

MONITOR DE IA DE IPSOS 2024

Una encuesta de Ipsos Global
Advisor realizada en 32 países

Junio 2024

Introducción: ¿cumbre o meseta?

No se puede negar que los últimos 12 meses han sido enormes para el avance técnico de la IA generativa. Pero, ¿qué opina la gente al respecto?

ChatGPT 3.0 irrumpió en escena a finales de 2022 y a mediados de 2023, cuando Ipsos publicó la segunda entrega de su Monitor de IA la gente expresaba un pronunciado aumento de 12 puntos en el acuerdo de que los productos y servicios que utilizaban IA les ponían nerviosos. Se trataba de un aumento considerable en tan solo 18 meses desde la oleada anterior, y hubo un aumento medido en cada uno de los mercados de tendencia. Una mayoría (52%) estaba de acuerdo con esta afirmación. Pero una mayoría (54%)

también está de acuerdo en que los productos y servicios con IA les entusiasman.

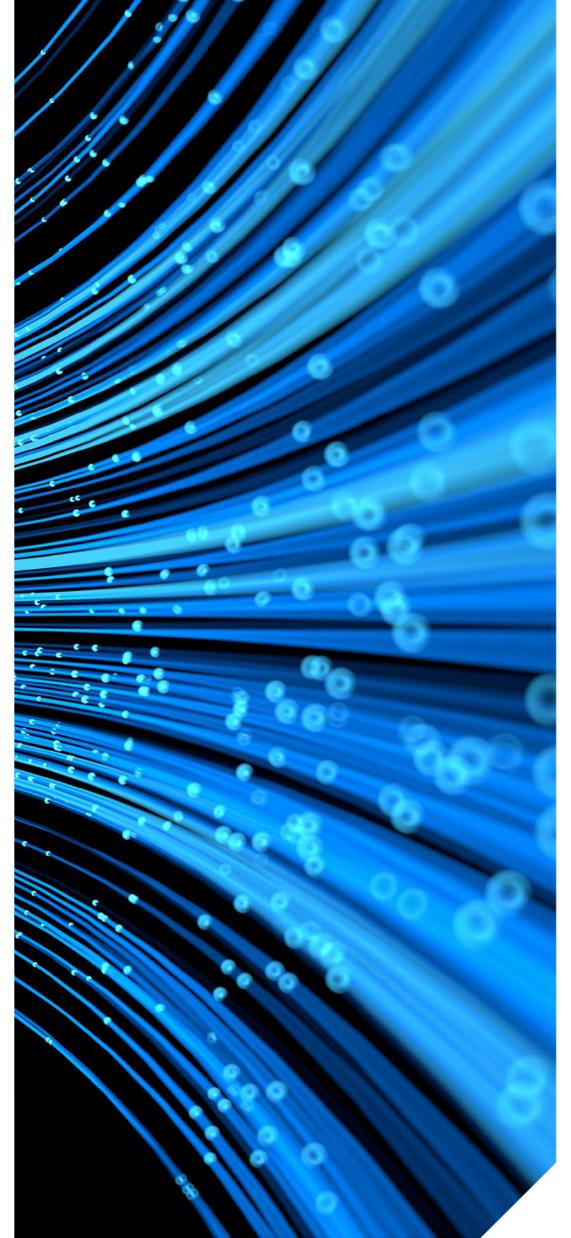
En lo que llevamos de año, las noticias sobre IA no han cesado. En el informe de este año vemos una continuación de esa división entre la maravilla y la preocupación por la IA.

Pero, en general, los datos varían muy poco de un año a otro. Una explicación plausible es que hemos tocado techo en muchas actitudes. A medida que nos acostumbramos a la IA en nuestras vidas, no aumenta la preocupación, y el descenso de 2 puntos en el número de personas que afirman que la IA les pone nerviosos (dentro de los márgenes) es en realidad el reconocimiento de una creciente comodidad con las herramientas de IA. Aunque, a pesar de

todos los cambios y el revuelo, no ha revolucionado la vida de todo el mundo en todos los mercados... todavía.

Otra teoría plausible es que nos encontramos en un punto muerto. Que la preocupación es muy real y que, a medida que las nuevas y mejores herramientas de IA empiecen a funcionar en todos los aspectos de nuestras vidas, desde la creación de entretenimiento hasta nuestras escuelas y lugares de trabajo, la preocupación (o el asombro) aumentará.

Aunque gran parte del Monitor de IA de Ipsos es una comprobación anual del pulso de los ciudadanos del mundo, este año se han añadido dos nuevas afirmaciones a la encuesta.



Introducción: ¿cumbre o meseta?

Uno de ellos es que, mientras sólo el 54% de los ciudadanos del mundo confía en que la IA no discrimine ni muestre prejuicios, son aún menos (45%) los que confían en que las personas no discriminen ni muestren prejuicios. Así que, a pesar de los titulares sobre la parcialidad de la IA, en realidad confiamos menos en nuestros semejantes que en los computadores.

La segunda es que, aunque la mayoría confía en que la inteligencia artificial aumente la eficiencia (que permita hacer las cosas más rápido) y cree más opciones de entretenimiento, eso sería todo.

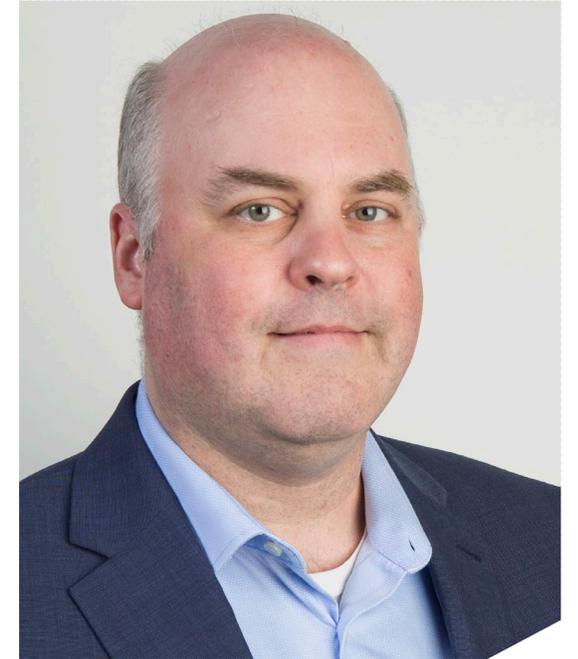
Por el momento, no vemos que la IA vaya a tener un gran impacto (o al menos positivo) en nuestra salud, la economía del lugar donde vivimos, nuestros trabajos o el mercado laboral en general. Sin embargo, lo que menos esperamos es que la IA tenga un impacto positivo en la cantidad de desinformación en Internet. Eso es especialmente importante en un año como 2024, cuando la mitad de la población mundial celebra elecciones.

Debajo de todo esto hay un par de puntos de asombro y preocupación bastante existenciales. Seis de cada diez piensan que es probable que la IA cambie su forma de trabajar en los

próximos cinco años. Casi cuatro de cada diez (37%) creen que sustituirá sus trabajos en ese periodo. Hay una inclinación pronunciada en las divisiones generacionales: los jóvenes tienen el doble de probabilidades de pensar así que sus mayores.

Matt Carmichael, SVP, Global Trends & Foresight, Ipsos Strategy3

Para saber más sobre la actitud de los consumidores ante la IA, consulte el monitor de [2023](#) y [2022](#).



CONTENIDOS

1

Temas de conversación

2

Lo que la gente sabe sobre la IA

3

Confianza en la IA

4

Expectativas de la IA en el futuro

5

Metodología

Temas de conversación

De un vistazo



67%

de los encuestados de 32 países afirma conocer bien qué es la IA, pero sólo el 52% sabe qué productos y servicios la utilizan.



53%

afirma estar entusiasmado con los productos y servicios que utilizan IA. Sin embargo, el 50% afirma que la IA les pone nerviosos.

29

En 29 de los 32 países encuestados, la gente cree que la IA es menos propensa a discriminar que los humanos.

41%



no está de acuerdo con la afirmación "Confío en que las empresas que utilizan IA protegerán mis datos personales".

66%



afirma que la IA cambiará profundamente su vida cotidiana en los próximos 3-5 años. El 50% afirma que ya lo ha hecho.

46%



de la Generación Z cree que la IA sustituirá su trabajo en los próximos cinco años, frente al 40% de los Millennials, el 31% de la Generación X y el 26% de los Baby Boomers.

Principales conclusiones



La gente está entusiasmada y nerviosa con la IA

El 53% dice que está entusiasmado con los productos y servicios que utilizan IA, en comparación con el 50% que dice que la IA los pone nerviosos. Asia es donde la emoción es mayor, mientras que la anglosfera y Europa son las más escépticas.



El conocimiento sobre IA es mayor entre los jóvenes

El 67% por ciento en 32 países dice que tiene una buena comprensión de la IA. Esto se eleva al 72% para la Generación Z y al 71% para los Millennials, mientras que solo el 58% de los Baby Boomers dicen tener una buena comprensión de la IA.



Sin embargo, son pocos los que saben qué productos y servicios utilizan la IA

El 52% dice saber qué productos y servicios utilizan IA. En 13 de los 32 países encuestados, es menos probable que las personas sepan qué productos y servicios utilizan IA que no.



Se piensa que los humanos son más propensos a discriminar que la IA

En 29 de los 32 países encuestados, más personas piensan que los humanos son más propensos a discriminar a otras personas que la IA. Irlanda es el único país donde es más probable que las personas digan que confían menos en que las personas discriminen que la IA.



Se espera que la IA empeore la desinformación

El 37% en promedio piensa que la IA empeorará la desinformación en Internet, mientras que el 30% cree que será mejor. En tres países, Suecia, Australia y Nueva Zelanda, la mayoría piensa que empeorará la desinformación.



Personas más propensas a pensar que la IA mejorará su trabajo

El 37% piensa que la IA mejorará su trabajo, en comparación con el 16% que dice que lo empeorará. Sin embargo, el 36% espera que la IA reemplace su trabajo en los próximos años, y aquellos con un nivel educativo más alto son los más preocupados.

Lo que la gente sabe sobre la IA

Comprensión de la IA



El 67% en 32 países dice que tiene una buena comprensión de la IA

Esta cifra se mantiene sin cambios en comparación con el año pasado. Sin embargo, ha habido un aumento en la comprensión en muchos países. Bélgica e Irlanda (+9 pp y 8 pp) han experimentado los mayores aumentos en la comprensión declarada de la IA en los últimos 12 meses.

En todos menos uno de los 32 países encuestados (Japón), la mayoría dice tener una buena comprensión de la IA. El conocimiento de la IA es más alto en Indonesia y México (86% y 80% respectivamente).

La comprensión es mayor entre las generaciones más jóvenes (Generación Z 72%, Millennials 71%) en comparación con los Baby Boomers (58%).

Qué utiliza IA



El 52% dice saber qué productos y servicios utilizan IA

El conocimiento sobre qué productos utilizan IA varía mucho de un país a otro.

El conocimiento autoproclamado es más alto en Asia, con China (81%), Indonesia (80%) y Tailandia (69%) encabezando la lista. Los países de Europa y América del Norte son los menos propensos a saber qué productos utilizan IA (Canadá 36%, Países Bajos y Bélgica 37%).

En 13 de los 32 países encuestados, es menos probable que las personas sepan qué productos y servicios utilizan IA que no.

Los baby boomers son la única generación en la que es más probable que la gente diga no saber qué productos y servicios que sí (de acuerdo 36%, en desacuerdo 45%).

Emocionado vs nervioso



La gente está dividida sobre cuándo la IA es algo por lo que estar emocionado o nervioso

Mientras que el 50% dice que los productos y servicios que utilizan IA los ponen nerviosos, el 53% dice que los emociona. Sin embargo, existen grandes diferencias entre regiones.

Los países de Asia son donde el entusiasmo es mayor, siendo China, Indonesia, Tailandia y Corea del Sur los más interesados en los productos de IA.

Gran parte del mundo anglosajón y de Europa se encuentran en el extremo más escéptico. Es menos probable que digan que están entusiasmados con los productos de IA y más probable que digan que la IA los pone nerviosos. También es en estos países donde la gente está más dividida sobre si [La IA aporta más ventajas que inconvenientes](#).

La IA y la confianza

¿Están seguros mis datos personales?



Las personas no están seguras de si sus datos personales están seguros con la IA

El 41% piensa que sus datos personales no estarán seguros con las empresas que utilizan IA, en comparación con el 47% que sí lo hace.

En 15 de los 32 países encuestados, las personas son más propensas a pensar que sus datos personales están seguros con IA a que no lo están.

La brecha entre los que no están de acuerdo con que las empresas que utilizan la IA protegerán sus datos personales y los que están de acuerdo con esa afirmación es mayor en Canadá. Solo el 28% de los canadienses (frente al 34% del año pasado) cree que sus datos personales están seguros con productos de IA.

La IA y la discriminación



Se considera que los humanos son más propensos a discriminar que la IA

En 29 de los 32 países encuestados, más personas piensan que los humanos son más propensos a discriminar a otras personas que la IA.

Irlanda es el único país donde es más probable que las personas digan que confían menos en que las personas discriminen que la IA. La India y Suiza tienen el mismo nivel de acuerdo para ambas declaraciones.

Confianza y generaciones



Las generaciones más jóvenes son más propensas a confiar en la IA en comparación con las mayores

Los Baby Boomers confían un poco menos en las empresas que utilizan la IA que los más jóvenes. Si bien todas las generaciones dicen que confían en que la IA no discrimine más de lo que confían en las personas, la brecha de acuerdo entre estas dos afirmaciones es menor para los Baby Boomers (el 45% confía en que la IA no discrimina frente al 41% confía en las personas).

En el caso de la Generación Z, el 59% dice que confía en la IA en lugar de discriminar y el 47% confía en que la gente no lo haga. Las generaciones más jóvenes también son las más propensas a confiar en las empresas que utilizan la IA para proteger sus datos personales, con un 49% de la Generación Z y un 51% de los Millennials. Sin embargo, la Generación Z ha visto una caída de 6 pp en los que están de acuerdo con esto en comparación con el año pasado.

Expectativas de la IA para el futuro

¿Cambiará la IA mi vida?



Mientras que el 50% dice que la IA ya ha cambiado su vida, el 66% dice que tendrá un impacto en su futuro

China e Indonesia (78% y 73% respectivamente) son los más propensos a pensar que la IA ya ha cambiado sus vidas. Sin embargo, casi la mitad de los 29 países encuestados son más propensos a decir que la IA no ha impactado en sus vidas.

Sin embargo, existe la expectativa de que la IA cambie en la vida de las personas en los próximos años. En todos los países, es más probable que las personas piensen que la IA cambiará profundamente sus vidas en los próximos 3 a 5 años.

Muchos de los países más escépticos en el lanzamiento del año pasado, como Canadá, Bélgica y Francia, que han visto un aumento en aquellos que piensan que la IA cambiará sus vidas en el futuro.

La IA y los puestos de trabajo



El 60% de las personas en 32 países dicen que la IA cambiará su trabajo en los próximos cinco años

Indonesia (87%), Tailandia (81%) y China (80%) son los más propensos a decir que la IA cambiará la forma en que haces tu trabajo en los próximos cinco años. Mientras que los países de Europa son los menos propensos a esperar grandes cambios en el trabajo: Países Bajos (38%), Alemania (43%) y Polonia (44%). Sin embargo, desde el año pasado, Alemania ha visto un aumento de 8 pp en los que están de acuerdo con esa afirmación.

Sin embargo, menos personas piensan que la IA reemplazará su trabajo actual en los próximos años, y el 36% dice que este es el caso. Aquellos con un nivel educativo más alto son ligeramente más propensos a pensar que se quedarán sin trabajo debido a la IA (39%) en comparación con aquellos con un nivel educativo bajo o medio (ambos 34%).

¿Están en riesgo los empleos de los jóvenes?



