

# IPSOS UPDATE

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

Octubre 2023

# PÍLDORAS DE ENCUESTAS

Visita [ipsos.com](https://www.ipsos.com) y nuestras webs locales de cada país si quieres ver nuestras últimas cifras.

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

**EEUU:** A ocho de cada diez padres les preocupa que sus hijos utilicen apps en las que comparten vídeos o imágenes.

**ECUADOR:** Nueve de cada diez personas han comprado productos de marca blanca, sobre todo productos de limpieza del hogar (73%) y productos lácteos (64%).

**FRANCIA:** Seis de cada diez franceses dicen que intentan ellos mismos reparar sus equipos eléctricos cuando se rompen.

**UK:** Casi nueve de cada diez británicos piensan que el país necesita un equipo renovado de líderes.

**KUWAIT:** El 95% de las personas con una cuenta bancaria utiliza un canal digital para realizar al menos una forma de transacción.

**AUSTRALIA:** Seis de cada diez empleados sienten que su organización tiene una buena cultura del bienestar.

# EN ESTE NÚMERO

## CONVERACIONES CON LA IA - PARTE II

### La calidad de la IA en el trabajo cualitativo

La IA ofrece posibilidades reales de transcribir ficheros, generar imágenes y vídeos o incluso programar. En este informe analizamos la utilidad y los riesgos asociados con el trabajo a través de la IA.

## ¿QUÉ PREOCUPA AL MUNDO?

### Creciente preocupación por los delitos violentos

En 29 países, la preocupación por los delitos violentos ha llegado a su punto más alto desde antes de la pandemia. Ahora está en segundo lugar, por detrás de la inflación.

## LAS EMOCIONES EN EL MUNDO

### Un marco multicultural para la medición de las emociones

Este artículo proporciona la visión general del Ipsos Emotion Framework – un enfoque estructurado y ampliable para captar y cuantificar las respuestas emocionales en las diferentes culturas.

## ÍNDICE GLOBAL DE INFRAESTRUCTURAS

### El “doble beneficio” de las infraestructuras

El Global Infrastructure Index 2023 nos muestra que existe un sentimiento consistente de que las infraestructuras proporcionan un doble beneficio: impulsan la economía y combaten el cambio climático.

## VISIÓN GLOBAL SOBRE LA EDUCACIÓN

### Actitudes en torno a los profesores y la IA en las aulas

Una mayoría de encuestados de 29 países describe el sistema educativo de su país como mediocre: no obstante, hay una gran diferencia entre los diferentes países.

## ABRIRSE AL VALOR DE LA REPUTACIÓN

### La relación entre la reputación de un negocio y su eficiencia

Este artículo utiliza datos del Global Reputation Monitor realizado en 24 países para explorar la relación entre la buena reputación y una mejor eficiencia de los negocios.

## MONITOR GLOBAL DE SERVICIOS DE SALUD

### Aumento de la preocupación por la salud mental

La salud mental ahora es la principal preocupación de salud en el mundo. Mientras uno de cada dos encuestados afirma que su sistema sanitario es bueno, las calificaciones varían enormemente por país.

## ARGUMENTOS A FAVOR DEL TRABAJO PRESENCIAL

### La experiencia de los empleados con el trabajo híbrido

La investigación de Ipsos Karian y Box arroja que tres días de trabajo presencial a la semana es una cifra óptima para aspectos clave tales como la implicación y la cultura de oficina.



Foto de portada: Estación Langen, Banjar, Oeste de Java, Indonesia.

Nueve de cada diez personas de Indonesia afirman que las infraestructuras ferroviarias de su país son buenas. Para una visión global sobre las infraestructuras, ve a la [página 11](#).

# CONVERSACIONES CON LA IA – PARTE II

## La calidad de la IA en el trabajo cualitativo

Las aplicaciones potenciales de la IA ya no son meras ideas abstractas, sino posibilidades tangibles; ya pueden transcribir ficheros de audio y video, generar imágenes y vídeos e incluso escribir código.

Aunque hay un gran entusiasmo en torno a la mejora de la productividad y la creatividad que puede traer la IA, también hay un sentimiento generalizado de cautela por los sesgos, errores y engaños que pueden producirse en con los sistemas de IA. Para orientarse en este tsunami de cambio, nos gustaría enfatizar la importancia del uso cuidadoso y reflexivo de las tecnologías de IA.

En *Conversaciones con la IA Parte II*, hemos realizado una serie de test para evaluar la utilidad y los riesgos asociados con la IA. Estos test estudiaron aspectos relativos a la transcripción, la traducción y el análisis de sentimientos de diferentes IA a través de plataformas de investigación cualitativa.

