28 países para conocer cuántas personas se consideran felices y cuáles son sus principales fuentes de felicidad: la salud, la familia, las aficiones, el dinero o los medios sociales.

LA PERSPECTIVA DE BELLEZA EN EL MUNDO

¿Cuáles son los estándares de belleza en tu país?

Este estudio determina cuáles son los estándares, los ideales y las rutinas de belleza de diversos países. En nuestra última edición de *What the Future*, se analizan los cambios en el concepto de belleza y la adaptación del sector.

LA MUJER EN LAS COMUNIDADES DE CULTIVO DE CACAO

Un programa de desarrollo sostenible

En nuestro informe realizado en colaboración con la empresa Mondelez International, analizamos cómo se puede otorgar poder a las mujeres a través del cultivo sostenible de cacao en las comunidades de Ghana, Costa de Marfil, Indonesia y República Dominicana.

CANADÁ EN EL PUNTO DE MIRA

La administración pública después de las próximas elecciones

Analizamos los primeros resultados del proyecto de investigación sobre política en Canadá que estamos llevando a cabo en colaboración con el 'Institute of Governance' canadiense, así como los nuevos estudios sobre el ámbito sanitario.

IPSOS FLAIR INDONESIA 2019

«Ahora o nunca»

En nuestro último informe sobre Indonesia, el equipo local de Ipsos ha compartido con nosotros sus conocimientos sobre el país: desde el espíritu emprendedor de sus habitantes hasta el rápido desarrollo de sus infraestructuras.

LOS LÍDERES DE OPINIÓN EN LATINOAMÉRICA

La favorabilidad de los presidentes latinoamericanos

La última encuesta de Ipsos sobre los personajes más prominentes e influyentes de los países latinoamericanos se centra ahora en las opiniones políticas con el fin de clasificar el nivel de aceptación de los líderes de la región.

BLOQUEO DE LOS MEDIOS SOCIALES

Una opinión dividida con respecto a la prohibición de los medios sociales en situaciones de crisis

Hemos encuestado a ciudadanos de 27 países para conocer si estarían de acuerdo con que el gobierno bloqueara los medios sociales en situaciones de crisis como los atentados terroristas.

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Los últimos estudios y análisis relacionados con los viajes

Presentamos una selección de encuestas e análisis reciente que incluye información sobre el perfil del turista con poder adquisitivo, planes de verano y hábitos vacacionales en general.

ENCUESTA DE FELICIDAD A NIVEL MUNDIAL

Analizamos cuál es el nivel de felicidad de los ciudadanos de todo el mundo y preguntamos qué es lo que les hace más felices.

Una nueva encuesta llevada a cabo en 28 países ha revelado que los niveles de felicidad han decrecido a nivel mundial, ya que solo dos tercios de la población (64 %) se consideran «muy» felices o «bastante» felices, por debajo del 70 % registrado en 2018.

Según los datos obtenidos, Australia y Canadá son los países «más felices», ya que un 86 % de su población se considera feliz. Con unos porcentajes ligeramente inferiores se encuentran China, Gran Bretaña (ambos con un 83 %) y Francia (con un 80 %). Por el contrario, en Argentina (19 %), Turquía (14 %) y Japón (11 %) son más los ciudadanos que aseguran no ser «nada felices».

En cuanto a los motivos de su felicidad, los ciudadanos destacaron cinco fuentes principales, de entre las 29 que se plantearon:

1. Salud y bienestar físico (55 %)
2. Sus hijos (48 %)
3. La relación con su cónyuge/pareja (48 %)
4. Una vida con sentido (47 %)
5. Protección y seguridad personal (45 %)