La Generación Z, muchos de los cuales tienen 20 años, están más preocupados por el futuro del trabajo

Casi uno de cada dos miembros de la Generación Z (46%) dice que es probable que la IA reemplace su trabajo actual en los próximos cinco años. Esto se compara con el 26% de los Baby Boomers, que están jubilados o casi jubilados durante la próxima década.

El 31% de la Generación X cree que su trabajo será reemplazado por la IA, mientras que el 40% de los Millennials lo hace.

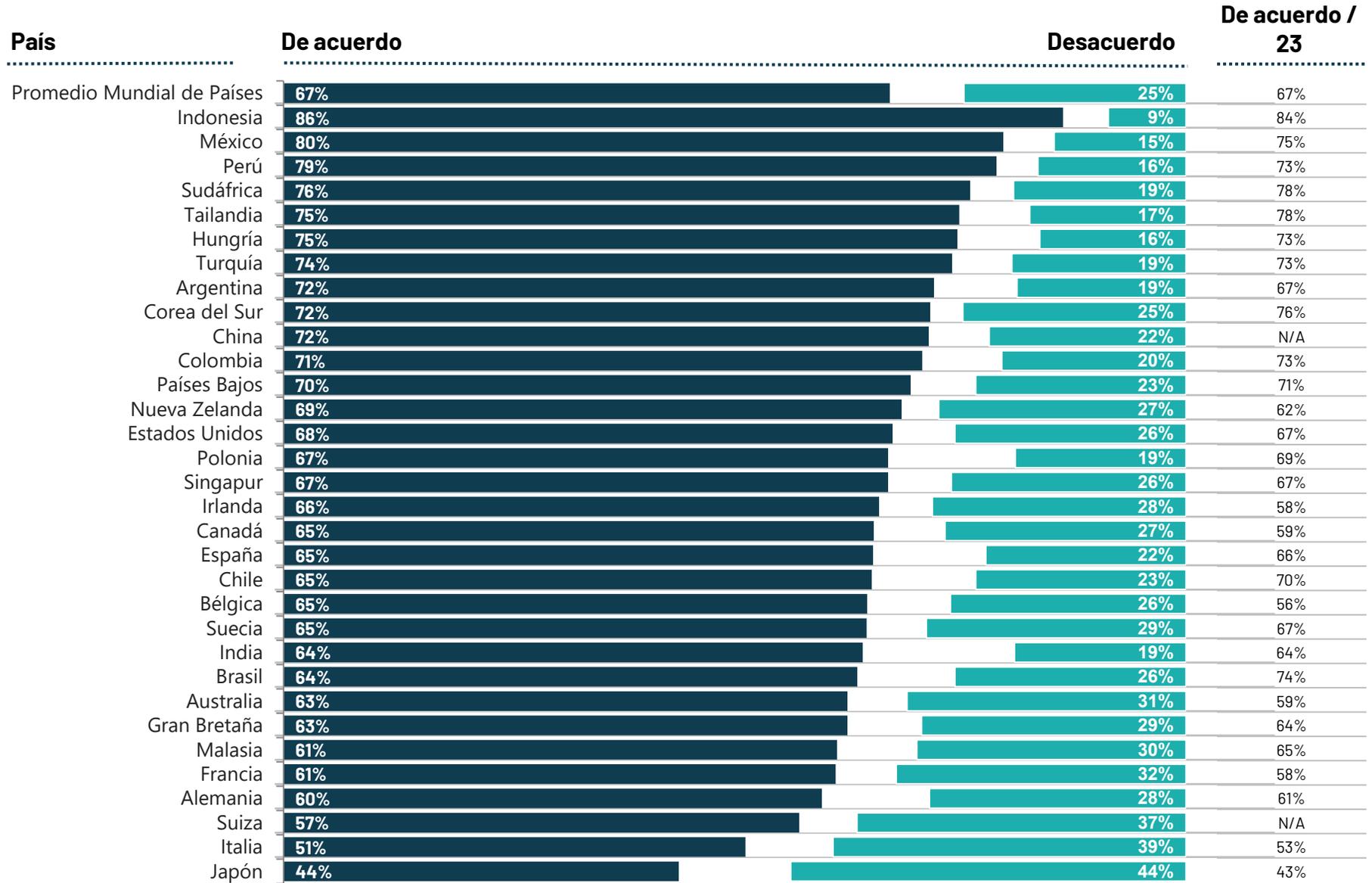
The younger generations are also the most likely to say AI will change how they work going forward. Sixty-seven per cent of Gen Z and 64% of Millennials agree AI will change their job while 49% of Baby Boomers and 55% of Gen X say the same.

Lo que la gente sabe sobre la IA



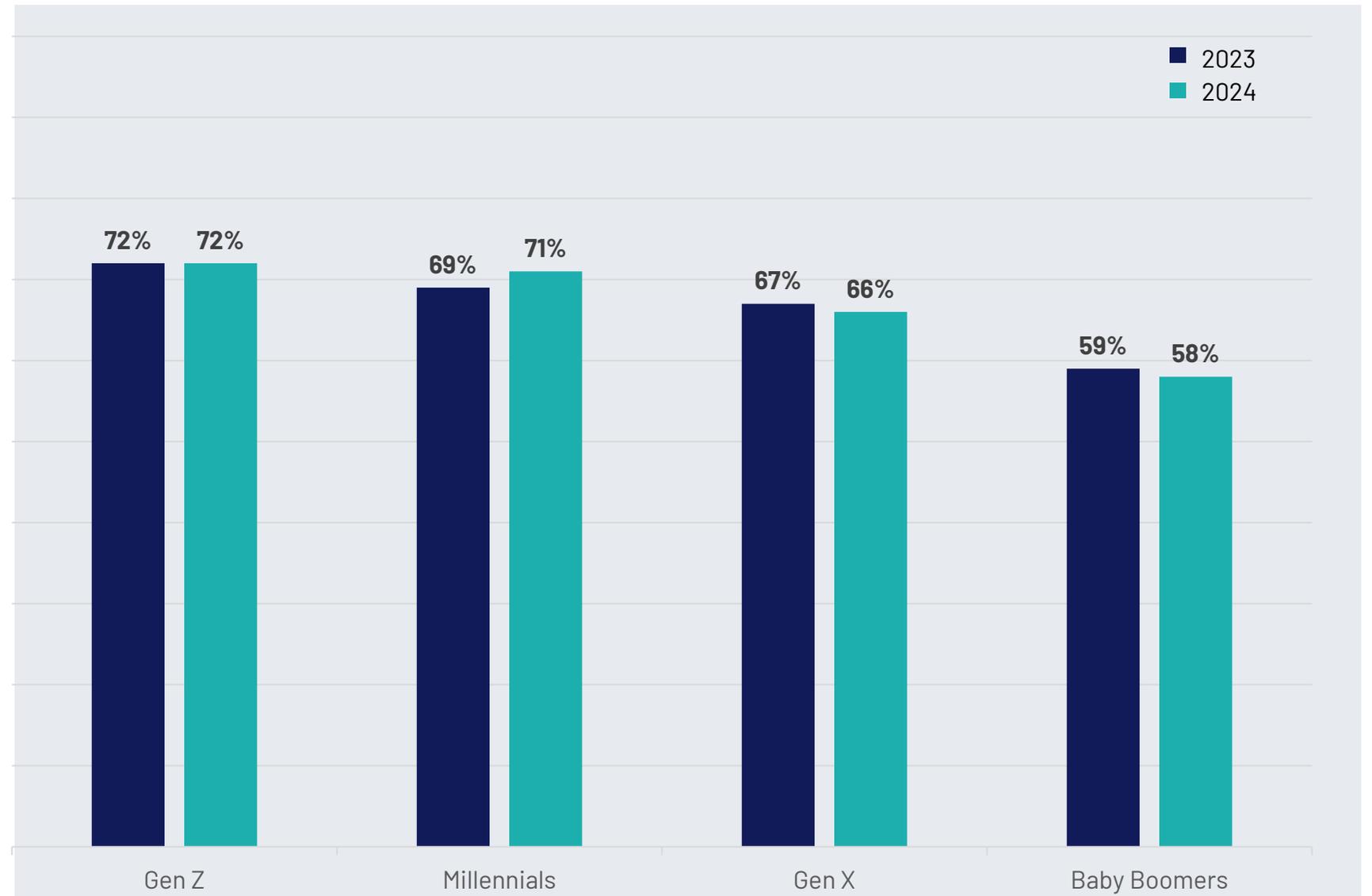
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Tengo una buena comprensión de lo que es la inteligencia artificial**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



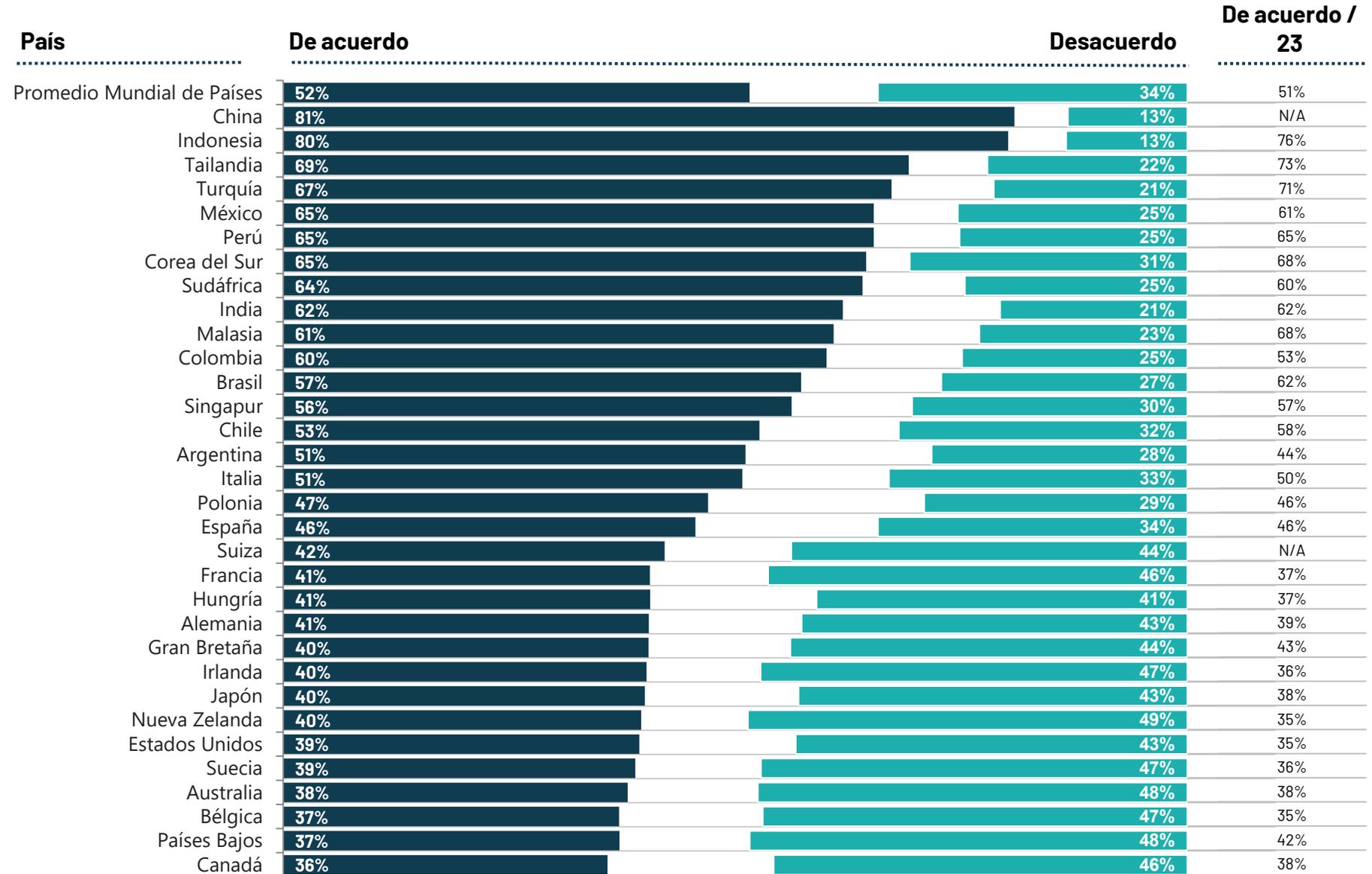
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Tengo una buena comprensión de lo que es la inteligencia artificial**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



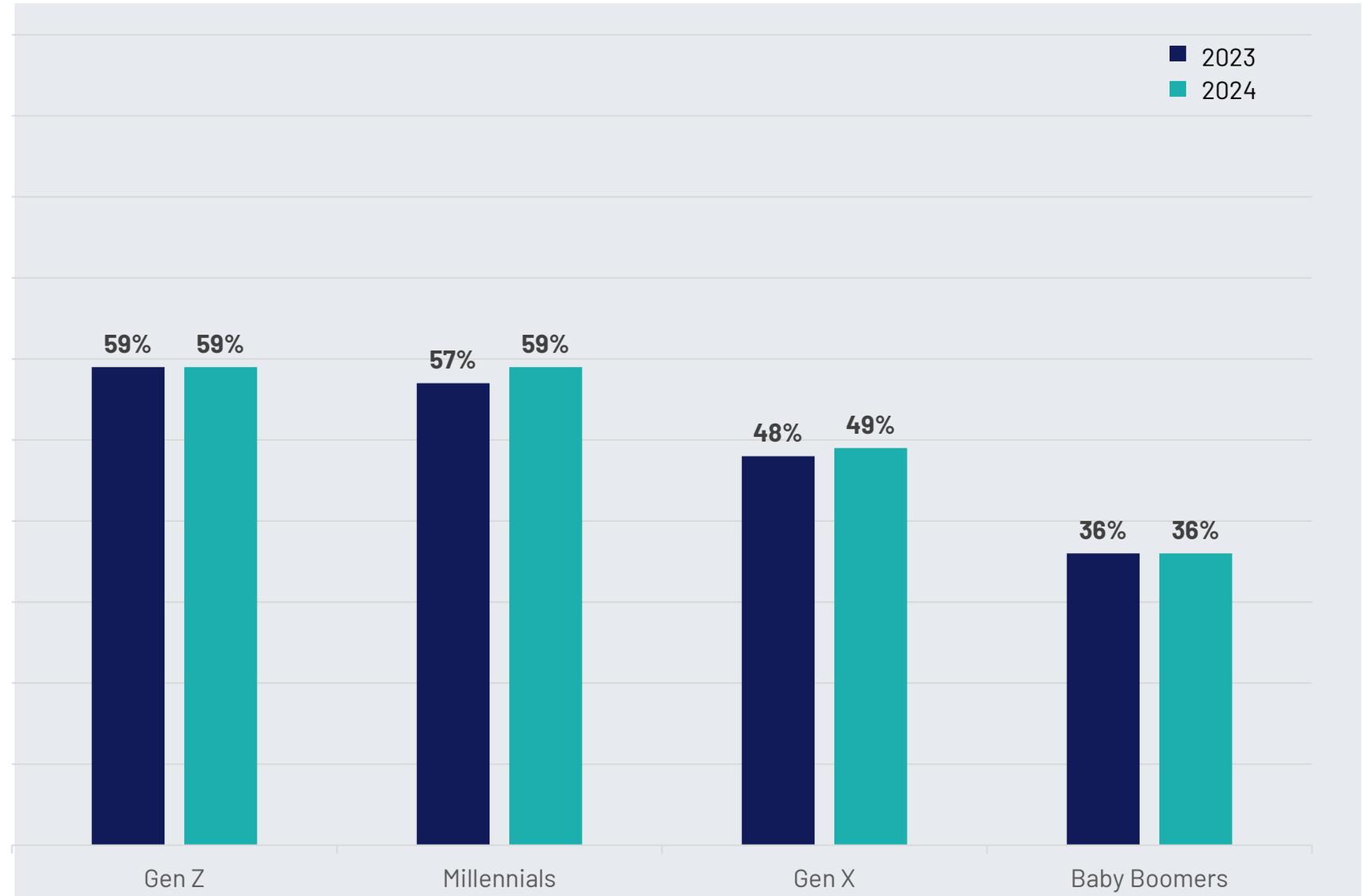
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Sé qué tipos de productos y servicios utilizan inteligencia artificial**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



