

Agosto 2026

IPSOS UPDATE

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

Ipsos Update Agosto 2026

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

Con la crisis en Irán acercándose ya a los seis meses, está claro que la economía mundial se ha adaptado mejor de lo que se temía inicialmente. Sin embargo, los consumidores siguen siendo cautelosos. La confianza no se está desplomando, pero tampoco muestra una recuperación convincente. La incertidumbre generada por el conflicto ha agravado una inquietud que ya existía. El costo de vida sigue siendo la principal preocupación en Estados Unidos, Canadá, Irlanda, Turquía, Singapur, Australia y Japón.

El trabajo de nuestro equipo canadiense sobre la Economía de la Resistencia (Endurance Economy) resulta especialmente revelador. Describe un período prolongado de ajuste en el que hogares, empresas e instituciones se están adaptando a condiciones que parecen estructurales más que temporales. Su análisis de mitad de año expone desafíos que tienen claros paralelismos en numerosos mercados.

Un país que sin duda ha atravesado dificultades recientemente es el Reino Unido. Ahora cuenta con un nuevo primer ministro, el séptimo desde 2016. Andy Burnham asume el cargo con apenas un 19% de los británicos afirmando que el país va en la dirección correcta, 14 puntos menos que hace un año. A veces es importante adoptar una perspectiva de largo plazo, y nuestro nuevo informe We British precisamente hace eso. Analiza cómo ha cambiado Gran Bretaña desde la década de 1980. En 1988, el 72% estaba satisfecho con su nivel de vida. Hoy, el PIB real per cápita es mucho más alto, pero solo el 52% afirma lo mismo. Esta nostalgia por el pasado y la impaciencia con el presente es un tema que retomaremos en la próxima edición de Ipsos Global Trends.

Dos nuevos informes realizados en 30 países destacan los desafíos que enfrentan los gobiernos para equilibrar prioridades

contrapuestas. Nuestro Índice Global de Infraestructura muestra que muchas personas cuestionan la capacidad de sus países para ejecutar grandes proyectos. Al mismo tiempo, están abiertas a la inversión privada en infraestructura, siempre que produzca resultados. Por otra parte, el Barómetro de la Transición Energética pone de relieve la preocupación por la dependencia de fuentes de energía extranjeras. Dos de cada tres personas apoyan la inversión en energías renovables, especialmente solar. Sin embargo, la mayoría también quiere que los gobiernos prioricen precios bajos de la energía, incluso si eso supone mayores emisiones.

La inteligencia artificial es otro ámbito en el que existen opiniones divididas. Nuestro nuevo informe Compras con IA muestra que los consumidores adoptan la IA para investigar y comparar productos, pero

siguen siendo cautelosos a la hora de permitir que complete compras, especialmente aquellas de mayor valor. Por ahora, los compradores quieren que la IA mejore su experiencia, no que la sustituya.

Como siempre, esperamos seguir manteniendo excelentes conversaciones con todos ustedes.



Simon Atkinson
Chief Knowledge Officer

Encuestas

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

Estados Unidos:

El 63% de los demócratas y el 66% de los republicanos quieren comprender mejor a las personas con diferentes orientaciones políticas.

Canadá:

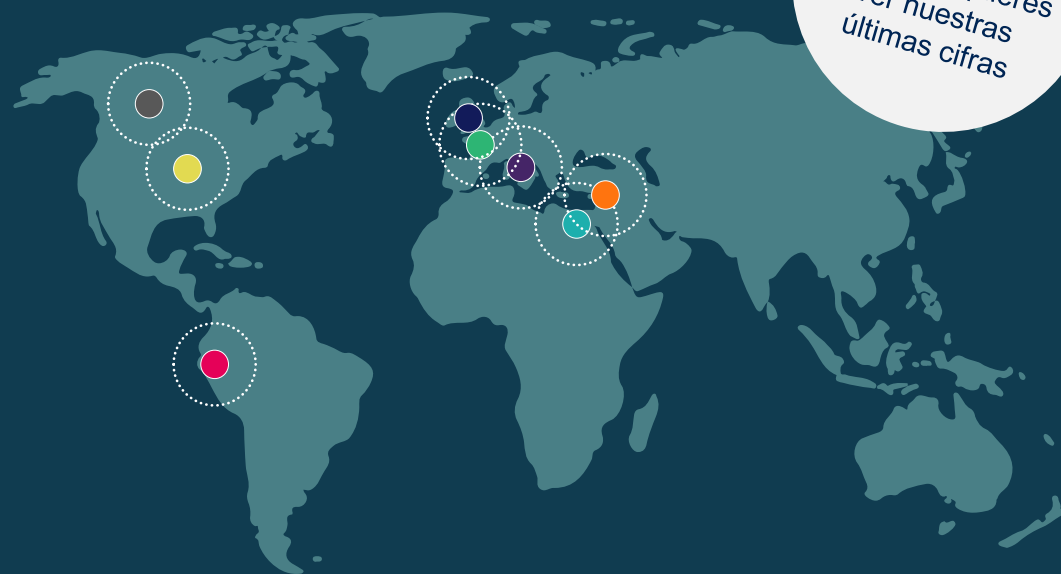
El 32% admite haber exagerado sus habilidades en inteligencia artificial ante sus colegas.

