

Abril 2025

IPSOS UPDATE

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

Ipsos Update Abril 2025

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

Lo que está sucediendo ahora en los EE.UU. está impulsando los mercados y la política en todo el mundo. En esta edición, presentamos nuestra última investigación sobre cómo el público y la economía están reaccionando tanto en Estados Unidos como a nivel internacional. Nuestro especial se centra en Canadá, mientras los votantes se preparan para acudir a las urnas a finales de este mes. La investigación de Ipsos 'Trump, Tarifas y Turbulencias' revela las actitudes canadienses sobre la amenaza arancelaria, analiza los crecientes niveles del sentimiento "Compre canadiense" y evalúa su impacto en el comportamiento del consumidor.

Hasta ahora, el presidente Trump mantiene su índice de aprobación entre los estadounidenses, cayendo solo ligeramente desde su toma de posesión en enero, del 47% al 44% actual. Eso es mejor de lo que se

desempeñó durante su primer mandato, pero sus números son más débiles en esta etapa que para la mayoría de los otros presidentes en los últimos 50 años, lo que refleja la polarización que es tan frecuente en el país hoy.

Además, en el tema más importante para los estadounidenses (la inflación y el aumento de los precios), su aprobación ahora es menor: nuestra encuesta de Reuters encuentra que solo el 32% de los estadounidenses aprueba lo que Trump está haciendo sobre el costo de vida. Mientras tanto, el 57% de los estadounidenses dice que los movimientos del presidente para sacudir la economía son demasiado erráticos.

Sobre los aranceles, el panorama es mixto, con solo el 31% de acuerdo en que los trabajadores estadounidenses salen

adelante cuando EE.UU. cobra aranceles sobre los bienes importados, mientras que el 48% no está de acuerdo. Los estadounidenses están más divididos sobre la participación de EE.UU. y la ayuda exterior a otros países. La mayoría (53%) apoya recortar la ayuda estadounidense a países extranjeros, mientras que la mitad (50%) apoya continuar proporcionando armas y ayuda financiera a Ucrania (46% se opone).

En Ucrania, nuestra nueva encuesta encuentra que el 74% de los ucranianos está a favor de continuar luchando incluso sin el apoyo estadounidense, en un contexto de fuertes niveles de apoyo al presidente Zelenskyy. En toda Europa, nuestro último monitor What Worries the World encuentra que la preocupación por el conflicto militar entre naciones está en aumento, incluso si el costo de vida sigue siendo la principal

preocupación en general.

Como siempre, un gran agradecimiento a nuestros lectores: sus representantes de Ipsos están a su disposición para ayudarlo a navegar el entorno incierto de hoy.



Ben Page
Ipsos CEO

Píldoras de encuestas

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

Canadá:

El 15% dice que las relaciones con otros países son un problema principal que enfrenta su país, un aumento de 11 puntos porcentuales desde febrero.

EE.UU.:

El 26% dice que ha reducido o dejado de comprar a una empresa debido a la política o los eventos actuales.

Perú:

El 60% dice que la seguridad ha empeorado en el país desde el nombramiento del nuevo Ministro del Interior.

Francia:

El 89% está enojado por la falta de recursos asignados a los hospitales públicos.



Bélgica:

El 75% siente que Europa debería rearmarse para enfrentar a Rusia.

Rumania:

El 89% de los médicos generales está de acuerdo en que la telemedicina y la digitalización desempeñarán un papel crucial en la atención médica.

Jordania:

El 48% quiere inversión pública en infraestructura de salud.

India:

Las fuerzas de defensa son la institución más confiable (56%) entre los indios urbanos.

ÍNDICE



Especial Canadá

Trump, aranceles y turbulencias

1



Ipsos Flair Italia 2025

Futuro fugaz

2



Día Internacional de la Mujer 2025

Opiniones mixtas sobre la igualdad de género

3



Índice de Felicidad Ipsos 2025

Actitudes globales hacia la felicidad y la calidad de vida

4



Marketing generacional

Liberándose de los estereotipos

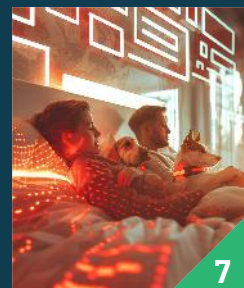
5



Banca en Línea Accesible

Cerrando la brecha de cumplimiento y ganando nuevos clientes

6



What The Future: Mascotas

¿Cómo los lazos entre humanos y animales reformarán los negocios y la sociedad?