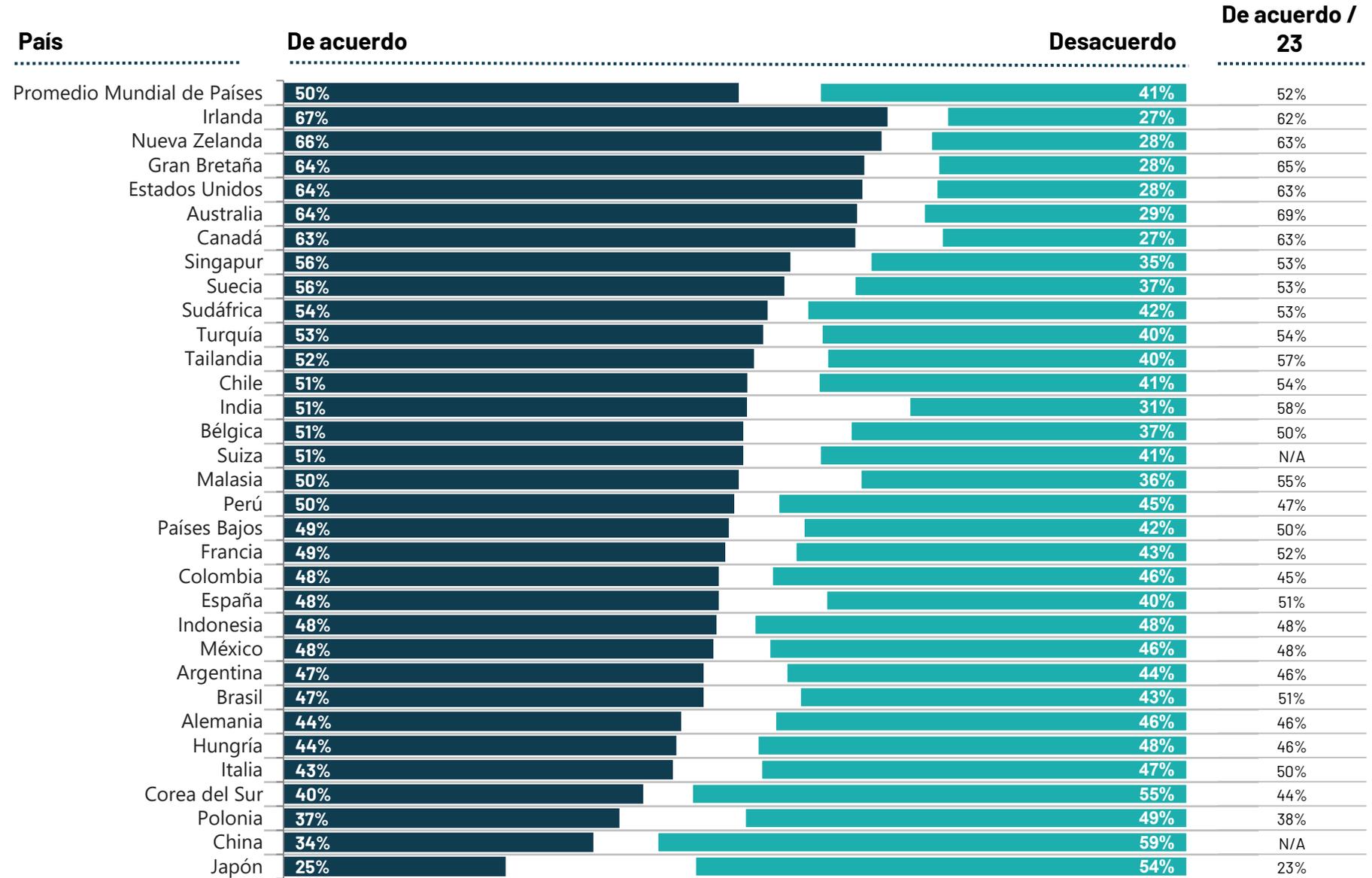
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Sé qué tipos de productos y servicios utilizan inteligencia artificial**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



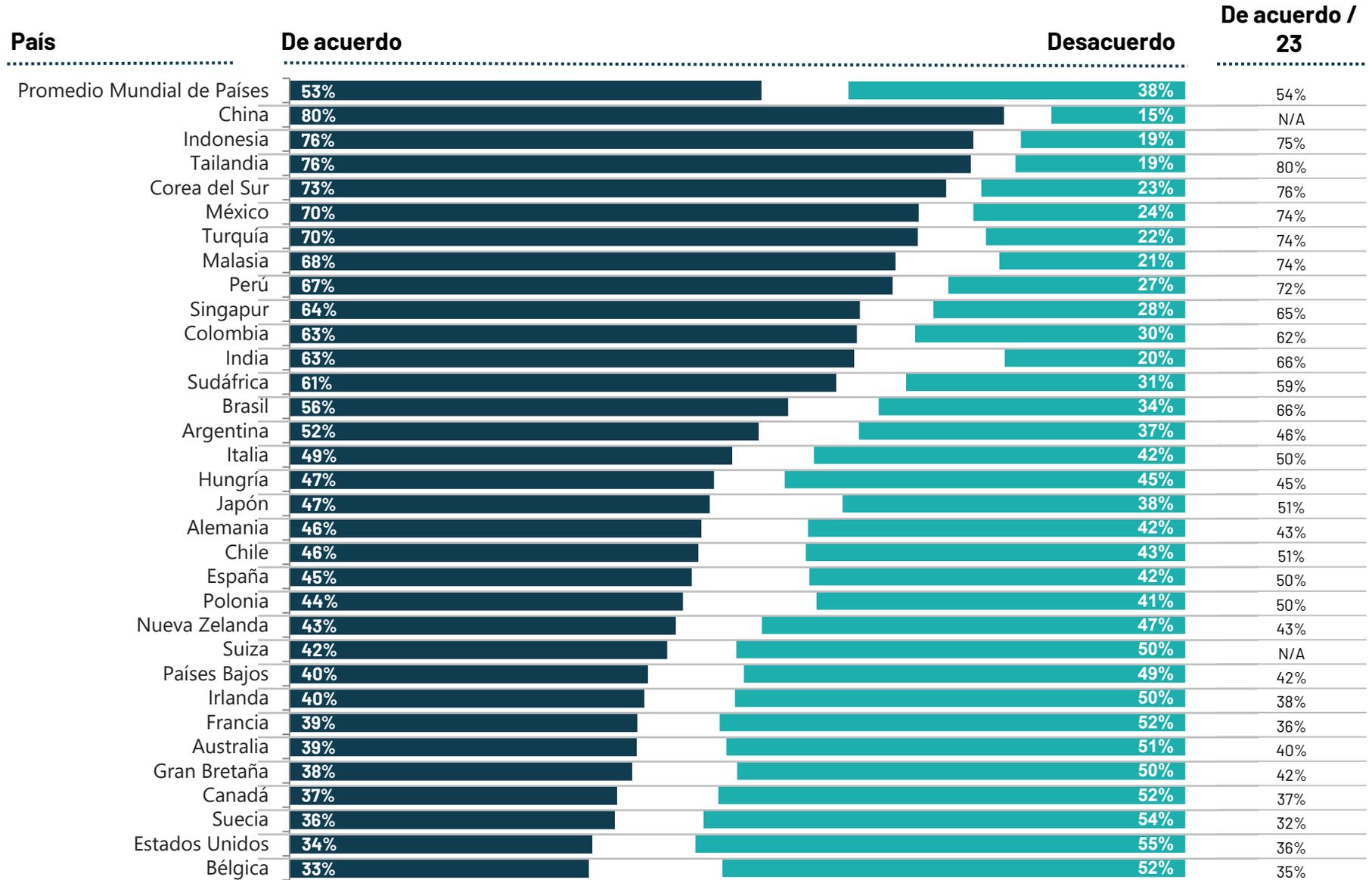
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me emocionan**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

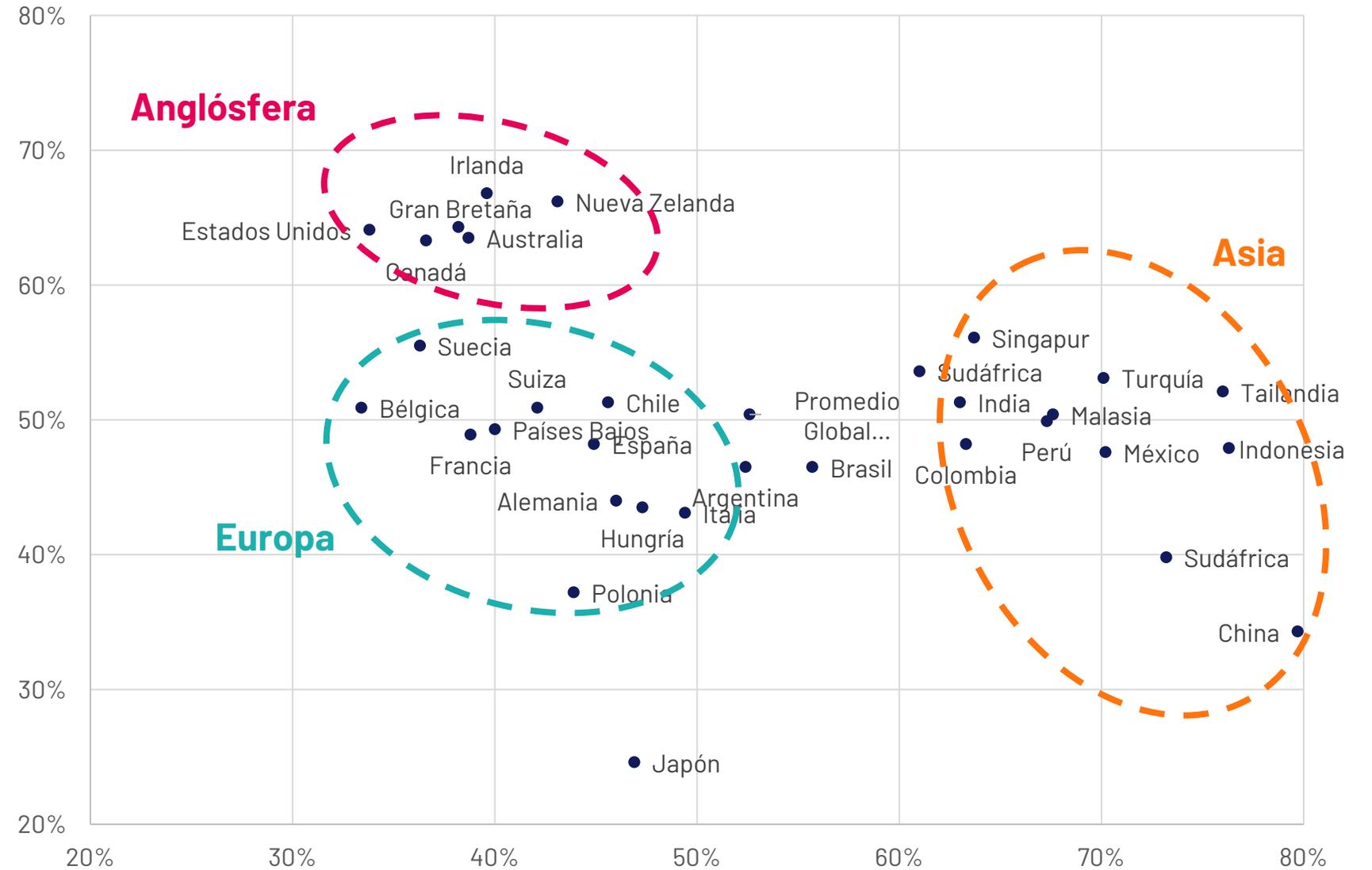


¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

- **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me ponen nervioso**
- **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial me emocionan**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

% Nervioso

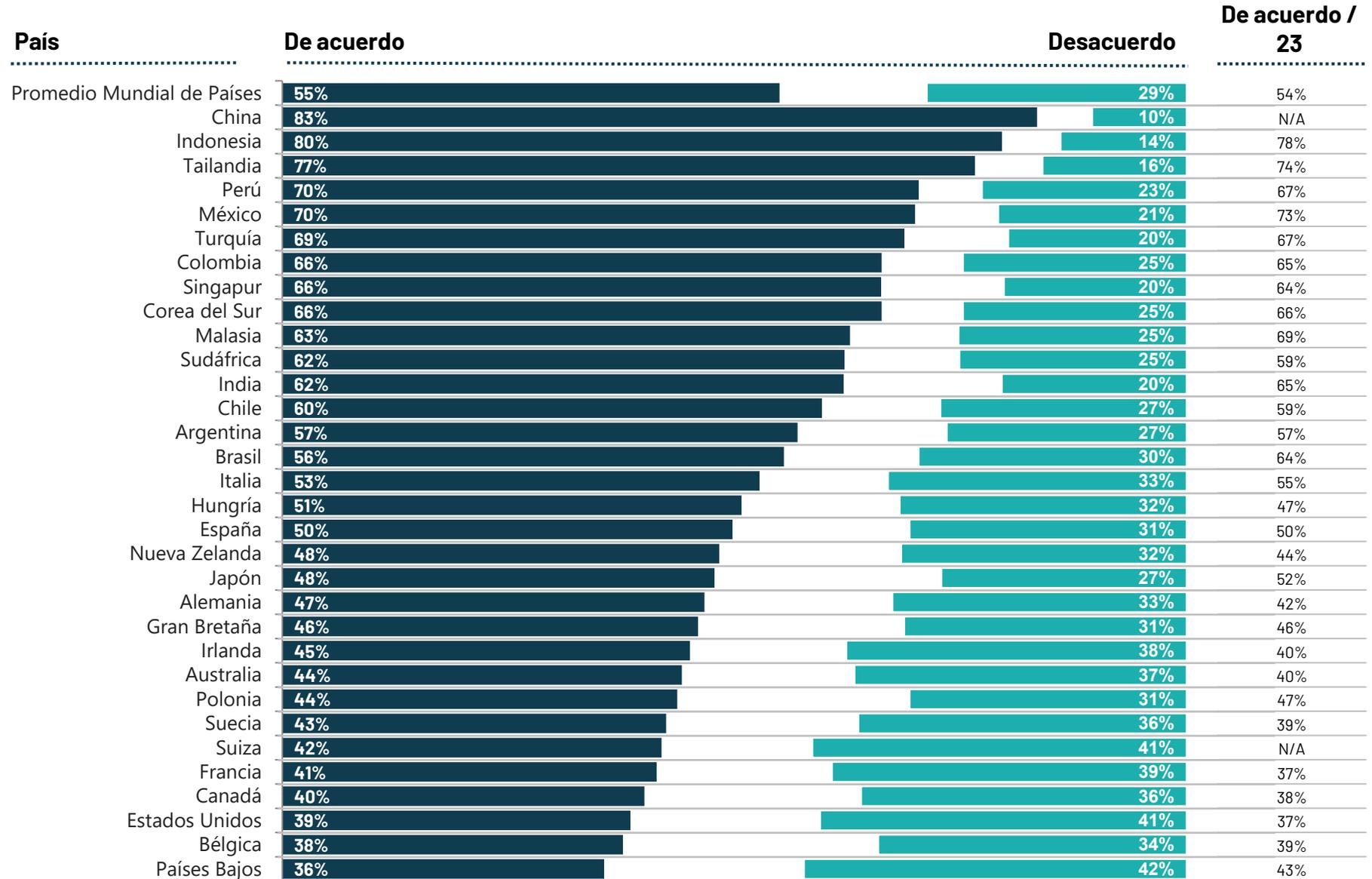


% Emocionado



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial tienen más ventajas que inconvenientes**

