

Septiembre 2025

IPSOS UPDATE

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

Ipsos Update Septiembre 2025

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

¿Cuál era tu materia favorita cuando ibas a la escuela? ¿Y qué lecciones te traen malos recuerdos? Es la época de regreso a clases en muchas partes del mundo, y nuestro nuevo [Monitor de Educación de Ipsos](#) explora cómo la gente ve el panorama que enfrentan los niños y jóvenes hoy en día. Alerta de spoiler: historia resulta ser la materia más popular, con religión al pie de la tabla de popularidad. Nos animó ver que la idea de "materias de niños" y "materias de niñas" se desvanece entre las generaciones más jóvenes. Mientras tanto, en un momento en que a veces parece que nadie está de acuerdo en nada, me sorprendió el consenso, en los 30 países de nuestro estudio, de que los menores de 14 años no deberían poder acceder a las redes sociales. Australia prohibirá que los niños tengan cuentas de redes sociales en diciembre; cualquier gobierno que tenga la

intención de seguir su ejemplo puede hacerlo sabiendo que cuenta con el apoyo del público, al menos en principio.

Encontramos menos consenso sobre los temas cubiertos en nuestro último [Índice de Igualdad de Ipsos](#). Dicho esto, más de dos quintas partes (43%) piensan que los esfuerzos para promover la igualdad deben ir más allá, más del doble de la proporción (21%) que dice que ya han ido demasiado lejos. Nuestro enfoque especial sobre el estado de ánimo en EE. UU. encuentra que el 68% de los demócratas dicen que el gobierno es el principal responsable de reducir la desigualdad en el país, en línea con el promedio de 31 naciones. En marcado contraste están las opiniones de los republicanos; solo el 26% ve esto como una responsabilidad del gobierno. La base electoral de Donald Trump tiene su propia perspectiva distintiva sobre las cosas.

El presidente Trump declaró por primera vez su ambición de "Hacer que Estados Unidos vuelva a ser grande" hace más de una década. Nuestro equipo ha estado rastreando cómo se siente la gente con respecto al país, y no está mejorando. En mayo de 2017, cuando su primera administración estaba comenzando, el 51% dijo que Estados Unidos era "grande" (calificando a la nación con al menos un ocho sobre diez en una escala de grandeza). Hoy, solo el 36% de los estadounidenses cree que la nación es un ocho o más. Suscríbese a nuestro boletín "[Conozca la Nueva América y más allá](#)" para obtener más información.

En otros lugares, este resumen de septiembre presenta cómo se sienten los libaneses acerca de los productos de fabricación nacional (bastante positivo),

cómo se sienten los franceses acerca de las películas (la comedia es su favorita) y si los británicos cumplirían con las prohibiciones de mangueras durante las recientes olas de calor (no están muy dispuestos). Cualesquiera que sean sus prioridades para los próximos meses, nuestros colegas de Ipsos esperan discutir cómo podemos ayudarlo a comprender mejor el mundo inquieto de hoy.



Simon Atkinson
**Chief Knowledge
Officer**

Píldoras de encuestas

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

Canadá:

El 82% de los propietarios de pequeñas empresas están realizando inversiones en IA.

EE. UU.:

El 32% está de acuerdo en que los aranceles generarán más empleos (frente al 39% que no está de acuerdo).

Brasil:

El 28% considera que los primeros 100 días del Papa León XIV fueron "promedio".

Chile:

El 72% se siente vulnerable a la posibilidad de una enfermedad grave o un accidente.



Perú:

El 48% está orgulloso de la gastronomía del país.

Francia:

El 53% dice que la comedia es su género de película favorito, seguido de la acción (48%) y los thrillers (32%).

Italia:

El 63% espera los Juegos de Invierno de 2026 con entusiasmo y curiosidad.

Japón:

El 80% dice que compra en línea al menos una vez al mes.

ÍNDICE



Índice de Igualdad de Ipsos 2025

Se necesita hacer más

1



Conozca la Nueva América

Las últimas perspectivas de Ipsos desde EE. UU.