7



La Verdad del Corazón

Comprendiendo lo que no sabemos sobre la salud cardíaca

8



IPSOS Especial Canadá

El panorama político y social mundial desde la inauguración de Donald Trump en enero ha cambiado drásticamente. Esto se ha sentido de manera aguda para el vecino y amigo de toda la vida de Estados Unidos, Canadá, que no solo tiene que conciliar los nuevos aranceles y las amenazas de convertirse en el estado 51, sino que también se dirige a una elección federal el 28 de abril.

En la [edición de marzo de Ipsos Update](#) examinamos los hallazgos clave de los eventos en curso en los EE. UU., con análisis de nuestro equipo allí y expertos de todo el mundo. Este mes echaremos un vistazo a lo que ha estado encontrando nuestro equipo en Canadá.

La página '[Trump, Aranceles y Turbulencias](#)' se ha creado como un

lugar único para todas las últimas perspectivas. Allí encontrará los últimos puntos de vista, por ejemplo, [De la Represalia a la Renovación](#), que analiza el futuro de Canadá frente a los aranceles y destaca cómo los canadienses esperan que su gobierno reduzca la dependencia de los EE. UU. Encontró que nueve de cada diez (89%) quieren que el gobierno elimine las barreras al comercio interprovincial y trabaje en la construcción del comercio con otros países. Mire el seminario web de este punto de vista [aquí](#).

Además, regístrese para el próximo seminario web el 9 de abril, [Perspectivas canadienses sobre energía y recursos en un panorama económico cambiante](#), con nuestro equipo de Asuntos Públicos mientras hablan sobre los aranceles propuestos

a los recursos canadienses y las implicaciones económicas, todo en el contexto de la opinión pública.

Los eventos en curso en los EE. UU. también están teniendo un efecto en la política canadiense. El nuevo primer ministro, Mark Carney, que está adoptando una postura firme sobre Trump, ha [visto un aumento en el apoyo](#), con el partido Liberal (42%) tomando una ventaja de seis puntos sobre los conservadores (36%). Si estos números se mantienen hasta el día de las elecciones, los liberales podrían asegurar el primer gobierno mayoritario de Canadá desde la victoria de Justin Trudeau en 2015.

En encuestas [recientes de Ipsos](#), se considera que Carney es el mejor líder del partido federal para ayudar a Canadá a enfrentar los desafíos

asociados con la presidencia de Trump. Es el único líder con más aprobación que desaprobación (48% frente a 30%, respectivamente). También es visto como el más probable para obtener el mejor trato para Canadá (48% está de acuerdo) y es visto como menos propenso a ceder ante Trump en comparación con el líder conservador, Pierre Poilievre (22% frente a 43%, respectivamente).

Encuentre todo esto y más de nuestro equipo de expertos en Canadá.

LEE MÁS DE CANADÁ

LEE MÁS DE LOS ESTADOS UNIDOS

Ipsos Flair Italia 2025

Futuro fugaz

La 15ª edición de Ipsos Flair Italia explora las complejas dinámicas que dan forma a Italia en 2025, un año marcado por una sensación de esperanza fugaz y un deseo de un futuro más brillante en medio de desafíos continuos.

Aquí, nuestros expertos locales destacan la necesidad de un renovado sentido de responsabilidad individual, un discurso político revitalizado y un enfoque en la visión a largo plazo para construir un futuro más sostenible y equitativo.

Los temas clave incluyen:

- **Fracturas sociales:** Hay crecientes fracturas sociales, económicas y existenciales en la sociedad italiana, incluyendo una creciente

desigualdad y una clase media en contracción.