Los resultados muestran variaciones en cuanto a la calidad de las transcripciones de IA: la transcripción automática es más fiable con idiomas muy utilizados como el inglés. La fiabilidad de las traducciones de IA dependía del uso de transcripciones humanas como punto de partida.

En términos de análisis de sentimientos, los modelos de IA mostraron diferentes niveles de exactitud, algunos de ellos dieron tan buenos resultados como el análisis de sentimientos humano. En el análisis temático, la IA generativa proporcionó buenos resúmenes generales pero no dio tan buenos resultados a la hora de encontrar insights y de deducir implicaciones para los negocios en comparación con los investigadores humanos.

Aunque la IA presenta oportunidades de innovación y crecimiento, los negocios tienen que evaluar cuidadosamente las herramientas de IA para que alcancen su valor máximo y a la vez mitigar los riesgos potenciales.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

UNA SENSACIÓN DE ENTUSIASMO EMERGE DEL HECHO DE QUE LA IA TENGA LA CAPACIDAD DE FORMULAR CONTENIDO APARENTEMENTE ORIGINAL A PARTIR DE INDICACIONES BÁSICAS.”



# VISIÓN GLOBAL SOBRE LA EDUCACIÓN

## Actitudes en torno a los profesores y la IA en las aulas

El Monitor Global sobre Educación de Ipsos arroja que la mayoría de los encuestados de 29 países tiende a describir el sistema educativo nacional como mediocre. No obstante, hay diferencias por países.

Singapur es el país más positivo: tres de cada cuatro personas (74%) afirman que el sistema educativo es bueno, incluyendo un 27% que afirma que es muy bueno. Irlanda es segundo con un 63% que piensa que es bueno. Y Australia es tercero (57%).

En el extremo opuesto del espectro, Hungría es el país menos satisfecho con el nivel de educación que reciben sus estudiantes: dos tercios (67%) afirman que el nivel es bajo. Tampoco en Latinoamérica son nada positivos sobre la educación disponible en sus países. Después de Hungría, Perú (10%), Chile (11%) y Argentina (15%) tienen el número más bajo de ciudadanos que describen la educación como buena.

Por otro lado, en lo que se refiere a los profesores, hay una valoración de lo difícil que es el trabajo de profesor: dos tercios (67%) de los encuestados afirman que los profesores trabajan duro.

Sin embargo, los encuestados están divididos en cuanto a si los profesores cobran lo suficiente: el 46% dice que los profesores están bien pagados, pero el mismo porcentaje piensa lo contrario. En India, Singapur y Malasia es donde hay una mayoría que piensa que los profesores están bien pagados. En Argentina y Hungría, tres de cada cuatro dicen que los profesores no están bien pagados.

En cuanto a la IA en las aulas, uno de cada tres (35%) piensa que será positiva mientras que el 18% cree que tendrá un impacto negativo. En Indonesia hay un mayor apoyo a la IA: un 54% afirma que será un recurso adicional positivo. En Canadá, EEUU y Francia hay más personas que piensan que la IA tendrá un impacto negativo en los colegios.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

UNA DE CADA TRES (33%) PERSONAS DESCRIBE EL SISTEMA EDUCATIVO DE SU PAÍS COMO BUENO, MIENTRAS QUE EL 36% LO DESCRIBE COMO MEDIOCRE. ”



# ¿QUÉ PREOCUPA AL MUNDO?

## La preocupación por los delitos violentos alcanza su pico postpandemia

La preocupación por la delincuencia está ahora en su punto más alto desde antes de la epidemia de coronavirus: una de cada tres personas (32%) en 29 países afirma que es un tema fundamental en su país.

La preocupación por la delincuencia ocupa ahora un segundo puesto, tras meses de subidas desde enero, cuando solo uno de cada cuatro (26%) creía que era un problema clave. De media global, la preocupación ahora está en uno de sus puntos más altos en ocho años.

Tras una [serie de sucesos violentos](#), donde más ha aumentado esta inquietud desde el mes pasado es en Corea del Sur (hasta 18 puntos). Más de cuatro de cada diez (42%) lo considera un problema crucial, 35 puntos más que en febrero de 2023 cuando la preocupación por los delitos violentos era solo del 7%.

A pesar de este aumento de la preocupación por los delitos violentos, la inflación sigue siendo la principal preocupación global por 18º

mes consecutivo. A nivel global, casi cuatro de cada diez personas (38%) la considera una preocupación clave a la que se enfrenta su país. Son 4 puntos menos que en el pico de preocupación de hace seis meses (42%). La preocupación sigue siendo muy alta en Argentina (66%), con Singapur (59%) en segundo lugar tras un aumento de 10 puntos desde el mes pasado.