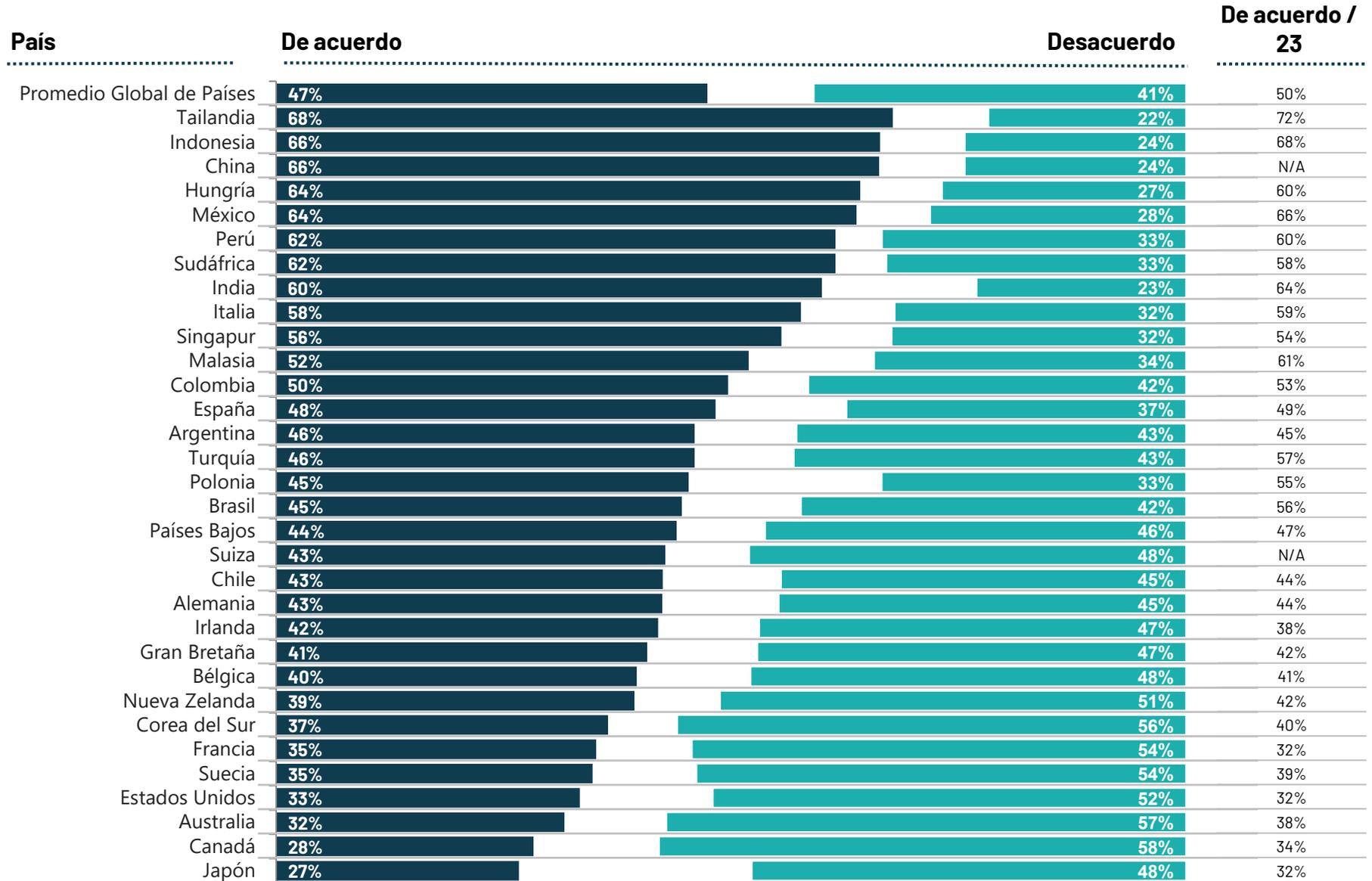
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



La IA y la confianza

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Confío en que las empresas que utilizan inteligencia artificial protejan mis datos personales**

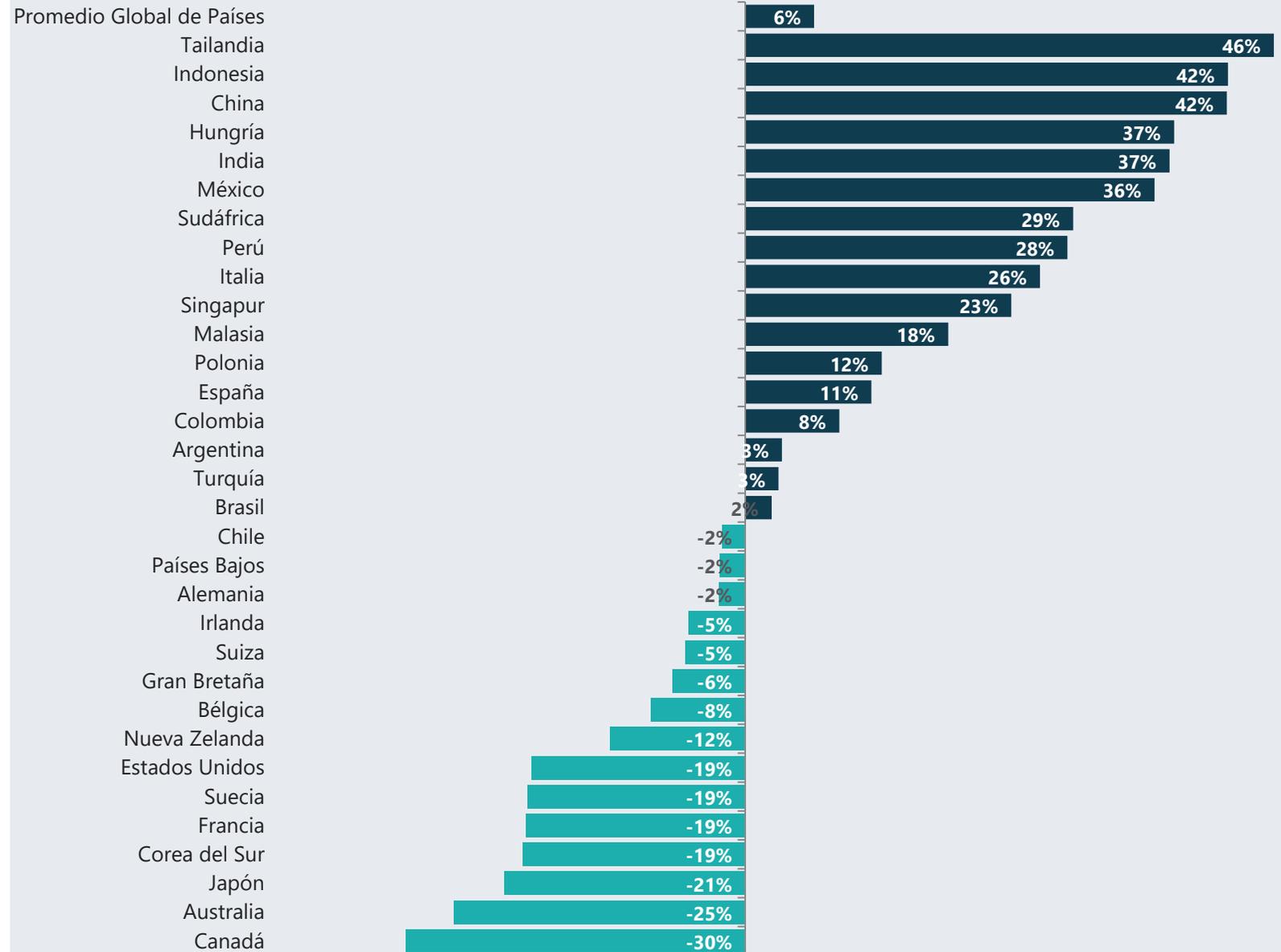
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Confío en que las empresas que utilizan inteligencia artificial protejan mis datos personales**

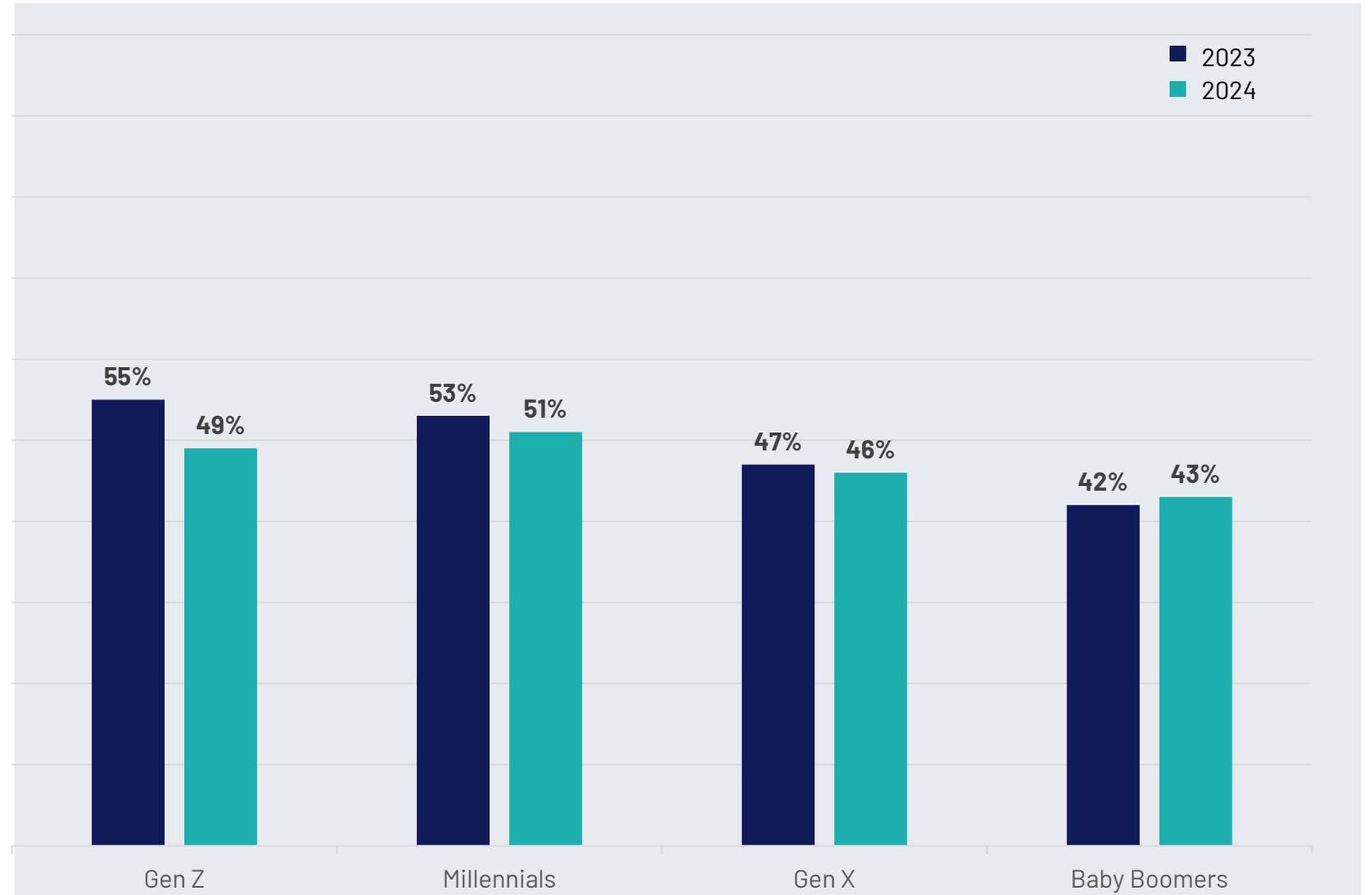
De acuerdo neto

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



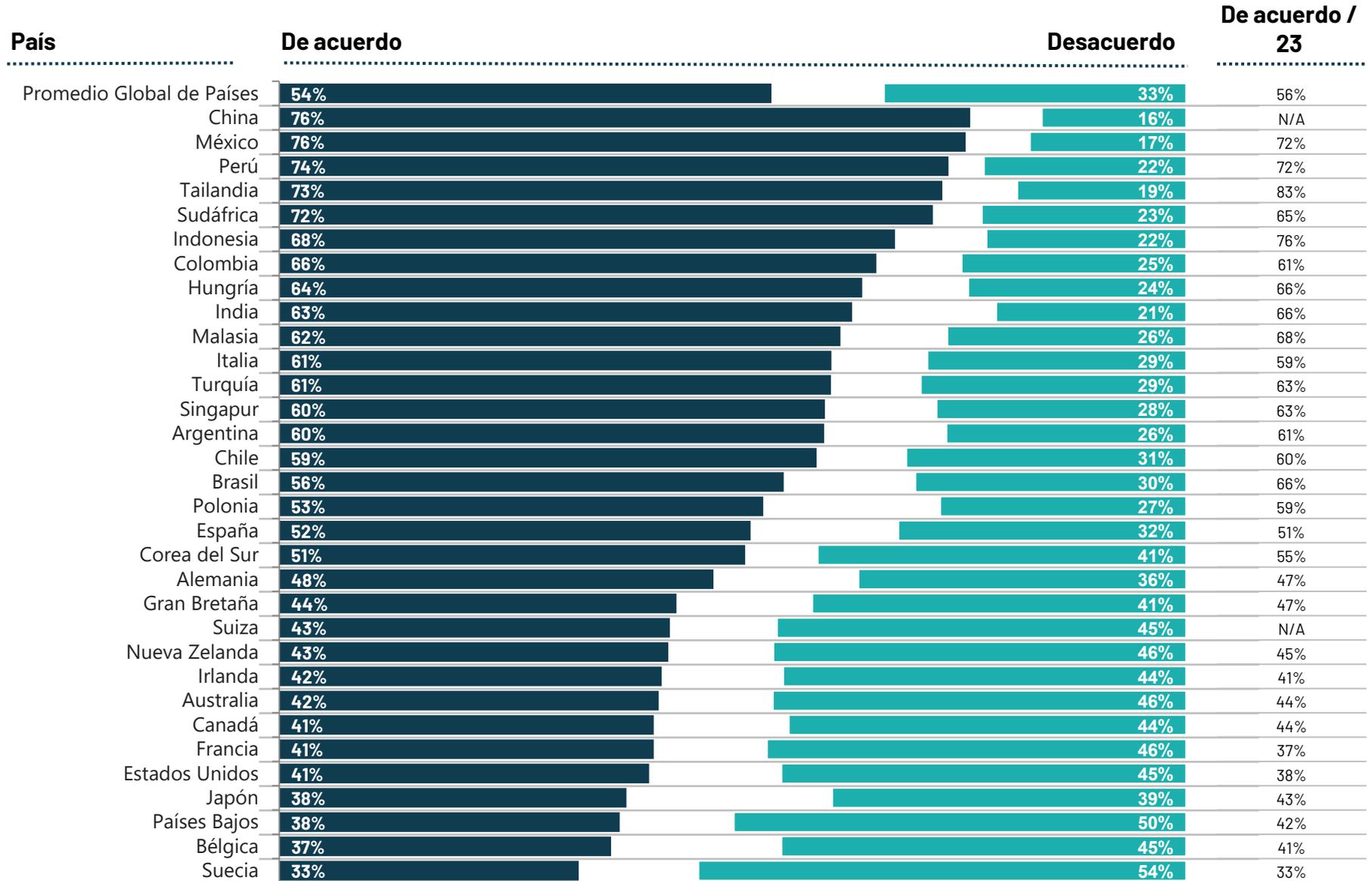
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Confío en que las empresas que utilizan inteligencia artificial protejan mis datos personales**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



