

# COVID-19: ¿TERMINARÁ ALGUNA VEZ LA PANDEMIA Y CÓMO LO SABREMOS?

Una encuesta Ipsos en 33 países

Diciembre 2021

For more information, go to <https://www.ipsos.com/en/covid-19-how-will-we-know-when-the-pandemic-is-ending-dec-2021>

© 2021 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS



# NO HAY CONSENSO SOBRE QUÉ INDICARÍA EL FINAL DE LA PANDEMIA DE COVID-19

P. ¿Cuál de las siguientes opciones cree que sería el mejor indicador de que la pandemia del COVID-19 está terminando y que se pueden levantar las mayores restricciones en su país?	Cuando al menos el 75% de la población del país se haya vacunado	Cuando la transmisión del coronavirus en el país se haya detenido por completo	Cuando los hospitales de todo el país hayan logrado un funcionamiento normal, sin escasez de personal o equipos, durante al menos un mes	Cuando haya menos de 10 casos nuevos por cada millón de personas en el país cada día	Cuando haya menos de 2 muertes por COVID por cada millón de personas en el país cada semana	Otra opción	La pandemia ya ha llegado a su fin	No sé
<b>Promedio de 33 países:</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>12%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>8%</b>	<b>14%</b>
Mayor que el promedio por 8 puntos o más en:	Peru Turkey Switzerland Colombia Romania Argentina India	China Italy	Sweden Netherlands Singapore	Singapore			Saudi Arabia China Hungary Malaysia	France Canada United States Germany Great Britain

Base: 22,023 online adults aged 18--74 across 33 countries

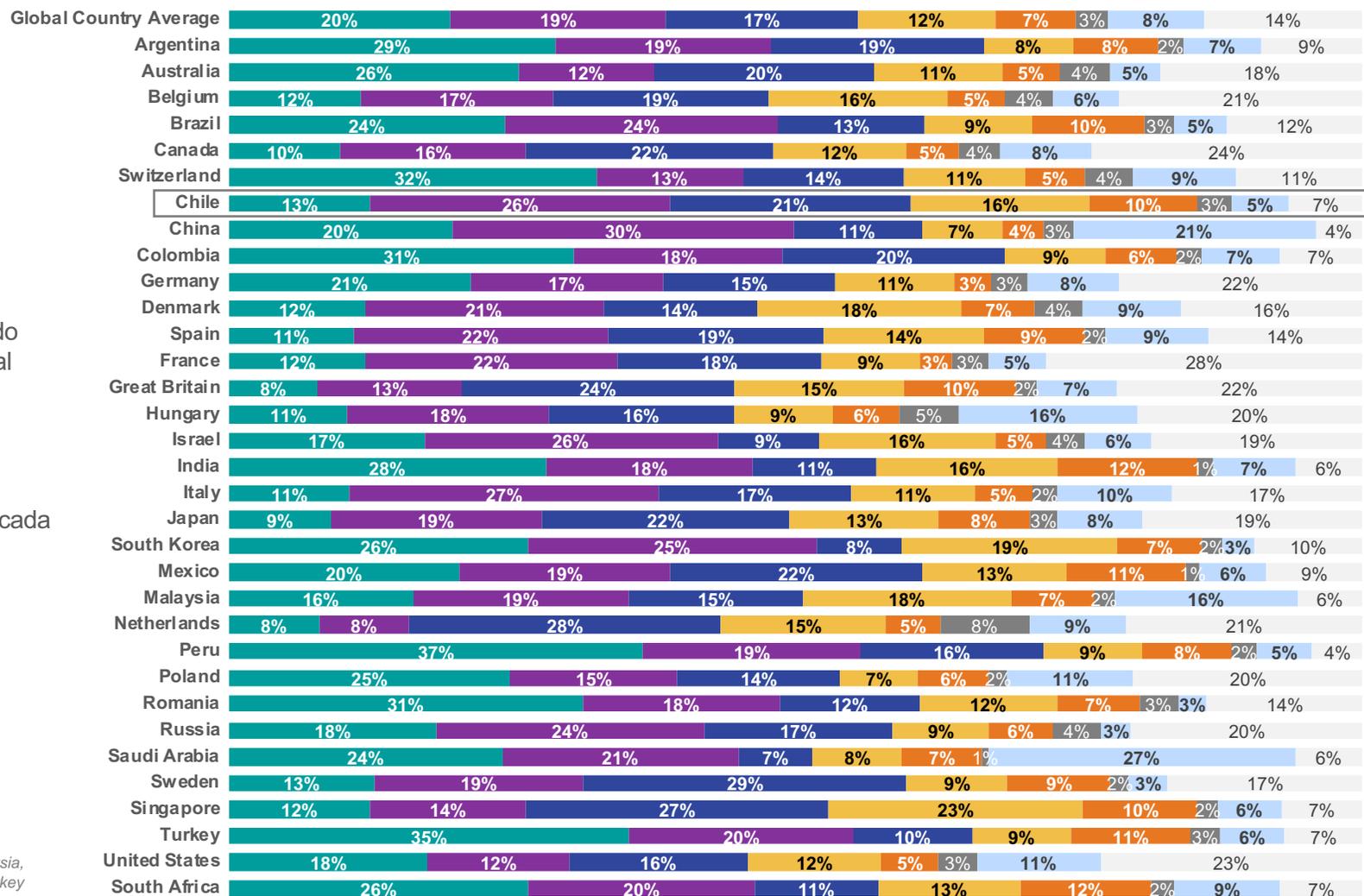
\* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# LAS MIRADAS SOBRE QUÉ INDICARÍA EL FINAL DE LA PANDEMIA VARÍAN AMPLIAMENTE DENTRO DE LOS PAÍSES Y ENTRE PAÍSES