2



Monitor de Educación Ipsos 2025

Prohibir las redes sociales para niños

3



Qué Preocupa al Mundo

El crimen y la violencia se consolidan como la principal preocupación

4



El fin del principio

Avances, desafíos y direcciones futuras

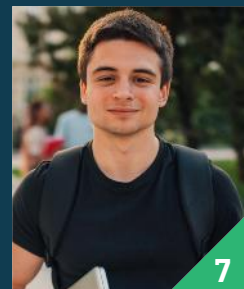
5



What the Future: Bienestar

El impacto de la tecnología, las políticas públicas y la disminución de la confianza

6



Una Ventana a la Salud Financiera de la Generación Z 2025

La inflación golpea a los jóvenes al entrar en la edad adulta

7



Masculinidad Moderna y Soledad

Sentimientos de aislamiento cada vez más prevalentes

8

Índice de Igualdad de Ipsos 2025

Se necesita hacer más

El resultado de las elecciones presidenciales de EE. UU. de 2024 ha provocado un cambio en el clima político mundial, con repercusiones en la forma en que se discuten los problemas sociales y cómo se formulan las políticas en torno a la igualdad, la diversidad y la inclusión. La tercera edición del Índice de Igualdad de Ipsos muestra dónde y cómo están cambiando las opiniones públicas en respuesta a esto, y dónde no.

En promedio, en 31 países, más de nosotros creemos que nuestras posibilidades de éxito en la vida están determinadas por nuestros propios méritos (42%) que por factores que escapan a nuestro control (30%).

Estas cifras han cambiado muy poco

desde 2023.

Poco más de dos quintas partes (43%) piensan que los esfuerzos para promover la igualdad para todos los grupos de personas deben ir más allá, más del doble de la proporción (21%) que dice que ya han ido demasiado lejos. Pero esta brecha se ha cerrado: en 2023, casi la mitad (49%) dijo que se debería hacer más, y menos de uno de cada cinco (19%) dijo que las cosas habían ido demasiado lejos.

En comparación con otros países, los estadounidenses son considerablemente menos propensos a responsabilizar al gobierno por abordar la desigualdad (48% frente a un promedio global de 65%), y mucho más propensos a decir que este es un trabajo para los individuos (34%

frente a un promedio global de 20%).

En Canadá, nuestros colegas intentan comprender y cerrar la brecha [generacional de la nación utilizando datos de esta investigación](#). Exploran lo que significan la equidad, la oportunidad y el éxito para cada generación y resaltan las similitudes y diferencias.



El 42% cree que nuestras posibilidades de éxito en la vida están determinadas por nuestros propios méritos.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Conozca la Nueva América

Las últimas perspectivas de Ipsos desde EE. UU.

Utilizando el [Ipsos Consumer Tracker](#), hacemos preguntas a los estadounidenses sobre la cultura, la economía y las fuerzas que dan forma a nuestras vidas.

Han pasado más de diez años desde que el presidente Trump anunció su objetivo de "Hacer que Estados Unidos vuelva a ser grande" y este mes hemos examinado las actitudes de los estadounidenses hacia la grandeza de la nación. En general, el sentido de grandeza está disminuyendo.

Mientras que en 2017, el 51% de los estadounidenses consideraba que la nación era grande, con una división significativa entre republicanos (69%) y demócratas (44%), nuestros últimos datos encuentran que solo el 36% mantiene esta opinión. Este cambio refleja divisiones partidistas cada vez

mayores, con una brecha de 37 puntos entre los partidos en 2025 (54% republicanos frente a 17% demócratas).

Entonces, ¿cuándo fue Estados Unidos más grande? Una mayoría (menguante) dice que fue más grande antes de la década de 1980. Eso significa que el 58% (frente al 70% en 2017) cree que la nación estaba en su apogeo antes del debut del Sony Walkman. Solo el 9% cree que está en su mejor momento en la actualidad. Más (12%) creen que nunca fue grande. Los estadounidenses blancos son menos propensos a pensar que Estados Unidos nunca fue grande.

También profundizamos en las percepciones de las noticias económicas, que están notablemente divididas (nuevamente) según las líneas partidistas. Si bien análisis anteriores en abril revelaron que los republicanos

tenían el doble de probabilidades de ver los desarrollos económicos de manera positiva en comparación con los demócratas, encuestas recientes muestran una disminución del optimismo de ambos lados.

La brecha también se está ampliando, con los republicanos siendo tres veces más propensos (26%) que los demócratas (9%) a percibir las noticias económicas de manera positiva, mientras que los demócratas las perciben con mayor frecuencia de manera negativa (70%).

LEER MÁS

CONTACT

En 2017, el 51% de los estadounidenses consideraba que la nación era grande. En 2025, solo el 36% mantiene esta opinión.

Monitor de Educación Ipsos 2025

Mayorías en todos los países ahora apoyan la prohibición de las redes sociales para niños

En promedio, en 30 países, el 71% está a favor de prohibir que los niños menores de 14 años usen las redes sociales, tanto dentro como fuera de las escuelas, según la tercera edición del Monitor de Educación de Ipsos.