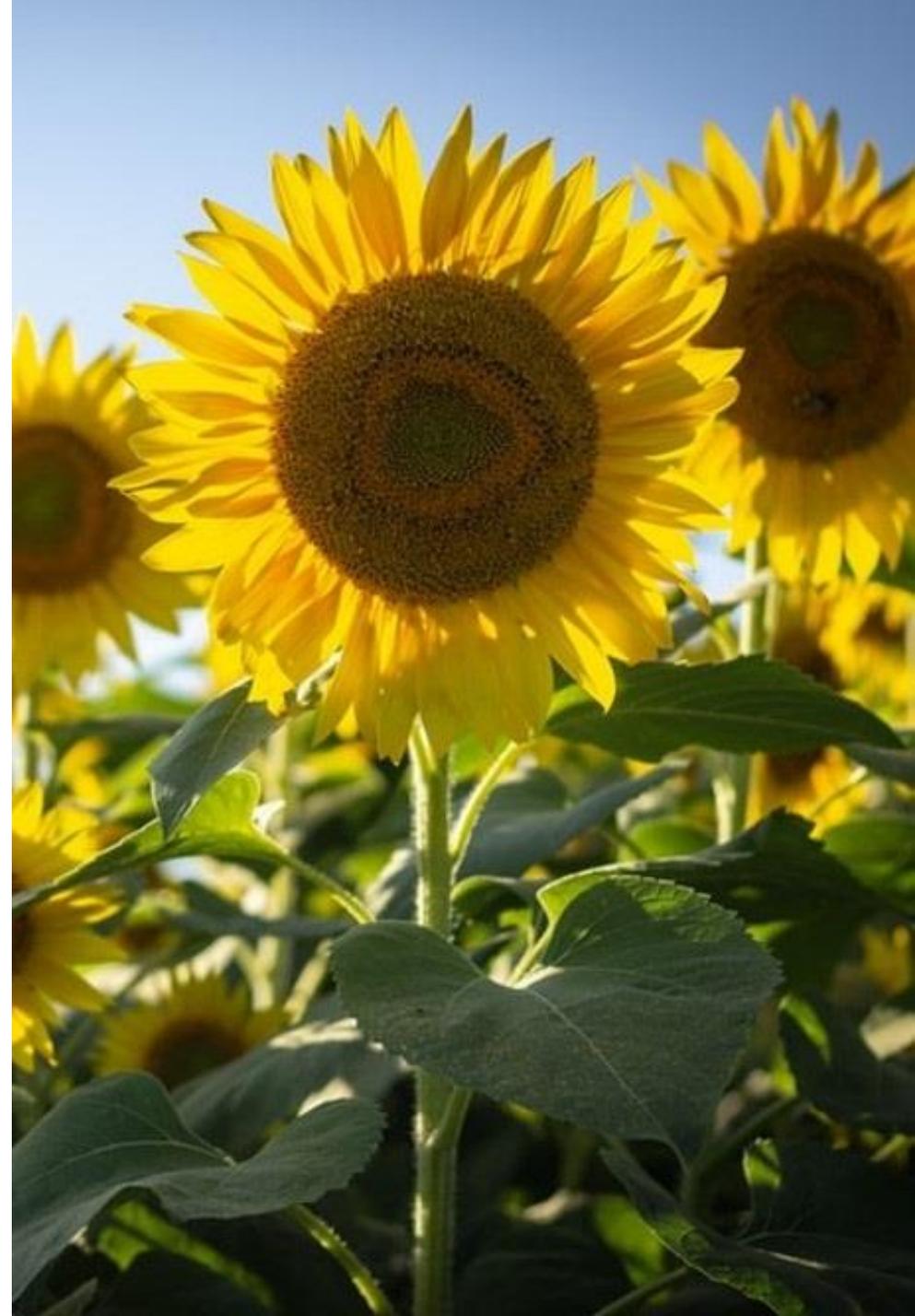
Asimismo, cabe destacar que el tiempo dedicado a los medios sociales se ha clasificado en todos los países como uno de los últimos motivos de felicidad.

Como datos adicionales, el estudio también ha analizado cómo evolucionan las tendencias de felicidad con el paso del tiempo y la correlación entre los niveles de felicidad y la confianza de los consumidores.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



IPSOS FLAIR INDONESIA 2019: AHORA O NUNCA

Este nuevo informe sobre Indonesia revela los aspectos más subestimados de un país próspero y dinámico que está aumentando su importancia a nivel internacional.

Resulta sorprendente que un país con una extensión tan vasta, una población que supera los 260 millones de habitantes y una economía en crecimiento siga pasando tan desapercibido en las conversaciones que se mantienen fuera del propio país.

A pesar de que los medios de comunicación suelen asociar a Indonesia con tsunamis, inundaciones, erupciones volcánicas y terremotos, la realidad es que, más allá de estos trágicos fenómenos naturales, Indonesia es un país con una economía en crecimiento, una política estable y una sociedad dinámica.