P. ¿Cuál de las siguientes opciones cree que sería el mejor indicador de que la pandemia del COVID-19 está terminando y que se pueden levantar las mayores restricciones en su país?

- Cuando al menos el 75% de la población del país se haya vacunado
- Cuando la transmisión del coronavirus en el país se haya detenido por completo
- Cuando los hospitales de todo el país hayan logrado un funcionamiento normal, sin escasez de personal o equipos, durante al menos un mes
- Cuando haya menos de 10 casos nuevos por cada millón de personas en el país cada día
- Cuando haya menos de 2 muertes por COVID por cada millón de personas en el país cada semana
- Otra opción
- La pandemia ya ha llegado a su fin
- No sé



Base: 22,023 online adults aged 18--74 across 33 countries  
 \* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# SEÑALES DEL FINAL DE LA PANDEMIA POR DEMOGRAFÍA

P. ¿Cuál de las siguientes opciones cree que sería el mejor indicador de que la pandemia del COVID-19 está terminando y que se pueden levantar las mayores restricciones en su país?

	Promedio Global de Países	Género		Edad			Ingreso del Hogar			Educación		
		Hombre	Mujer	Bajo 35	35 a 49	50 a 74	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Cuando al menos el 75% de la población del país se haya vacunado	20%	22%	18%	20%	20%	19%	17%	19%	23%	16%	20%	21%
Cuando la transmisión del coronavirus en el país se haya detenido por completo	19%	18%	20%	18%	19%	20%	21%	19%	18%	21%	20%	17%
Cuando los hospitales de todo el país hayan logrado un funcionamiento normal, sin escasez de personal o equipos, durante al menos un mes	17%	16%	17%	17%	16%	18%	16%	18%	17%	15%	17%	18%
Cuando haya menos de 10 casos nuevos por cada millón de personas en el país cada día	12%	12%	12%	13%	12%	12%	12%	13%	13%	11%	11%	15%
Cuando haya menos de 2 muertes por COVID por cada millón de personas en el país cada semana	7%	7%	7%	9%	6%	6%	7%	7%	7%	7%	7%	8%
Otra opción	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
La pandemia ya ha llegado a su fin	8%	9%	8%	9%	10%	7%	9%	8%	8%	9%	8%	8%
No sé	14%	13%	16%	12%	15%	16%	16%	13%	10%	20%	14%	10%

