

Diciembre 2025

IPSOS UPDATE

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



Ipsos Update Diciembre 2025

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

A mitad de la década de 2020, y a un cuarto del siglo XXI, ¿qué piensa realmente la gente de los tiempos que vivimos? El estado de ánimo predominante es de nostalgia. Nuestro informe Ipsos Global Trends revela que seis de cada diez personas (en 43 mercados) dicen: "Me gustaría que mi país fuera como solía ser".

Hay muchas razones por las que el ambiente hoy es moderado. Las preocupaciones sobre conflictos militares están aumentando en Europa, las preocupaciones sobre el aumento del extremismo están en aumento en casi todas partes, mientras que el crimen vuelve a ser la principal preocupación del mundo. Nuestro nuevo informe World Affairs & Security Report encuentra que la proporción de personas que dicen "cuando realmente lo piensas, más cosas están

mejorando en el mundo estos días que empeorando" ha caído a un nuevo mínimo del 33%. Nuestro estudio sobre el Estado de la Democracia encuentra preocupaciones generalizadas sobre cómo van las cosas en Europa y EE. UU. Y apenas un tercio espera que la COP30 sea "efectiva y traiga resultados concretos" cuando se trata de abordar el cambio climático.

Sin embargo, encontramos algunas razones para un optimismo cauteloso en el nuevo Cost of Living Monitor. Menos personas ahora piensan que la economía de su país está en recesión, y las preocupaciones sobre el aumento de las tasas de interés han disminuido considerablemente en los últimos dos años. Las preocupaciones sobre el aumento de los costos de alimentos y

productos esenciales están en primer lugar, pero no en niveles tan elevados como mediciones anteriores.

Por otro lado, nuestro equipo francés ha estado buscando "razones para estar alegres". Su nuevo análisis desafía el discurso negativo tan prevalente cuando se trata de Francia hoy. Mientras tanto, nuestro informe sobre el estado de la nación libanesa muestra que, a pesar de los desafíos continuos, ha habido mejoras en la confianza del consumidor, con los productos locales ganando terreno y el turismo comenzando a recuperarse a los niveles previos a la crisis.

La edición de este mes también presenta una fascinante nueva investigación sobre cómo las ciudades y los países son vistos por personas de todo el mundo. Londres conserva su primer lugar en el Índice de las

Mejores Ciudades del Mundo de Ipsos/Resonance, por undécimo año consecutivo. Mientras tanto, nuestro informe World Affairs encuentra que la Marca Canadá se mantiene bien, encabezando la lista de países con probabilidades de tener una influencia positiva en el mundo, también por décimo año consecutivo.

Como siempre, esperamos que esta selección despierte nuevas ideas y apoye el trabajo que está realizando. Si desea discutir algo, no dude en ponerse en contacto.



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 46% espera vacacionar este invierno a pesar de la incertidumbre económica.

EE. UU.:
El 55% está de acuerdo en que los riesgos de tomar acciones militares contra los carteles en otros países superan los beneficios.

Perú:
El 59% de quienes desearían comenzar una nueva vida en el extranjero lo harían por una mejora económica.

Chile:
El 45% de los hogares tiene un ingreso que no dura hasta fin de mes.

Visita Ipsos.com
y nuestras webs
locales si quieres
ver nuestras
últimas cifras

Brasil:
El 40% dice que las muertes causadas por la policía para combatir el crimen organizado son justificables.

Gran Bretaña:
El 50% del público dice que la inmigración es una preocupación.

Francia:
El 97% es incapaz de distinguir entre música 100% IA y música humana.

Nueva Zelanda:
El 61% identifica el costo de vida como el problema más apremiante que enfrenta su país.



ÍNDICE



¿Está mejorando la vida?

Nostalgia generalizada por los viejos tiempos

1



Actitudes hacia la COP30

Expectativas divididas, demandas sistémicas y desafíos de gobernanza

2



3

Informe de Asuntos Mundiales y Seguridad

La reputación de Estados Unidos cae



4

Viendo lo Invisible

Cómo la Visión IA y los agentes de IA están transformando las pruebas de productos



5

Monitor del Costo de Vida 2025

Una mayoría espera que la inflación aumente



6

Estado de la Democracia 2025

Amenazas que enfrenta la democracia en Europa y EE. UU.