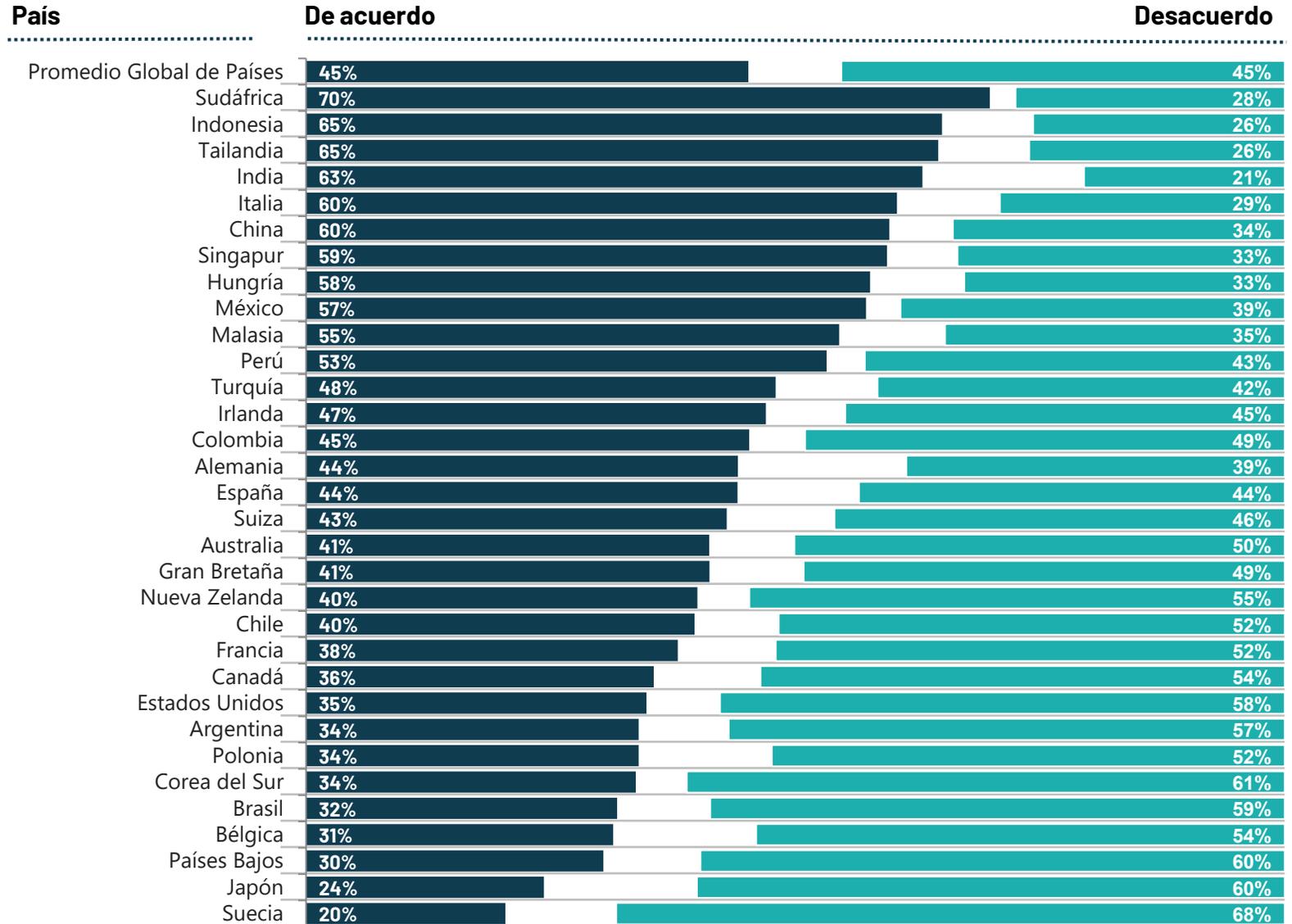
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Confío en que la inteligencia artificial no discrimine ni muestre prejuicios hacia ningún grupo de personas**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Confío en que la gente no discrimine ni muestre prejuicios hacia ningún grupo de personas**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

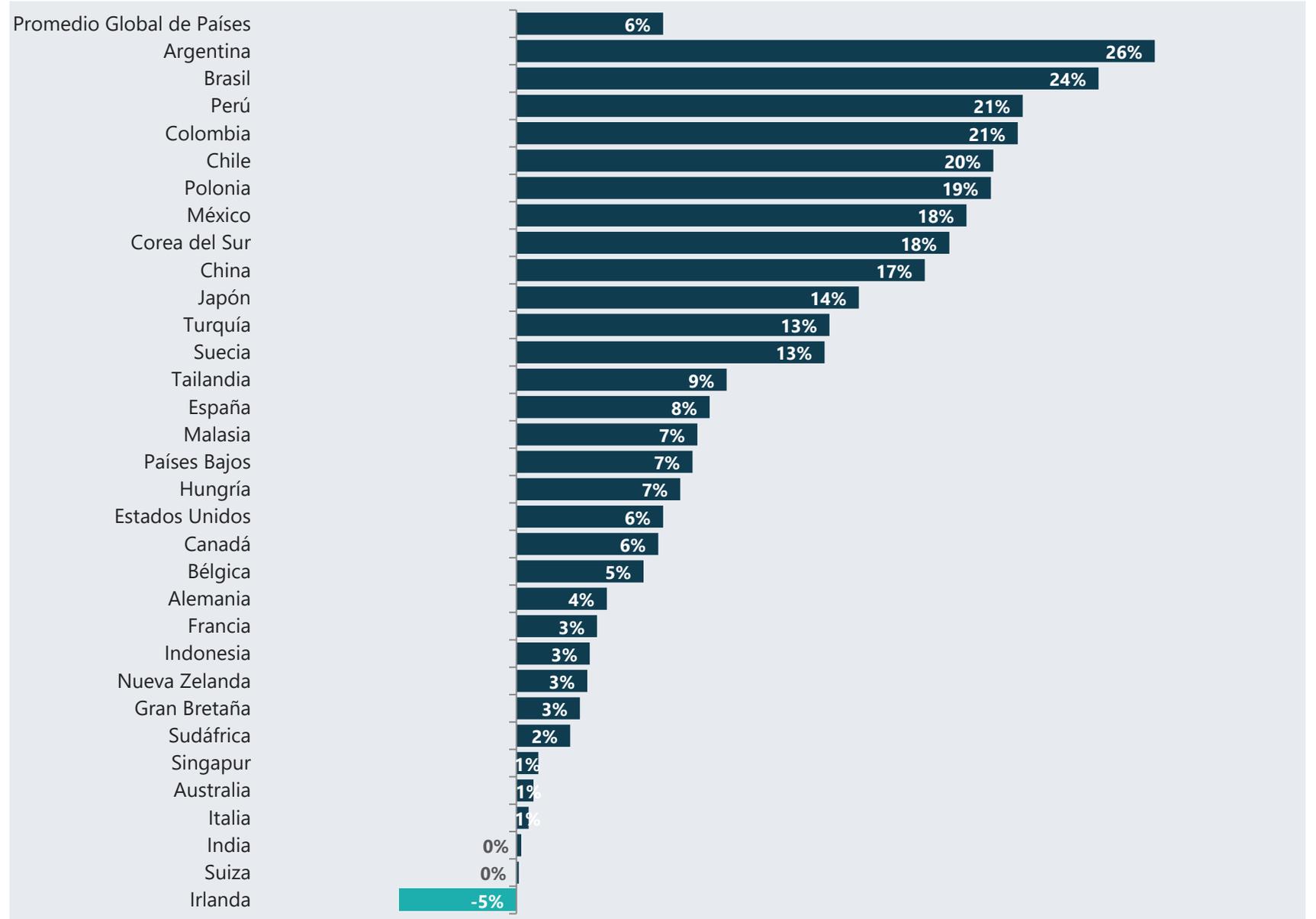


% de acuerdo en que confío
en que la IA no discrimine ni
muestre prejuicios hacia
ningún grupo de personas

menos

% de acuerdo en que confío
en que la gente no discrimine
ni muestren prejuicios hacia
ningún grupo de personas

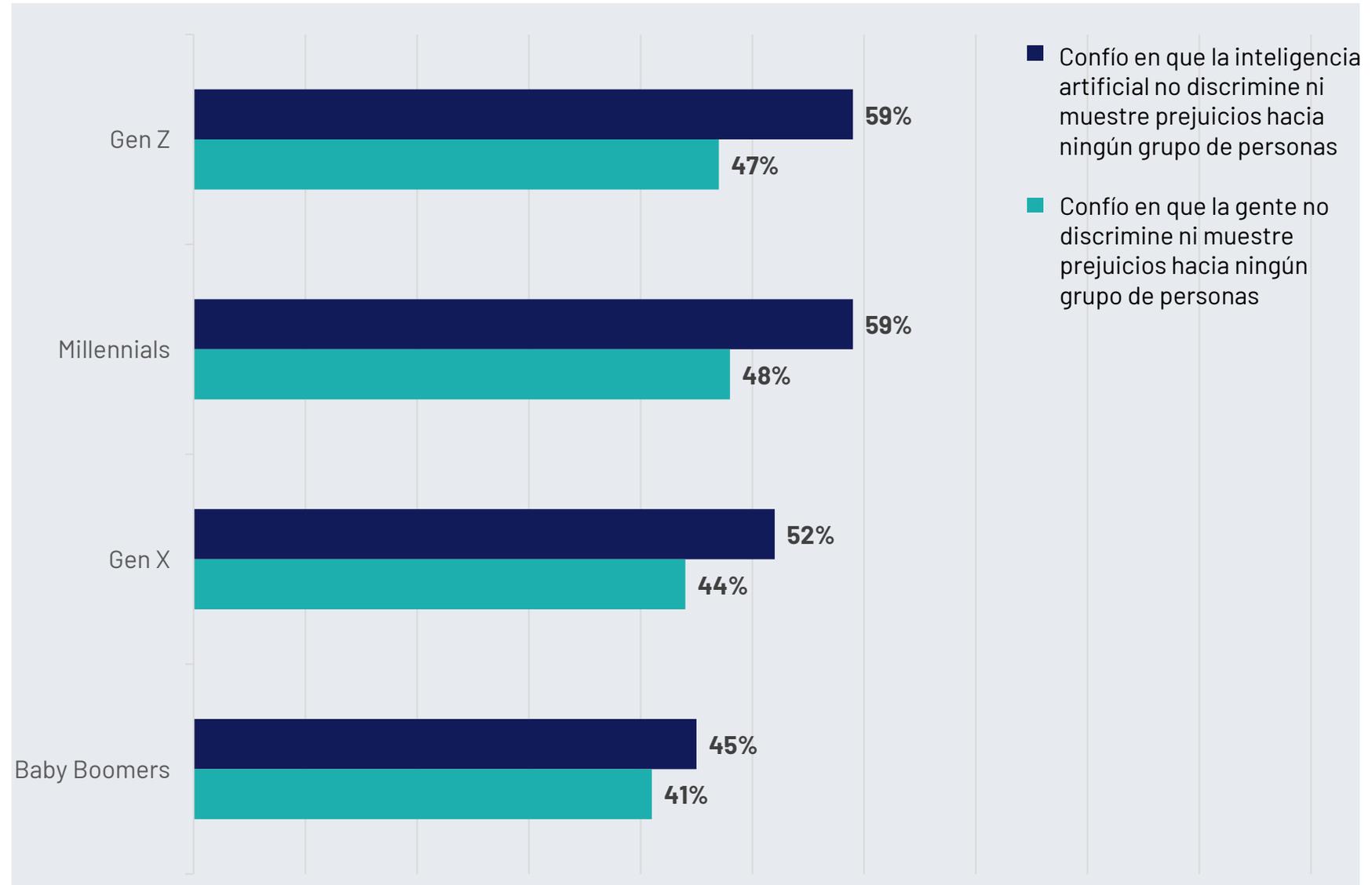
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en
32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo
de 2024