- **La búsqueda de conexiones:** A pesar del auge del individualismo y el enfoque en uno mismo en la sociedad contemporánea, existe un creciente deseo de relaciones más profundas, cálidas y colectivas.
- **Fuerzas transformadoras:** Las fuerzas clave que impulsan el cambio en Italia son el movimiento verde, la aceleración tecnológica y el impulso por la igualdad de género y los derechos de las minorías de género. Estas fuerzas están moldeando valores, comportamientos y aspiraciones, pero también generando resistencia y reacciones.

- **El futuro de la democracia:** Exploramos el impacto de los cambios sociales y culturales en la democracia italiana, incluida la erosión de la legitimidad institucional y el auge del autoritarismo blando.

Descargue el resumen en inglés [aquí](#).

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Los italianos buscan cada vez más comunidades y grupos donde puedan encontrar apoyo emocional, compartir experiencias y colaborar en objetivos comunes.

Día Internacional de la Mujer 2025

Opiniones mixtas sobre los avances en la igualdad de género y las tensiones sociales

La encuesta del Día Internacional de la Mujer de Ipsos, realizada con el Global Institute for Women's Leadership del King's College de Londres, destaca opiniones complejas sobre la igualdad de género en 30 países.

Si bien hay cambios de actitud positivos en general, persisten brechas significativas, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Notablemente, el optimismo para el futuro de las mujeres jóvenes es evidente, pero no se extiende por igual a los hombres jóvenes, con un 55% pensando que las mujeres jóvenes tendrán un mejor futuro que la generación de sus padres (frente al 45% para los hombres jóvenes).

Aunque la mayoría (68%) está de acuerdo sobre la importancia de la

igualdad de género, menos de la mitad (42%) espera un progreso significativo en los próximos cinco años, reconociendo que las iniciativas actuales pueden ser insuficientes.

Se reconocen las tensiones sociales tanto entre géneros como entre diferentes grupos de edad y económicos, particularmente por parte de los jóvenes, lo que lleva a opiniones polarizadas sobre el progreso de la igualdad. Además, las experiencias personales, como tener líderes o cuidadores femeninos, influyen notablemente en las percepciones. La encuesta enfatiza la necesidad de avances continuos en la igualdad de género al tiempo que considera las preocupaciones de todos los grupos demográficos,

especialmente los hombres jóvenes, para fomentar un futuro más inclusivo y equitativo.

Una mayor exploración de las diferencias generacionales y las tensiones sociales es clave para el progreso continuo.

Descargue el informe adjunto [Where Next For DEI?](#)

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

El 55% piensa que las mujeres jóvenes tendrán un mejor futuro que la generación de sus padres (frente al 45% para los hombres jóvenes).

Índice de Felicidad Ipsos 2025

Actitudes globales hacia la felicidad y la calidad de vida

El Índice de Felicidad Ipsos revela que India y los Países Bajos son los países más felices entre los 30 encuestados, con un 88% y un 86%, respectivamente, reportando felicidad. En contraste, Hungría se ubica en el nivel más bajo con solo el 45% describiéndose a sí mismos como felices.

Curiosamente, las tendencias de felicidad a largo plazo parecen estar disminuyendo, con 15 de los 20 países inicialmente encuestados en 2011 ahora menos felices - Turquía experimentando la caída más significativa de 2011 a 2025 (-40pp).

Por el contrario, España ha sido testigo del aumento más notable en la felicidad (un aumento de 11pp desde 2021 al 72% en 2025).

La tensión financiera ha surgido cada vez más como un contribuyente principal a la infelicidad, particularmente en Canadá y Estados Unidos. El aumento de la inflación y el costo de vida desde la pandemia de COVID-19 han contribuido a la disminución de los niveles de felicidad. En 2025, el 65% de los norteamericanos citan las preocupaciones financieras como una fuente de infelicidad.