7

El Turno del Cedro

El impulso emergente del Líbano en 2025



8

Informe de las Mejores Ciudades del Mundo 2026

Londres conserva su título como la ciudad más prestigiosa del mundo



Dada la opción, la gente preferiría haber nacido en 1975 en lugar de 2025 por un margen de casi dos a uno (44% frente a 24%).

¿Está mejorando la vida?

Nostalgia generalizada por los viejos tiempos

En una nueva encuesta de Global Advisor realizada en 30 países, Ipsos pregunta al público cómo perciben la vida en 2025 en comparación con sus percepciones de la vida en 1975.

Dada la opción, la gente preferiría haber nacido en 1975 en lugar de 2025 por un margen de casi dos a uno (44% frente a 24%). Esto a pesar de que el 72% de las personas encuestadas en los 30 países nacieron después de 1975. Un promedio del 44% dice que preferiría haber nacido entonces, muy por delante del 24% que prefiere los tiempos actuales.

Solo un país se destaca: Corea del Sur. Es el único lugar donde más personas elegirían nacer hoy (44%) en lugar de hace 50 años (19%). Mientras

tanto, Francia lidera en la nostalgia, con un 57% que prefiere 1975. Bélgica, México (ambos 53%), Gran Bretaña y Nueva Zelanda (ambos 52%) le siguen de cerca.

Existe una sensación predominante de que la gente era más feliz en los viejos tiempos. Un promedio del 55% dice que su país era un lugar más feliz en 1975, con solo el 16% sintiendo que el ambiente es mejor ahora. Vale la pena señalar que nuestra encuesta encuentra que la gente no siempre tiene un conocimiento detallado de lo que ha cambiado durante este período: los encuestados tienden a sobreestimar la esperanza de vida en su país hace 50 años y a subestimar la longevidad en el mundo actual.

La Generación Z rompe el patrón (apenas). Es el único grupo de edad donde hay una preferencia por nacer en la década de 2020. Pero incluso entre esta sección más joven de la población, el margen es muy estrecho, lo que refleja la profunda inquietud sobre nuestro presente y nuestro futuro.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACT](#)

Actitudes hacia la COP30

Expectativas divididas, demandas sistémicas y desafíos de gobernanza

Antes de la 30^a reunión anual de la ONU sobre el clima (COP30), solo una de cada dos personas (44%) en 30 países conocía el propósito de la conferencia: una reunión entre países para negociar acciones para combatir el cambio climático.

Una de cada tres personas en 30 países (34%) nos dijo que esperaba que fuera efectiva y que produjera resultados concretos. En contraste, una de cada dos pensó que sería "meramente simbólica" sin un cambio real en la lucha contra el cambio climático. En 30 países, existe un notable deseo de que las empresas hagan más. Siete de cada diez (69%) están de acuerdo en que las empresas priorizan las ganancias

sobre las preocupaciones ambientales, con una proporción similar (65%) apoyando el requisito de que las empresas e industrias asignen parte de sus ganancias para abordar el cambio climático.

Una de cada dos personas (54%) está de acuerdo en que los multimillonarios deberían asumir la mayor parte de los costos de la lucha contra el cambio climático, con un apoyo que aumenta al 66% tanto en Turquía como en Italia, pero notablemente más bajo en Japón (39%) y Argentina (45%). En cuanto a los principales obstáculos para la acción climática, los políticos son vistos como un cuello de botella. La falta de voluntad política entre los

líderes gubernamentales es la barrera más citada a nivel mundial (42%), siendo los países latinoamericanos particularmente propensos a considerar esto un obstáculo clave (51% en promedio en la región).

La falta de aplicación de la ley contra la deforestación y la contaminación (34%) y la falta de financiación para proyectos ambientales (31%) también ocupan un lugar destacado.

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

En 30 países, existe un notable deseo de que las empresas hagan más.



Informe de Asuntos Mundiales y Seguridad

La reputación de Estados Unidos cae

En la última edición de nuestra encuesta anual Ipsos World Affairs para el Foro Internacional de Seguridad de Halifax, exploramos las actitudes globales hacia los conflictos y las amenazas para el mundo.

