

MIRADAS GLOBALES SOBRE LA MENOPAUSIA

Una encuesta Global Advisor

17 Octubre 2022

GAME CHANGERS



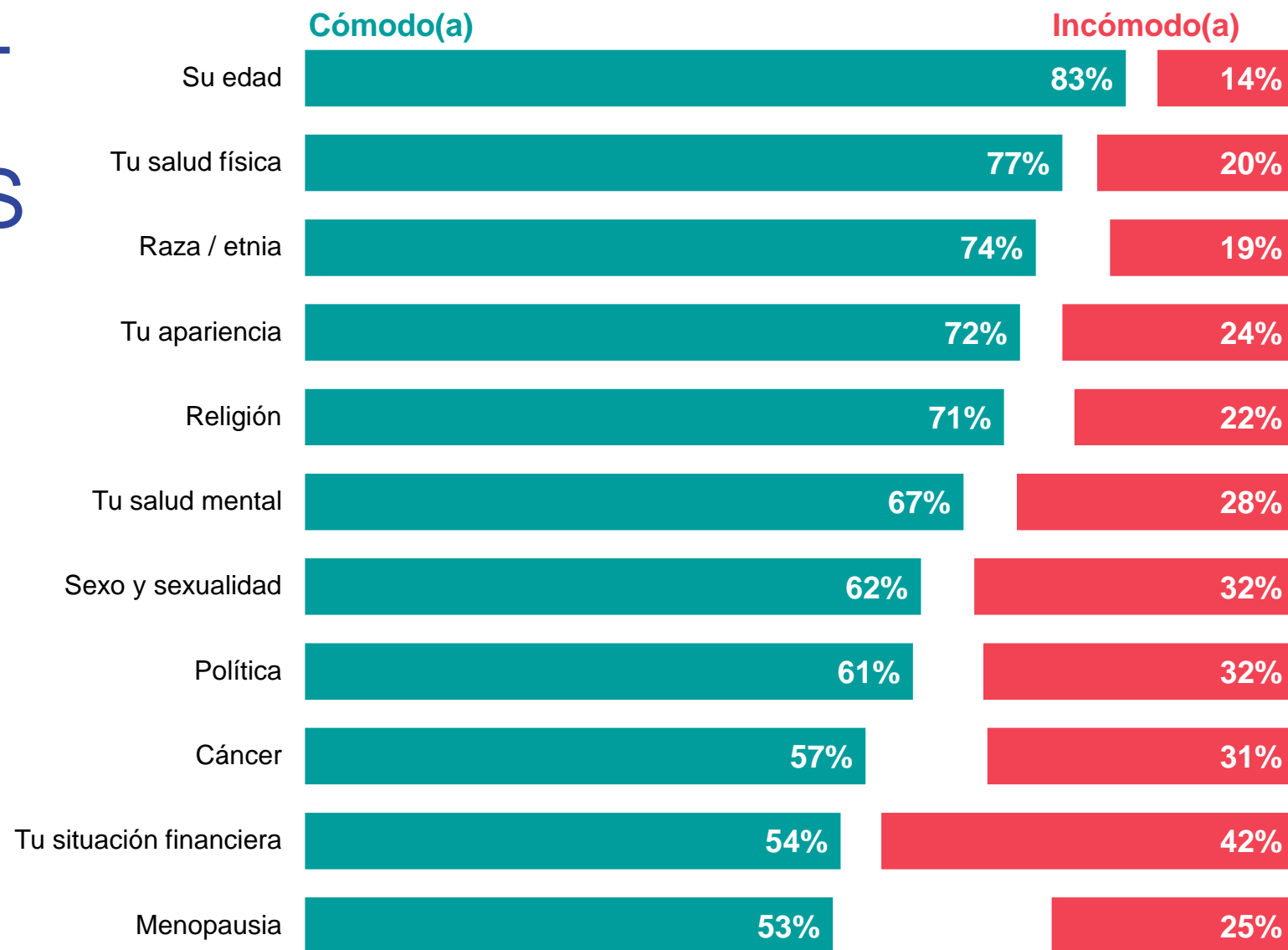
COMODIDAD AL HABLAR CON LAS AMISTADES SOBRE DIVERSOS TEMAS

1

COMODIDAD AL HABLAR CON LAS AMISTADES

PROMEDIO GLOBAL DE
PAÍSES

Q. ¿Qué tan cómodo se
siente hablando con
amigos/as sobre los
siguientes temas?



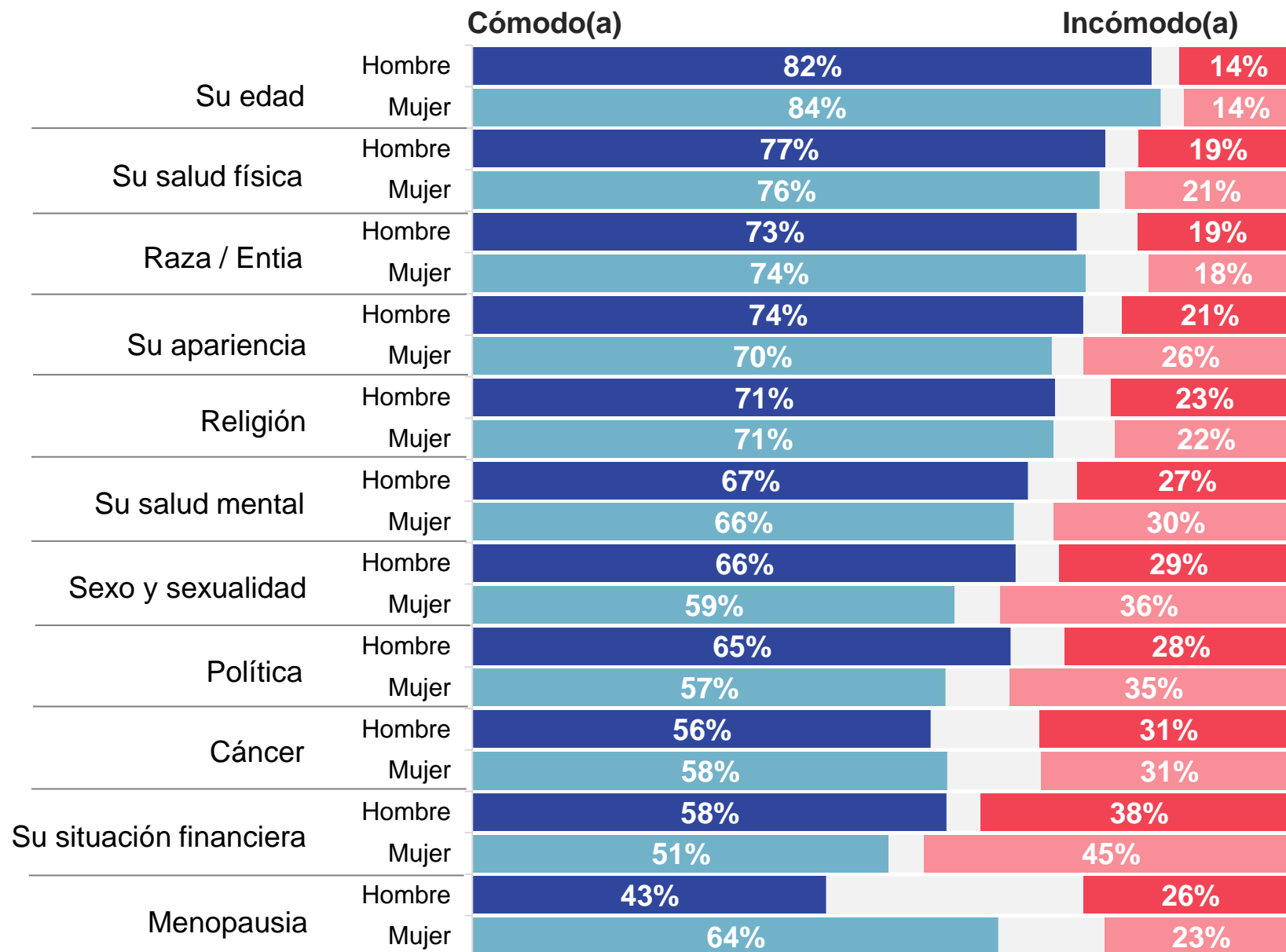
Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed
online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India,
Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia,
South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates
are more urban, more educated, and/or more affluent than the
general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all
the countries and markets where the survey was conducted

COMODIDAD AL HABLAR CON LAS AMISTADES POR GÉNERO

P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022, incluidos 11 312 hombres y 11 696 mujeres

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES

PROMEDIO GLOBAL DE PAÍSES

■ Más de 2 posiciones por debajo del promedio mundial
■ Más de 2 posiciones por encima del promedio mundial

P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos sobre los siguientes temas?