Base: 22,023 online adults aged 18--74 across 33 countries

\* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# AMPLIO RANGO DE EXPECTATIVAS SOBRE CUÁNDO LA VIDA VOLVERÁ A LA NORMALIDAD PRE-COVID

P. ¿Cuándo espera poder volver a algo como su vida normal previa al COVID?	Ya lo hice	Dentro de los próximos 1-6 meses	Dentro del próximo año	En más de un año a partir de ahora	Nunca
<b>Promedio de 33 países</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>27%</b>	<b>14%</b>
Mayor que el promedio por 10 puntos o más en:	Denmark Saudi Arabia Poland Brazil Sweden	India Saudi Arabia Mexico	Peru	Japan Turkey Singapore Russia	Hungary Russia

Base: 22,023 online adults aged 18--74 across 33 countries

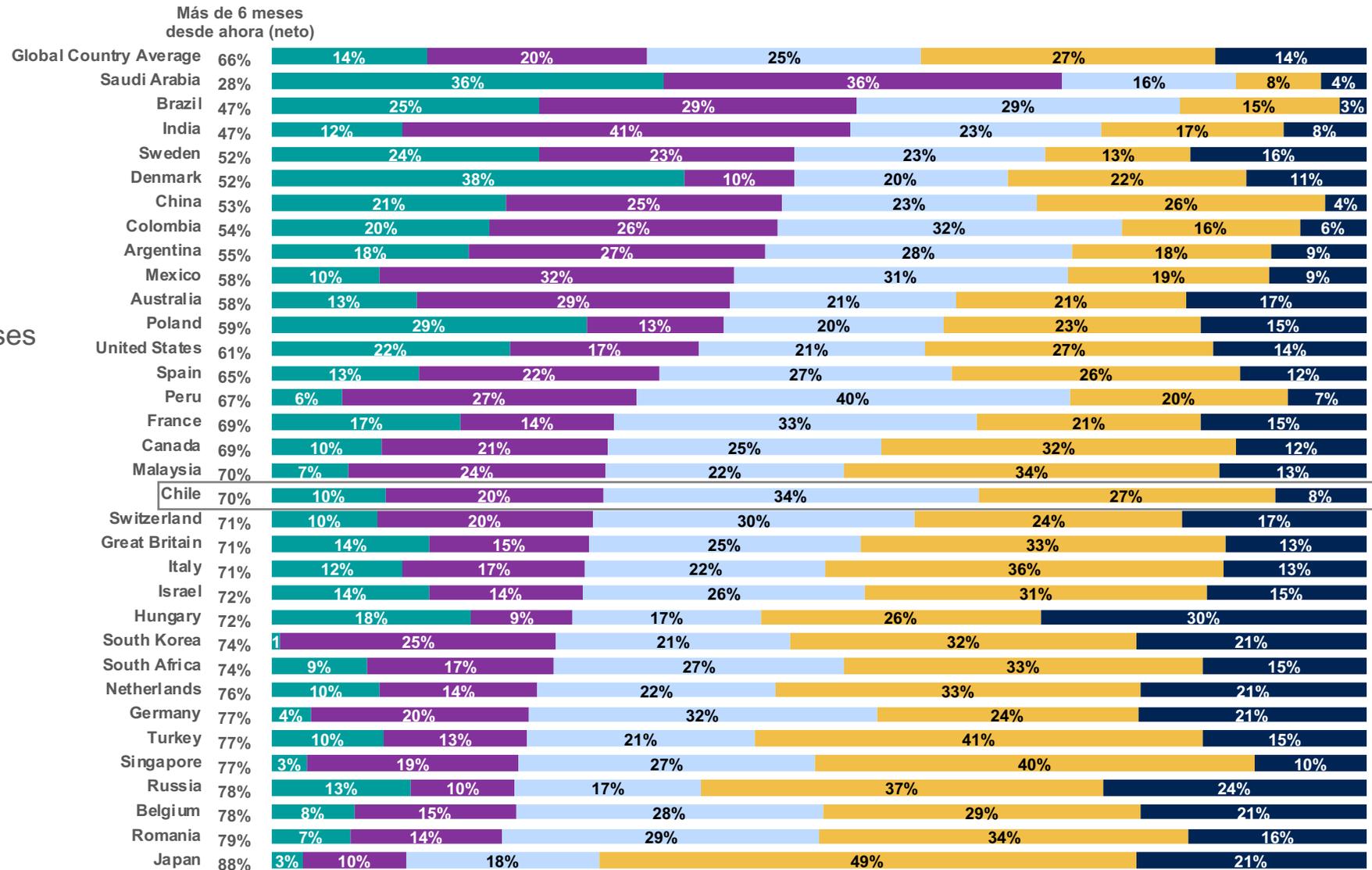
\* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# MUCHOS VEN UN LARGO CAMINO ANTES DE VOLVER A LA VIDA NORMAL

