Septiembre 2024

IPSOS UPDATE

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

© Ipsos

Ipsos Update Septiembre 2024

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

Las elecciones en Estados Unidos son ahora una auténtica competición. Kamala Harris eleva las esperanzas de los demócratas y hasta lleva la cabeza en algunos estados clave según las encuestas de Ipsos para el Washington Post y el ABC. Veremos qué sucede con el impacto del debate en directo entre Trump y Harris – y si Trump puede mantener su ventaja de nueve puntos con respecto a la economía.

Mientras, aunque empiezan a caer los tipos de interés, no vemos a nivel global ningún factor que nos haga pensar en el optimismo. Las encuestas de Ipsos muestran que el coste de la vida es LA preocupación global por 29º mes consecutivo. Además, Estados Unidos es uno de los países especialmente preocupados por los precios, a pesar de que el Banco Federal esté valorando recortar los tipos de interés.

Septiembre es un mes de vuelta al cole en muchas partes del mundo y nuestro nuevo *Monitor sobre la Educación Global* aborda qué le parece a la gente el sistema educativo en su país. Este es otro aspecto en el que existe una brecha entre la percepción (la valoración que hacen los padres del sistema educativo) y la realidad (medida por los resultados obtenidos en el informe PISA). Nuestro estudio arroja que los padres no solo basan su valoración del colegio en los resultados académicos, sino que consideran que la disciplina y el bienestar son igual o incluso más importantes.

Una cosa que está clara de nuestra encuesta sobre educación es el apoyo generalizado a la prohibición de las redes sociales para niños: ¡el 65% de las personas están a favor de que los menores de 14 no puedan utilizar redes sociales ni dentro ni fuera del colegio!

Además, hablaremos en detalle del programa de Ipsos para la investigación sobre IA y transformación de los negocios, en concreto veremos cuál es su papel la hora de ayudar a los líderes y especialistas en innovación de las organizaciones que trabajan con grandes volúmenes de información, como las bibliotecas y los museos, a hacer un mejor trabajo y que la IA contribuya a "conocer bien lo que ya conoces".

También presentamos un nuevo Estado de la Nación, en esta ocasión sobre Marruecos, que analiza un año de sacudidas junto con éxitos nacionales.

Y finalmente septiembre será testigo de la publicación de nuestro informe Ipsos Global Trends por nuestro decimo aniversario que es uno de los más largos hasta la fecha, y que cubre 50 países y 5 millones de puntos de datos, condensados en 23 valores humanos clave y las nueve tendencias globales en las que pensamos que nos tenemos que centrar. Revisaremos todos estos hallazgos en estas mismas páginas el próximo mes y en una serie de eventos en todo el mundo, ¡estad atentos!

Ben Page
Ipsos CEO

Píldoras de encuestas

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

Canadá:
El 80% están preocupados por los residuos orgánicos domésticos.

EEUU:
El 61% dice que tener una mascota cuesta más de lo que pensaban.

Chile:
La mitad de los encuestados (49%) cree que hablar de dinero y de la situación económica de una persona es tabú.

Perú:
El 64% cree que el Congreso tiene más poder ahora que el presidente.

Gran Bretaña:
El 85% afirma que Gran Bretaña está dividida mientras sube la preocupación por el extremismo.

Irlanda:
La vivienda es la preocupación principal: para el 20% es una preocupación.

Noruega:
El 2% afirma que la preocupación medioambiental influye en sus planes de vacaciones de verano.

India:
El 70% de los indios, al valorar todos los aspectos de su vida, afirman que son felices.

ÍNDICE

Flair Morocco 2024

Logros y aceleraciones

Datos sintéticos

De la moda a la realidad: una guía para una aplicación responsable

Cambio significa tensión

Medir y sacar partido del conflicto cognitivo para lograr cambios de comportamiento

¿Qué preocupa al mundo?