	G AVG	UAE	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHE	CHL	CHN	COL	ALE	ESP	FRA	GB	HUN	IND	IRL	IND	ITA	JAP	COR	MEX	MAL	PB	PER	POL	ROM	AS	SUE	TAI	TUR	USA	SUD
Su edad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1
Tu salud física	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	1	2	4	2	2	3	3	3	2	6	4	3	4
Raza / etnia	3	7	3	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	4	7	2	6	2	5	4	3	3	3	3	2	4	7	3	2	2	2	2
Tu apariencia	4	2	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	6	3	5	3	3	5	5	4	4	4	5	2	7	5	5	4	5
Religión	5	4	7	6	4	4	5	6	7	8	5	7	5	5	5	6	3	4	5	3	10	6	7	1	5	5	5	2	1	4	3	3	5	3
Tu salud mental	6	5	6	8	7	7	7	5	6	5	6	4	7	7	8	7	5	8	4	7	6	5	6	6	6	7	7	6	5	9	7	6	6	9
Sexo y sexualidad	7	-	4	9	9	6	9	7	4	10	7	9	6	9	9	8	8	9	9	8	11	9	4	10	10	6	8	7	-	8	1	8	8	6
Política	8	9	10	7	6	10	8	8	9	6	8	6	8	6	6	3	6	5	8	6	7	11	9	7	8	8	6	8	9	6	11	7	9	8
Cáncer	9	8	9	4	8	8	6	10	8	11	9	11	10	8	7	9	11	7	11	11	9	7	10	8	7	9	10	11	10	5	10	10	7	7
Tu situación financiera	10	6	8	10	10	9	11	11	11	7	11	8	11	10	11	10	9	11	7	9	8	10	11	9	9	11	9	9	6	10	9	11	10	11
Menopausia	11	10	11	11	11	11	10	9	10	9	10	10	9	11	10	11	10	10	10	10	4	8	8	11	11	10	11	10	8	11	8	9	11	10

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE LA MENOPAUSIA

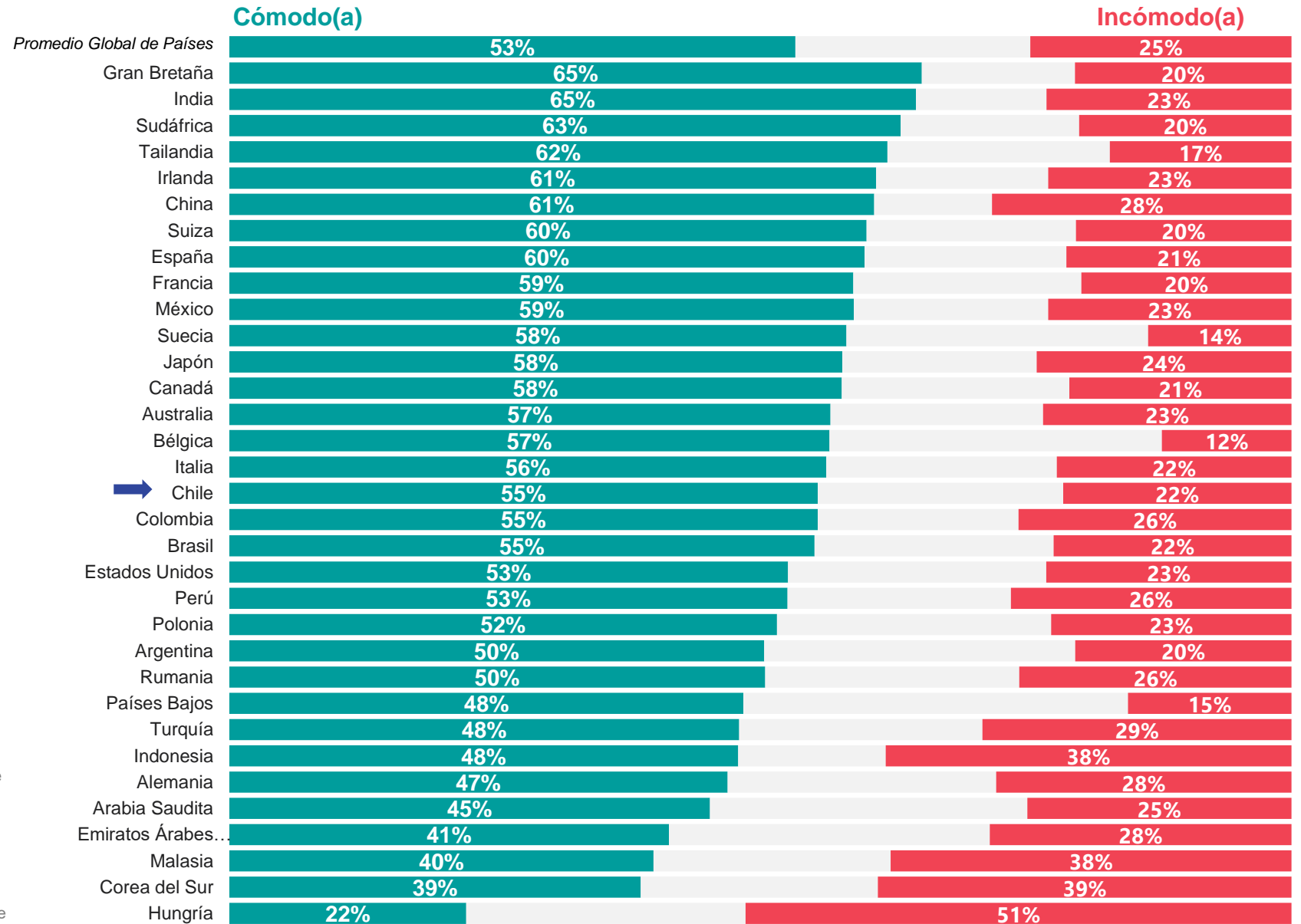
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Menopausia

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted

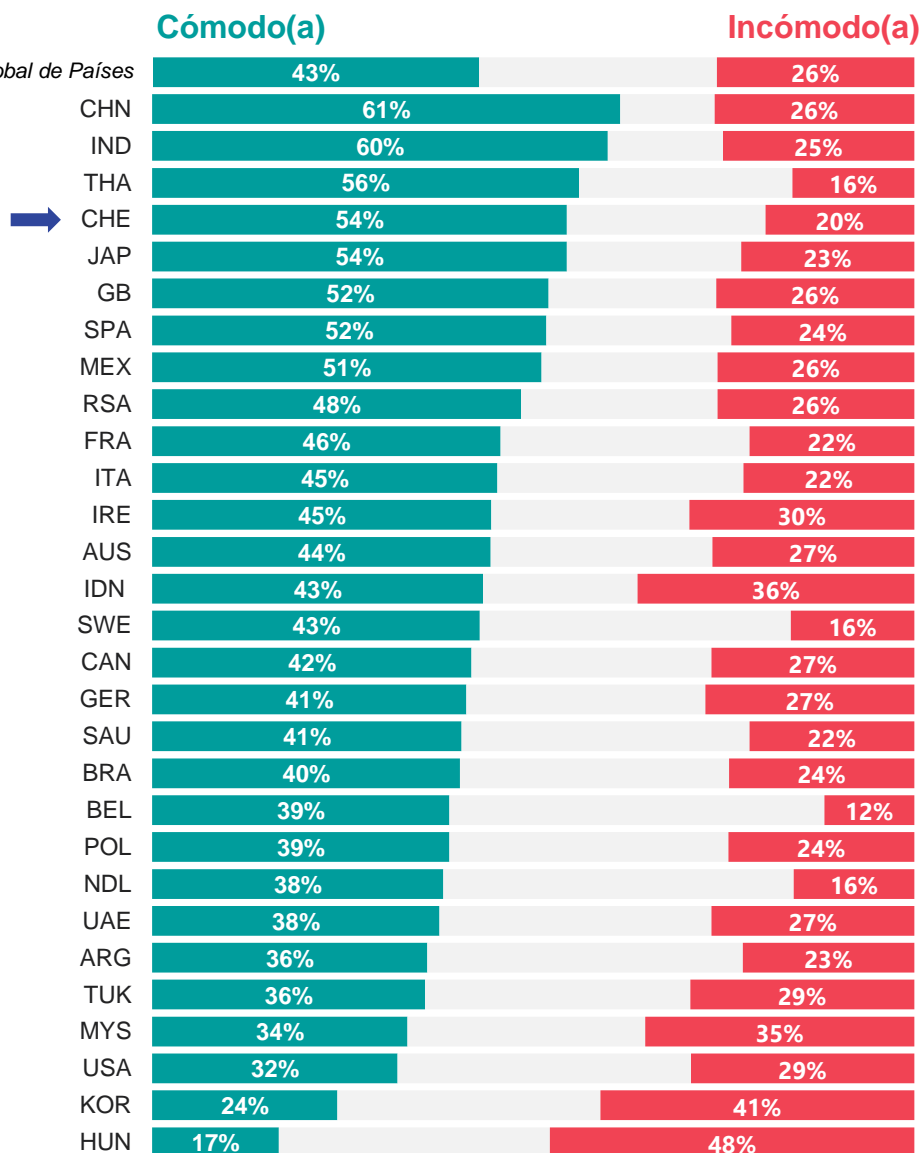


COMODIDAD EN HABLAR CON AMIGOS SOBRE LA MENOPAUSIA POR GÉNERO

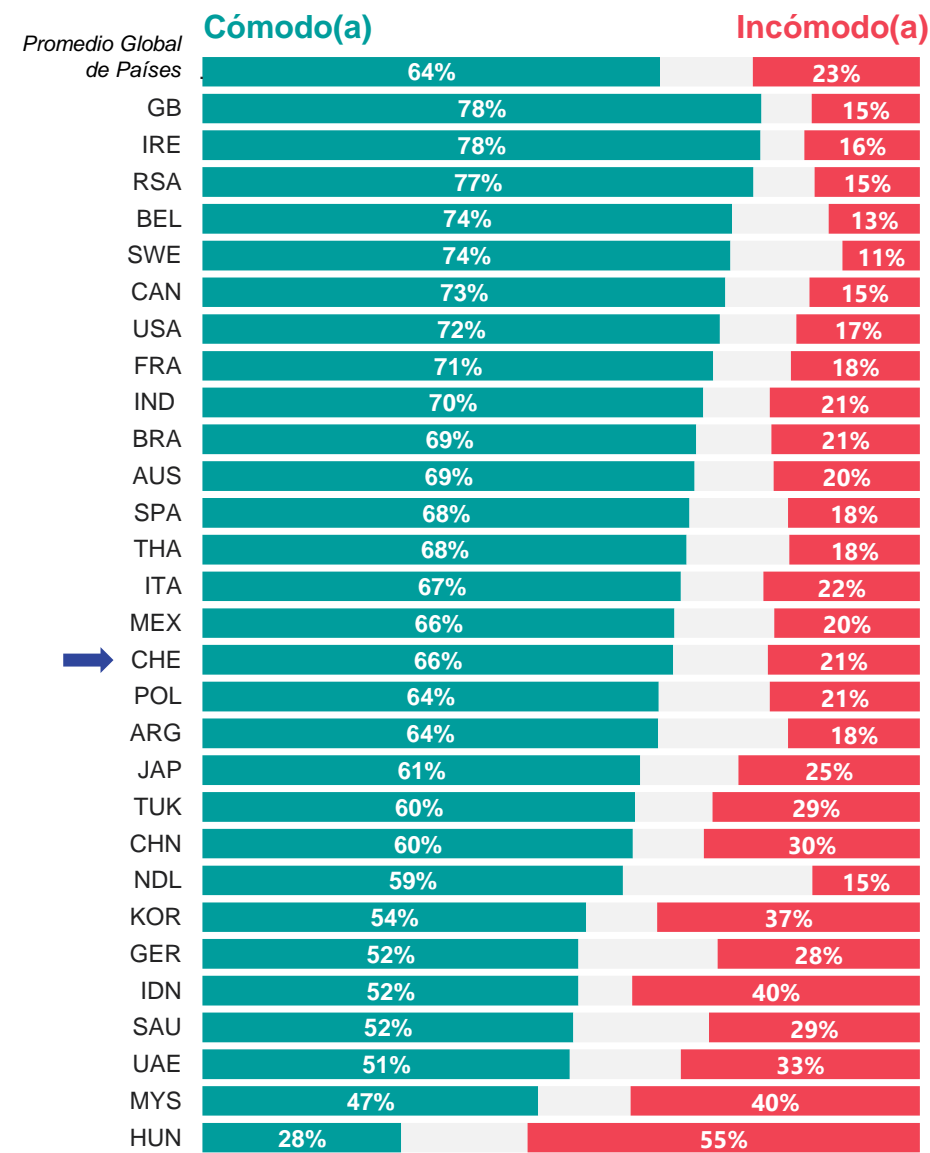
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos sobre los siguientes temas?