De hecho, Indonesia ha ascendido 11 puestos en la clasificación de competitividad mundial de IMD desde el año pasado. Sus infraestructuras modernas la han convertido en un país más atractivo que nunca para los inversores extranjeros.

Entre las conclusiones principales del estudio, se incluyen las siguientes:

- El espíritu emprendedor está muy consolidado en este país asiático, y el marketing en los medios sociales está impulsando el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.
- La población de Indonesia es ahora más sana y cuenta con un poder adquisitivo más elevado, pero está envejeciendo, ya que para el 2035 se estima que un 14 % de la población superará los 65 años.
- La inversión en infraestructuras no solo se está centrando en Yakarta, su capital actual, sino en las ocho principales ciudades del país.
- Una de las claves para triunfar en el mercado indonesio consiste en ofrecer productos y servicios que faciliten la vida al consumidor.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL CONCEPTO DE BELLEZA EN EL MUNDO

Este estudio realizado a nivel mundial analiza el complicado y cambiante concepto de belleza, incluidos los ideales, las personas influyentes y las tendencias del sector.

Una nueva encuesta realizada en 27 países señala los principales conflictos que se generan en torno al concepto de belleza actual y revela asimismo que las características de belleza intrínsecas como la felicidad, la amabilidad y la seguridad propia suelen estar más valoradas que los rasgos físicos.

No obstante, es cierto que los ideales de belleza continúan existiendo y que estos varían de forma significativa entre los distintos países y sexos. Prueba de ello son las diferentes características que la población considera más bellas en los hombres y en las mujeres, así como nuestra forma de recrearlas artísticamente.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, nuestra última edición de la serie [What the Future](#) analiza varias tendencias del sector de la belleza, entre las que se incluyen las siguientes:

- La presión para alcanzar un ideal de belleza más amplio e inclusivo.
- El uso de ingredientes sostenibles, naturales y mínimamente procesados (o «limpios») en los productos de belleza.
- El papel de los blogueros y usuarios de los medios sociales a la hora de definir el concepto de belleza y la consiguiente disminución de la influencia de las grandes marcas cosméticas.

Además, el estudio revela que sobrestimamos la influencia de Instagram, puesto que muchas mujeres afirman que los miembros de su familia, en concreto sus madres, influyen más en sus rutinas de belleza que los propios medios sociales.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LOS PRESIDENTES LATINOAMERICANOS

Esta nueva encuesta de opinión realizada en Latinoamérica ofrece una clasificación que determina el nivel de favorabilidad de los presidentes de la región.

De acuerdo con los líderes de opinión encuestados, Sebastián Piñera, presidente de Chile, es el jefe de estado de Latinoamérica que cuenta con una mayor aceptación, y se sitúa a la cabeza con un 68 % en la clasificación. Se trata de 400 participantes que se encuentran entre los personajes más informados e influyentes de los 14 países latinoamericanos, y con frecuencia comparten sus opiniones en los medios de comunicación.

Tabaré Vázquez, presidente de Uruguay, también goza de una imagen favorable de cara a los encuestados: con un 65 % de aceptación, se presenta actualmente como el segundo presidente más popular, tras haber ocupado el primer puesto en la última encuesta de noviembre de 2018.

Con cifras intermedias se encuentran Iván Duque (presidente de Colombia, 53 %), Martín Vizcarra (presidente de Perú, 51 %) y Lenín Moreno (presidente de Ecuador, 51 %).

El extremo inferior de la escala lo ocupa Nicolás Maduro, presidente de Venezuela, que continúa ostentando las puntuaciones más bajas de la clasificación de nuestro estudio, con un 93 % de encuestados en contra.

Jair Bolsonaro, presidente de Brasil, es también uno de los líderes latinoamericanos con peor aceptación: el 68 % de los líderes de opinión lo desapruaban, frente al 29 % que tienen una opinión positiva sobre él.

Por su parte, Mauricio Macri, presidente de Argentina, ha registrado un descenso considerable en los últimos 18 meses, concretamente desde un 72 % a un 50 %.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



LA MUJER EN LAS COMUNIDADES CACAOTERAS

Un programa de sostenibilidad integral fomenta el empoderamiento de las mujeres a través de diversas actividades y aborda los problemas a los que se enfrenta el colectivo femenino en las comunidades que cultivan cacao.