La inflación sigue siendo la preocupación principal por 29º mes consecutivo

La segmentación del sector sanitario cobra vida

El amanecer de los bots-persona basados en IA Generativa

Conversaciones con la IA-Parte IV

La IA aplicada a las bibliotecas y el conocimiento: la búsqueda de una solución fiable

Monitor sobre Educación 2024

Un estudio en 30 países sobre las actitudes con respecto a la educación, centrándonos en la tecnología

Liderazgo climático 2024

Cómo abrirse camino entre la licencia social, la falta de información y el *greenwashing*

La emergencia de la clase media ha traído el cambio en muchos sectores como la educación, el ocio, las nuevas tecnologías, la vivienda y la inflación.

Flair Marruecos

Logros y aceleraciones

Flair Marruecos mira atrás hacia un año marcado por una serie de grandes perturbaciones junto con alentadores marcadores para el éxito internacional. Los consumidores marroquíes han cambiado y el resultado es que exigen y esperan más de las marcas. En nuestro informe Flair Marruecos 2024, nuestros expertos locales te invitan a conocer mejor los desafíos y las estrategias necesarias para tener éxito.

Algunos de los temas son:

- **Principales tendencias globales**
  Nuestra revisión se centra en seis temas que incluyen la emergencia climática, la tecnología y la salud.
- **Inflación**
  En general, hay un cambio en las prioridades, con una diferenciación entre lo que es esencial vs. lo que es deseado – porque los consumidores tiene menos dinero para gastar.
- **La estrategia ganadora: la autenticidad**
  Crear una imagen de marca positiva, con confianza y transparencia, son factores clave para alcanzar la autenticidad.
- **El cambio clave: presión sobre las clases medias**
  La emergencia de una clase media en Marruecos se debe a tres factores: 1) el aumento en el número de mujeres que trabajan, 2) más personas que desarrollan actividades comerciales online y 3) contar con el salario mínimo más alto del Norte de África.
- **Orgullo e insatisfacción**
  La tensión entre el orgullo y la insatisfacción define a la sociedad marroquí. El orgullo personal está basado principalmente en poder vivir en un buen barrio, las condiciones de viaje y la armonía entre los ingresos y el poder adquisitivo.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Datos sintéticos

De la moda a la realidad: una guía para una adopción responsable

En este artículo de *Ipsos Views* desmitificamos los datos sintéticos y proporcionamos recomendaciones sobre cuándo, dónde, cómo y en quién confiar para su aplicación responsable, segura y que aporte valor añadido.

Al usar IA Generativa para crear datos sintéticos cabe recordar que esta tecnología no es magia, es ciencia. Parece mágica cuando se usa correctamente, es decir cuando combina la mejor inteligencia humana y artificial: cuando los investigadores experimentados combinan marcos analíticos patentados, seleccionan la IA/modelo correcto para la tarea en cuestión, introducen datos recientes y ajustados de consumidores reales, aplican la ingeniería idónea diseñada por expertos en este campo, utilizan algoritmos científicos bien afinados y sacan provecho de ficheros de datos y activos de datos.

Por decirlo de forma sencilla, la calidad y fiabilidad de los datos sintéticos depende totalmente de los datos humanos reales que se utilizan para crearlos y actualizarlos, así como de los conocimientos de las personas que están detrás de todo este trabajo.

También os ayudaremos a evitar los "vendedores de humo" que han surgido con este boom del potencial de la IA Generativa y que carecen de los controles, la experiencia, los conocimientos y las certificaciones necesarias, con lo que pueden llegar a destruir la marca y la empresa.

Este punto de vista tiene como objetivo ayudaros a encontrar un sentido a la situación actual y a lo que nos puede deparar el futuro. Os ayudará a formaros una opinión objetiva de los datos sintéticos, a analizar tanto su potencial como sus riesgos y a afinar las preguntas que debéis plantearos dentro de la empresa y cara a vuestros socios antes de empezar a valorar esta opción.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Al comprender y valorar el conflicto cognitivo podemos desarrollar estrategias más eficaces para lograr cambios de comportamiento.

Cambio significa tensión

Medir y sacar partido del conflicto cognitivo para lograr cambios de comportamiento

Cada día nos enfrentamos a toda una gama de decisiones que afectan todos los aspectos de nuestras vidas. Algunas siguen rutinas y patrones ya establecidos mientras que otras nos exigen más esfuerzo y valoraciones antes de tomar la decisión final.