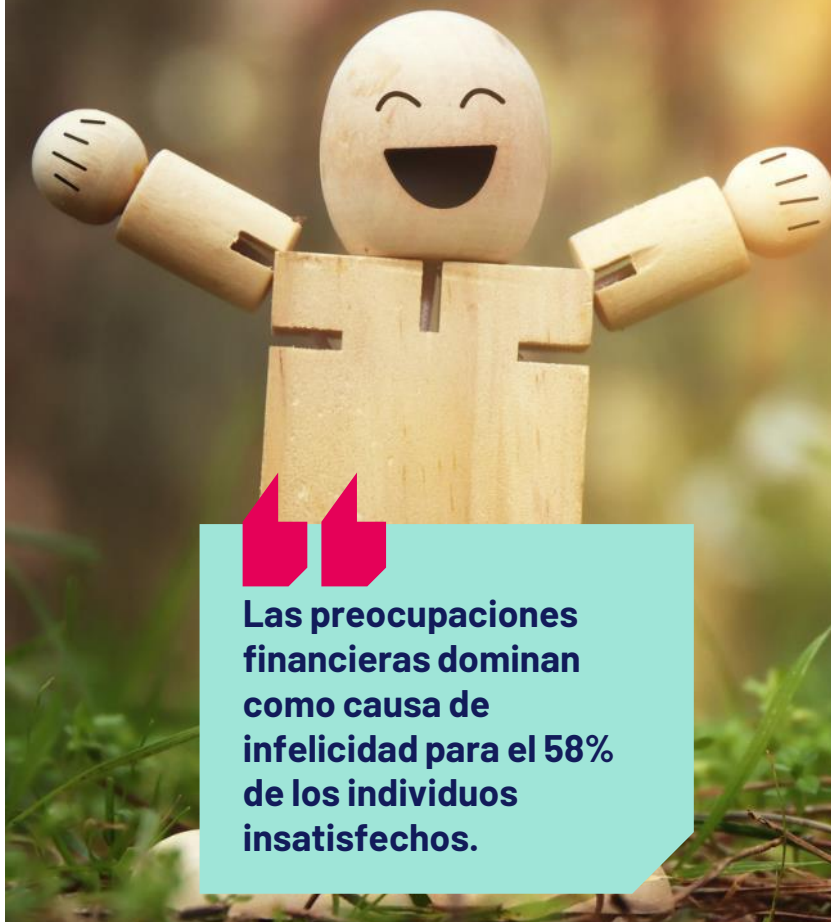
En todos los grupos demográficos, la felicidad tiende a seguir una curva en forma de U, con las personas más felices que se encuentran típicamente en sus 60 y 70 años, mientras que los de 50 años son los menos contentos.

Los contribuyentes comunes a la

felicidad incluyen la familia y sentirse apreciado, aunque estos factores varían según los grupos de edad. En particular, las generaciones mayores valoran las conexiones familiares, mientras que los jóvenes buscan aprecio. Las preocupaciones financieras dominan como causa de infelicidad para el 58% de los individuos insatisfechos, lo que subraya las presiones financieras universales que impactan la felicidad global.

[LEER MÁS](#)[DESCARGAR](#)[CONTACT](#)

Las preocupaciones financieras dominan como causa de infelicidad para el 58% de los individuos insatisfechos.



Marketing generacional

Liberándose de los estereotipos

En el ámbito del marketing, las etiquetas generacionales como Gen Z, Millennials, Gen X y Baby Boomers se mencionan a menudo para segmentación. Sin embargo, argumentamos que estas etiquetas, aunque son un punto de partida útil, a menudo simplifican demasiado la realidad.

Los estereotipos generacionales pueden difuminar los insights del consumidor, pasando por alto la diversidad dentro de los grupos. Las etapas de la vida y las necesidades de un individuo con frecuencia tienen una mayor influencia sobre las actitudes y el consumo que la ubicación generacional por sí sola. Particularmente a medida que aumenta la inflación y se estanca el poder adquisitivo, los consumidores priorizan cada vez más el precio y la asequibilidad en las elecciones de marca.

Este documento destaca una verdad

universal: los consumidores buscan conexiones auténticas. Desean sentirse reconocidos y apreciados por las marcas. Proporciona a los especialistas en marketing cuatro estrategias para trascender los estereotipos generacionales y fomentar conexiones sólidas con la marca.

Los puntos clave incluyen reconocer las limitaciones de la segmentación generacional; la importancia de adaptar los mensajes a las etapas y necesidades de la vida por encima de las categorías generacionales; y la importancia de la empatía para conectar con diversos grupos demográficos.