Perú:

Los peruanos son más propensos a recomendar visitar Machu Picchu (58%), el Centro Histórico de Cusco (28%) y los Baños del Inca (26%).

Egipto:

El 42% se preocupa por no poder cubrir económicamente sus gastos diarios.



Líbano:

El 55% se siente emocionalmente agotado todos los días o varias veces por semana.

Francia:

El 59% afirma que el Día de la Bastilla es una celebración nacional fundamental que debe conmemorarse con orgullo.

Gran Bretaña:

El 39% menciona la inmigración como un tema importante, seguida de la economía (37%).

Italia:

El 50% de los italianos considera que la mafia es uno de los problemas más urgentes del país, una disminución significativa frente al 62% registrado en 2022.

ÍNDICE



Compras con IA

Cómo la inteligencia artificial está transformando el recorrido de compra

1



Día Mundial de los Refugiados 2026

Las actitudes permanecen estables, mientras persisten las preguntas sobre la implementación

2



Diagnóstico Diferencial

Consideraciones sobre datos sintéticos en la investigación de mercados de salud

3



Barómetro de la Transición Energética 2026

Asequibilidad, seguridad y cambio climático

4



Índice Global de Infraestructura 2026

Continúa el interés por invertir en infraestructura

5



We British

De los Walkman al Wi-Fi... ¿y después qué?

6



Publicidad en la Copa Mundial 2026

Lo que hizo falta para destacar

7



La Economía de la Resiliencia a mediados de 2026

La mentalidad de los consumidores no muestra señales de la recuperación esperada

8

Compras con IA

Cómo la inteligencia artificial está transformando el recorrido de compra

La inteligencia artificial (IA) está transformando la experiencia de compra, aunque no de la forma que muchos anticipaban. Basado en datos de 15 mercados, este informe de Ipsos Views revela que, mientras la IA está cambiando la manera en que los consumidores descubren productos, los compradores siguen aferrándose firmemente a las decisiones finales de compra.

Entre los consumidores que conocen las herramientas de IA, el 27% ya las utiliza para investigar productos antes de comprar, mientras que otro 43% se muestra dispuesto a hacerlo.

Sin embargo, los compradores establecen límites claros cuando se trata de permitir que la IA realice la compra final. Aunque existe una gran

apertura hacia la investigación asistida por IA, solo el 9% de los consumidores permite actualmente que la IA efectúe compras de manera autónoma, y únicamente el 24% consideraría hacerlo.

En lugar de reemplazar el ecosistema de compras, la IA se está convirtiendo en una poderosa capa de mejora.

Dado que el 71% de las personas considera que la IA debe abordarse con cautela, la confianza — no la tecnología — constituye el principal motor de adopción. Esta confianza varía considerablemente según la edad y la ubicación geográfica.

Para las marcas y los minoristas, la presión es real. ¿Cómo justificar las inversiones en IA cuando el retorno

sobre la inversión (ROI) no está claro? ¿Cómo distribuir los presupuestos entre innovación digital y experiencia en tienda? ¿Qué puntos de contacto pueden automatizarse sin perder clientes? ¿Cuáles merecen mantenerse o recibir más inversión para equilibrar la influencia de la IA?

La respuesta no consiste en elegir un bando, sino en comprender exactamente dónde la IA agrega valor en el recorrido de compra de tu categoría.