La pobreza y la desigualdad social (31%), la corrupción económica y financiera (26%) y el desempleo (26%) completan las cinco principales preocupaciones globales.

A nivel global, solo algo más de un tercio de las personas (36%) afirma que su país avanza en la dirección correcta. En Alemania, esta cifra ha caído hasta solo uno de cada cuatro (24%) – la puntuación más baja de este país en una década– tras un descenso de 16 puntos en los dos últimos meses. Este pesimismo se refleja también en la forma en que los alemanes perciben la economía nacional: el 36% la describen como “buena”, el punto más bajo jamás registrado para esta medición.



TRAS UNA SERIE DE SUCESOS VIOLENTOS, HA AUMENTADO MÁS LA PREOCUPACIÓN POR EL CRIMEN DESDE EL ÚLTIMO MES ES EN COREA DEL SUR (HASTA 18PTS).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



# ABRIRSE AL VALOR DE LA REPUTACIÓN

## La relación entre la reputación de un negocio y su eficiencia

La reputación es lo que mueve el engranaje de la industria. Crear confianza es un punto de partida ventajoso a la hora de contar un relato en tiempos de crisis, diseñar el marketing de productos de forma eficiente o conseguir defensores y embajadores de la marca.

Este informe analiza los datos de nuestro último Monitor de Reputación Global lanzado en 24 países y explora la relación entre la buena reputación y una mayor eficiencia en los negocios.

A nivel global, en general las personas tienden a creer que las empresas son sinceras (21% claramente y el 49% probablemente). Esta creencia está íntimamente relacionada con la confianza general; cuanto más aumenta la confianza, más aumenta el potencial de apoyo en tiempos difíciles. Entre las personas que confían en una empresa, un gran porcentaje, el 51%, afirma que definitivamente darán a esa empresa el beneficio de la duda si se produce una crisis. Mientras que entre las

personas que tienen sentimientos neutros hacia una empresa, ese porcentaje desciende a solo el 10%.

La confianza también tiene un enorme impacto en la publicidad y el uso de producto. Es más probable que los consumidores se enganchen y respondan a los anuncios de las empresas en las que confían. La confianza también tiene un impacto positivo en los sentimientos de los consumidores hacia los productos/servicios de una empresa y su disposición a pagar más.

Para los profesionales de la comunicación corporativa, el valor de la confianza es claro. Los beneficios van desde una mayor eficiencia del marketing hasta un aumento de la implicación del consumidor. Alimentar un repositorio de confianza es fundamental y un gran argumento para invertir tiempo, dinero y recursos para las acciones y mensajes que contribuyan a este fin.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

CONSTRUIR UNA REPUTACIÓN SÓLIDA PARA ALCANZAR UN VOTO DE CONFIANZA ES FUNDAMENTAL EN TODOS LOS SECTORES, ESPECIALMENTE EN LOS DE ALTO RIESGO.”



# LAS EMOCIONES EN EL MUNDO

## Un marco de trabajo multicultural para la medición de las emociones

En colaboración con socios académicos y tomando como punto de partida una serie de *insights* recopilados de décadas de investigación dentro de las ciencias cognitivas y la neurociencia, Ipsos ha desarrollado el Ipsos Emotion Framework. Este innovador marco de trabajo está diseñado para captar las respuestas emocionales de diversas culturas e idiomas.

El marco de trabajo se articula en torno a tres dimensiones esenciales:

- 1. Valencia**, muestra si la respuesta emocional es positiva o negativa.
- 2. Excitación**, define la intensidad de una respuesta emocional.
- 3. Control**, revela el nivel de influencia que una persona piensa que posee sobre una situación.

Uno de los rasgos clave del marco de trabajo es su robusta base de datos multicultural. La emoción tiene que ser entendida e interpretada desde esta lente multicultural. Este aspecto crucial está a la cabeza y en el centro del marco de trabajo, y ofrece una valiosa herramienta a las organizaciones globales con el fin de que puedan discernir y valorar los rasgos culturales de las respuestas emocionales.

Además, el marco de trabajo ha descubierto exitosas aplicaciones en escenarios diversos de la vida real, desde la mejora de las experiencias del cliente hasta el impulso del impacto de la publicidad.

También es ampliable y tiene una buena relación coste-eficacia. Al ir más allá de las limitaciones de los métodos tradicionales de investigación, el enfoque consigue que la medición de las emociones no solo sea posible, sino también factible para un amplio espectro de organizaciones, logrando aportar información clave sobre el comportamiento y la toma de decisiones de las personas.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



EL IPSOS EMOTION FRAMEWORK  
RELACIONA EL MUNDO IMPERCEPTIBLE DE  
LOS SENTIMIENTOS CON ACCIONES Y  
RESULTADOS DEL MUNDO REAL.”