Menos de la mitad (48% en promedio en 30 países) ahora piensa que Estados Unidos tendrá un impacto positivo en los asuntos mundiales durante la próxima década, una disminución de 12 puntos porcentuales con respecto a nuestra encuesta del año pasado, que se realizó justo antes de que el ahora presidente de EE. UU., Donald Trump, ganara las elecciones.

Los vecinos del norte de Estados Unidos son ahora los menos propensos de los 30 países a pensar

que EE. UU. tendrá un impacto positivo, con solo el 24% de los canadienses diciendo esto, una asombrosa caída de 28 puntos en comparación con 2024.

La proporción de quienes piensan que EE. UU. tendrá un impacto positivo disminuyó en 29 de 30 países en 2025. La reputación global de EE. UU. también se deslizó durante el primer mandato de Trump (2017-2021).

Las preocupaciones por la desinformación y la piratería siguen siendo altas, con poco más de tres cuartas partes (77% en promedio en 30 países) diciendo que la propagación de la desinformación para influir en la opinión pública es una amenaza real en el mundo actual. Ser hackeado con fines

fraudulentos/de espionaje (77%) empata con la desinformación como la amenaza número uno por segundo año consecutivo.

Esto se conecta con una sensación más amplia de inquietud en los países encuestados. Cuatro quintas partes (80%) en promedio están de acuerdo en que durante el último año el mundo se ha vuelto más peligroso.

Cuatro quintas partes (80%) en promedio están de acuerdo en que durante el último año el mundo se ha vuelto más peligroso.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACT](#)

Viendo lo Invisible

Cómo la Visión IA y los agentes de IA están transformando las pruebas de productos

El auge de la IA generativa ha tenido un impacto significativo en el desarrollo de productos, reduciendo los tiempos de ciclo de años a solo meses. Esta urgencia está impulsada por la necesidad de una ventaja de ser el primero en mercados en rápida evolución. Sin embargo, si bien la velocidad es crucial, el crecimiento sostenible depende de una comprensión verdadera y total de la experiencia del producto, para evitar la insatisfacción del consumidor y el daño a la marca.

En este documento de Ipsos Views, la tercera edición de nuestra serie "Humanizando la IA", exploramos cómo la integración de la inteligencia humana (IH) y la inteligencia artificial (IA) puede mejorar las pruebas de productos utilizando tecnologías avanzadas como

la visión IA y los agentes de IA. Estas herramientas transforman las pruebas de uso en el hogar (IHUT) tradicionales, que generalmente dependen de la memoria del consumidor, al capturar experiencias de productos del mundo real con video y proporcionar un análisis matizado.