LEER MÁS

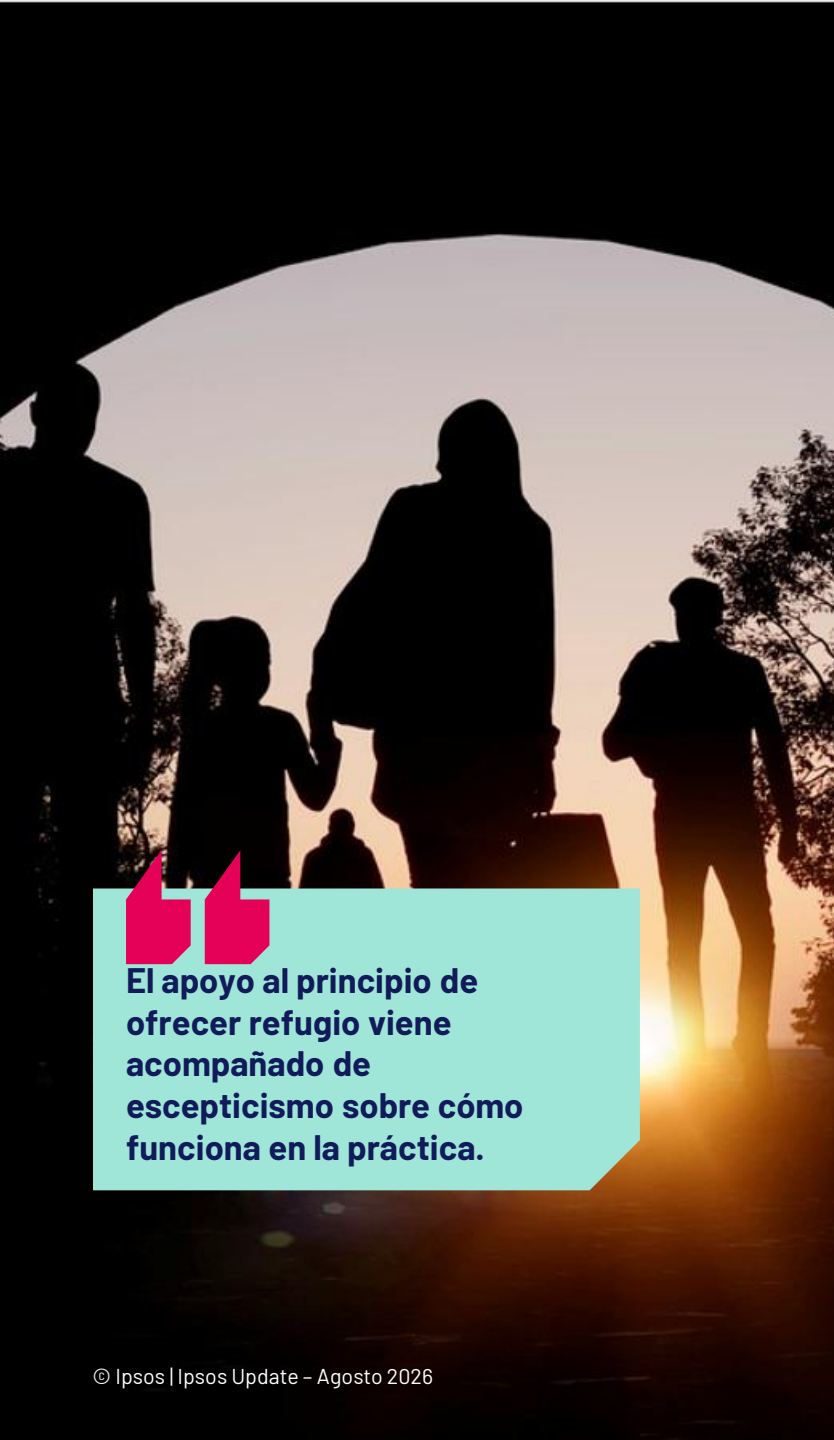
DESCARGAR

CONTACTO



En lugar de reemplazar el ecosistema de compras, la IA se está convirtiendo en una poderosa capa de mejora.





El apoyo al principio de ofrecer refugio viene acompañado de escepticismo sobre cómo funciona en la práctica.

Día Mundial de los Refugiados 2026

Las actitudes permanecen estables, mientras persisten las preguntas sobre la implementación

En un contexto marcado por niveles históricamente altos de desplazamiento, presión económica y un debate continuo sobre inmigración, la encuesta anual de Ipsos por el Día Mundial de los Refugiados revela que el apoyo público a ofrecer refugio sigue siendo sólido, aunque acompañado de dudas sobre cómo funcionan estos sistemas en la práctica.

En 29 países, dos tercios de las personas (66%) están de acuerdo en que quienes huyen de la guerra o la persecución deberían poder encontrar refugio en otros países.