El conflicto cognitivo describe nuestro estado mental cuando nos enfrentamos con nueva información que choca con nuestras experiencias, actitudes, creencias y hábitos. Es un componente clave de la toma de decisiones e impulsa que pasemos de las decisiones más habituales y casi espontáneas a una elección más consciente y pensada.

En este artículo de *Ipsos Views* analizamos por qué el conflicto cognitivo importa y de qué medidas disponemos para ayudarnos a comprender mejor las decisiones de las personas. Para ello utilizamos casos prácticos que ilustran la estrecha relación entre el conflicto cognitivo y los cambios de comportamiento.

El concreto, el artículo se centra en la solución patentada y desarrollada por Ipsos *Decision Process Tracing (Análisis del Proceso de Decisión)*. Esta metodología mide la cantidad de conflicto presente en una decisión analizando el recorrido físico que hacen las personas cuando eligen entre dos opciones. Puede distinguir una elección de marca heurística de una elección de marca más racional ya que identifica los distintos tipos de evaluación entre las distintas marcas por los mismos individuos dentro de la misma categoría. También ha podido identificar situaciones en las un número significativo de preferencias de una persona están en conflicto y por lo tanto son proclives al cambio.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

¿Qué preocupa al mundo?

La inflación sigue siendo la preocupación principal por 29º mes consecutivo

Alrededor de una de cada tres personas (32%) en 29 países afirman que el incremento de precios es un problema al que se enfrenta su país.

Argentina y Polonia son países que históricamente muestran una gran preocupación y sus niveles siguen relativamente altos. No obstante, si miramos atrás un año, la puntuación en Argentina ha bajado 17 puntos y la de Polonia ha bajado 10 puntos. Argentina fue el país más preocupado durante 18 meses seguidos (entre noviembre de 2022 y abril de 2024).

Mientras, el porcentaje de personas que menciona la pobreza y la desigualdad social ha subido ligeramente este mes hasta un poco más de tres de cada diez (31%) lo que sitúa este problema al mismo nivel que la inflación.

A los peruanos les preocupa especialmente la desigualdad. El porcentaje que se declara preocupado ha subido 26 puntos hasta la mitad (51%). No solo es 18 puntos más alto que hace un año, pero también es el nivel más alto que hemos registrado para este país.

A pesar de los recientes disturbios, Gran Bretaña muestra un mayor optimismo tras las elecciones generales. Desde el mes pasado, el porcentaje que afirma que el país avanza en la dirección correcta ha subido dieciséis puntos hasta casi dos de cada cinco encuestados (44%). Son 11 puntos más que hace un año y también es la puntación más alta para Gran Bretaña desde julio de 2021, cuando el nivel estaba en un 46%.

Para un mayor contexto, puedes consultar el último Ipsos Global Consumer Confidence Index (Índice de Confianza del Consumidor de Ipsos), que este mes muestra como en México se ha producido un descenso drástico mientras en Perú y Colombia hay mejoras significativas.

LEER MÁS

Ddescargar

CONTACTO

La IA Generativa es una solución transformadora para activar los estudios de segmentación inyectando una dosis de dinamismo muy necesaria.

La segmentación del sector sanitario cobra vida

El amanecer de los bot-persona basados en IA Generativa

En el mundo altamente competitivo del sector farmacéutico, un marketing efectivo se basa en comprender mejor las necesidades y motivaciones más ocultas de los profesionales de la salud.

La IA Generativa anuncia una nueva era de posibilidades con la llegada de los bot-persona, que ofrecen una solución transformadora para activar estudios de segmentación inyectando esa dosis de dinamismo tan necesaria.

Estos bots, alimentados por algoritmos sofisticados y entrenados con sets de datos robustos, encarnan las actitudes, comportamientos y preferencias de médicos, pacientes y farmacéuticos del mundo real.

Al transformar informes estáticos en herramientas dinámicas e interactivas, estos avatares alimentados con IA permitirán a los expertos en marketing entablar "diálogos" interactivos, proporcionando una comprensión más profunda y feedback en tiempo real. No obstante, para hacer realidad este potencial, es necesaria una planificación cuidadosa, consideraciones éticas y un compromiso con el aprendizaje continuo y las adaptaciones.