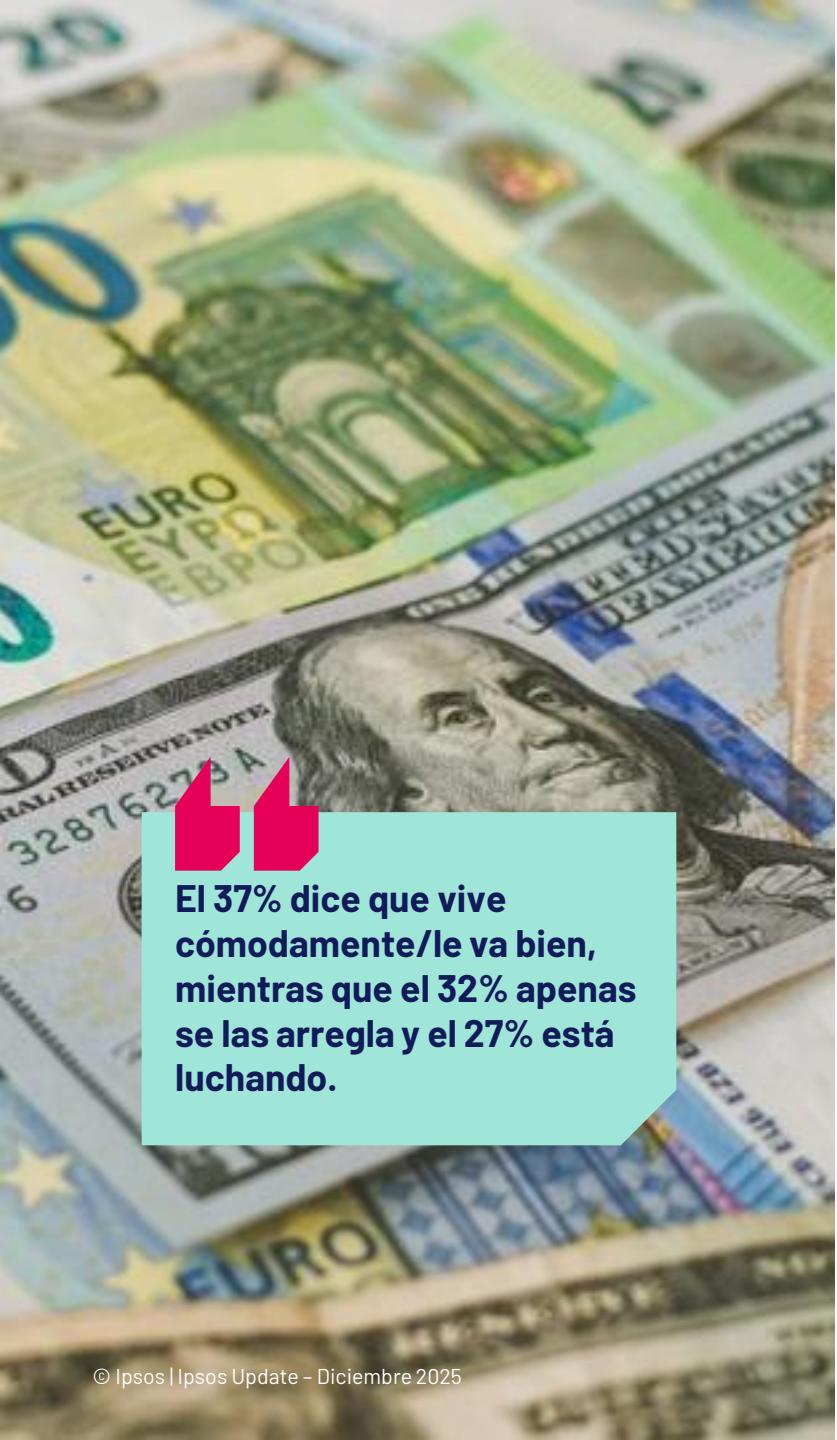
El uso de la etnografía de video, junto con la Visión IA, descubre momentos de uso del producto que las encuestas podrían pasar por alto, ofreciendo una visión más completa de la experiencia del consumidor. Permite a las empresas observar a los consumidores interactuar con los productos de manera sin filtros, proporcionando información más profunda y procesable.

Ver las experiencias del producto a escala reduce el riesgo de falla del

producto y permite a las marcas satisfacer las expectativas de manera más efectiva. Al aprovechar esta metodología de investigación avanzada impulsada por la IA, las empresas pueden anticipar tendencias, tomar decisiones informadas e innovar de manera efectiva para satisfacer y superar las demandas de los consumidores en el mercado altamente competitivo de hoy.

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

Los videos en el hogar, combinados con la Visión IA y el análisis experto de agentes de IA en un marco observacional, marcan una nueva frontera en la investigación de mercado.



El 37% dice que vive cómodamente/le va bien, mientras que el 32% apenas se las arregla y el 27% está luchando.

Monitor del Costo de Vida 2025

Una mayoría espera que la inflación aumente

La octava edición de nuestro Monitor del Costo de Vida rastrea cómo se sienten las personas en 30 países acerca de sus finanzas durante la "Década Inquieta".

Para algunos países, parece que las cosas han dado un giro en los últimos 12 meses. Si bien la inflación comenzó a caer en muchos países en 2023, ha tomado algún tiempo para que la gente esté más satisfecha con la situación. En promedio en 30 países, el 37% dice que vive cómodamente/le va bien, mientras que el 32% apenas se las arregla y el 27% está luchando.