Menopausia

HOMBRE

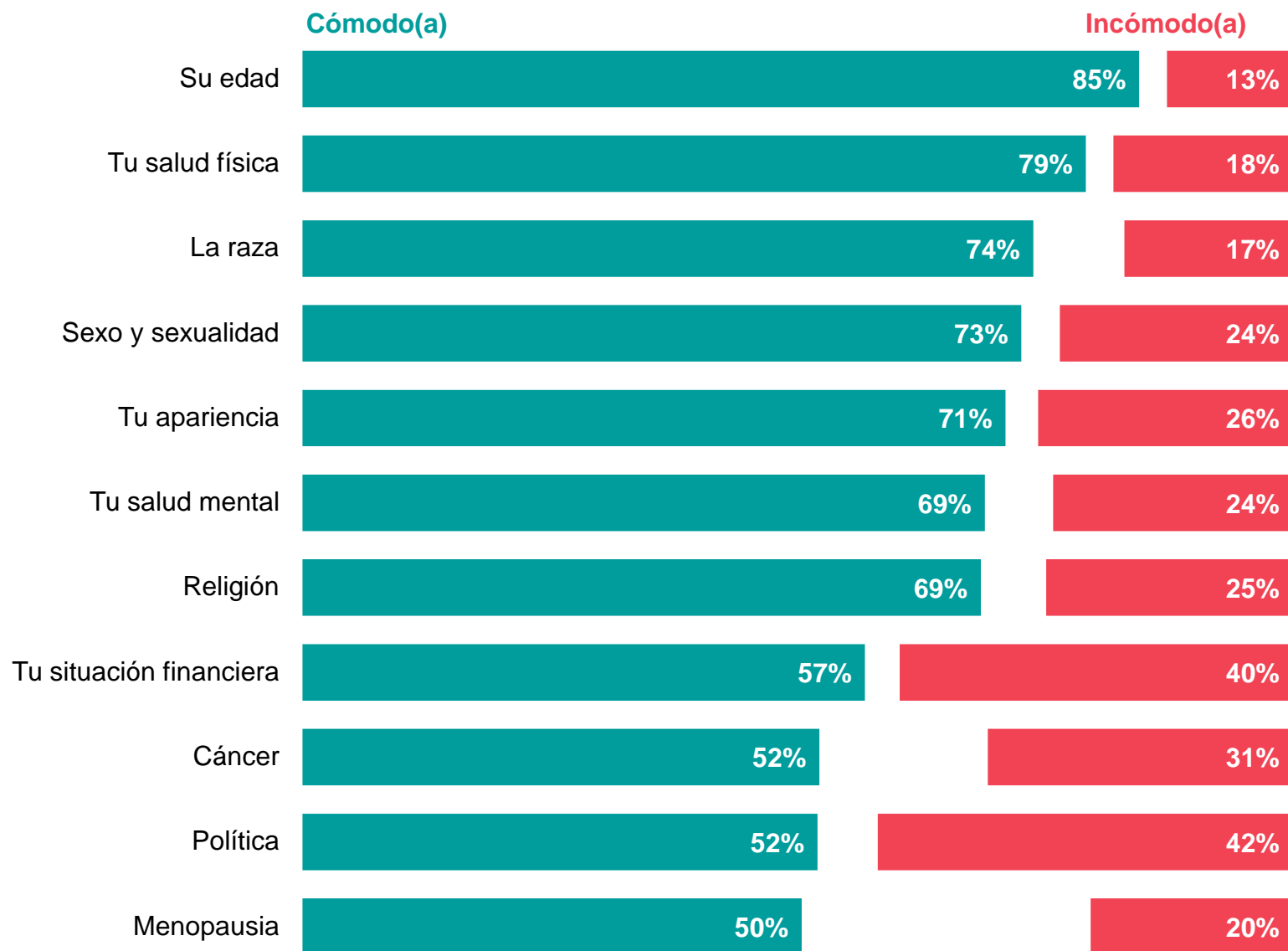


MUJER



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES ARGENTINA

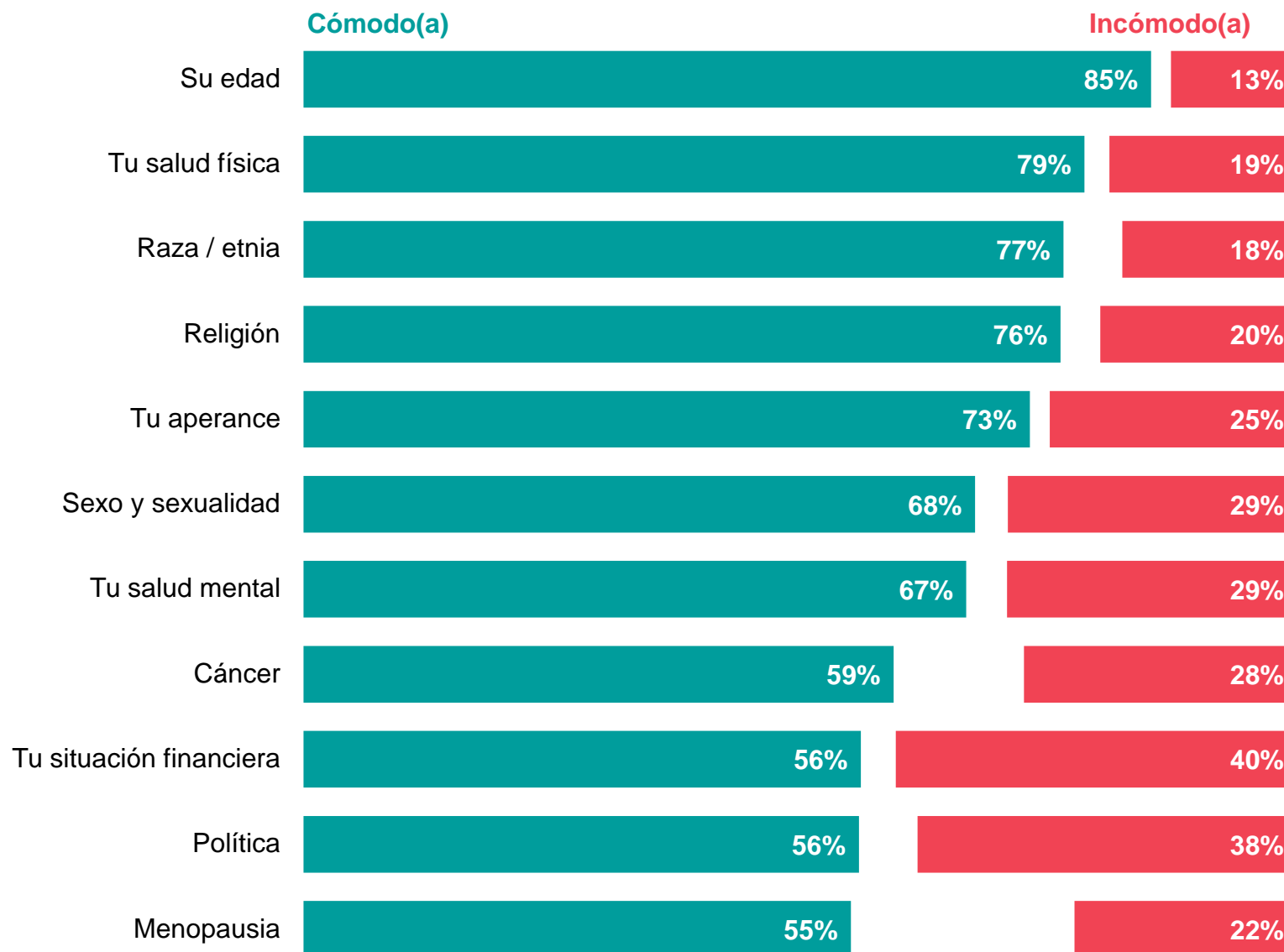
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 500 participantes argentinos de 16 a 74 años, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES BRASIL