La intensidad del apoyo varía según el país: el 78% tanto en Suecia como en los Países Bajos está a favor de ofrecer refugio, frente al 44% y 47%

registrados en Corea del Sur y Singapur, respectivamente.

No obstante, las opiniones pueden cambiar significativamente con el tiempo, como lo demuestran Japón (del 23% en 2019 al 64% en 2026) y Francia (del 43% al 68%).

El apoyo al principio de ofrecer refugio viene acompañado de escepticismo respecto a su aplicación práctica. Seis de cada diez personas (61%) en los 29 países expresan dudas sobre si muchas de las personas que afirman ser refugiadas realmente necesitan protección.

La opinión pública muestra sus mayores divisiones en torno a las políticas restrictivas. Una de cada dos

personas (49%) está de acuerdo con la afirmación de que “debemos cerrar completamente nuestras fronteras a los refugiados; no podemos aceptar a nadie en este momento”, mientras que cuatro de cada diez (41%) están en desacuerdo.

Las diferencias entre países son considerablemente amplias, lo que refuerza la idea de que las actitudes están determinadas por contextos nacionales específicos más que por una postura global compartida.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Diagnóstico Diferencial

Consideraciones sobre datos sintéticos en la investigación de mercados de salud

En una era en la que la tecnología y los datos están moldeando todos los aspectos de la industria, los datos sintéticos desempeñarán un papel fundamental en el futuro de la investigación de mercados en salud.

En este informe de Ipsos Views, nuestro equipo de Healthcare ofrece perspectivas expertas sobre la aplicación de metodologías de datos sintéticos en las ciencias de la vida. Los especialistas exploran las aplicaciones prácticas actuales de estos enfoques, las áreas en las que aún siguen siendo experimentales y las razones por las cuales el sector de la salud exige estándares de validez más rigurosos que la investigación de consumidores. Asimismo, brindan orientación valiosa para aprovechar

estas tecnologías mientras se prepara el terreno para futuras innovaciones.

Principales hallazgos

- Dónde los datos sintéticos ya están generando valor: ampliando muestras de enfermedades raras, activando segmentaciones a través de perfiles impulsados por IA y completando variables faltantes.
- Por qué el sector salud requiere enfoques diseñados específicamente: el razonamiento clínico, los participantes expertos y los requisitos regulatorios generan desafíos únicos de validación.
- Cómo evaluar la calidad de los datos sintéticos: el marco SURE de Ipsos proporciona un enfoque

estructurado basado en similitud estadística, utilidad, rareza y validación por expertos.

- Cuándo combinar la velocidad de la IA con la validación humana: las organizaciones que están obteniendo resultados reales complementan la investigación primaria, en lugar de reemplazarla.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Las herramientas de datos sintéticos tienen el potencial de mejorar significativamente la investigación en salud.

Barómetro de la Transición Energética 2026

Asequibilidad, seguridad y cambio climático

La transición energética global está entrando en una nueva fase, impulsada tanto por las preocupaciones sobre la asequibilidad y la seguridad energética como por el cambio climático.

El Barómetro de la Transición Energética 2026 de Ipsos revela un aumento de la preocupación por la energía en 31 países, con personas cada vez más enfocadas en el costo, la confiabilidad y la resiliencia de los sistemas energéticos.

La asequibilidad sigue siendo la principal preocupación. Tres de cada cuatro personas (76%) están preocupadas por el aumento de los costos energéticos, mientras que el 52% afirma que se ha vuelto más difícil pagar las facturas de energía y casi la mitad (49%) ha reducido otros gastos para poder cubrir esos costos. La mayor presión se siente en las economías emergentes y en los países más expuestos a las fluctuaciones de los

precios de la energía.

La seguridad energética ha ganado una importancia significativa en la agenda pública como consecuencia de las tensiones geopolíticas. Siete de cada diez personas (70%) creen que su país depende demasiado de fuentes de energía extranjeras, mientras que el 60% apoya priorizar la independencia energética incluso si ello implica mayores costos. Al mismo tiempo, el 53% quiere que los gobiernos prioricen precios bajos de la energía, incluso si aumentan las emisiones, lo que pone de manifiesto una creciente tensión entre las ambiciones climáticas y las realidades económicas.

Las preocupaciones sobre la confiabilidad agregan otra capa de incertidumbre. Menos de la mitad (46%) confía en que su región podrá satisfacer la demanda futura de electricidad y solo el 35% cree que las redes eléctricas están

preparadas para cubrir las necesidades energéticas de los centros de datos de inteligencia artificial.