Las marcas que empatizan con los distintos desafíos y sueños de diversos grupos demográficos pueden fomentar conexiones más profundas con los consumidores. A pesar de recopilar información sobre las preferencias

generacionales, el factor determinante para todos es el precio y el valor percibido. Las marcas deben cumplir constantemente con estos para mantener la competitividad.

Aprovechar las herramientas de datos impulsadas por IA también puede ayudar a los especialistas en marketing a trascender los estereotipos, permitiendo una segmentación matizada basada en una comprensión integral de las psicografías y comportamientos de la audiencia. Este enfoque facilita interacciones de marca más relevantes e impactantes que resuenan con los consumidores de hoy.

[LEER MÁS](#)[DESCARGAR](#)[CONTACT](#)

Los estereotipos generacionales pueden difuminar los insights del consumidor, pasando por alto la diversidad dentro de los grupos.

Banca online accesible

Cerrando la brecha de cumplimiento y ganando nuevos clientes

El cambio hacia la banca en línea, aunque beneficioso para las empresas, a menudo ha pasado por alto las necesidades de las personas con discapacidad. Muchos sitios web y aplicaciones bancarias carecen de compatibilidad con tecnologías de asistencia, creando barreras para una parte significativa de la población.

Los bancos deben comprender las brechas de accesibilidad en sus experiencias de banca en línea para que se puedan realizar mejoras para ayudar a las personas con discapacidad a acceder a servicios y productos. En este documento examinamos la creciente importancia de la banca en línea accesible, particularmente con la entrada en vigencia de la Ley Europea de

Accesibilidad (EAA) en junio de 2025, impulsando a las empresas a cumplir la promesa de experiencias digitales accesibles para todos. Cubrimos:

- **La importancia de la banca en línea accesible para las personas con discapacidad:** Una parte significativa de la población vive con discapacidades, lo que representa una base de consumidores considerable que a menudo elige negocios basados en la accesibilidad.
- **Los riesgos asociados con el incumplimiento de la EAA:** El incumplimiento no solo presenta riesgos legales y financieros para los bancos, sino que también daña la reputación de la marca y la lealtad del cliente.

- **Problemas comunes de accesibilidad con la banca en línea:** Estos incluyen problemas de navegación, falta de contraste de color y lenguaje financiero incomprensible.
- **Recomendaciones clave para que los bancos mejoren la accesibilidad de sus plataformas digitales:** Incluyendo la participación de personas con discapacidad en el desarrollo y priorizando el contenido esencial.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Las marcas pueden profundizar las relaciones con los clientes, impulsar las referencias y generar una percepción pública positiva al abordar las brechas de accesibilidad en sus experiencias digitales.

What The Future: Mascotas

¿Cómo los lazos entre humanos y animales reformarán los negocios y la sociedad?

La industria de las mascotas está en auge, con \$150 mil millones en ventas en EE.UU. y el 80% de los hogares más jóvenes con mascotas. Pero los cambios demográficos, la urbanización y las presiones económicas están remodelando el panorama de la propiedad y el cuidado de las mascotas.

Para los fabricantes de productos para mascotas, proveedores de servicios y formuladores de políticas, comprender la evolución del vínculo entre humanos y animales es crucial. Las herramientas y tecnologías para el cuidado de mascotas están avanzando rápidamente, desde el monitoreo de la salud asistido por IA hasta la nutrición premium adaptada para la vida urbana.

What the Future: Pets explora preguntas críticas para esta nueva era de compañerismo a través de la lente

de cinco profesionales profundamente inmersos en la industria de las mascotas. ¿Cómo impactará la urbanización en la tenencia de mascotas? ¿Qué estrategias resuenan con los padres de mascotas que buscan experiencias premium? ¿Cómo se equilibran las políticas amigables con las mascotas con las necesidades de los que no las tienen? ¿Cómo están reemplazando las mascotas a los niños en los hogares?

Sumérgete en entrevistas con expertos y datos recientes sobre la dinámica de la tenencia de mascotas en generaciones y estilos de vida. Ya sea que esté desarrollando productos para mascotas, creando políticas de vivienda o adaptando lugares de trabajo para padres de mascotas, siga leyendo para aprender cómo navegar por el futuro de

la industria de las mascotas y dar forma al papel evolutivo de los animales de compañía en la sociedad.