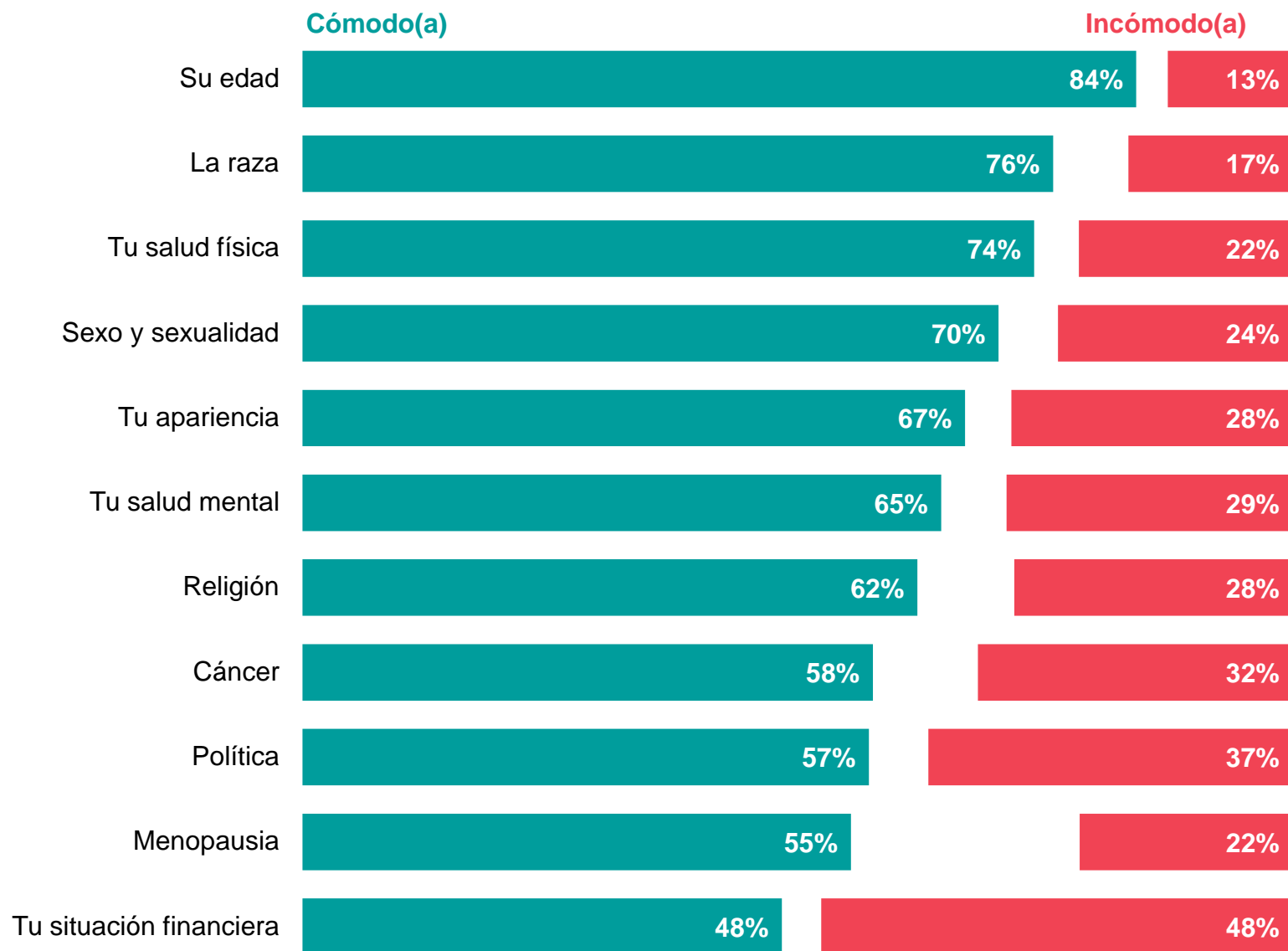
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 1000 participantes brasileños de 16 a 74 años entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES CHILE

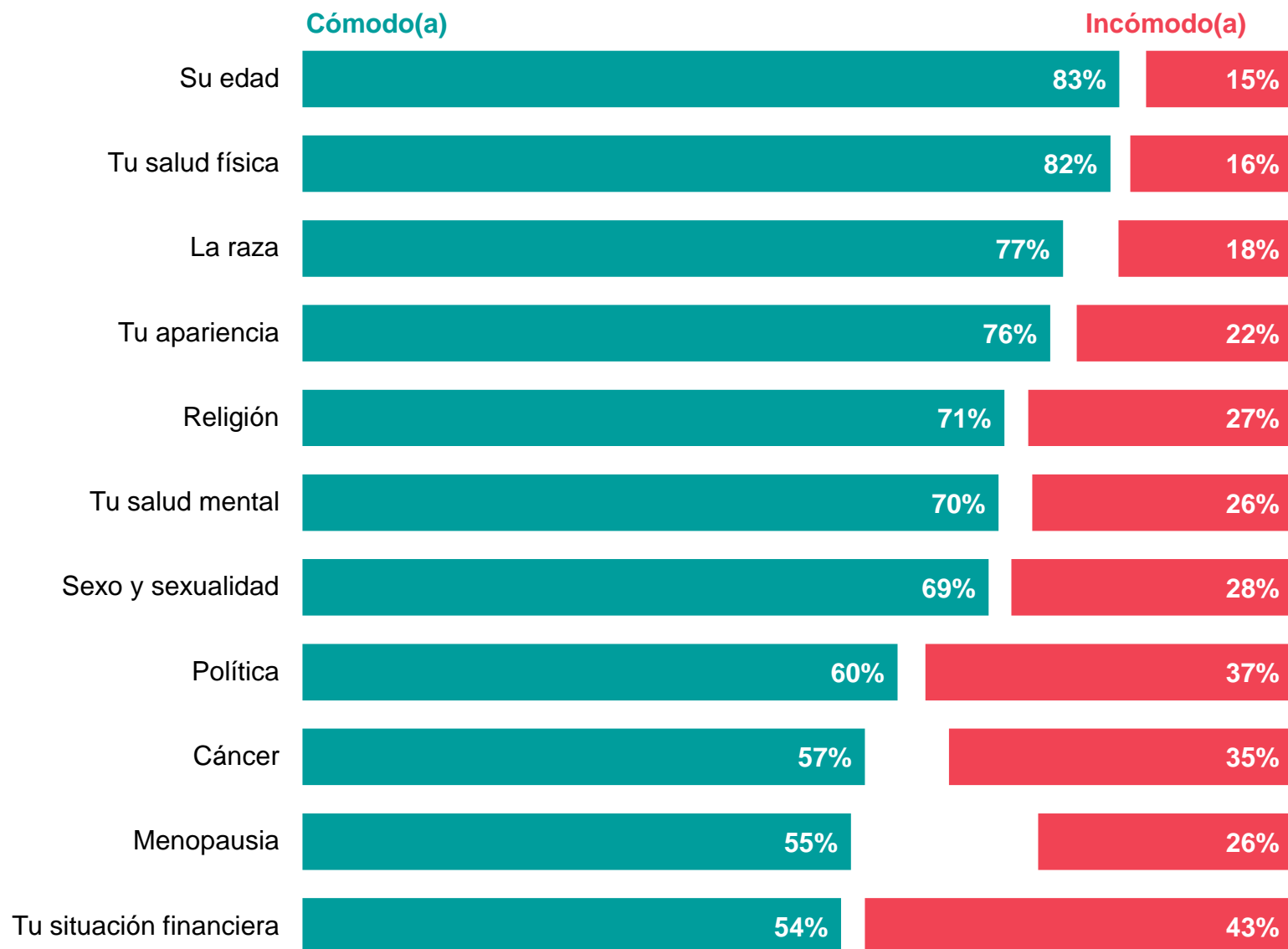
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 501 participantes chilenos de 16 a 74 años, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES COLOMBIA

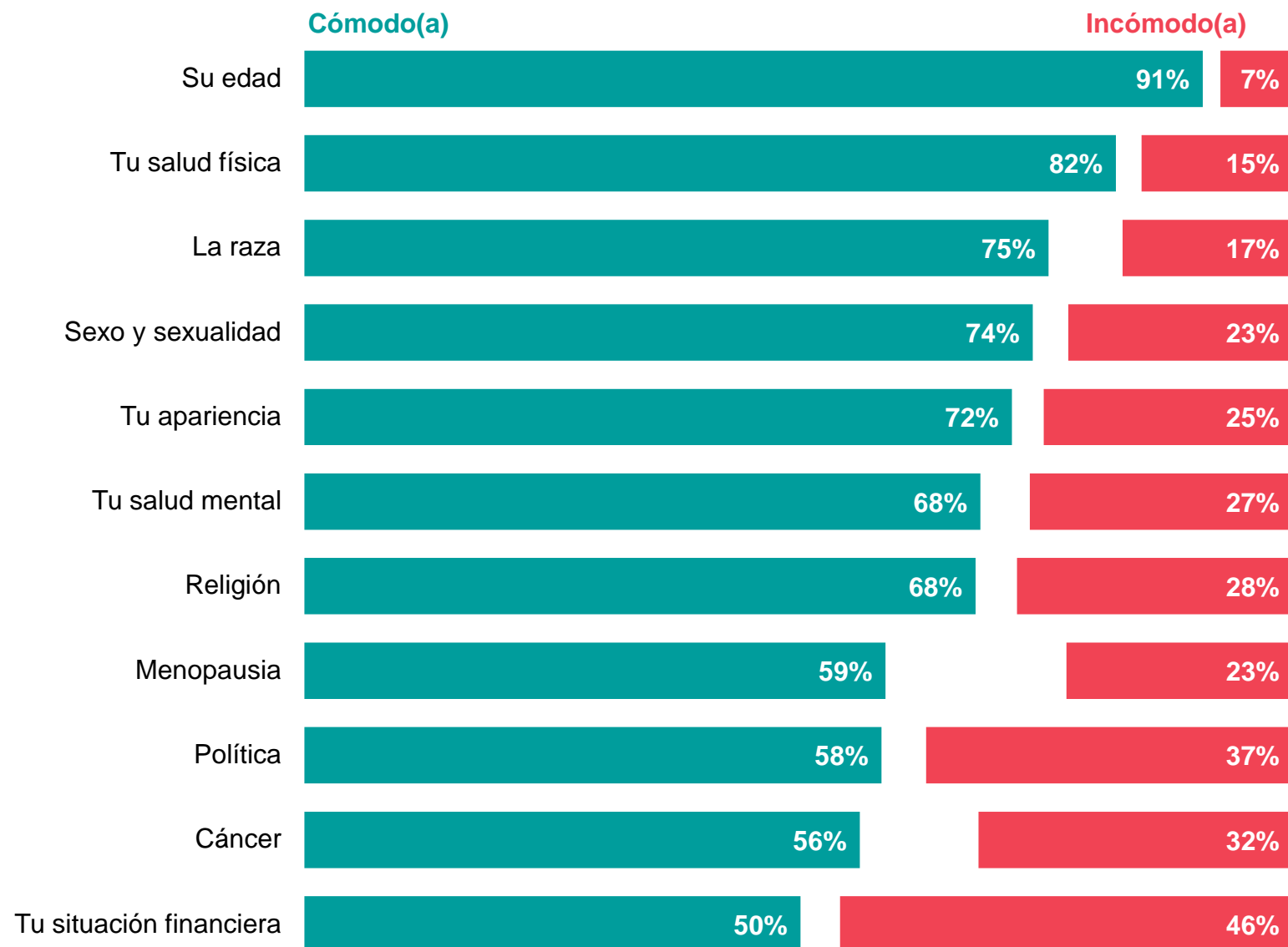
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 500 participantes colombianos de 16 a 74 años, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES MÉXICO