A pesar de estas presiones, el apoyo a la transición energética sigue siendo sólido. Dos tercios (67%) respaldan la inversión en energías renovables y almacenamiento, mientras que la energía solar cuenta con un apoyo abrumador de la opinión pública.



El 52% de las personas en 31 países afirma que se ha vuelto más difícil pagar las facturas de energía.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO

Índice Global de Infraestructura 2026

Continúa el interés por invertir en infraestructura

La última edición del Índice Global de Infraestructura de Ipsos y la Asociación Global de Inversionistas en Infraestructura (GIIA) muestra una fuerte competencia entre las principales prioridades de inversión en infraestructura de la ciudadanía.

La encuesta de 2026, realizada en 29 países entre abril y mayo, indica que el abastecimiento de agua y el alcantarillado son la principal prioridad (42%), seguidos por la construcción de nuevas viviendas (37%). Muy cerca aparecen tres sectores con un 36% cada uno: la infraestructura ferroviaria, la infraestructura de energía solar y los espacios peatonales.

Los resultados muestran diferencias importantes entre países. El suministro de agua y alcantarillado es prioritario para el 72% de los sudafricanos, pero solo para el 19% de los surcoreanos. Del mismo modo, la construcción de viviendas es una prioridad para el 53% de los neerlandeses y solo para el 5% de los japoneses.

Por otra parte, cuatro de cada diez personas (38%) dicen estar satisfechas con la infraestructura de su país, volviendo a niveles similares a los registrados en 2023. El 30% está insatisfecho y el 29% se declara neutral.

Sin embargo, la satisfacción ha

disminuido considerablemente entre 2024 y 2026 en tres países del G7: Reino Unido y Alemania (ambos con una caída de 11 puntos porcentuales) y Estados Unidos (8 puntos). También se han observado descensos en México, Tailandia e Indonesia.

LEER MÁS

DESCARGAR

CONTACTO



El 57% considera que su país no está haciendo lo suficiente para cubrir sus necesidades de infraestructura.



We British

De los Walkman al Wi-Fi... ¿y después qué?

El más reciente informe Understanding Society de Ipsos analiza cómo ha cambiado Gran Bretaña durante las últimas cuatro décadas, comparando las actitudes y comportamientos de los años ochenta con los actuales.

Gran Bretaña se ha vuelto más liberal, diversa y conectada tecnológicamente, pero también más pesimista respecto al futuro del país y menos confiada en sus instituciones.

Aunque la mayoría de los británicos sigue estando razonablemente satisfecha con su propia vida, la confianza en la forma en que se gobierna el país se

ha deteriorado de manera significativa. La confianza en los políticos, el gobierno, los servicios públicos y la movilidad social ha disminuido, mientras que el pesimismo económico alcanza niveles récord.

La sociedad británica es hoy mucho más abierta a distintos estilos de vida, orígenes étnicos, estructuras familiares e identidades sexuales que en la década de 1980. Sin embargo, la opinión pública sigue dividida en cuestiones económicas como los impuestos, el bienestar social y el equilibrio entre responsabilidad individual y apoyo colectivo.

El informe también destaca cómo la tecnología ha transformado la vida cotidiana. Los teléfonos inteligentes, internet y las redes sociales son hoy elementos esenciales de la vida moderna, generando nuevas oportunidades, pero también preocupaciones relacionadas con el bienestar infantil, la cohesión social y el impacto de la IA en el empleo.

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

Gran Bretaña se ha vuelto más liberal, diversa y conectada, pero también más pesimista respecto al futuro.

Publicidad en la Copa Mundial 2026

Lo que hizo falta para destacar

La Copa Mundial de la FIFA 2026 representó una gran oportunidad para que las marcas conectaran con audiencias globales. Sin embargo, el análisis de Ipsos sugiere que apoyarse únicamente en imágenes tradicionales del fútbol no fue suficiente para sobresalir.

Las campañas más exitosas encontraron formas de diferenciarse más allá de los elementos habituales como partidos, estadios y bares deportivos.

La investigación de Ipsos mostró que los activos distintivos de marca fueron fundamentales. Los

anuncios más efectivos utilizaron iconografía de producto y elementos de branding fácilmente reconocibles para garantizar que la audiencia identificara de inmediato quién era el anunciante.