P. ¿Cuándo espera poder volver a algo como su vida normal previa al COVID?

- Ya lo hice
- En los próximos 1-6 meses
- En el próximo año
- En más de un año
- Nunca



Base: 22,023 online adults aged 18–74 across 33 countries

\* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# RETORNO ESPERADO A LA VIDA NORMAL POR DEMOGRAFÍA

P. ¿Cuándo espera poder volver a algo como su vida normal previa al COVID?

	Promedio Global de Países	Género		Edad			Ingreso del Hogar			Educación		
		Hombre	Mujer	Bajo 35	35 a 49	50 a 74	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Ya lo hice	14%	15%	13%	15%	15%	13%	15%	14%	14%	16%	14%	13%
Dentro de los próximos 1-6 meses	20%	22%	19%	24%	20%	16%	20%	21%	21%	17%	20%	23%
Dentro del próximo año	25%	25%	26%	23%	25%	27%	23%	26%	26%	22%	26%	27%
En más de un año desde ahora	27%	26%	28%	25%	28%	29%	27%	26%	28%	29%	26%	27%
Nunca	14%	13%	15%	13%	13%	15%	15%	13%	12%	17%	14%	11%
<b>En más de seis meses (neto)</b>	<b>66%</b>	<b>63%</b>	<b>68%</b>	<b>61%</b>	<b>66%</b>	<b>71%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>66%</b>	<b>68%</b>	<b>66%</b>	<b>64%</b>

Base: 22,023 online adults aged 18--74 across 33 countries

\* Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Israel, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.

# METODOLOGÍA

Estos son los resultados de una encuesta de 33 países realizada por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor. Ipsos entrevistó a un total de 22.023 adultos de 18 a 74 años en los Estados Unidos, Canadá, Malasia, Sudáfrica y Turquía, y de 16 a 74 en otros 27 mercados entre el viernes 22 de octubre y el viernes 5 de noviembre de 2021.

La muestra consta de aproximadamente 1.000 personas en Australia, Brasil, Canadá, China continental, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y los EE. UU., Y 500 personas en cada uno de Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Dinamarca, Hungría, India, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Suiza y Turquía.

Las muestras de Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y EE. UU. Pueden tomarse como representativas de la población adulta general de los países menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, China (continente), Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y / o más prósperas que la población general. Se debe considerar que los resultados de la encuesta para estos países reflejan las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Los datos están ponderados para 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.

Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/- 1 más / menos que la real, esto puede deberse al redondeo, respuestas múltiples o la exclusión de respuestas no sé o no indicadas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de Ipsos de los intervalos de credibilidad, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos se rige por las reglas y regulaciones locales.

# SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, está presente en 90 mercados y emplea a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades únicas de múltiples especialistas que brindan información poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

“Game Changers”, nuestro lema, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg  
IPS: FP

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones confiables nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en verdad procesable.

Es por eso que nuestros expertos apasionadamente curiosos no solo brindan la medición más precisa, sino que la moldean para brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para hacer esto, utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y el conocimiento y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz.

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:  
**Actúas mejor cuando estás seguro.**