El apoyo ha aumentado 6 puntos porcentuales desde 2024 y las mayorías en los 30 países ahora están a favor de la prohibición.

Sin embargo, el apoyo a la prohibición de los teléfonos inteligentes en las escuelas (55% a favor) y a la prohibición del uso de IA como Chat GPT en las escuelas (37% a favor) es menos claro.

La salud mental de los jóvenes emerge como un tema clave del informe de este año. En promedio, un

tercio de las personas a nivel mundial (33%) considera que los desafíos de salud mental como la ansiedad y la depresión se encuentran entre los mayores desafíos que enfrentan los jóvenes hoy en día, lo que lo convierte en el problema número 1.

Una mayoría (53%) dice que la salud mental de los jóvenes en su país hoy es deficiente, en comparación con el 37% que dice lo mismo de la salud física de los jóvenes.

En cuanto a las materias que la gente más disfrutó cuando estaba en la escuela, historia ocupa el primer lugar, señalada por el 32%, seguida de matemáticas (30%) y ciencias (26%). Pero historia y matemáticas resultan ser temas divisivos, también figurando entre las tres materias

menos gustadas (matemáticas 37%, historia 19%).

Entre los Baby Boomers, existe una clara distinción entre las materias que eran populares entre los niños (ciencias, matemáticas) y las populares entre las niñas (idioma local, literatura). Pero entre las generaciones más jóvenes, esta brecha se ha reducido significativamente, y casi ha desaparecido para las ciencias y las matemáticas.

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

Una mayoría (53%) dice que la salud mental de los jóvenes en su país hoy es deficiente.

Qué Preocupa al Mundo

El crimen y la violencia se consolidan como la principal preocupación

Este agosto, la proporción de personas en 30 países que mencionan el crimen y la violencia como una preocupación principal se sitúa en un tercio (32%), mientras que la preocupación por la inflación ha disminuido ligeramente a tres de cada diez (30%), consolidando aún más el crimen como el problema principal de hoy.

El crimen y la violencia han sido históricamente una preocupación apremiante en América Latina, con cinco de los seis países latinoamericanos de nuestra lista ubicándolo como su principal preocupación. Suecia y Francia también lo colocan como su preocupación número uno, con un 64% y un 38% respectivamente.

Los australianos también han alcanzado un nuevo pico de preocupación por el crimen y la violencia este mes, luego de un aumento de seis puntos en la preocupación al 36%, el nivel de preocupación más alto del país desde febrero de 2018 (38%).

En otros lugares, después de que las tensiones a lo largo de la frontera entre [Tailandia y Camboya escalaran a una acción militar](#), vemos que la preocupación de Tailandia por el conflicto militar entre naciones aumenta en 13 puntos hasta su nivel más alto (50%).

Analizamos con más detalle a Tailandia en el reportaje especial de este mes, examinando las preocupaciones de este país con

mayor profundidad.

Para coincidir con el lanzamiento del [Monitor de Educación Ipsos 2025](#), también profundizamos en el tema de la educación, explorando cómo la preocupación varía según la nación.

Los argentinos son los más preocupados por la educación, con tres de cada diez (30%) creyendo que es uno de los problemas más importantes que enfrenta su nación.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT



La mitad (50%) de los tailandeses dice que el conflicto militar entre naciones es uno de los mayores problemas que enfrenta su país.

El fin del principio

Avances, desafíos y direcciones futuras



Se pronostica que el mercado de la enfermedad de Alzheimer crecerá de aproximadamente 0.2 mil millones de dólares en 2023 a 7.8 mil millones de dólares en 2030.

La enfermedad de Alzheimer (EA) afecta a más de 15 millones de personas en todo el mundo y se espera que se convierta en un problema de salud global creciente a medida que aumenta la esperanza de vida. En EE. UU., los costos directos e indirectos asociados con la EA ascienden a alrededor de 300 mil millones de dólares anuales, y se espera que esta cifra crezca a 7.8 mil millones de dólares en 2030.

La causa exacta de la EA es desconocida, pero la genética y los factores ambientales parecen desempeñar un papel. La explicación más prominente postula que las agregaciones de beta-amiloide patógeno impulsan la disfunción neuronal y, posteriormente, la

muerte.

Después de décadas de contratiempos, este campo parece estar en un punto crucial, con múltiples terapias novedosas que remodelarán el panorama del tratamiento en los próximos años. Sin embargo, los desafíos pasados y los obstáculos regulatorios han resaltado la necesidad de soluciones más completas y una innovación continua.