Los hallazgos refuerzan un desafío histórico del patrocinio deportivo: los grandes eventos atraen naturalmente la atención, pero también pueden hacer que la publicidad se perciba como intercambiable.

Las marcas que dependieron únicamente de escenarios relacionados con el fútbol corrieron el riesgo de perderse entre un mar de ejecuciones

creativas similares.

Además, el análisis destaca la importancia de equilibrar el impacto emocional con la diferenciación. La publicidad vinculada a la Copa Mundial funciona mejor cuando captura la emoción y la relevancia cultural del evento sin perder la conexión con la marca.

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

Las marcas que dependieron únicamente de escenarios relacionados con el fútbol corrieron el riesgo de perderse entre un mar de ejecuciones creativas similares.



La Economía de la Resiliencia a mediados de 2026

La mentalidad de los consumidores no muestra señales de la recuperación esperada

Seis meses después del inicio de 2026, la idea de que una menor inflación y tasas de interés estables traerían un rápido retorno a la normalidad económica parece cada vez más alejada de la realidad.

Más que una recuperación tradicional, Canadá atraviesa un período de restricciones prolongadas en el que la adaptación a largo plazo define el comportamiento de los consumidores.

Tres señales caracterizan el entorno actual:

1. La asequibilidad sigue siendo el

principal prisma a través del cual los canadienses interpretan las condiciones económicas. El 76% considera el aumento de precios y la inflación como un riesgo personal.

2. La adaptación se ha vuelto más importante que la recuperación. El 42% afirma comer fuera con menos frecuencia y el 29% está reduciendo sus gastos en ocio y entretenimiento.

3. Canadá se ha vuelto más visiblemente dividido. Los hogares propietarios de activos viven una realidad

económica distinta de aquellos que dependen principalmente de sus ingresos, y los canadienses más jóvenes enfrentan circunstancias diferentes a las de los mayores.

La pregunta para los líderes empresariales es cómo esta adaptación prolongada transformará el mercado y si las estrategias actuales están alineadas con esta nueva realidad.

[LEER MÁS](#)

[DESCARGAR](#)

[CONTACTO](#)



El 76% de los canadienses considera el aumento de precios y la inflación como un riesgo personal.

Shortcuts



KEYS: Las fronteras de la confianza en las marcas

En una era de rápidos avances tecnológicos y cambios geopolíticos, ¿se están redefiniendo los fundamentos del éxito de las marcas? Los profesionales del marketing operan en un mundo donde la IA acelera la economía de la atención, haciendo que la confianza humana genuina sea más valiosa y, al mismo tiempo, más difícil de conseguir que nunca.

Conozca nuestros nuevos análisis y reflexiones surgidos del Festival Internacional de Creatividad Cannes Lions y otros eventos.

MIRA AQUÍ



El catalizador geopolítico

Durante años hablamos de los vehículos eléctricos en tiempo futuro. Sin embargo, a medida que el conflicto en Irán continúa afectando los mercados energéticos globales, esa conversación pasó de las salas de juntas a la vida cotidiana. Para los consumidores urbanos en India, la tensión geopolítica no es solo un titular de prensa; es un costo directo sobre sus desplazamientos diarios. Lo que observamos en 2026 no es simplemente una desaceleración de los segmentos tradicionales, sino un cambio profundo.

LEER MÁS



Encuesta política del Reino Unido – Julio de 2026

Las encuestas recientes revelan un amplio deseo de cambio en áreas clave de política pública, mientras Andy Burnham asume el cargo como séptimo primer ministro británico en diez años.

Sin embargo, la investigación muestra una marcada falta de confianza en los partidos políticos y sus líderes para llevar a cabo ese cambio. Una clara mayoría considera que ningún partido cuenta actualmente con un plan creíble para responder a sus necesidades.

LEER MÁS



Encuesta de Pacientes de Medicina General 2026

La encuesta de este año muestra una nueva mejora en la experiencia de los pacientes, continuando la tendencia positiva observada desde 2024.

La investigación aborda los servicios de atención primaria en el Reino Unido, la experiencia de la última consulta, la calidad de la atención recibida, la experiencia general con el consultorio médico, los servicios cuando el consultorio está cerrado, los servicios farmacéuticos, la odontología del NHS y el estado de salud actual de los pacientes.

LEER MÁS

CONTACTO

Toda la información contenida en este Ipsos Update 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: **Tokio, Japón.** Una mayoría apoya ofrecer refugio a quienes lo necesitan.

www.ipsos.com

@ipsos