En este artículo analizamos los bots existentes y las aplicaciones más prometedoras en la investigación de mercado del sector sanitaria, incluyendo focus groups virtuales, análisis dirigido de mensajes y optimización de las estrategias omnicanal. También estamos analizando las tendencias emergentes en este campo, incluyendo el potencial de los resultados y las aportaciones multimodales así como de la realidad virtual.

LEER MÁS

DdescargaR

CONTACTO

Conversaciones con la IA - Parte IV

La IA aplicada a las bibliotecas y el conocimiento: la búsqueda de una solución fiable

Este libro blanco de Ipsos Views analiza el papel de la IA como parte del trabajo de búsqueda de información y cómo el conocimiento humano y la velocidad de la IA pueden funcionar mejor juntos.

Para muchas empresas de todo el mundo, saber lo que uno sabe es más difícil de lo que parece. Es más, encontrar la información idónea cuando la necesitas puede ser aún más arduo. El desafío para muchas de las personas que trabajan en este campo es localizar las fuentes adecuadas y escribir un informe minucioso y sucinto para poder empezar a trabajar. Los expertos encargados de este trabajo lo desarrollan en bibliotecas y museos y reciben el nombre de conservadores.

Necesitamos que nuestros conservadores adquieran una certificación en IA y sepan aplicar los últimos desarrollos en IA Generativa a sus procesos de trabajo. Además, deben aprender a aplicar marcos analíticos a un amplio corpus de datos. La clave: para nosotros la velocidad es el principal beneficio que nos podría traer la IA.

Ipsos está desarrollando nuestro propia solución de IA para trabajar con los contenidos de bibliotecas y museos. Dicha solución responderá a las necesidades de los clientes. Para evaluar esta solución, Ipsos ha llevado a cabo dos proyectos piloto, cuyo fin era comprobar si una IA podría acelerar el ritmo de trabajo sin perder precisión ni el criterio humano y llegar a extraer información significativa. Los proyectos piloto pretendían alcanzar un equilibro entre el manejo de documentación eficiente por parte de la IA y el trabajo de conservación, la elaboración de resúmenes y la extracción de conclusiones sustanciales.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Solo algo más del (36%) piensa ahora que el uso de la IA debería prohibirse en los colegios, un aumento del 29% con respecto al año pasado.

Monitor sobre educación 2024

Amplio apoyo a la prohibición de las redes sociales para niños

El 65% de los encuestados, de media y a nivel global, están de acuerdo con prohibir que los niños menores de 14 años utilicen las redes sociales tanto dentro como fuera del colegio de acuerdo con nuestra nueva encuesta realizada en 30 países que analiza las actitudes con respecto a la educación.

El apoyo a esta prohibición sube a ocho de cada diez en Francia (80%) e Indonesia (79%), mientras que cae al 40% en Alemania.

De media en 30 países un tercio (33%) cree que el sistema educativo en su país es bueno. Pero no hay una gran correlación entre la calidad percibida y los logros educativos, si consideramos los logros como los evaluados por el informe PISA. Esto quizás refleja que para los padres los colegios son algo más que los simples resultados académicos, y que consideran que la disciplina, el bienestar y el desarrollo personal son igual o más importantes.

Un año después del aterrizaje de la IA Generativa entre el público general las actitudes sobre la IA están aún más divididas. Algo más de un tercio (36%) creen ahora que el uso de la IA debería prohibirse en colegios, cuando solo era un 29% el año pasado.

Esta cifra sube a uno de cado dos en Canadá (52%), Francia (51%) y Australia (49%). Mientras, menos de uno de cada cuatro apoyan prohibir ChatGPT en los colegios en Turquía (24%), Tailandia (22%) y Japón (20%).