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

% de acuerdo

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

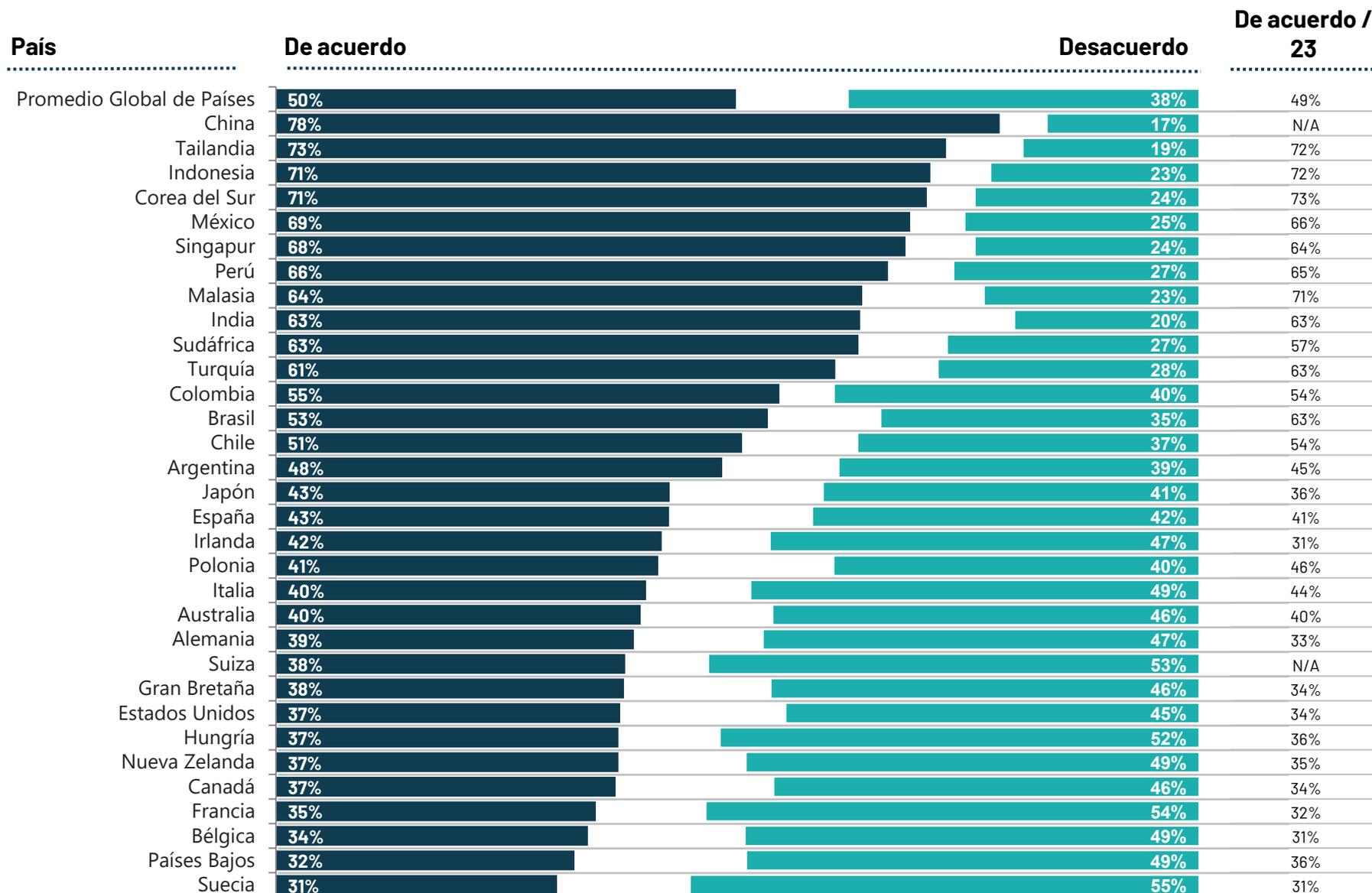


La IA y el futuro



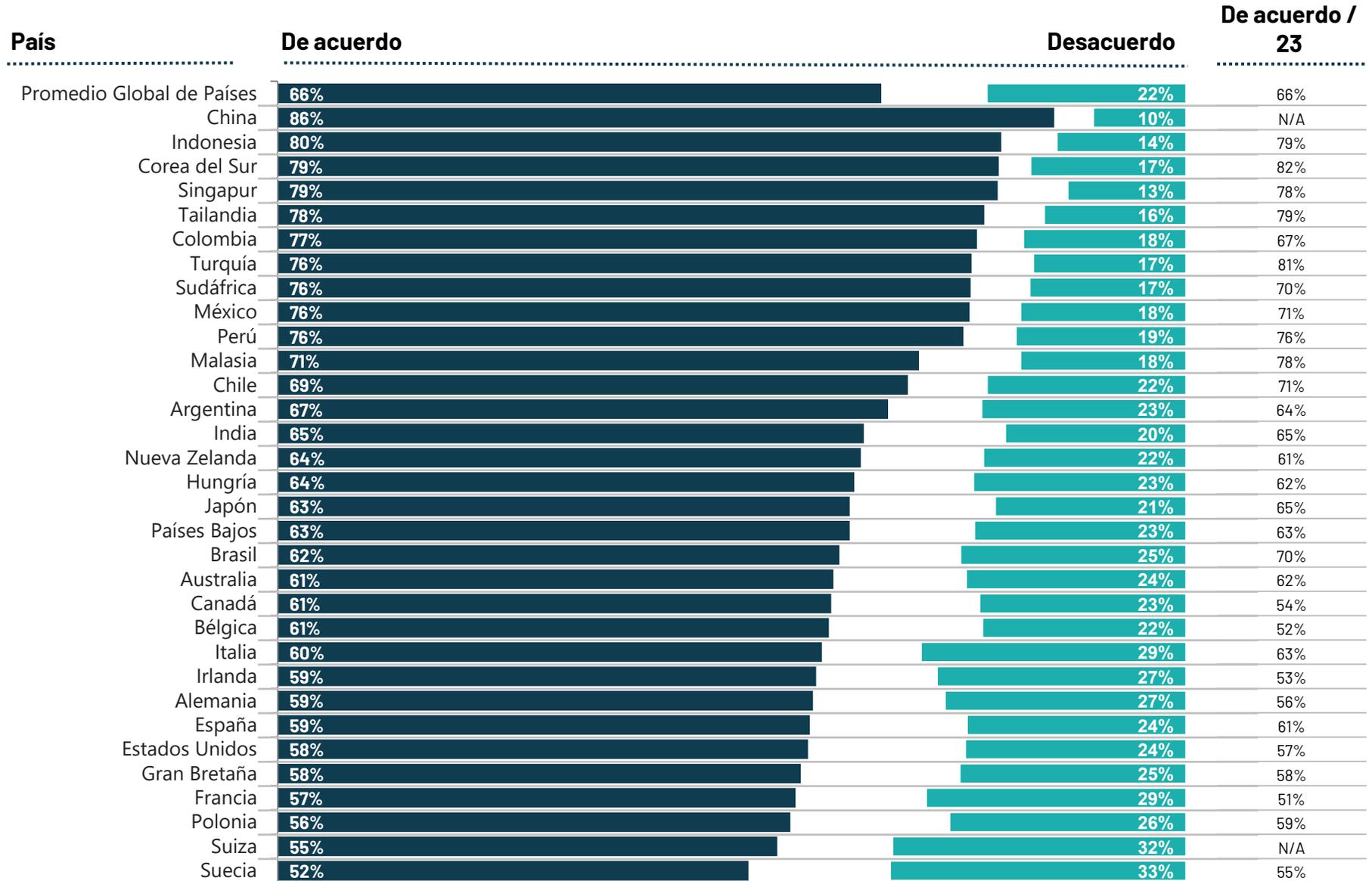
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial han cambiado profundamente mi vida diaria en los últimos 3-5 años**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

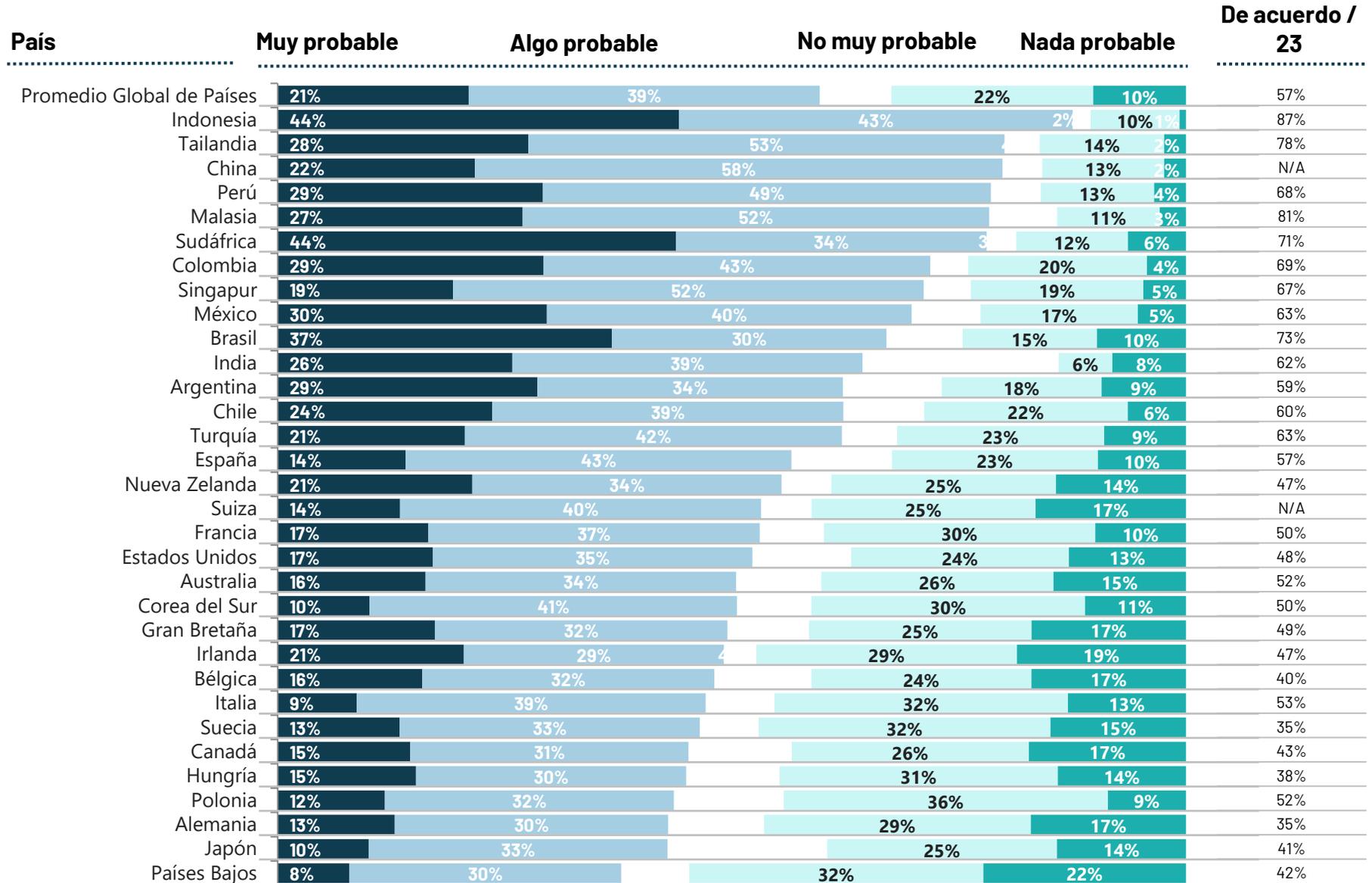


¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? **Los productos y servicios que utilizan inteligencia artificial cambiarán profundamente mi vida diaria en los próximos 3 a 5 años**

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



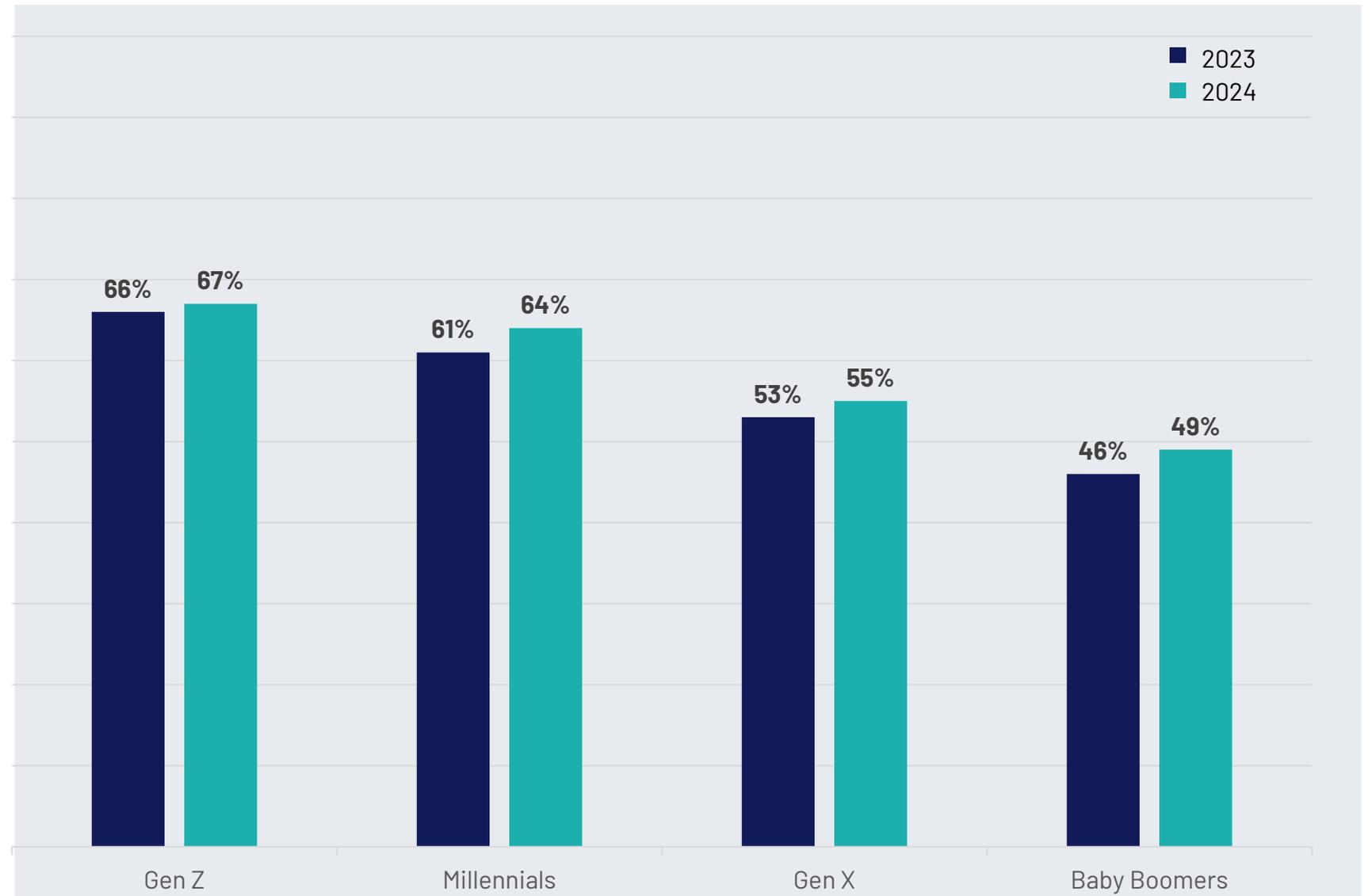
¿Qué tan probable, si es que hay alguna, cree que es que la IA cambiará la forma en que realiza su trabajo actual en los próximos cinco años?



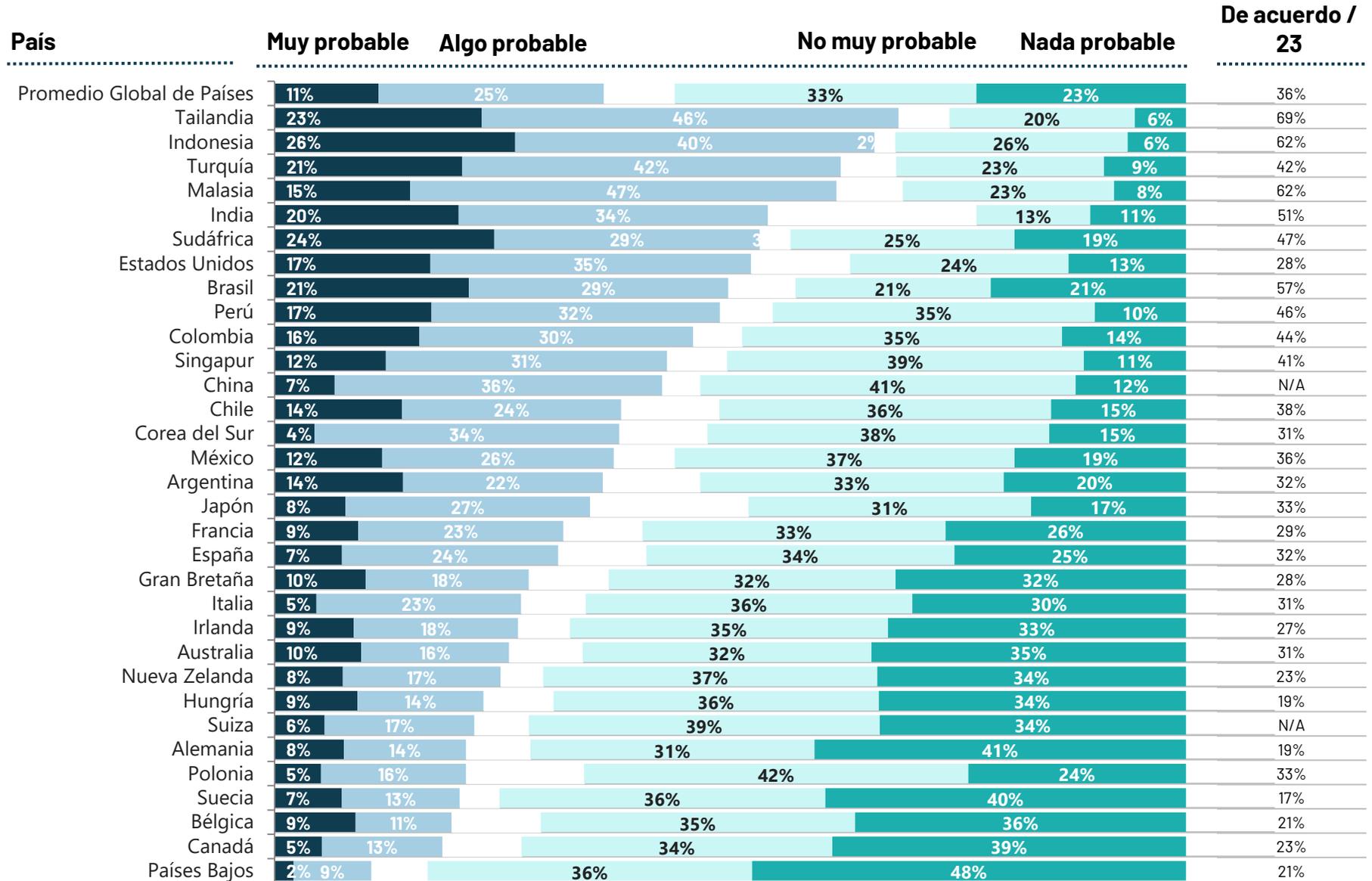
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

¿Qué tan probable, si es que hay alguna, cree que es que la IA cambiará la forma en que realiza su trabajo actual en los próximos cinco años?