# MONITOR GLOBAL DE SERVICIOS DE SALUD

La salud mental es ahora la principal preocupación de salud del mundo

En 31 países, los encuestados creen que la salud mental es la principal preocupación en torno a la salud a la que se enfrenta su país. Desde la primera edición de esta encuesta en 2018, la preocupación por la salud mental ha aumentado en 17 puntos, hasta un 44%. La preocupación por el estrés (30%) también sube y ahora es la tercera detrás del cáncer (40%).

De media global, solo una de cada dos personas (48%) describe el sistema sanitario de su país como bueno. Pero esta media global esconde una diferencia de 57 puntos. Siete de cada diez personas afirman que la calidad de su atención sanitaria es buena en Singapur (71%) y Suiza (68%), pero esta cifra cae a menos de dos de cada diez en Polonia (14%), Hungría (15%) y Perú (16%).

En los últimos cinco años también ha habido un aumento constante en la proporción de personas que afirman que el sistema sanitario

de su país está saturado. Una media global del 62% – y una mayoría en 25 países – están ahora de acuerdo con esto, con una subida desde el 54% desde 2018. La cifra es más de ocho de cada diez en Francia (82%) y Gran Bretaña (81%).

A pesar de ello, la confianza en el sistema sanitario sigue siendo estable. Uno de cada dos personas a nivel global (51%) confía en su sistema sanitario para proporcionarles el mejor tratamiento. Hungría destaca como excepción: casi siete de cada diez (68%) **no** confía en que recibirá el mejor tratamiento.

Un tercio de los encuestados (35%) no creen que el sistema sanitario de su país proporcione el mismo nivel de atención sanitaria a todo el mundo. Más de uno de cada dos ciudadanos piensan así en Hungría (68%), Chile (58%), Polonia (55%), Irlanda y Sudáfrica (ambos 51%).

TAMBIÉN HA HABIDO UNA SUBIDA CONSTANTE DEL PORCENTAJE DE PERSONAS QUE AFIRMA QUE EL SISTEMA SANITARIO DE SU PAÍS ESTÁ SATURADO.”

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



# ÍNDICE GLOBAL DE INFRAESTRUCTURAS

## El “doble beneficio” de las infraestructuras

La edición de 2023 del Global Infrastructure Index, realizado en colaboración con la Global Infrastructure Investor Association, arroja que las infraestructuras aportan un “doble beneficio”, impulsando la economía y combatiendo el cambio climático.

En 31 países, siete de cada diez personas (69%) están de acuerdo en que invertir en infraestructuras creará nuevos trabajos e impulsará la economía. Una media global del 59% – y una mayoría en casi todos los países– piensa que las infraestructuras también pueden realizar una importante contribución a la hora de combatir el cambio climático.

No obstante, los ciudadanos no están satisfechos con la ejecución de las infraestructuras, casi seis de cada diez (57%) afirma que su país no hace lo suficiente para cubrir las necesidades de infraestructuras y cuatro de cada diez (44%) puntúan a diez de los sectores de infraestructuras como malos o muy malos.

Este sentimiento varía considerablemente entre países, con una diferencia de 65 puntos porcentuales entre los países que están más y menos satisfechos con las infraestructuras globales de su país. El 74% de los encuestados de Singapur afirma que están satisfechos con la infraestructura global del país en comparación con solo uno de cada diez (9%) en Rumanía.

Las valoraciones también varían entre los diferentes sectores de las infraestructuras, con percepciones mucho más positivas para aeropuertos (el 68% de media los describen como buenos) que para las infraestructuras para cargar vehículos eléctricos (32%) o la defensa frente a las inundaciones (30%).

De media global, las personas siguen pensando que el impacto medioambiental de la inversión en infraestructuras debería priorizarse frente al impacto en la economía (47% vs. 29%), pero esta preferencia se ha debilitado desde 2021.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LOS CIUDADANOS EN GENERAL NO ESTÁN SATISFECHOS CON LA EJECUCIÓN: SEIS DE CADA DIEZ AFIRMA QUE SU PAÍS NO HACE LO SUFICIENTE PARA CUBRIR LAS NECESIDADES.”



# ARGUMENTOS A FAVOR DEL TRABAJO PRESENCIAL

## La experiencia de los empleados con el trabajo híbrido

Una nueva investigación de Ipsos Karian y Box proporciona análisis empírico sobre el impacto que tiene el trabajo híbrido y remoto en la experiencia del empleado, la cultura en el lugar de trabajo y el rendimiento.