Además, únase al editor, Matt Carmichael, y a los invitados para el [seminario web](#) del 8 de abril, donde delineará datos exclusivos, comentarios de expertos y perspectivas para navegar por los cambios en los roles de las mascotas en nuestros hogares y la sociedad.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Los cambios demográficos, la urbanización y las presiones económicas están remodelando el panorama de la propiedad y el cuidado de las mascotas.

La Verdad del Corazón

Comprendiendo lo que no sabemos sobre la salud cardíaca

Las personas parecen sobrestimar su conocimiento sobre las enfermedades cardiovasculares (ECV). A pesar de que el 84% de las personas entrevistadas creen estar bien informadas, solo el 47% realmente lo está.

Basándose en información de una encuesta integral, el último informe de Ipsos, La Verdad del Corazón, revela importantes lagunas de conocimiento que podrían obstaculizar las estrategias efectivas de prevención y tratamiento.

Los hallazgos clave revelan que más de la mitad de la población desconoce las diferencias específicas de género en los síntomas y las tasas de diagnóstico; por ejemplo, el 52% percibió erróneamente que los

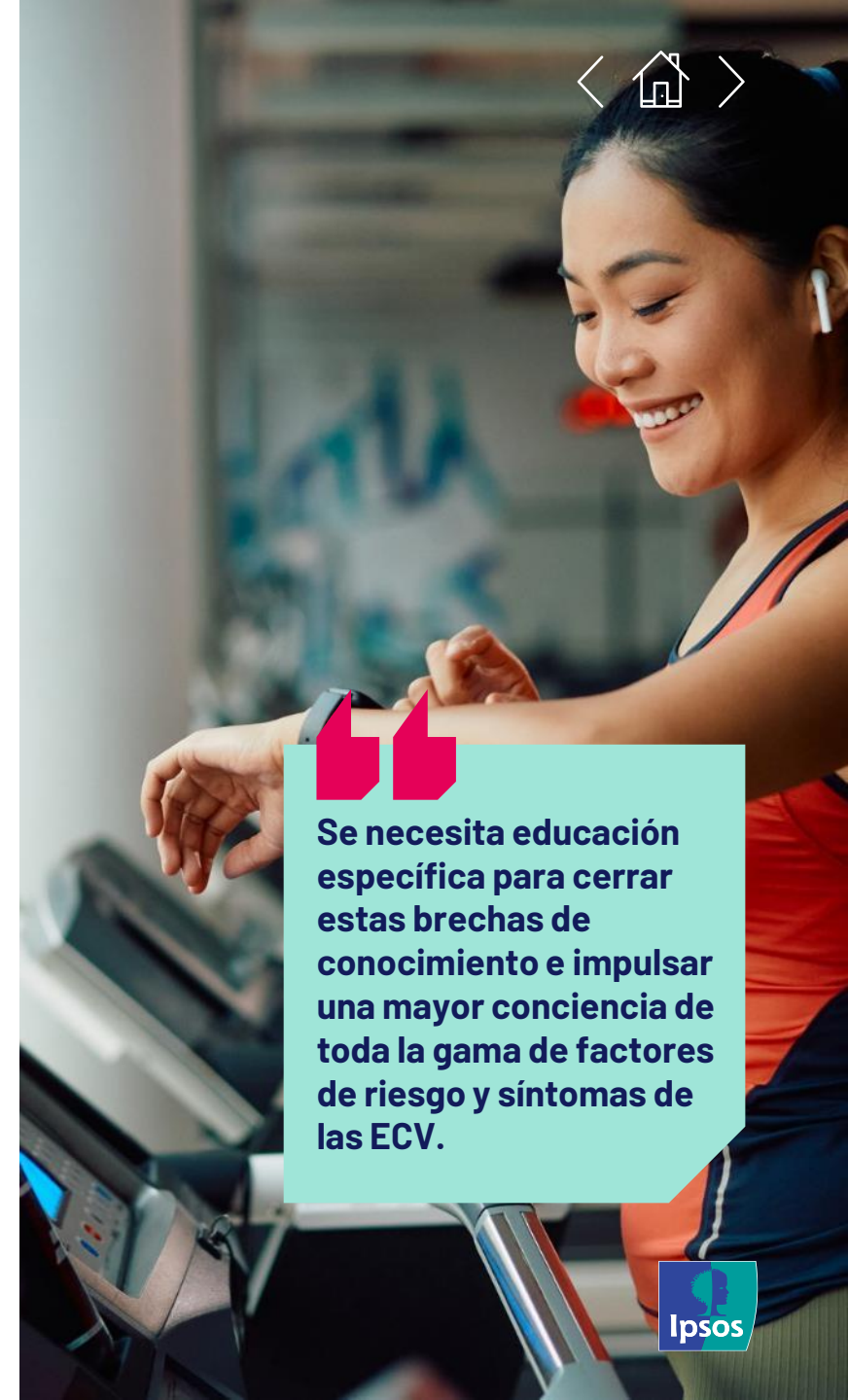
síntomas de un ataque cardíaco son los mismos para hombres y mujeres, mientras que el 43% indicó incorrectamente que el riesgo cardiovascular de una mujer NO puede acelerarse durante la menopausia.