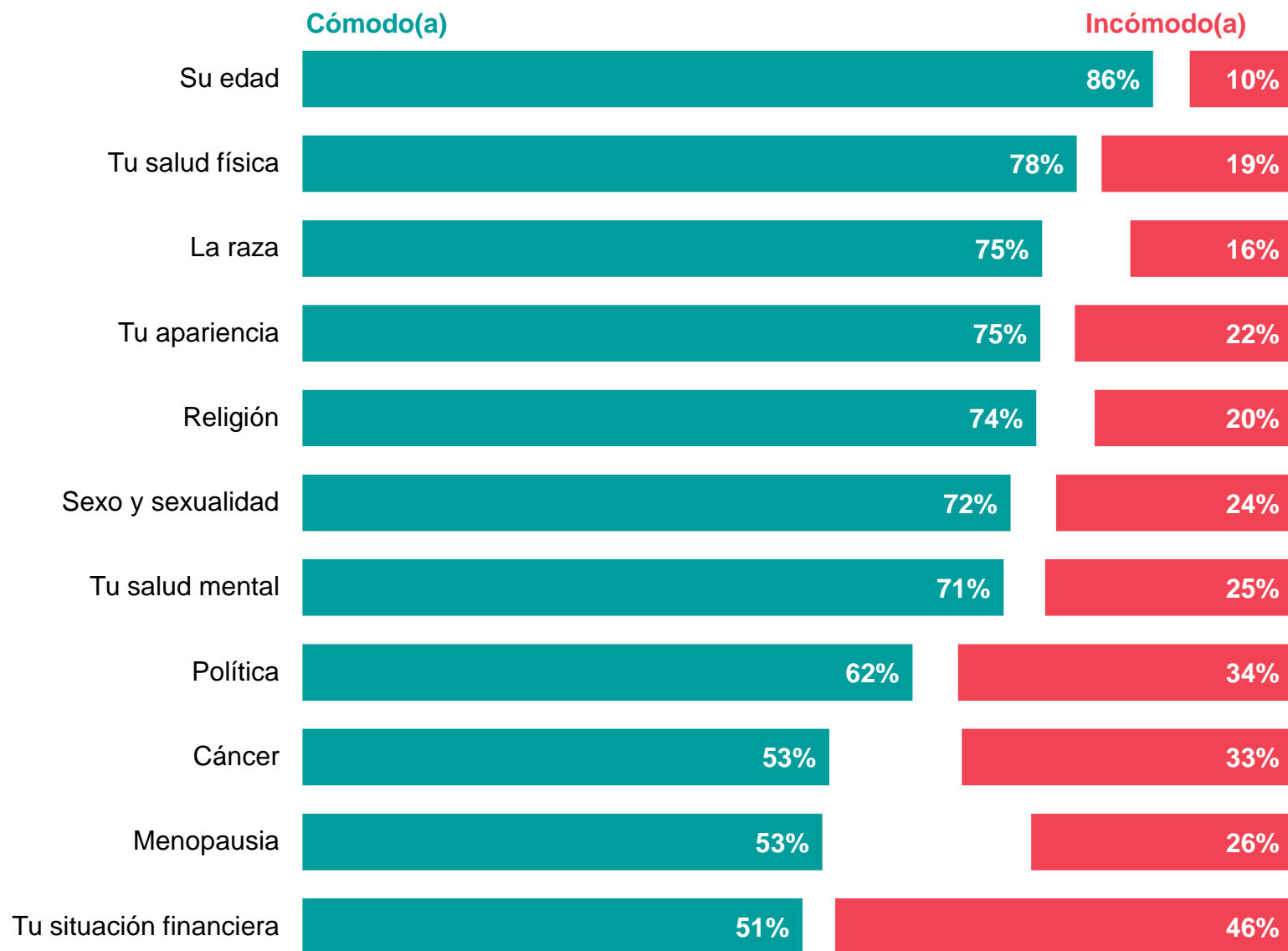
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 1001 participantes mexicanos de 16 a 74 años, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES PERÚ

P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?



Base: 501 participantes peruanos de 16 a 74 años, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE LA MENOPAUSIA

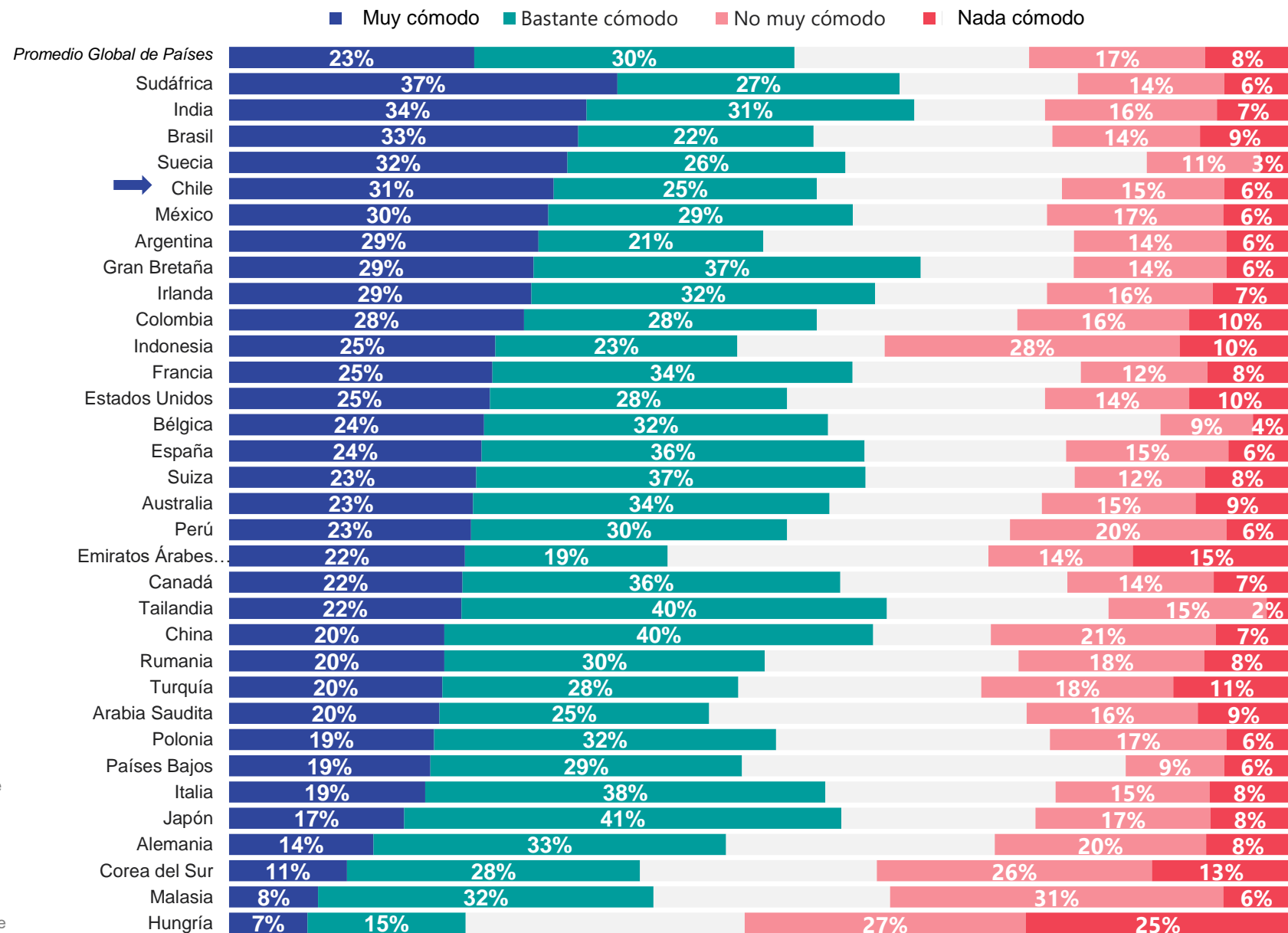
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Menopausia