Con una muestra de 1400 trabajadores de oficina a tiempo completo, el informe resalta que la mayoría de los empleados no quieren trabajar todo el tiempo de forma presencial, pero que ir tres días a la semana marca el perfecto equilibrio para empleados y empleadores.

Otros hallazgos clave son:

- Los empleados que pasan **tres días a la semana en la oficina tienen más posibilidades de mantener conversaciones sobre su desarrollo profesional** con sus jefes y de generar nuevas ideas.

- Solo algo más de la mitad de los empleados de oficina (53%) pasan actualmente su número preferido de días en su trabajo.
- El **36%** de los trabajadores de oficina que trabajan en remoto dicen que se sienten presionados constantemente, frente al 45% de los que trabajan de forma híbrida y al 40% que trabaja siempre de forma presencial.
- El 53% de los empleados de entre 18 y 24 años declaran sentirse solos siempre o con frecuencia y aprender menos habilidades si trabajan menos de tres días de forma presencial.

Como han mostrado otros estudios, los trabajadores afirman que el tiempo dedicado al transporte y el coste son las principales barreras para acudir a la oficina con más frecuencia.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



LA MEJORA DE LA CONCILIACIÓN Y EL AHORRO EN LOS COSTES DE TRANSPORTE SON ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES BENEFICIOS DE TRABAJAR DESDE CASA.”



## Resumen EPA: ESG

La edición resumida sobre ESG (valores ambientales, sociales y de gobernanza) del Ipsos European Public Affairs (EPA) aporta hallazgos y perspectivas de los últimos trabajos de Ipsos en la UE y fuera de ella. Los temas son:

- Cómo pueden los negocios estar a la altura de las expectativas de los consumidores en lo que se refiere a los valores ESG.
- La investigación y el análisis sobre comportamientos para entender mejor las actitudes del consumidor en torno a los temas ESG.
- Analizar si las PYMEs de la UE y los países vecinos están cumpliendo con el desafío de la eficiencia de los recursos.
- La sostenibilidad ambiental en el sector de los suplementos alimenticios y cómo las medianas y pequeñas empresas y las multinacionales responden a los nuevos requisitos.

[LEER MÁS](#)

## El valor de una mujer

El primer volumen de los informes de Ipsos y Effie sobre Eficacia Dinámica en Reino Unido muestra las ventajas comerciales de mostrar el valor de las mujeres.

En Gran Bretaña, el 29% de las personas están de acuerdo en que el principal papel de la mujer en la sociedad es ser buenas madres y esposas. Es alarmante que esta cifra esté en aumento, especialmente entre los jóvenes de 16 a 24 años. Si bien es cierto que existen fenómenos como el de Andrew Tate o los 229,8 millones de visionados de #Tradwife en TikTok, que impulsan la tendencia hacia los roles tradicionales, el marketing también ha tenido un papel en el refuerzo del sesgo de género. De los anuncios testados en nuestra base de datos, el 58% presentan a mujeres en papeles tradicionales.

Sin embargo, la evidencia muestra que presentar a las mujeres en papeles más diversos tiene una ventaja comercial. Los anuncios con mujeres en papeles no-tradicionales suelen tener una mejor valoración en el Gender Equality Measure® y tienen un 24% más de probabilidad de alcanzar una mejora en las ventas a corto plazo y un 28% más de probabilidad de mejorar el valor de marca.

[LEER MÁS](#)

## Pobreza y precariedad

Casi un tercio de los europeos (29%) afirma que actualmente se encuentran en una situación financiera y material precaria, de acuerdo con el Barómetro Europeo sobre Pobreza y Precariedad realizado por Ipsos para French Secours Populaire. Además de aquellos que se encuentran en situaciones precarias, la mayoría de los europeos (56%) se las arreglan, pero tienen que tener cuidado con las finanzas, y solo un 15% afirma estar en una buena situación.

El poder adquisitivo de los europeos sigue siendo preocupante en 2023. Más de uno de cada dos de los europeos encuestados afirma que su poder adquisitivo ha descendido en los últimos tres años (55%). Esta situación es especialmente grave en Grecia (64%), Serbia (63%) y Francia (60%).

Este descenso del poder adquisitivo tiene una causa fácil de identificar. De aquellos que han experimentado esta situación, el 89% cita como razón el aumento de los precios, por delante de una caída de los ingresos por el desarrollo de su actividad (24%) o de tener que afrontar nuevos gastos (23%).

[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.

Además, 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](mailto:IKC@ipsos.com).

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