La colaboración entre Ipsos y Mondelēz International ha dado lugar a “Cocoa Life”, un programa que pretende incrementar su sostenibilidad e influencia en el desarrollo mediante la inclusión de las mujeres en los planes de implementación.

Ante esta situación se plantean dos cuestiones: qué va a suponer el empoderamiento de las mujeres en las acciones para impulsar el desarrollo y cómo sabremos que se ha conseguido.

Lamentablemente, la adquisición de poder por parte de las mujeres no suele tratarse de un progreso lineal ni se consigue simplemente con proporcionarles formación u otorgarles acceso a nuevas plataformas. Más bien se deben abordar en primer lugar los problemas y las normas que rigen la estructura social. Se trata de un proceso lento cuyos progresos pueden observarse en diferentes aspectos en función del contexto y las circunstancias de cada comunidad.

Con los datos recopilados en las comunidades cacaoteras de Ghana, Costa de Marfil, Indonesia y República Dominicana, este informe profundiza en cómo y por qué las intervenciones de los programas que se centran en el empoderamiento femenino afectan a las mujeres de estas regiones, y cómo pueden influir también en el resto de la comunidad.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



BLOQUEO DE LOS MEDIOS SOCIALES

La población mundial tiene opiniones divididas sobre si es adecuado que el gobierno bloquee temporalmente los medios sociales en momentos de crisis.

Tras un atentado terrorista que dejó 300 muertos en abril, el gobierno de Sri Lanka prohibió temporalmente el acceso a los medios sociales para evitar que circulara información falsa.

Hemos querido realizar una encuesta a ciudadanos de 27 países para comprobar si apoyarían una decisión de este tipo. Los resultados revelan que seis de cada diez ciudadanos a nivel mundial (60 %) opinan que es aceptable bloquear de forma temporal los medios sociales con el fin de evitar la difusión de información falsa, tanto en momentos de crisis como en el caso de un atentado terrorista.

Los países que están más a favor de esta medida son India (88 %), Malasia (75 %), Arabia Saudí (73 %), China (72 %) y Gran Bretaña (69 %), mientras que Argentina (47 %), Serbia (49 %) y Japón (50 %) se muestran más en contra de esta medida.

No obstante, sigue existiendo cierta preocupación sobre si es aceptable bloquear temporalmente determinadas plataformas que podrían servir como principal fuente de información para los ciudadanos.

En este sentido, siete de cada diez ciudadanos (71 %) consideran que el bloqueo de los medios sociales en momentos de crisis constituye una medida poco eficaz, y menos de la mitad (48 %) no confía en sus gobiernos para tomar esta decisión o saber cuándo resultaría apropiado ponerla en práctica.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



CANADÁ EN EL PUNTO DE MIRA

Presentamos una nueva colección de artículos acerca de los principales problemas a los que se enfrentan Canadá y su nuevo gobierno, así como nuevos estudios en el ámbito sanitario.

La administración pública después de las próximas elecciones: a medida que se desarrolla la campaña para las elecciones federales de Canadá, que finalizará el próximo mes de octubre, Ipsos y el [Institute on Governance](#) canadiense están elaborando una colección de artículos de reflexión sobre la forma en que se administra el sector público del país.