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



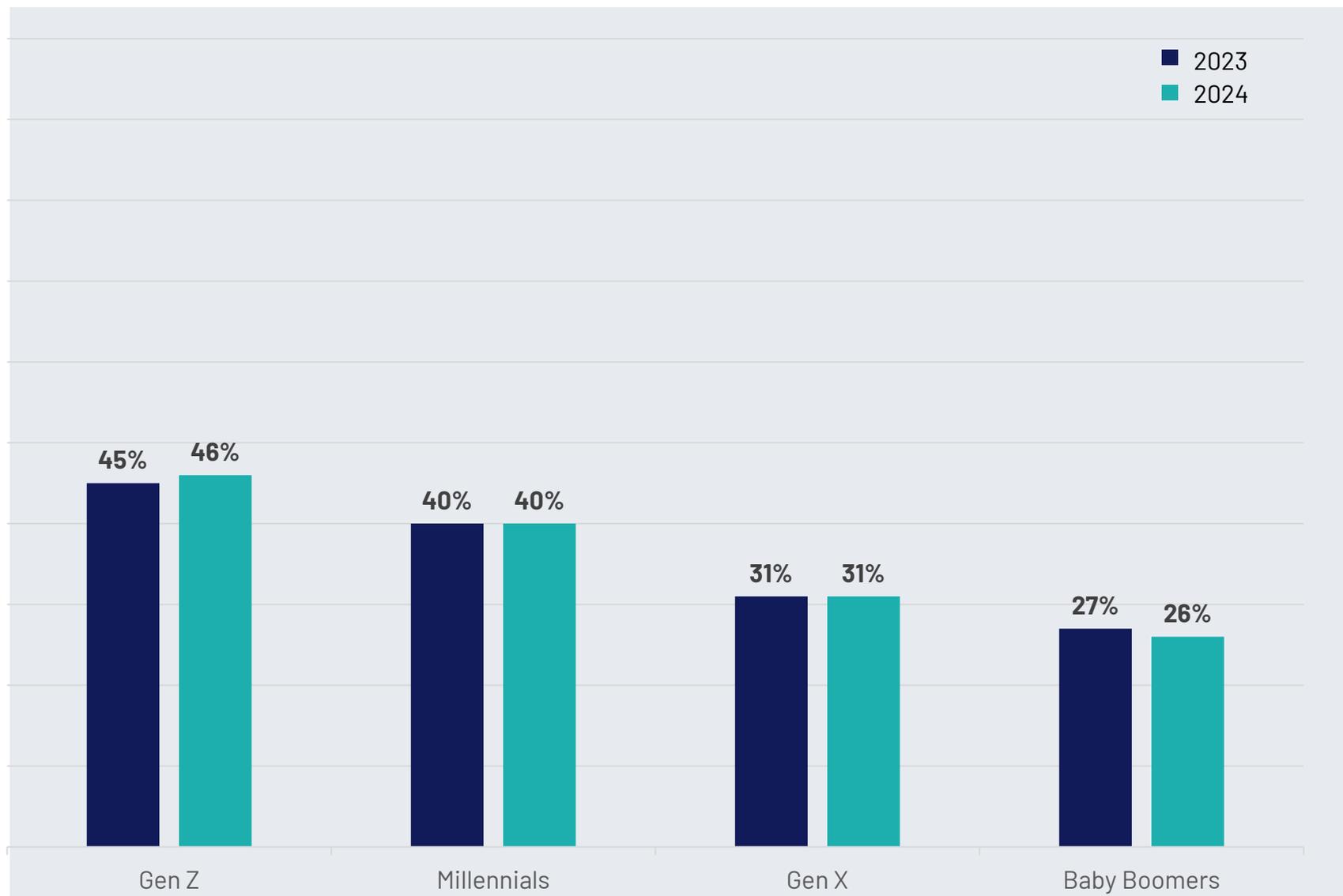
¿Qué tan probable, si es que lo hay, cree que es que la IA reemplace su trabajo actual en los próximos 5 años?



Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024

¿Qué tan probable, si es que lo hay, cree que es que la IA reemplace su trabajo actual en los próximos 5 años?

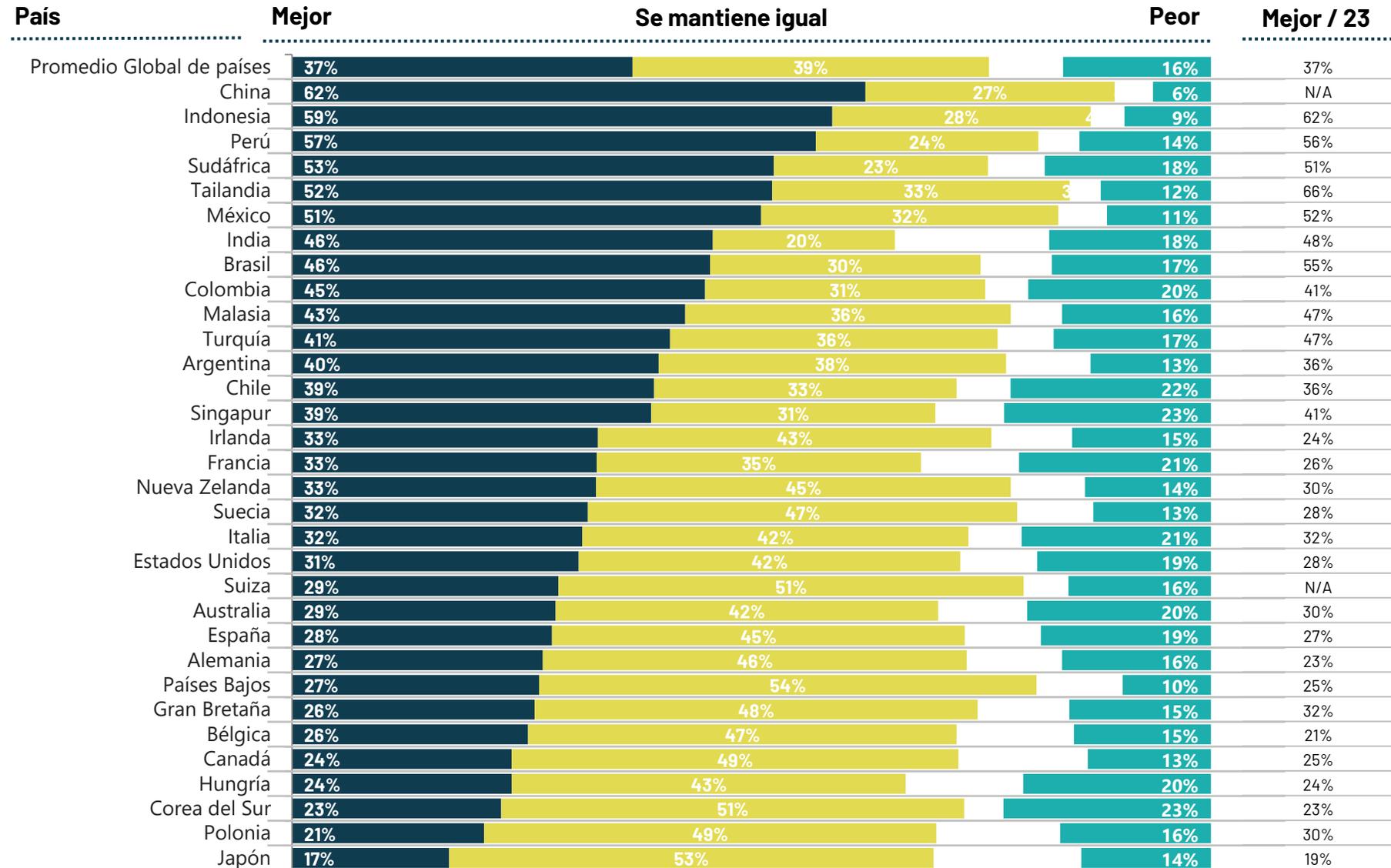
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? –

Mi trabajo*

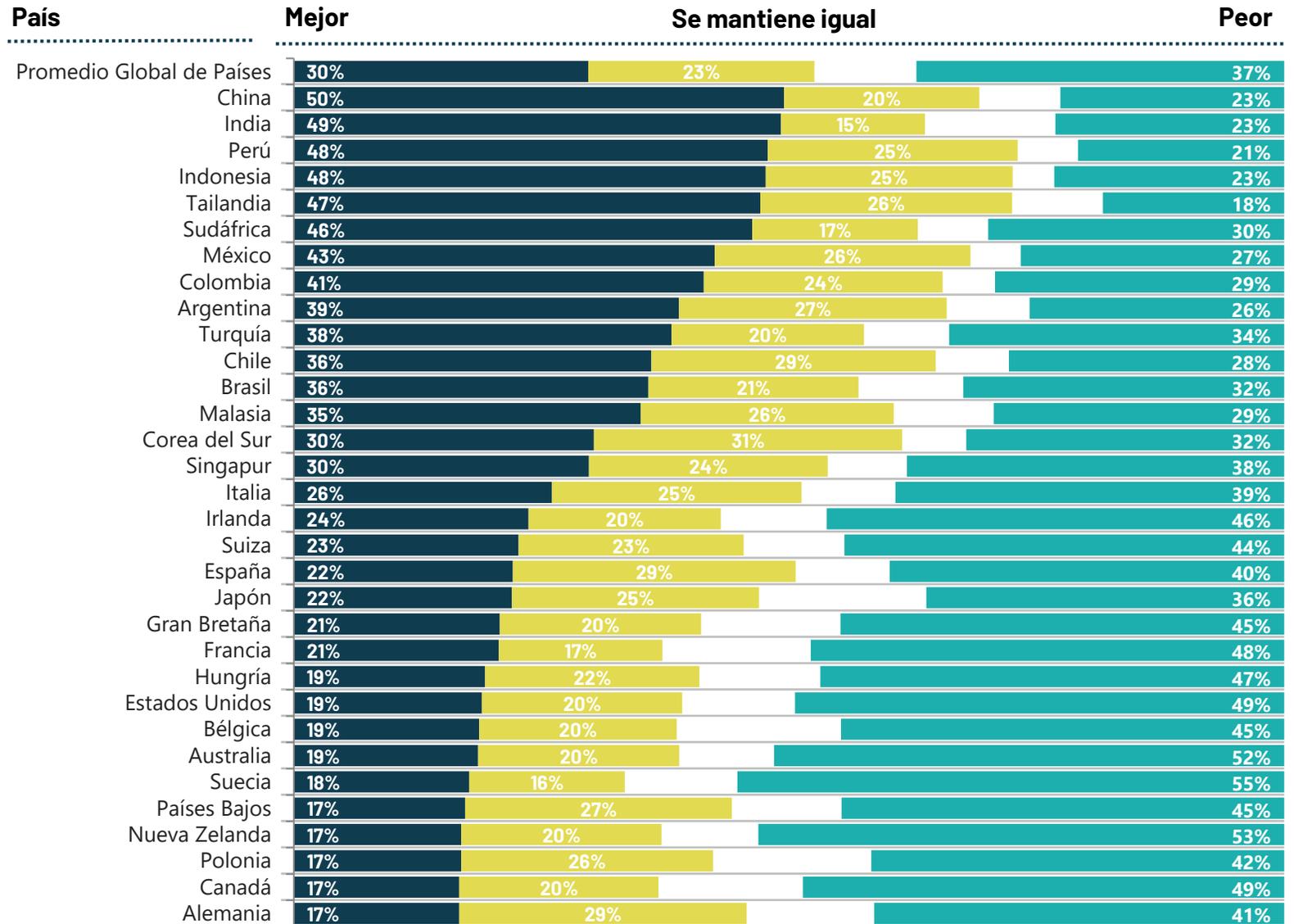
* Solo se pregunta a los que tienen un trabajo
 Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? –

La cantidad de desinformación en internet

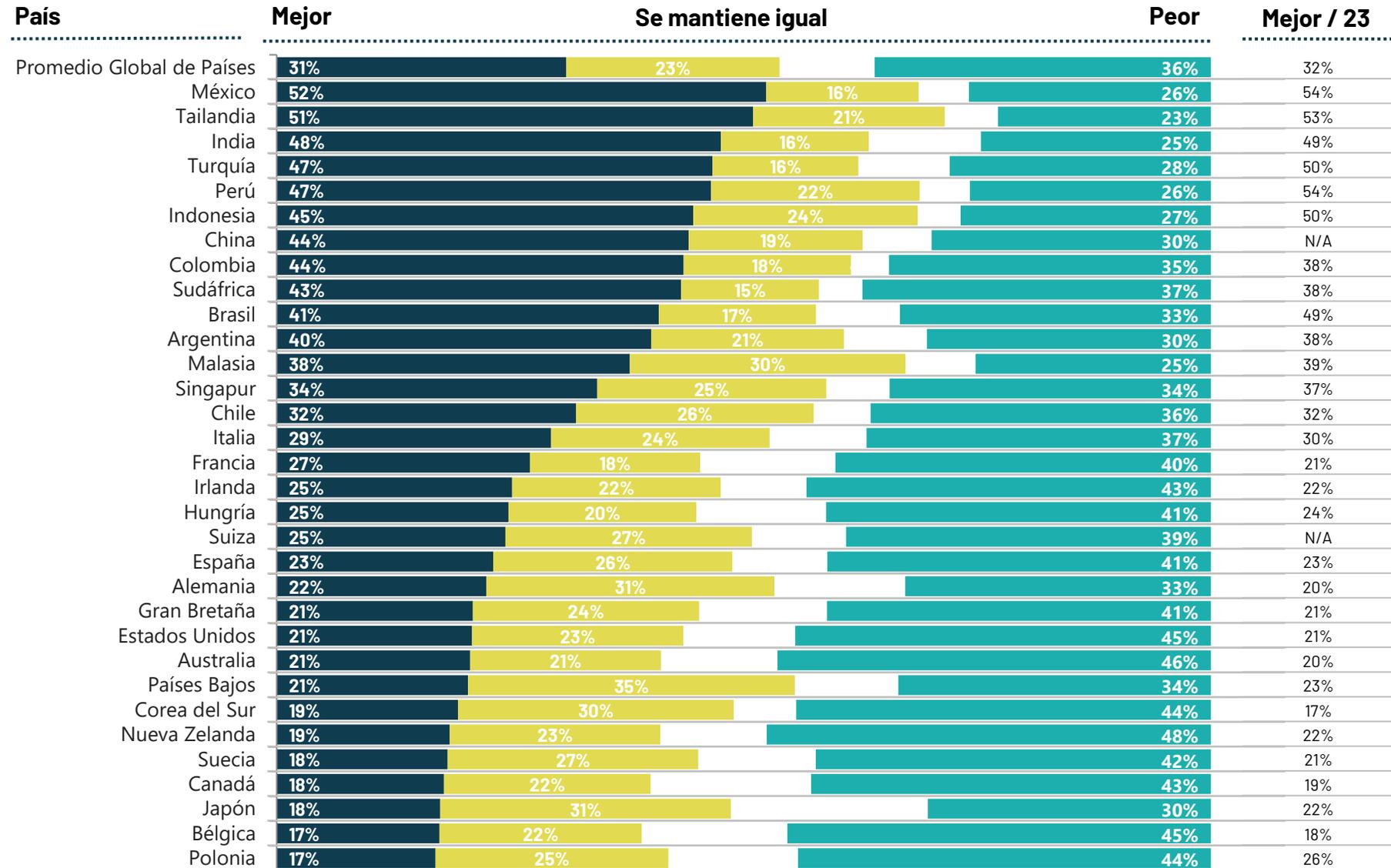
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? -