En todos los países encuestados, los sentimientos son mixtos sobre lo que depara el futuro. Tantos piensan que su ingreso disponible aumentará como que disminuirá. Lo mismo

piensan que se mantendrá igual. Sin embargo, cuando analizamos esto a nivel de país, las cosas son menos equitativas.

Muchos en Europa y en los países de habla inglesa se sienten relativamente positivos acerca de su situación financiera actual. Sin embargo, estos mismos países no creen que se mantenga bien.

La mayoría de estos países son más propensos a pensar que su ingreso disponible disminuirá en el próximo año que a aumentar. Incluso en un lugar como los Países Bajos, el país donde la gente está más contenta con sus finanzas, el 35% cree que su ingreso disponible disminuirá en el próximo año.

La gente en Francia es la más propensa a pensar que tendrá menos dinero para gastar después de las facturas en el próximo año, con un 44% pensando que su ingreso disponible disminuirá. Mientras que el 41% piensa que su nivel de vida caerá en 2026, lo que representa un aumento de 4 puntos porcentuales desde el otoño del año pasado.

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

Estado de la Democracia 2025

Amenazas que enfrenta la democracia en Europa y EE. UU.

La edición de 2025 de "El Estado de la Democracia" encuentra una insatisfacción continua con el funcionamiento de la democracia.

En los nueve países, la satisfacción ha caído más desde 2024 en los Países Bajos (-12 puntos porcentuales hasta el 36%) y Francia (-6 puntos porcentuales hasta el 19%), tras la inestabilidad política en ambos países. Suecia sigue siendo el único país donde la mayoría está satisfecha con el funcionamiento de la democracia.

Con la excepción de Polonia, existe una fuerte sensación de que el funcionamiento de la democracia está bajo presión. Los Países Bajos y Francia vuelven a liderar las

percepciones negativas, con un 76% y un 81%, respectivamente, diciendo que el funcionamiento de la democracia ha empeorado.

A pesar de la insatisfacción, las mayorías en la mayoría de los países dicen que la democracia es crucial para la sociedad y debe mantenerse. Croacia es el único país donde más personas dicen que la democracia solo vale la pena si ofrece una buena calidad de vida.