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE TU EDAD

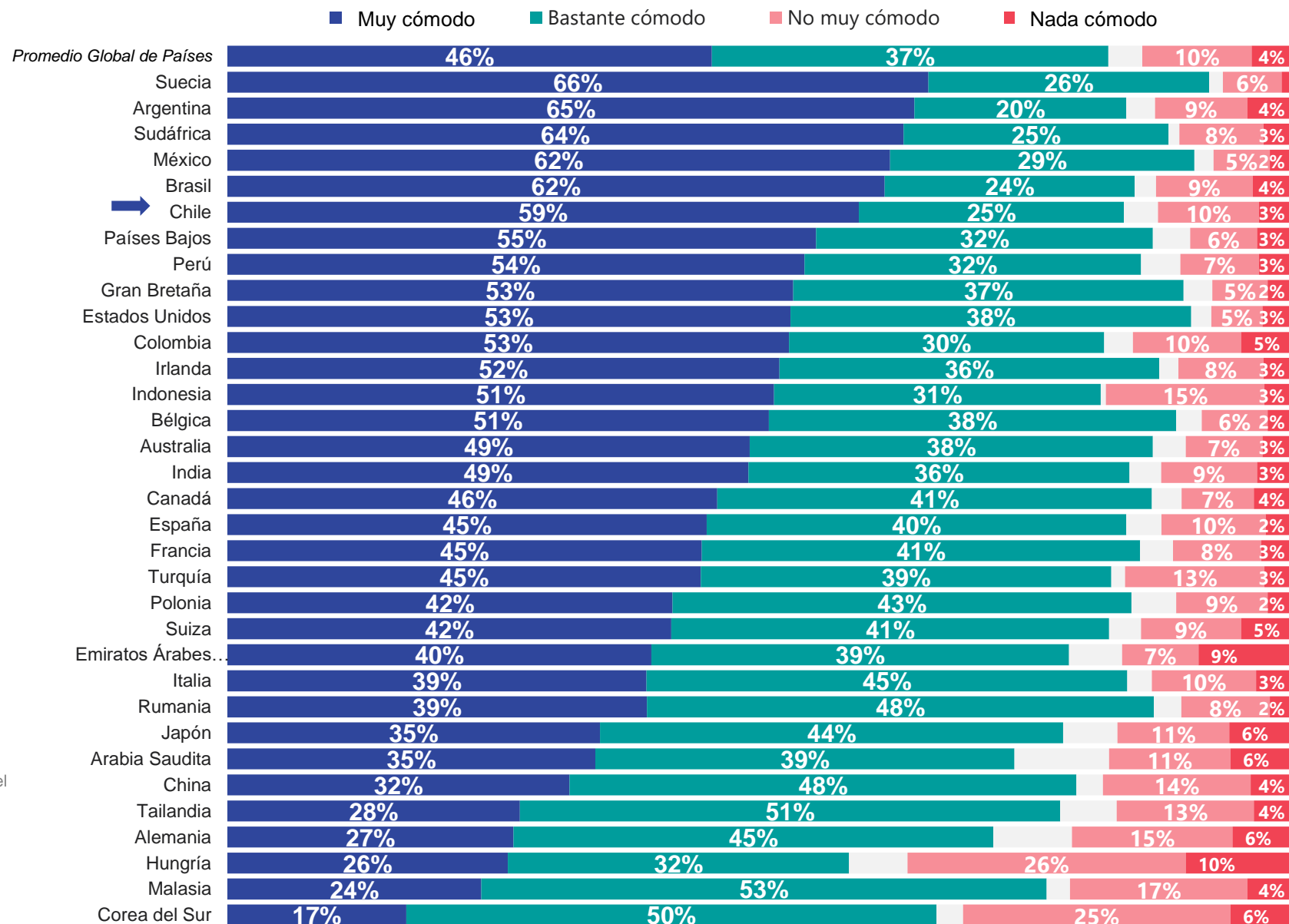
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Su edad

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE SU SALUD FÍSICA

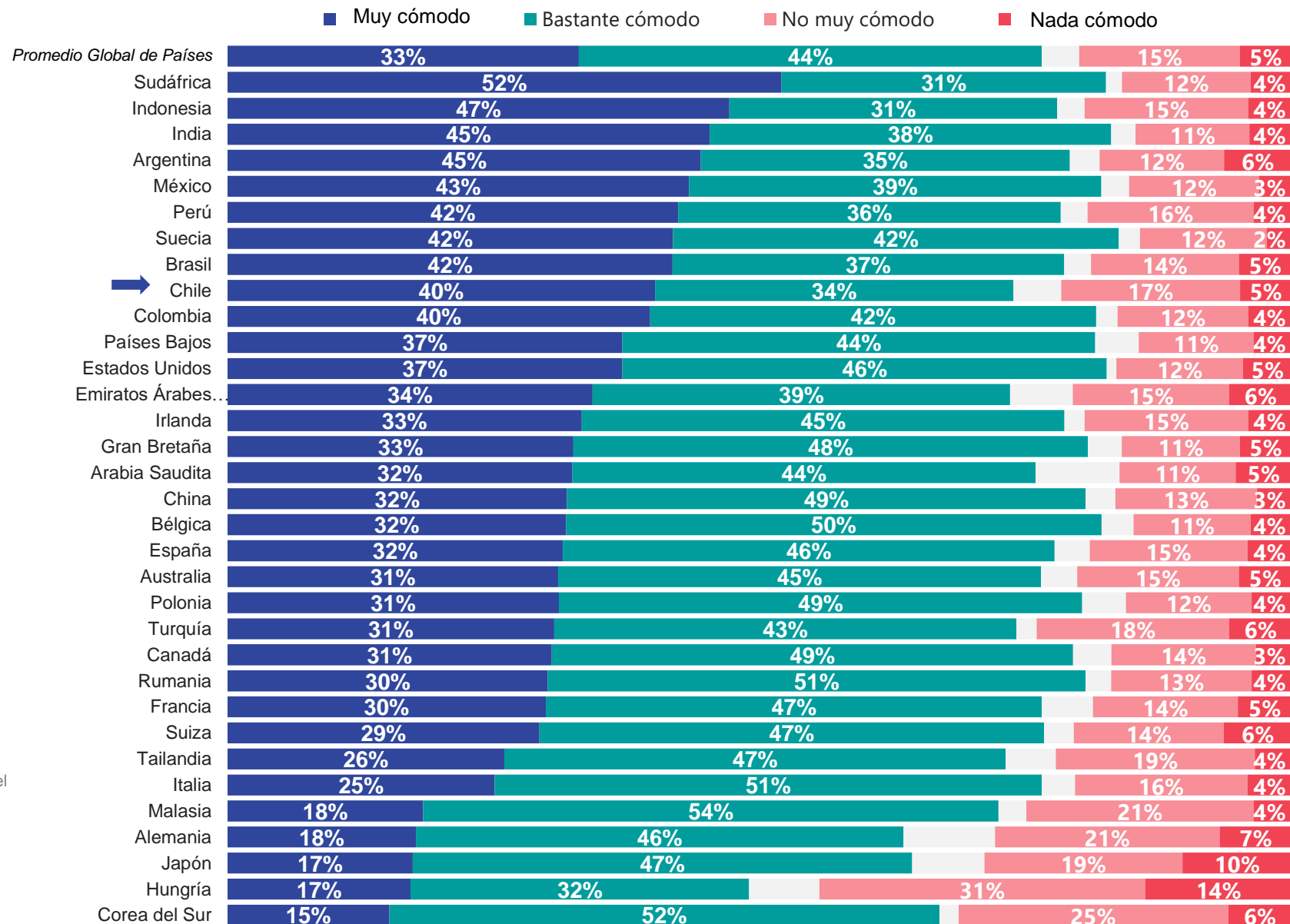
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Su salud física

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE RAZA / ETNIA

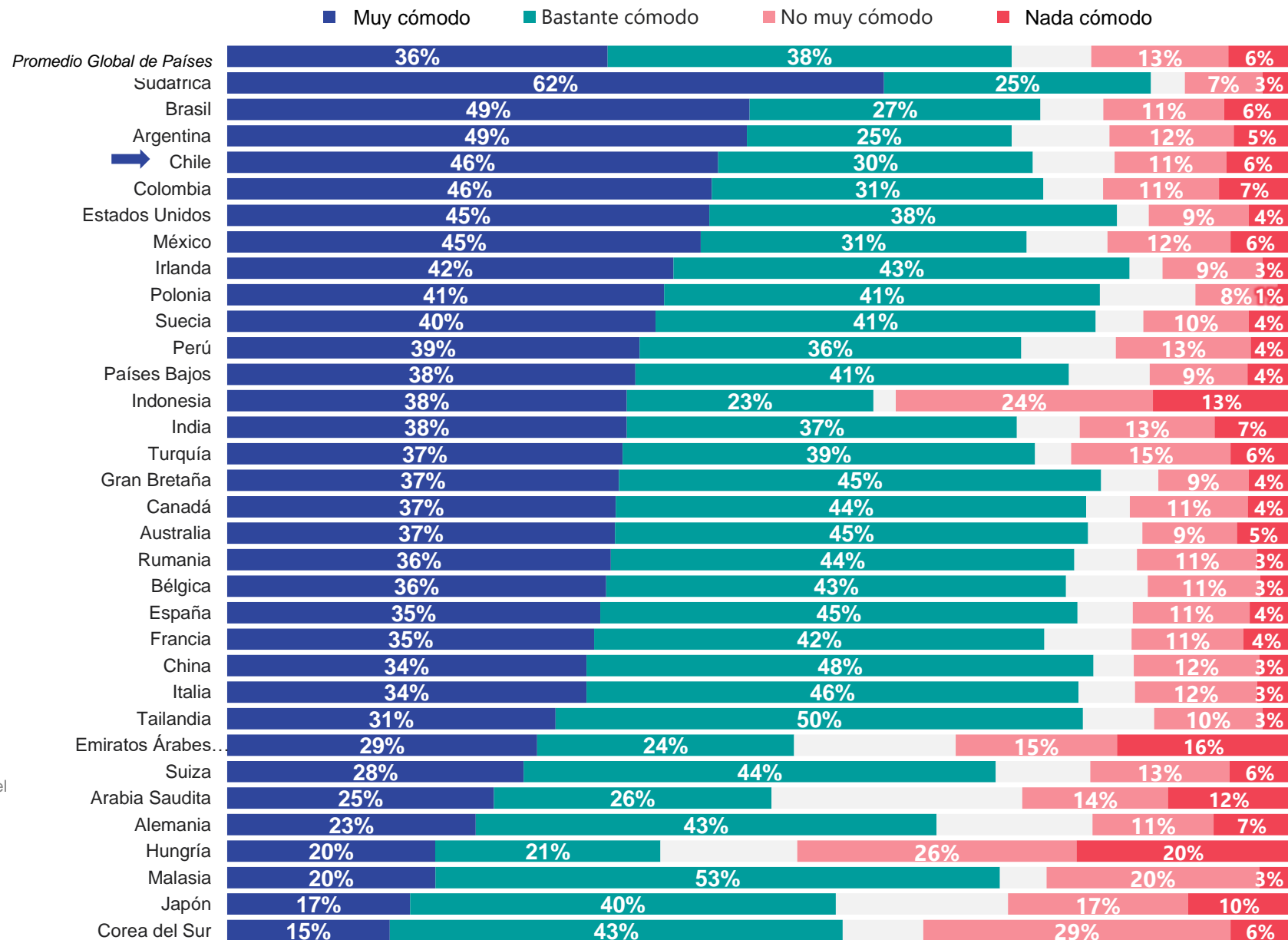
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Raza / etnia