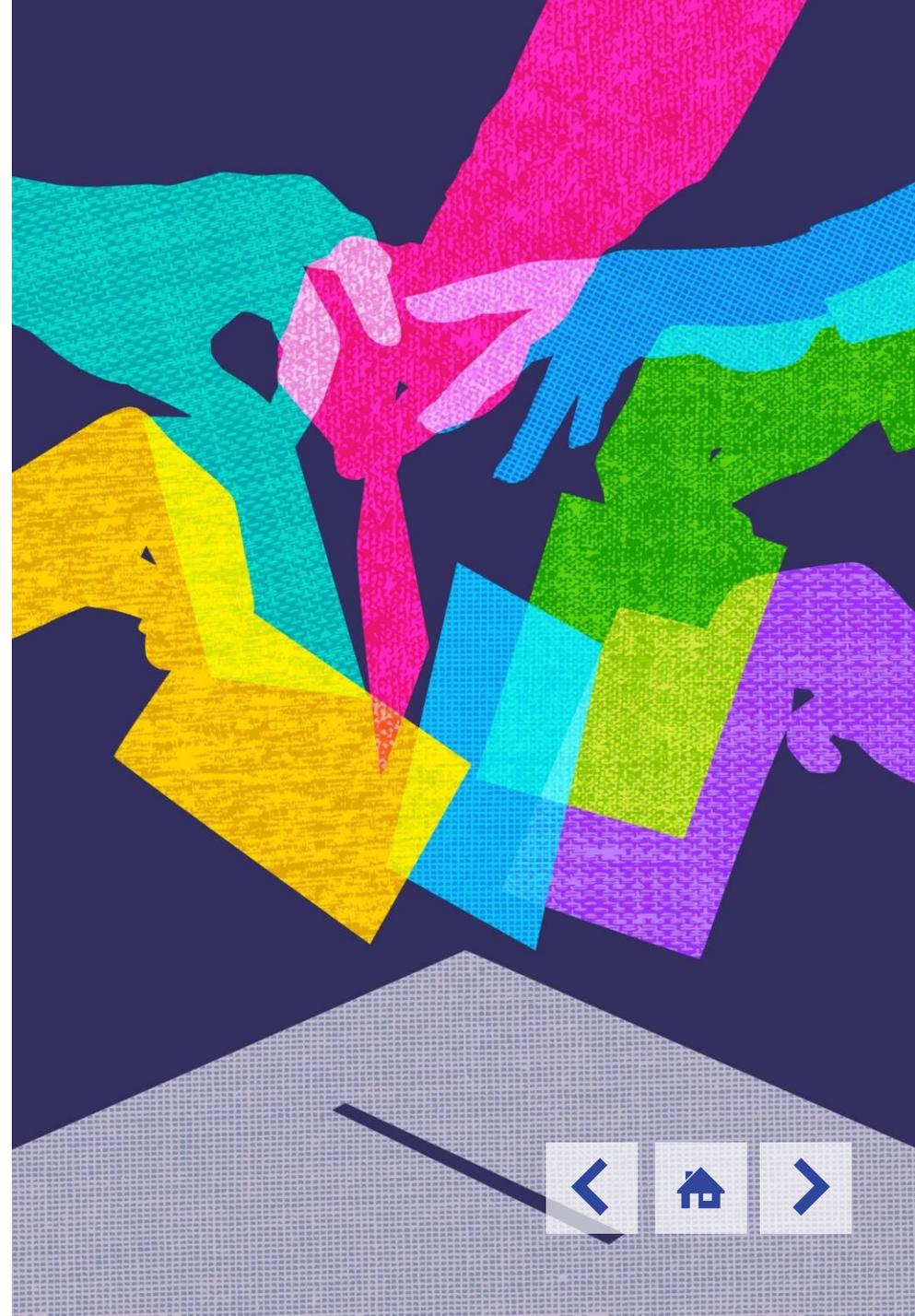
Estos artículos tratarán asuntos importantes como la gobernanza del sector público, la sanidad, la inmigración, el compromiso de los jóvenes, el medioambiente, la vivienda y las políticas financieras. A su vez, se analizarán estrategias positivas para fortalecer la cohesión social, la participación democrática y el valor que perciben los ciudadanos sobre el gobierno. Actualmente ya es posible acceder a dos de estos artículos de reflexión: [The Elephant in the Vault](#) y [Does Canada Need More Canada?](#)

Los dispositivos de salud conectados en Canadá: otro de los informes elaborados este mes revela que [los canadienses se muestran optimistas con respecto al papel que desempeñará la tecnología en el sistema sanitario del futuro](#). La encuesta realizada en nombre de la Asociación Médica de Canadá (CMA, por sus siglas en inglés) reveló que al 84 % de los canadienses les interesaría tener la posibilidad de acceder a toda su información sanitaria desde una única plataforma, y que el 55 % de los encuestados creen que los programas de IA lograrán diagnosticar de forma precisa distintas enfermedades y afecciones en el futuro.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Con motivo del Día Mundial del Turismo que tendrá lugar en septiembre, repasamos algunos de los últimos estudios y análisis de Ipsos relacionados con los viajes.