También se da una mayor reticencia generalizada contra la tecnología, con un aumento de siete puntos de personas que creen que los avances tecnológicos tendrán un impacto más negativo que positivo en la educación en el futuro (25%).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Liderazgo climático 2024

Cómo abrirse camino entre la licencia social, la falta de información y el greenwashing

El apoyo de los ciudadanos australianos a la transición del país a las energías renovables es generalizado (un apoyo del 59%), pero un 41% está preocupado por los impactos negativos de la transición a la energía verde sobre el coste de la vida y las facturas de electricidad de los hogares (un aumento de 10 puntos desde 2022), de acuerdo con el estudio sobre el Cambio Climático de Ipsos 2024, presentado en el Greenhouse Tech Hub de Sydney.

El estudio de Ipsos aporta información reciente sobre las actitudes de los australianos hacia el cambio climático y la transición a la energía verde; se centra en las prioridades y preocupaciones para la transición energética, la información y la comprensión de la problemática en torno al cambio climático.

Parece ser que los australianos están preocupados por el impacto negativo que el cambio a la energía verde puede acarrear al coste de la vida y las facturas de electricidad de los hogares. Y esto a pesar de que casi seis de cada diez (59%) de los australianos apoyan que la transición energética se aleje de los combustibles fósiles para centrarse en la generación de energías renovables.

La preocupación por el coste de la vida también ha cambiado las prioridades de los australianos con respecto a la transición energética. La mayoría de los australianos (59%) ahora quieren que la prioridad sean los precios de la energía – una subida de 13 puntos en un año – y la fiabilidad del suministro eléctrico a los hogares (57%).

El escepticismo de los australianos sobre las medidas nacionales contra el cambio climático y la información al respecto también son altos. La mitad de los australianos no creen que haya planes sobre la transición energética, o creen que simplemente no sucederán, mientras que el 54% afirma que no entienden las medidas para frenar el cambio climático.

LEER MÁS

Ddescargar

CONTACTO

Shortcuts

Encuesta sobre la agresividad en la política

Tres de cada cuatro personas (76%) afirma que Gran Bretaña está dividida (en 2018 era un 85%), aunque también piensan que este problema no es tan grave como en EEUU.

La nueva encuesta de Ipsos entre el 22-24 de julio (antes de los eventos recientes de Southport), analiza las actitudes hacia la división y la violencia política en Gran Bretaña y si los niveles de preocupación son más altos que en EEUU.

LEER MÁS

Explorar lo digital: aprovechar el valor de los juegos en el móvil

Los juegos para móvil están en un buen momento: una mayor inversión y diversificación han logrado un boom en el mercado.

Esta presentación explora cómo el uso generalizado de estos juegos ha invadido el mercado y cuál es el potencial para que las marcas utilicen este tipo de juegos y la publicidad dentro de las apps para llegar a su público a través de las diferentes opciones de juegos y targets.

LEER MÁS

Desgranando el boom de la belleza en la India

El sector de la belleza y la cosmética en la India ha experimentado un crecimiento sin precedentes con varias tendencias en constante cambio; una serie de factores explican esta realidad.

En este informe exploramos las últimas tendencias y hallazgos que contribuyen a este boom, de la mano de nuestros expertos en el sector, para así comprender la mentalidad de los consumidores.

LEER MÁS

La inflación de Biden, huérfana

En su discurso como nueva candidata a la presidencia Kamala Harris dejó fuera una palabra: inflación. En su lugar habló de reducir el coste del mantenimiento del hogar.

El equipo de Ipsos de EEUU ha elaborado cinco gráficos sobre economía, así como la propuesta de Kamala Harris de eliminar los impuestos federales sobre las propinas, y nos ayuda a entender qué podrían significar sus decisiones para la economía.

LEER MÁS

CONTACTO

Toda la información recogida en este número de **Ipsos Update** es pública y por lo tanto está a disposición tanto de los compañeros como de los clientes de Ipsos.

Además, los contenidos se actualizan con regularidad en nuestra web y redes sociales.

Envía tus comentarios e ideas para futuras ediciones a IKC@ipsos.com.

Foto de portada: **Tánger, Marruecos.** Explora la primera edición de Flair Marruecos en la página 5 – un país que ha experimentado una montaña rusa de acontecimientos recientemente. **www.ipsos.com**
@Ipsos

© Ipsos