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE TU APARIENCIA

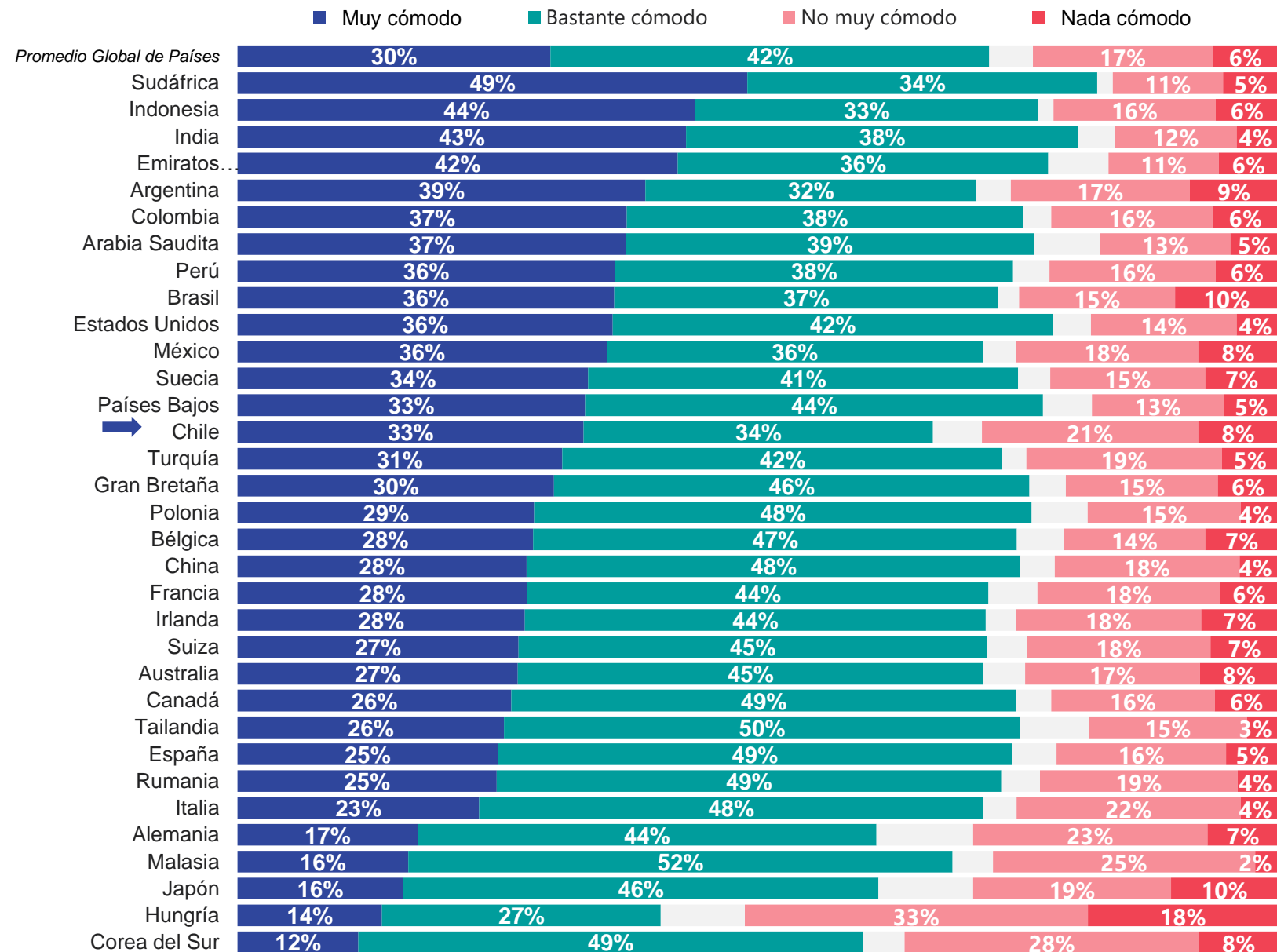
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Tu apariencia

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE RELIGIÓN

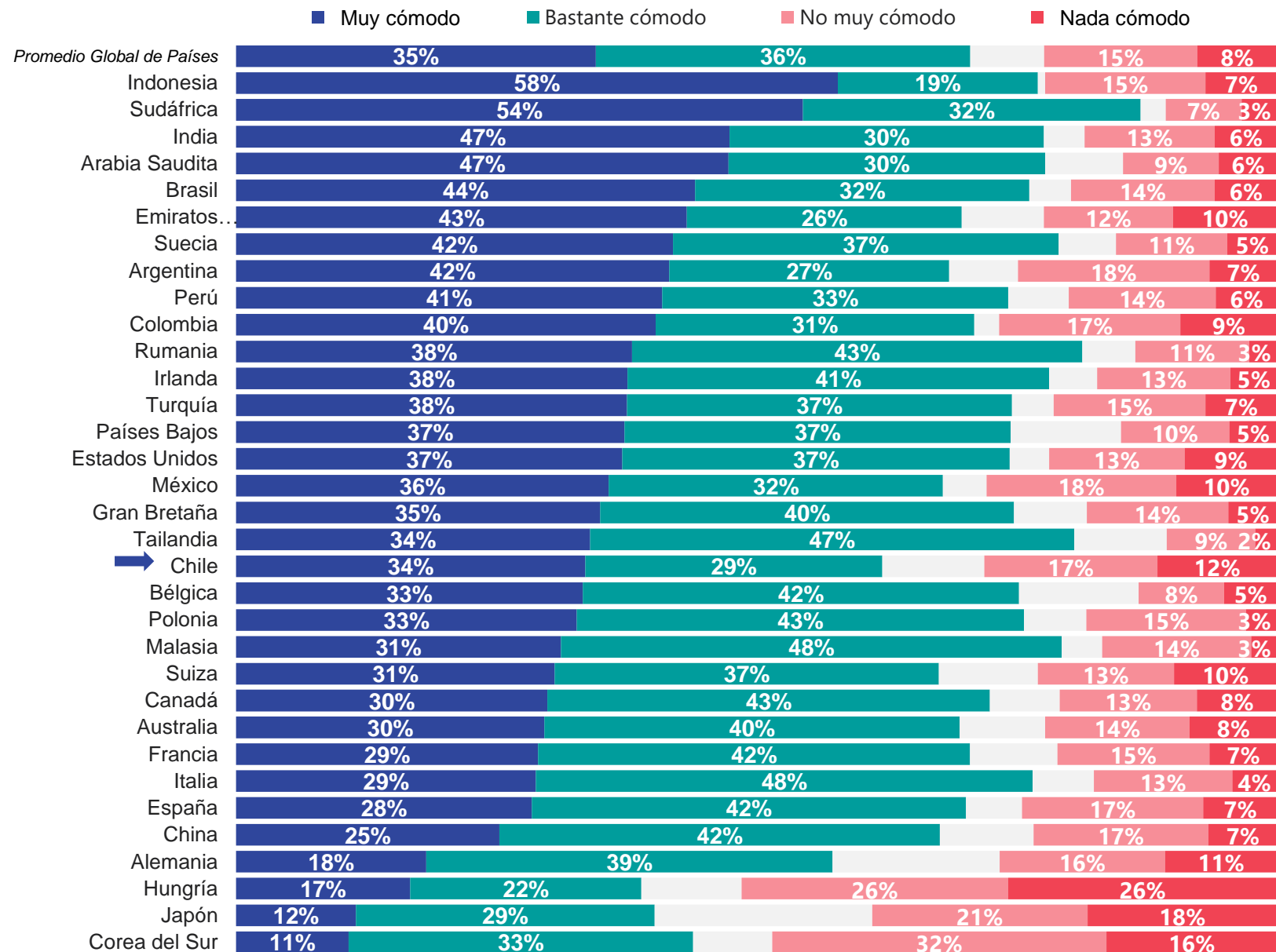
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Religión