El Día Mundial del Turismo, que tendrá lugar el próximo 27 de septiembre, constituye una oportunidad para concienciar a la población sobre el papel que desempeña el turismo en la comunidad internacional, así como para demostrar cómo afecta a los valores sociales, culturales, políticos y económicos a nivel mundial.

Para celebrar la ocasión, presentamos una selección de nuestras últimas publicaciones sobre el turismo:

- Segmenting US Affluent Travellers: un análisis en profundidad basado en los datos de nuestra última encuesta Affluent Survey, que ofrece una visión instantánea de los cinco grupos objetivo de turistas estadounidenses más accesibles que ostentan un mayor poder adquisitivo.
- Holiday Barometer for Europeans and Americans: un informe sobre las vacaciones de verano en Europa, EE.UU. y Brasil, incluidos los planes y destinos preferidos.
- Engaging China's Affluent Consumer: un artículo sobre cómo llegar al 91 % de los turistas chinos con poder adquisitivo que desean explorar las últimas tendencias cuando viajan al extranjero.
- A Way to Get Away: una encuesta de Global Advisor realizada en 27 países sobre los días libres en el trabajo, con cuestiones específicas como: ¿gastan los ciudadanos de los diferentes países todos sus días de vacaciones? O ¿Desconectan realmente?

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



ARTÍCULOS

LA INNOVACIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA

No cabe duda de que la innovación resulta fundamental para el futuro de la economía. Podría decirse que nos encontramos en el inicio de una «cuarta revolución industrial», basada en la implementación de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, la robótica y la nanotecnología, entre otras. No obstante, los avances y el crecimiento económico no solo dependen de las tecnologías, sino también de la mentalidad de las personas. En este sentido, la opinión pública desempeña un papel fundamental en su posible éxito.

Se debe tener en cuenta además que los cambios económicos que se han producido en el pasado han tenido un impacto negativo grave y prolongado en las comunidades y las personas. Los gobiernos y los responsables de la elaboración de políticas han fracasado a la hora de planificar y gestionar el cambio, así como a la hora de garantizar que se distribuyeran equitativamente los beneficios y mitigar las consecuencias negativas. La cuestión es: ¿podremos hacerlo mejor esta vez?

En este artículo elaborado por el King's College London, Ipsos MORI y el Centre for London, se exponen las dificultades que surgen en el desarrollo de la inteligencia artificial. Además, se analizan las opiniones de la población con respecto a la innovación y se presenta un resumen sobre los principales problemas a los que se enfrentan los responsables de la elaboración de políticas.

[LEER MÁS](#)

INDICADOR GLOBAL DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

El Indicador de confianza mensual de los consumidores de Ipsos (Consumer Confidence Index) realizado en 24 países se ha mantenido igual (50,2 puntos) y con la puntuación más alta registrada en este 2019.

Este indicador global, que representa las opiniones de los consumidores sobre la situación actual y futura de la economía de sus países, ha mostrado signos de estabilidad al permanecer con una puntuación superior a 50 puntos por segunda vez consecutiva este año.

Por otro lado, siete de los países encuestados han registrado un aumento significativo en el nivel de optimismo durante tres meses: Argentina (+5,7), Turquía (+5,2), China continental (+3,4), Francia (+3,2), Arabia Saudí (+2,7), Canadá (+2,5) y Polonia (+1,9).

En el extremo opuesto se encuentran Japón (-2,2), España (-2,0), India (-1,7) y Suecia (-1,5), que han sido los países con una mayor disminución en tres meses.

Para consultar comparaciones gráficas completas y datos de tendencias, visita nuestro portal interactivo:

[Indicadores económicos consolidados de Ipsos](#)

[LEER MÁS](#)

ÍNDICE DE AVIACIÓN EN EL REINO UNIDO

Nuestra encuesta del Índice de Aviación para los Servicios británicos de Tráfico Aéreo (NATS, por sus siglas en inglés) revela que la población del Reino Unido tiene más probabilidades que otros países de prever las consecuencias negativas que pueda tener el Brexit en los viajes aéreos, y además muestra un mayor interés en que se ofrezcan vuelos sostenibles.