El campo se está moviendo hacia un diagnóstico e intervención más tempranos, al mismo tiempo que explora vías de investigación prometedoras más allá de los enfoques anti-amiloide y dirigidos a la proteína tau. La inversión continua en una variedad de modalidades será fundamental, al igual que la

incorporación de nuevos biomarcadores y herramientas de imagen para permitir la medicina de precisión.

En este punto de vista, nuestros expertos en atención médica comparten las últimas investigaciones, resaltan la necesidad de soluciones holísticas y miran hacia posibles tratamientos prometedores en las vías de investigación, las cuales podrían estar llegando a un punto crítico.

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

What The Future: Bienestar

El impacto de la tecnología, las políticas públicas y la disminución de la confianza

La búsqueda de una vida saludable influye en cada aspecto de la vida estadounidense. Pero esa imagen está cambiando más rápido que nunca.

Las innovaciones farmacéuticas y digitales están a punto de transformar la atención médica. Las instituciones de investigación se enfrentan a nuevos desafíos de financiación. La conversación en EE. UU. sobre temas como la salud de la mujer y el bienestar mental está evolucionando. El consenso sobre la alimentación y el estado físico está cambiando. Y mientras tanto, una mayor esperanza de vida y los cambios demográficos están creando nuevas consideraciones tanto para las aspiraciones personales como para las políticas públicas.

Cada uno de estos problemas creará nuevas oportunidades y exigirá nuevas estrategias. Pero, sobre todo, los líderes, las instituciones y las marcas deberán generar confianza para navegar el futuro de la salud pública. "What the Future: Wellness" profundiza en esa tensión y sus implicaciones para los innovadores de productos, los especialistas en marketing y los estrategas corporativos en las industrias de la salud, farmacéutica y tecnológica.

Nos basamos en entrevistas exclusivas y análisis de expertos para descubrir las tensiones y oportunidades clave que darán forma al futuro del bienestar y explicar cómo las marcas pueden desempeñar un papel significativo para ayudar a las personas a vivir vidas más largas y

saludables.

Únase a nosotros el 15 de septiembre para el seminario [web "What the Future: Wellness"](#), para una inmersión profunda en estos hallazgos.

El programa presentará fragmentos de nuestras entrevistas con expertos del Departamento de Asuntos de Veteranos de EE. UU., la Sociedad de la Menopausia, la Universidad de Nueva York y la Universidad Johns Hopkins.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

Mientras tanto, una mayor esperanza de vida y los cambios demográficos están creando nuevas consideraciones tanto para las aspiraciones personales como para las políticas públicas.

Una Ventana a la Salud Financiera de la Generación Z 2025

La inflación golpea a los jóvenes al entrar en la edad adulta

Este estudio, realizado en nombre de Bank of America, encontró que, confrontada con costos de vida más altos, la mayoría de los adultos jóvenes en EE. UU. están tomando medidas para mejorar su salud financiera.

La investigación encontró que la Generación Z estadounidense cree que su falta de ingresos es un problema, con más de la mitad (53%) sintiendo que no ganan suficiente dinero para vivir la vida que desean, y muchos luchando por ahorrar de manera constante. De hecho, el 55% dice que no tiene suficientes ahorros de emergencia para cubrir tres meses de gastos.

Aunque la Generación Z sabe que ahorrar para el futuro es importante, les cuesta hacerlo, con casi la mitad

(43%) diciendo que no están en camino de ahorrar activamente para la jubilación, aunque les gustaría estarlo.

Un tercio (33%) de la Generación Z está estresado por sus finanzas, y de ellos, el 52% dice que la inestabilidad económica es una causa raíz. Cuando están estresados por sus finanzas, muchos (90%) son propensos a tomar medidas, incluyendo revisar el saldo de su cuenta bancaria (69%), hacer un presupuesto (64%) o adelantarse en el pago de facturas (46%).

La Generación Z comprende la importancia de la salud financiera y valora ser transparente con sus amigos sobre el dinero. De acuerdo con los hallazgos de años anteriores, dos tercios (66%) de la Generación Z no se sienten presionados por sus

amigos a gastar más allá de sus posibilidades, y el 42% se siente cómodo rechazando actividades sociales y haciéndoles saber a sus amigos que es porque no pueden pagarlas.

La salud financiera también importa en las relaciones románticas para la Generación Z, con casi cuatro de cada cinco (78%) diciendo que la responsabilidad financiera es un atributo importante al elegir una pareja.