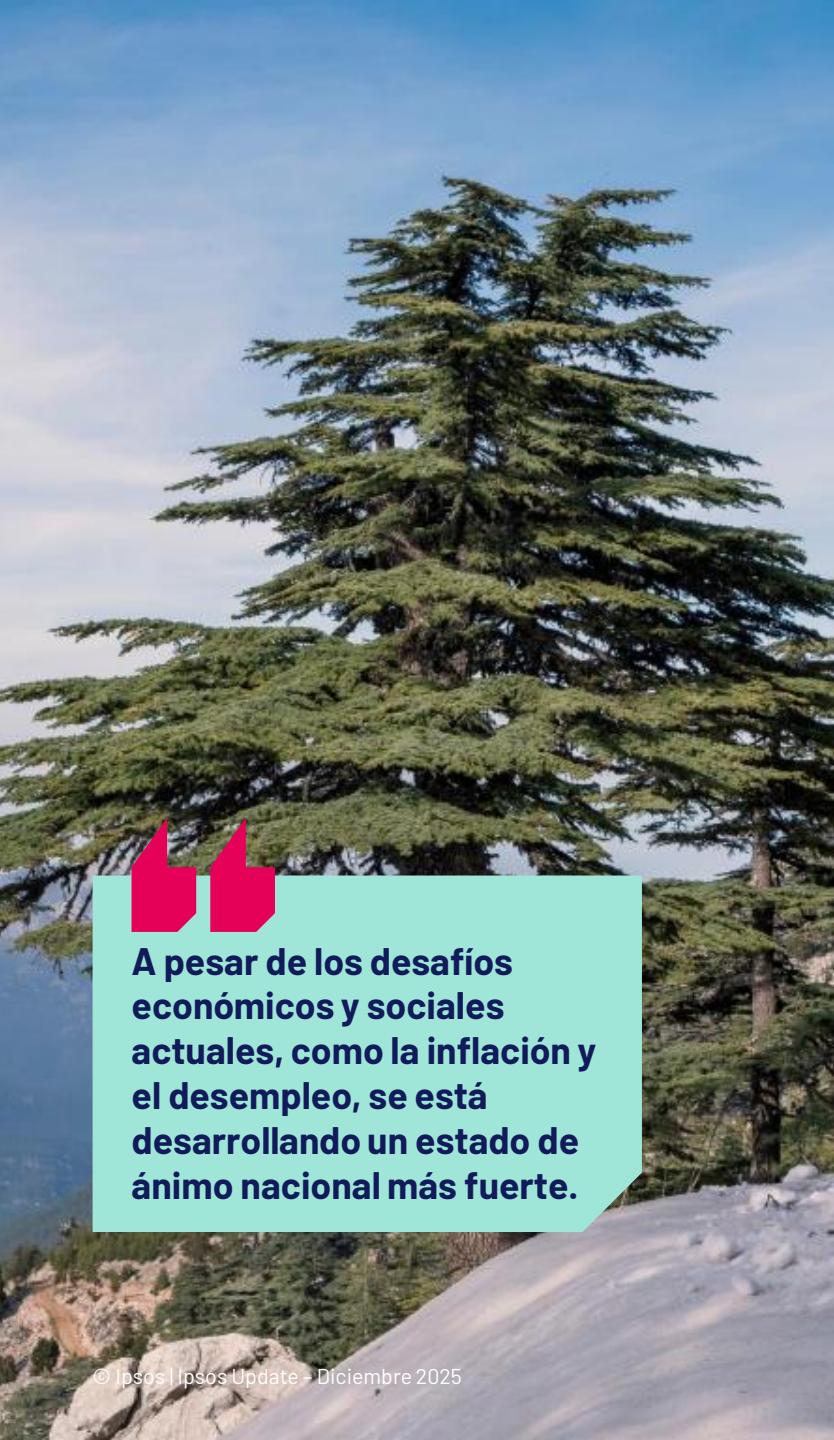
Las mayorías en todos los países, excepto Suecia, están preocupadas por el estado de la democracia en los próximos cinco años. Las noticias falsas, la falta de rendición de cuentas entre los

políticos, el aumento del extremismo y la corrupción se consideran las mayores amenazas para la democracia.

En cuanto a las posibles soluciones para fortalecer la democracia, leyes anticorrupción más estrictas y la protección de la independencia de los tribunales se consideran soluciones efectivas en casi todos los países.

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

Las mayorías en todos los países, excepto Suecia, están preocupadas por el estado de la democracia en los próximos cinco años.



A pesar de los desafíos económicos y sociales actuales, como la inflación y el desempleo, se está desarrollando un estado de ánimo nacional más fuerte.

El Turno del Cedro

El impulso emergente del Líbano en 2025

En 2025, el Líbano es cautelosamente optimista, como se observa a través de un aumento en el Índice de Sentimiento del Consumidor de Ipsos Líbano, de 34.7 en noviembre de 2024 a 38.2 en julio de 2025.

Más de la mitad de los encuestados ahora sienten que el país va por el buen camino, con una mayor disposición a realizar compras importantes.

A pesar de los desafíos económicos y sociales actuales, como la inflación y el desempleo, se está desarrollando un estado de ánimo nacional más fuerte. Esto incluye un aumento en el orgullo y la preferencia por los productos

libaneses, con un 73% de los consumidores aumentando su uso de productos locales en los últimos cinco años.

Los productos libaneses no solo se consideran competitivos a nivel internacional, sino que también se prefieren como una muestra de solidaridad económica. En línea, el sentimiento positivo sobre el Líbano ha crecido un 137%, según Ipsos Synthesio, ayudado por los cambios políticos y un enfoque en la igualdad de género y los derechos de las mujeres, reconocidos como cruciales para el progreso nacional.

Además, el sector turístico se está recuperando, destacado por el

aumento de las llegadas internacionales y el compromiso digital centrado en la cultura y la hospitalidad del Líbano.