Siete de cada diez encuestados afirman que nunca volarían con una aerolínea que tuviera una mala reputación, aunque solo el 38 % estarían dispuestos a pagar más por viajar con una compañía específica.

Por otro lado, uno de cada cinco encuestados afirma que es menos probable que viaje a destinos europeos en el futuro a causa del Brexit (el doble que el año pasado), mientras que siete de cada diez prevén que los vuelos entre el Reino Unido y Europa se encarecerán.

De igual forma, abundan más los que piensan que se necesita realizar una expansión de los aeropuertos existentes en el Reino Unido (57 %) que los que no, un porcentaje más elevado que el de el año pasado (48 %).

Asimismo, tres de cada cinco personas opinan que la reducción de las emisiones debería ser una prioridad para la industria aeronáutica. No obstante, y a pesar de que tenga un impacto negativo en el medioambiente, los británicos consideran que no se debería disuadir a las personas de viajar en avión si es lo que desean.

[LEER MÁS](#)

RECOPIACIÓN DE ENLACES

ENCUESTA DE FELICIDAD A NIVEL MUNDIAL

Leer más: <https://www.ipsos.com/en/what-makes-you-most-happy-hint-its-not-what-you-may-spend-most-time>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-08/Happiness-Study-report-August-2019.pdf>

Contacto: Nicholas.Boyon@Ipsos.com

IPSOS FLAIR INDONESIA: AHORA O NUNCA

Leer más: <https://www.ipsos.com/en/flair-indonesia-2019-now-or-never>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-09/flair-indonesia-2019-10-things.pdf>

Contacto: Soeprapto.Tan@ipsos.com

EL CONCEPTO DE BELLEZA EN EL MUNDO

Leer más:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-08/global-advisor-beauty-august-2019.pdf>

Descargar:

https://future.ipsos.com/downloads/Ipsos_WTF_6_Beauty.pdf

Contacto: Matt.Carmichael@Ipsos.com

NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LOS PRESIDENTES LATINOAMERICANOS

Leer más: <https://www.ipsos.com/es-ar/encuesta-lideres-de-opinion-de-latam-aprobacion-presidencial>

Descargar:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-08/informe_ipsos_lideres_de_opinion_aprobacion_presidencial_agosto_2019.pdf

Contacto: Alfredo.Torres@Ipsos.com

RECOPILOCIÓN DE ENLACES

EL IMPULSO DE LA MUJER EN LAS COMUNIDADES CACAOTERAS

Leer más: <https://www.ipsos.com/en/empowering-women-more-sustainable-cocoa-communities>

Descargar:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-08/empowering-women-for-more-sustainable-cocoa-communities-2019.pdf>

Contacto: Meghann.Jones@ipsos.com

CANADÁ EN EL PUNTO DE MIRA

Leer más: <https://www.ipsos.com/en-ca/knowledge/society/governing-past-next-election>

Descargar: <https://iog.ca/docs/Does-Canada-Need-More-Canada.pdf>

Contacto: Mike.Colledge@Ipsos.com

BLOQUEO DE LOS MEDIOS SOCIALES

Leer más: <https://www.ipsos.com/en/social-media-should-governments-shut-it-down-times-crisis>

Descargar:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-08/global_advisor_-_social_media_ban_-_final.pdf

Contacto: Darrell.Bricker@Ipsos.com

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Leer más: <https://www.ipsos.com/en/segmenting-us-affluent-travelers>

Descargar: <https://www.ipsos.com/en/way-get-away-0>

Contacto: IKC_Team@Ipsos.com

RECOPIACIÓN DE ARTÍCULOS

LA INNOVACIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA

Leer más:

<https://www.kcl.ac.uk/policy-institute/assets/innovation-policy-briefing.pdf>

Contacto: Kelly.Beaver@Ipsos.com

INDICADOR GLOBAL DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

Leer más:

<https://www.ipsos.com/en-us/consumer-confidence-august-2019>

Contacto: Chris.Jackson@Ipsos.com

ÍNDICE DE AVIACIÓN EN EL REINO UNIDO

Leer más:

<https://www.ipsos.com/ipsos-mori/en-uk/aviation-index-2019-public-attitudes-towards-aviation-uk>

Contacto: Lewis.Hill@Ipsos.com

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://www.instagram.com/ipsos)