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

Más de la mitad (53%) de la Generación Z estadounidense siente que no gana lo suficiente para vivir la vida que desea.

Masculinidad Moderna y Soledad

Sentimientos de aislamiento cada vez más prevalentes

Uno de cada tres (36%) jóvenes británicos de 16 a 34 años dice sentirse solo al menos una vez a la semana y uno de cada diez (11%) jóvenes dice sentirse solo al menos una vez al día. Esto a pesar de que tres cuartas partes (75%) de los jóvenes de 16 a 34 años dicen tener "muchos" amigos, siendo los hombres jóvenes (81%) más propensos que las mujeres jóvenes (69%) a decir que tienen muchos amigos.

Esta nueva encuesta forma parte de la campaña "Masculinidad Moderna" de Ipsos en el Reino Unido y JOE Media, que tiene como objetivo proporcionar una imagen basada en evidencia de la masculinidad moderna y disipar los mitos que rodean a los jóvenes británicos.

La investigación se centra en cómo

socializan los británicos, mostrando diferencias de edad y género en cómo el público británico hace y mantiene amigos. Richie Jones, Director de Clientes de Ipsos en el Reino Unido, sugiere que el "vínculo lado a lado" juega un papel más importante en las amistades masculinas jóvenes que en otros grupos, con partes de la Generación Z atrapadas en un "limbo de soledad" de tener muchos amigos pero aún sentirse solos.

Ahora vemos una división entre los mayores y los jóvenes en su capacidad para formar amistades, con una quinta parte (21%) de los jóvenes de 16 a 34 años diciendo que no saber cómo o dónde hacer amigos es una barrera para nuevas amistades, en comparación con solo el 9% de los de 55 a 75 años. El 36% de los jóvenes dice que la falta de

confianza les impide hacer nuevos amigos, en comparación con el 20% de los de 55 a 75 años. Tres de cada diez (29%) jóvenes dicen que la falta de tiempo debido al trabajo les impide hacer nuevos amigos.

Asegúrese de consultar el trabajo anterior de Ipsos con JOE Media, que [explora las percepciones de los hombres jóvenes sobre lo que las mujeres quieren en una pareja.](#)

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACT

El 36% de los jóvenes de 16 a 34 años en Gran Bretaña se siente solo al menos una vez a la semana, a pesar de que tres cuartas partes (75%) dicen tener "muchos" amigos.

Atajos



Hecho en Líbano

Ipsos en Líbano realizó un estudio a nivel nacional para evaluar el sentimiento público hacia los productos de fabricación libanesa.

Mientras que el 68% ve los productos libaneses de manera positiva y el 61% cree que cumplen con los estándares de calidad internacionales, las percepciones varían según las categorías, siendo los cosméticos y los productos dietéticos áreas que necesitan mejoras.

[LEER MÁS](#)

Actitudes de EE. UU. hacia la Alimentación, la Salud y la Regulación

Como parte de nuestra serie que analiza los sentimientos de los estadounidenses sobre todo lo relacionado con la alimentación, esta edición encuentra que los estadounidenses de todos los orígenes están preocupados por cómo sus dietas impactan su salud y bienestar. Independientemente de la afiliación política, la gente está de acuerdo en que el gobierno debería hacer más para garantizar la seguridad alimentaria.

[LEER MÁS](#)

Prohibiciones de Mangueras y Olas de Calor

Una nueva encuesta de Ipsos en el Reino Unido revela que el 36% del público británico está solo "algo" preparado para ajustar su trabajo o rutinas diarias al calor, y el 12% dice no estar preparado en absoluto.

Esta falta de preocupación se demuestra por los hallazgos de Ipsos de que solo la mitad (49%) de los británicos cumplirían con las prohibiciones de mangueras si estas se implementaran en sus áreas.

[LEER MÁS](#)

Informe sobre Asuntos Indígenas 2025

Los esfuerzos de reconciliación en Australia se enfrentan a importantes obstáculos, con los gestos simbólicos perdiendo favor entre el público, según el último informe de Ipsos Indigenous Issues 2025.

El informe mide las percepciones de los australianos sobre los asuntos de las Primeras Naciones, incluido el reconocimiento indígena y el papel del gobierno en la actuación para los pueblos de las Primeras Naciones, rastreando las actitudes hacia estos asuntos desde 2021.

[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.

Cover photo: **Callao, Perú**. Perú es el país con mayor probabilidad de estar de acuerdo en que el éxito de uno se basa en el mérito. Obtenga más información en la [página 5](#).

www.ipsos.com

@Ipsos