El mercado laboral

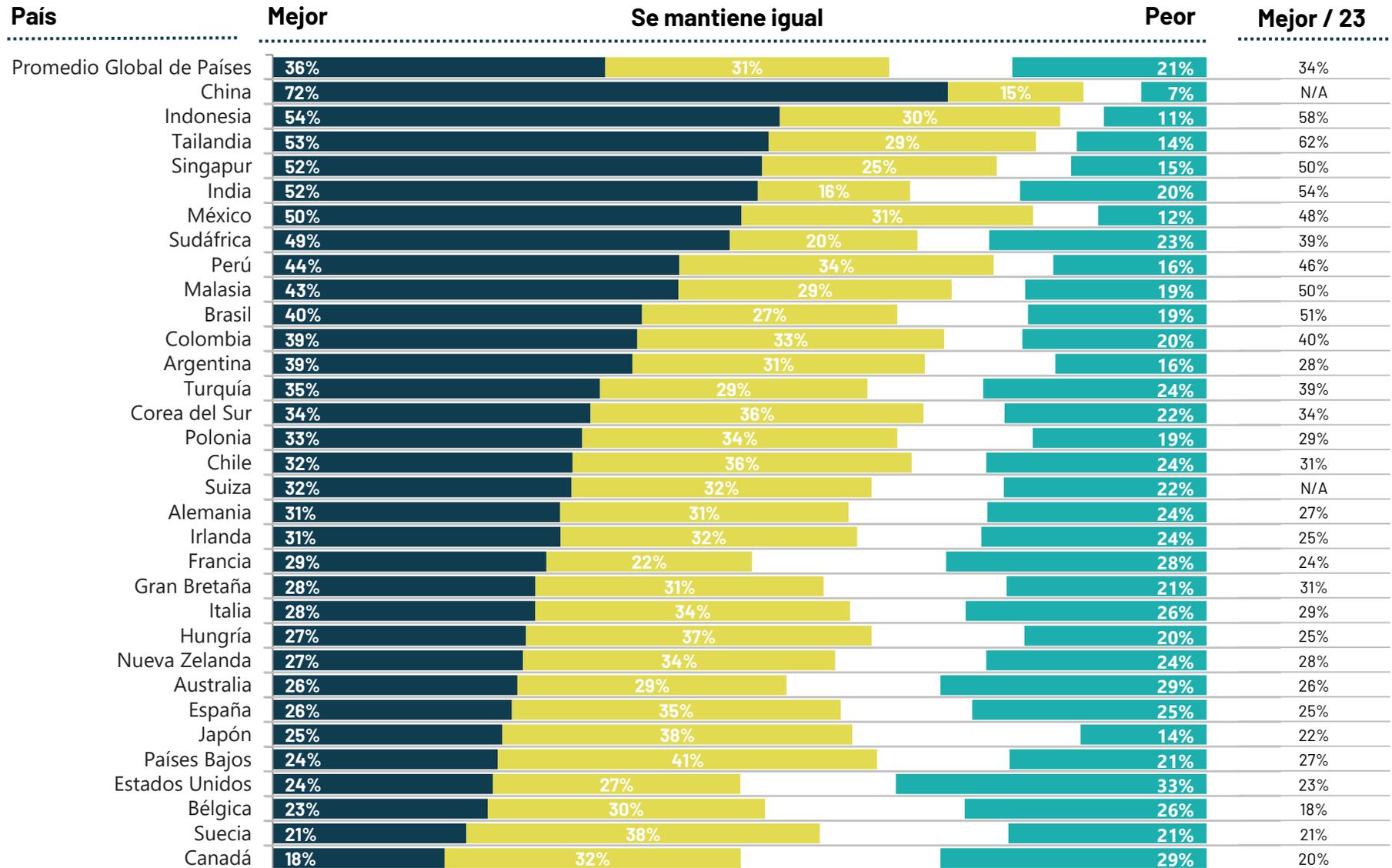
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? -

La economía en...

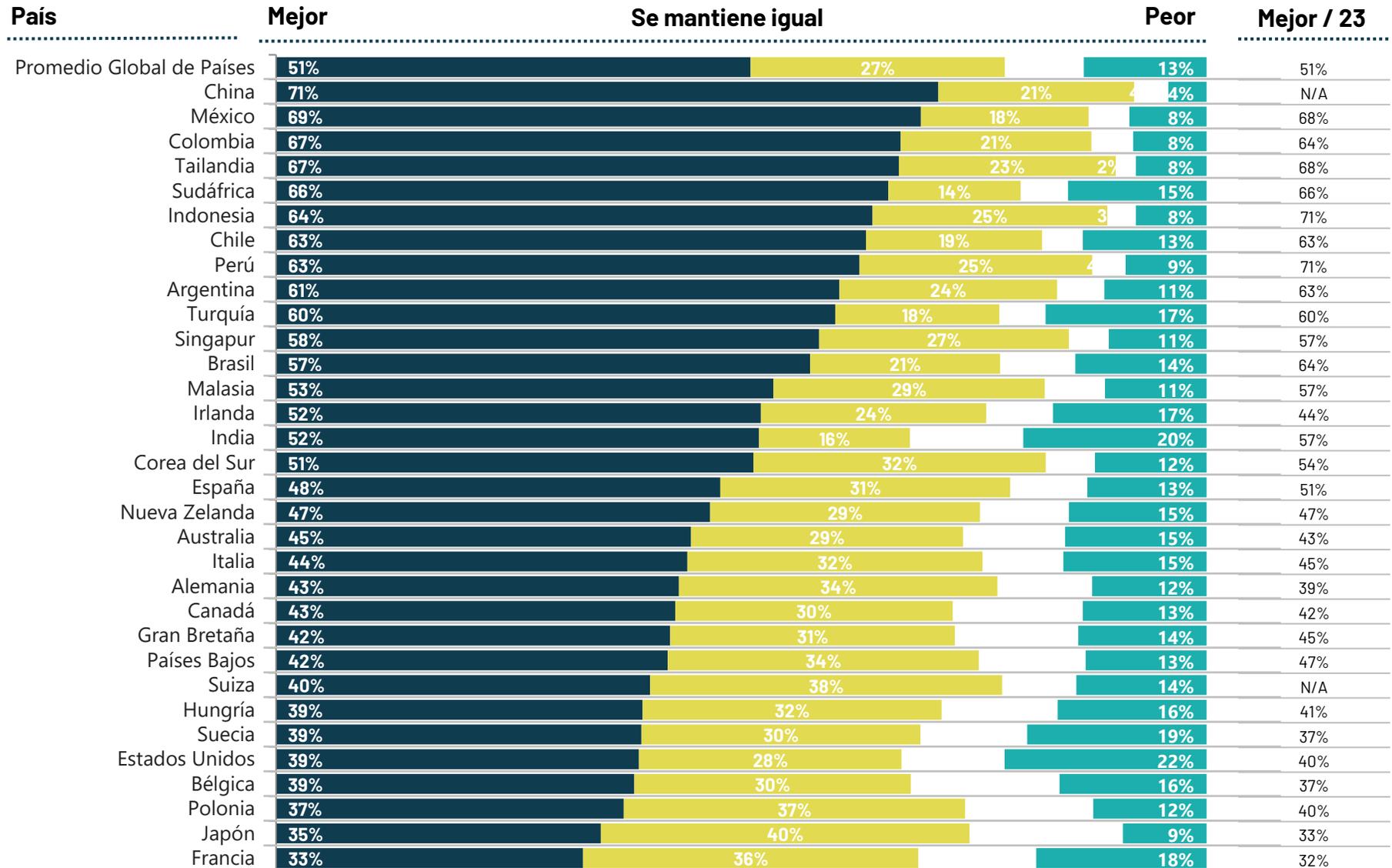
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? -

Mis opciones de entretenimiento (contenido de televisión/video, películas, música, libros)

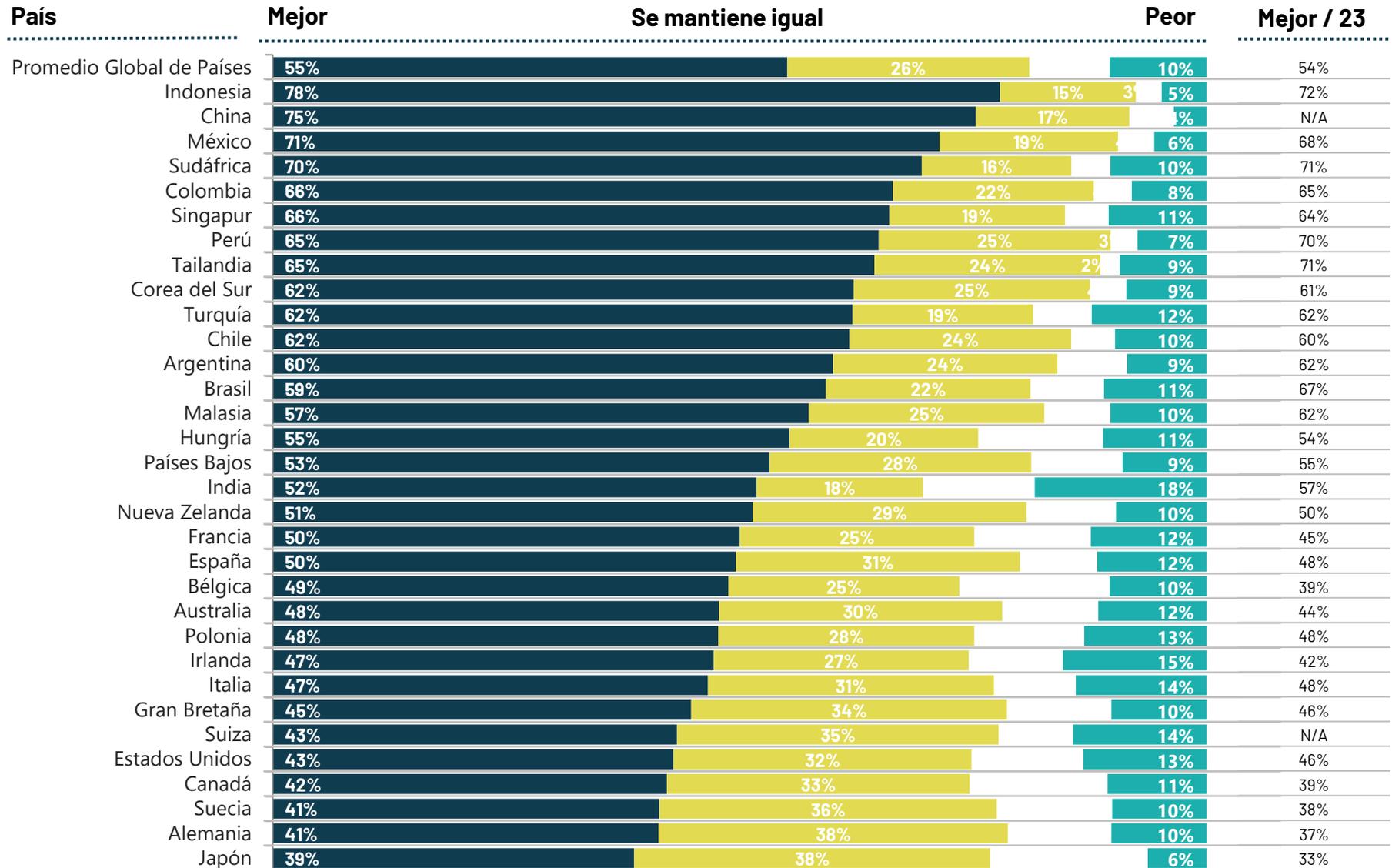
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? -

La cantidad de tiempo que me lleva hacer las cosas

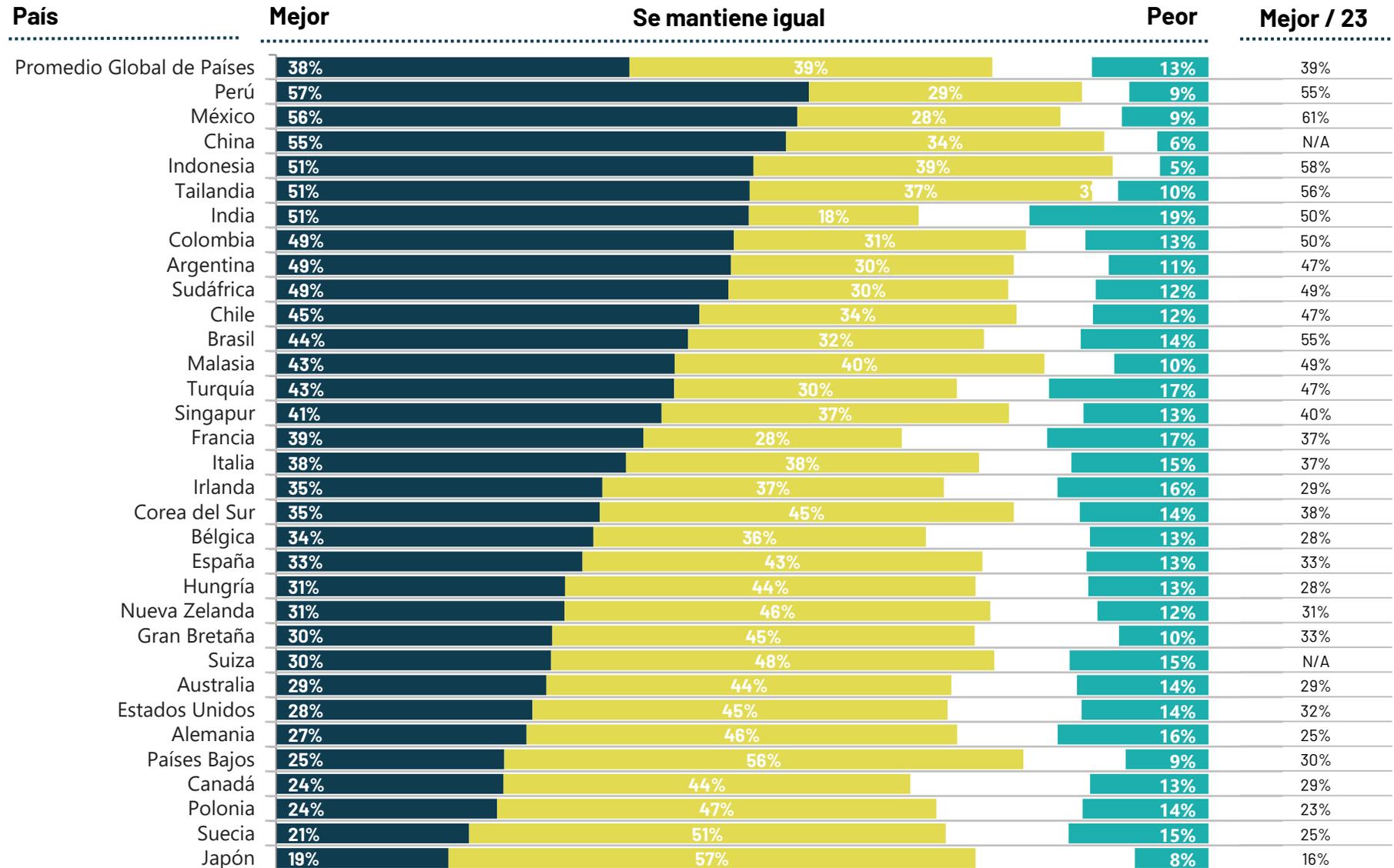
Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



¿Cree que el mayor uso de la inteligencia artificial hará que lo siguiente mejore, empeore o se mantenga igual en los próximos 3 a 5 años? –

Mi salud

Base: 23.685 adultos en línea menores de 75 años en 32 países, entrevistados del 19 de abril al 3 de mayo de 2024



Metodología

Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada por Ipsos en 32 países en su plataforma en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 19 de abril y el viernes 3 de mayo de 2024. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 23.685 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en todos los demás países.

La muestra consta de aproximadamente 1.000 individuos en Australia, Brasil, Canadá, China continental, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, Nueva Zelanda, España y Estados Unidos, y 500 individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del

Sur, Suecia, Suiza, Tailandia y Turquía. La muestra en la India consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 fueron entrevistados en línea.

Las muestras de Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Nueva Zelanda, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y Estados Unidos pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más prósperas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa un gran subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A, B y C en las áreas metropolitanas y las clases urbanas de nivel 1 a 3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan de manera que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta de acuerdo con los datos del censo más reciente.

"El promedio de 32 países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los porcentajes no suman

100 o la "diferencia" parece ser +/-1 punto porcentual más/menos que el resultado real, esto puede deberse al redondeo, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas "no sé" o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad, con una encuesta en la que N = 1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de donde N = 500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos se rige por las normas y reglamentos locales.

Para más información

Matt Carmichael

**SVP, Global Trends &
Foresight, Ipsos Strategy3**
Ipsos

Matt.Carmichael@ipsos.com