Estos cambios indican un cambio de la mera supervivencia a una trayectoria esperanzadora hacia la reconstrucción, la estabilización y el logro de una mayor inclusión y oportunidades.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACT](#)

Informe de las Mejores Ciudades del Mundo 2026

Londres conserva su título como la ciudad más prestigiosa del mundo

Basándose en datos de Ipsos, el Informe de las Mejores Ciudades del Mundo 2026 revela las 100 ciudades con mejor reputación en todo el mundo.

En colaboración con Resonance Consultancy, preguntamos a 21,000 personas de 31 países diferentes cuáles eran las ciudades que más les atraían como lugares para visitar, trabajar o vivir.

Estos datos se combinaron luego con métricas de "rendimiento" concretas, incluyendo la calidad del aire, la solidez de la infraestructura de internet, la disponibilidad de espacios verdes, la participación de la fuerza laboral y datos de sitios de reseñas de redes sociales para determinar los destinos más deseables a nivel mundial para inversión, negocios y turismo.

Esta metodología única e intensiva produjo el mismo resultado que el año pasado: Londres conservó su título como la ciudad más prestigiosa del mundo. Obtuvo la primera posición en tres de las 34 subcategorías (la mayor cantidad de cualquier ciudad).

Las clasificaciones completas y el análisis se pueden encontrar en el sitio web de Resonance, junto con una copia descargable del informe.

Cada ciudad fue evaluada según su habitabilidad, amabilidad y prosperidad. Tomando en cuenta todas estas consideraciones, las 10 mejores ciudades de 2026 se revelaron de la siguiente manera:

1. Londres, Reino Unido
2. Nueva York, EE. UU.
3. París, Francia

4. Tokio, Japón
5. Madrid, España
6. Singapur
7. Roma, Italia
8. Dubái, EAU
9. Berlín, Alemania
10. Barcelona, España

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

Londres obtuvo la primera posición en tres de las 34 subcategorías (la mayor cantidad de cualquier ciudad).

Atajos



Más allá de las apariencias

Coescrito por Brice Teinturier, Alexandre Guérin y Arnaud Caré, este libro se basa en años de estudios y encuestas de opinión realizadas por Ipsos para pintar un retrato más matizado de la sociedad francesa. Ofrece un mensaje de esperanza bien razonado y fundamentado para ayudar a liberarse de la melancolía estereotipada de la nación y redescubrir razones para el optimismo.

[LEER MÁS](#)

Las cambiantes guerras culturales del Reino Unido

Las percepciones de división en el Reino Unido han alcanzado su punto más alto desde que comenzaron las tendencias en 2020, con un 84% del público diciendo ahora que el país se siente dividido, un aumento del 79% hace dos años y del 74% hace cinco años.

Los hallazgos provienen de un nuevo estudio realizado por King's College London e Ipsos, como parte de un programa de investigación que comenzó en 2020.

[LEER MÁS](#)

De epidemia silenciosa a valor medible

Este informe de Ipsos replantea la enfermedad de Alzheimer como un multiplicador de riesgo para el sistema de salud, explorando los efectos en cadena de la enfermedad y su manejo en los sistemas de salud globales.

Ofrece comentarios sobre la evidencia del mundo real, la economía de la salud y las oportunidades de investigación en el espacio de la enfermedad de Alzheimer.

[LEER MÁS](#)

El Directorio IKC

El Centro de Conocimiento de Ipsos reúne las últimas investigaciones y pensamientos de Ipsos sobre una amplia gama de temas en El Directorio. El contenido abarca desde documentos técnicos, informes y podcasts hasta publicaciones especializadas, todos ellos proporcionando información clave de nuestros diferentes mercados en todo el mundo. El Directorio se actualiza regularmente con nuevo contenido.

[LEER MÁS](#)

CONTACTO

Toda la información contenida en esta Actualización de Ipsos es de dominio público, y por lo tanto está disponible tanto para los colegas como para los clientes de Ipsos.

El contenido también se actualiza regularmente en nuestro sitio web y redes sociales.

Por favor, envíe un correo electrónico a IKC@ipsos.com con cualquier comentario, incluyendo ideas para futuros contenidos.

Foto de portada : **Fortaleza, Brasil.** Brasil fue sede de la COP30 de este año; descubra las actitudes globales hacia el evento [aquí](#).

www.ipsos.com

@Ipsos