Muchos también tienen conceptos erróneos sobre los factores de riesgo, como el envejecimiento, la diabetes y las elecciones de estilo de vida. Sorprendentemente, persisten mitos comunes, como la creencia en los beneficios para la salud del corazón del vino tinto o la necesidad de abstinencia de ejercicio de por vida después de un ataque cardíaco. Abordar estos conceptos erróneos es crucial para mejorar los resultados de salud cardíaca.

Estos son los resultados de un estudio realizado a través de la solución de encuesta ad-hoc FastFacts de Ipsos.Digital en agosto de 2024 en seis países: Francia, Alemania, Italia, España, Reino Unido y Estados Unidos. La encuesta se dirigió a adultos de 18 a 65 años, asegurando una muestra representativa para cada país en términos de edad y demografía de género.

[LEER MÁS](#)[DESCARGAR](#)[CONTACT](#)

Se necesita educación específica para cerrar estas brechas de conocimiento e impulsar una mayor conciencia de toda la gama de factores de riesgo y síntomas de las ECV.



Shortcuts



¿Qué preocupa al mundo? - Marzo 2025

La inflación vuelve a ser la preocupación número uno, tras un ligero aumento en 29 países.

Mientras tanto, la proporción de estadounidenses que dicen que "mi país va en la dirección correcta" está en aumento, con un 43% ahora teniendo una visión positiva. Pero hay una clara división política, con el 76% de los republicanos diciendo esto frente al 20% de los demócratas.

LEER MÁS



Encuesta de actitudes de los ciudadanos ucranianos

Realizada en nombre de The Economist, Ipsos encuestó al pueblo ucraniano sobre sus actitudes hacia la guerra en curso y la política actual.

El presidente Zelenskyy goza de una alta aprobación, con un 72% aprobando. Además, el 62% dice que las elecciones no deberían celebrarse hasta que la guerra termine formalmente y el 59% cree que todavía pueden ganar la guerra.

LEER MÁS



Entendiendo la sociedad

El Understanding Society de este año se basa en ocho modelos MRP, para tener una visión granular de la satisfacción del público británico con los servicios públicos y arrojar luz sobre cómo el gobierno del Reino Unido puede canalizar mejor sus esfuerzos para lograr mejoras significativas y mantener la confianza del público.

Tres cuartas partes (75%) del público del Reino Unido sienten que los servicios públicos han empeorado en los últimos cinco años.

LEER MÁS



Deber de cuidado

¿Qué significa ser un hombre en el mundo de hoy?

Ipsos y Effie exploran cómo existe un vacío en el deber de cuidado de la industria del marketing hacia los hombres y niños jóvenes, los beneficios de modelos masculinos positivos y empáticos, y los pasos que las marcas pueden tomar para ampliar las mentes mientras continúan sirviendo a los resultados finales.

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: **Todi, Umbria, Italia**. Los italianos buscan esperanza en medio de desafíos continuos, descubre por qué en la [página 6](#).

www.ipsos.com

@Ipsos