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE SU SALUD MENTAL

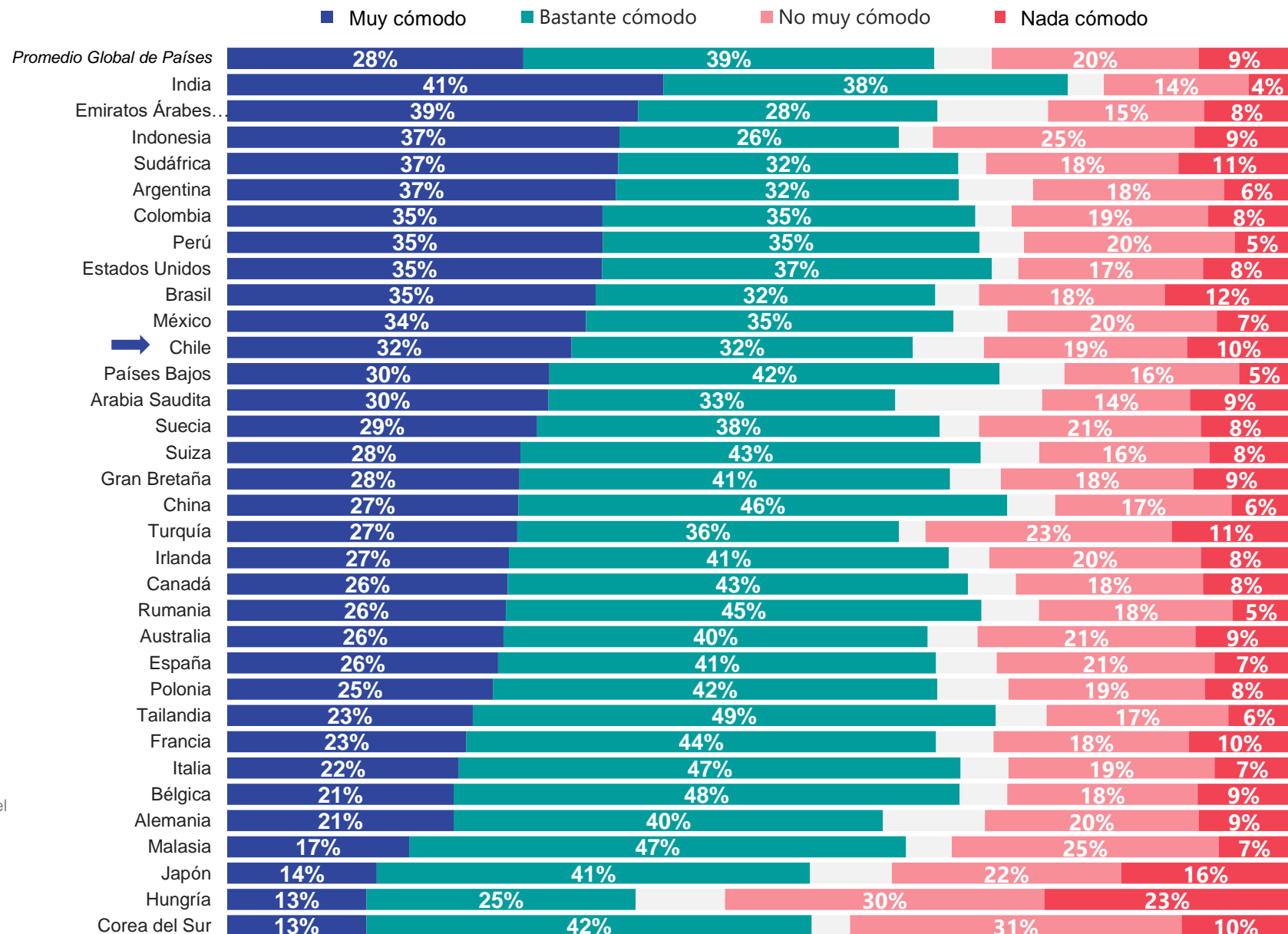
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Su salud mental

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD EN HABLAR CON AMISTADES SOBRE SEXO Y SEXUALIDAD

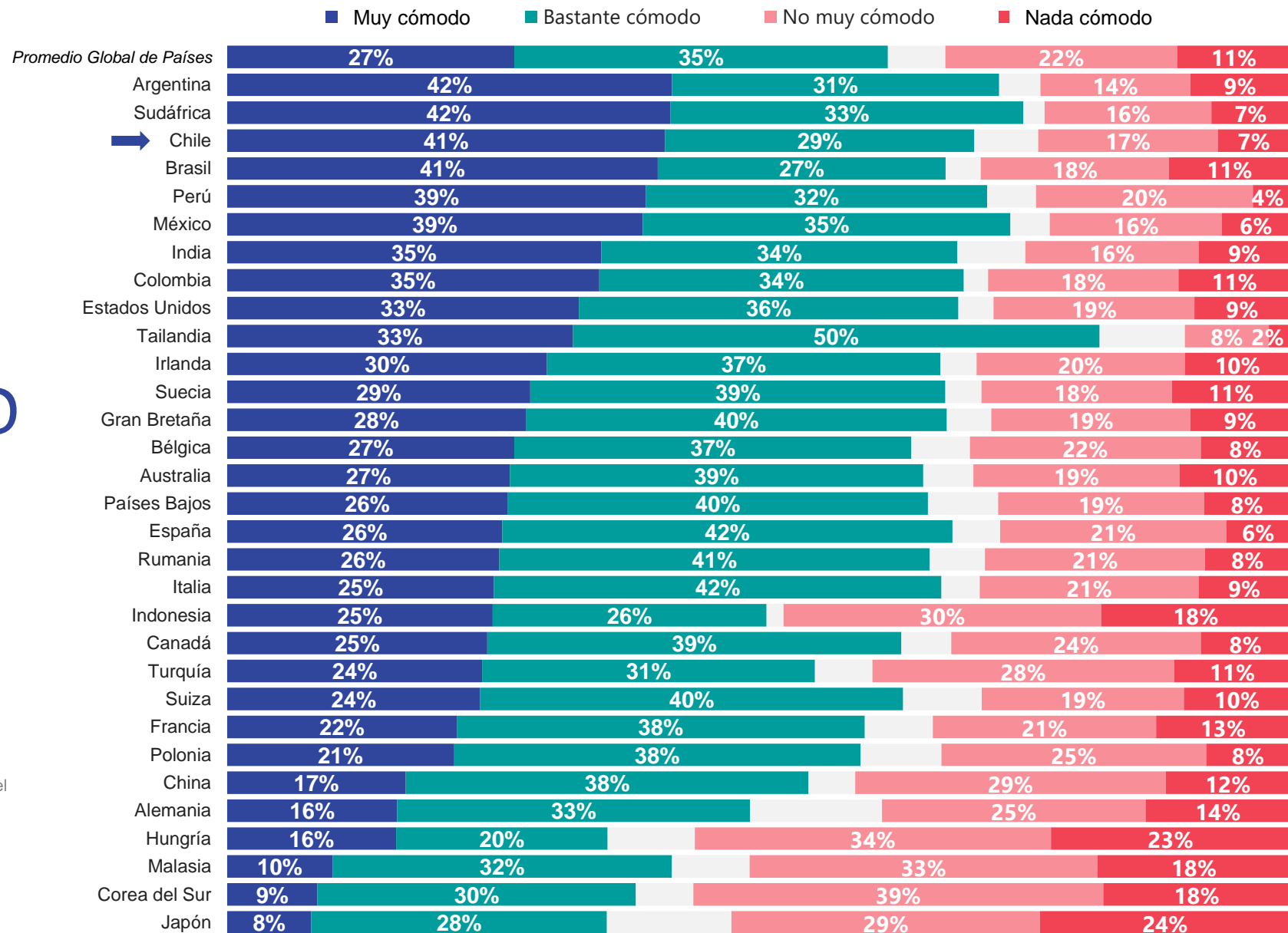
Q. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Sexo y sexualidad

Base: 22 008 participantes en 31 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD EN HABLAR CON AMISTADES SOBRE POLÍTICA

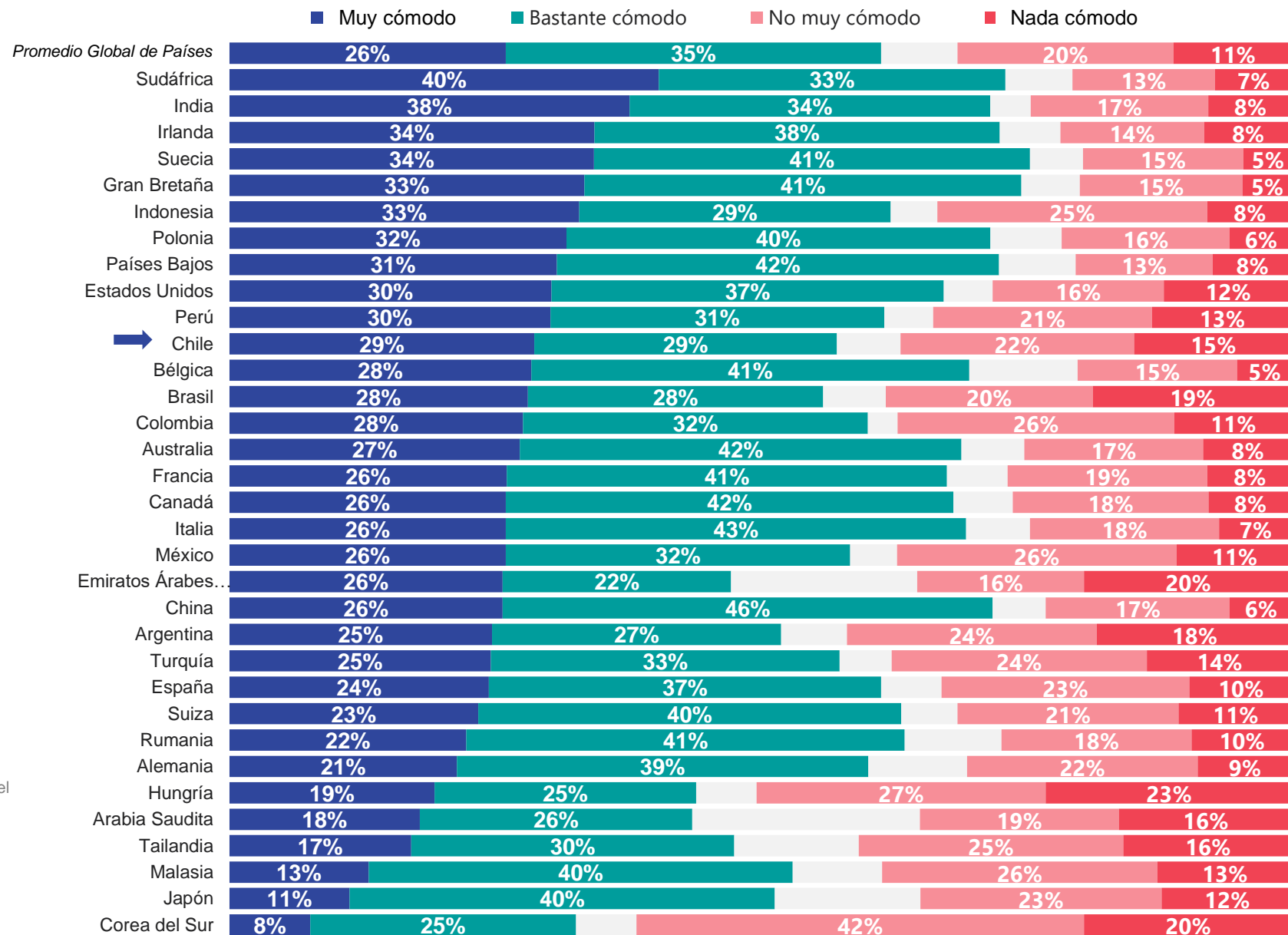
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Política

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

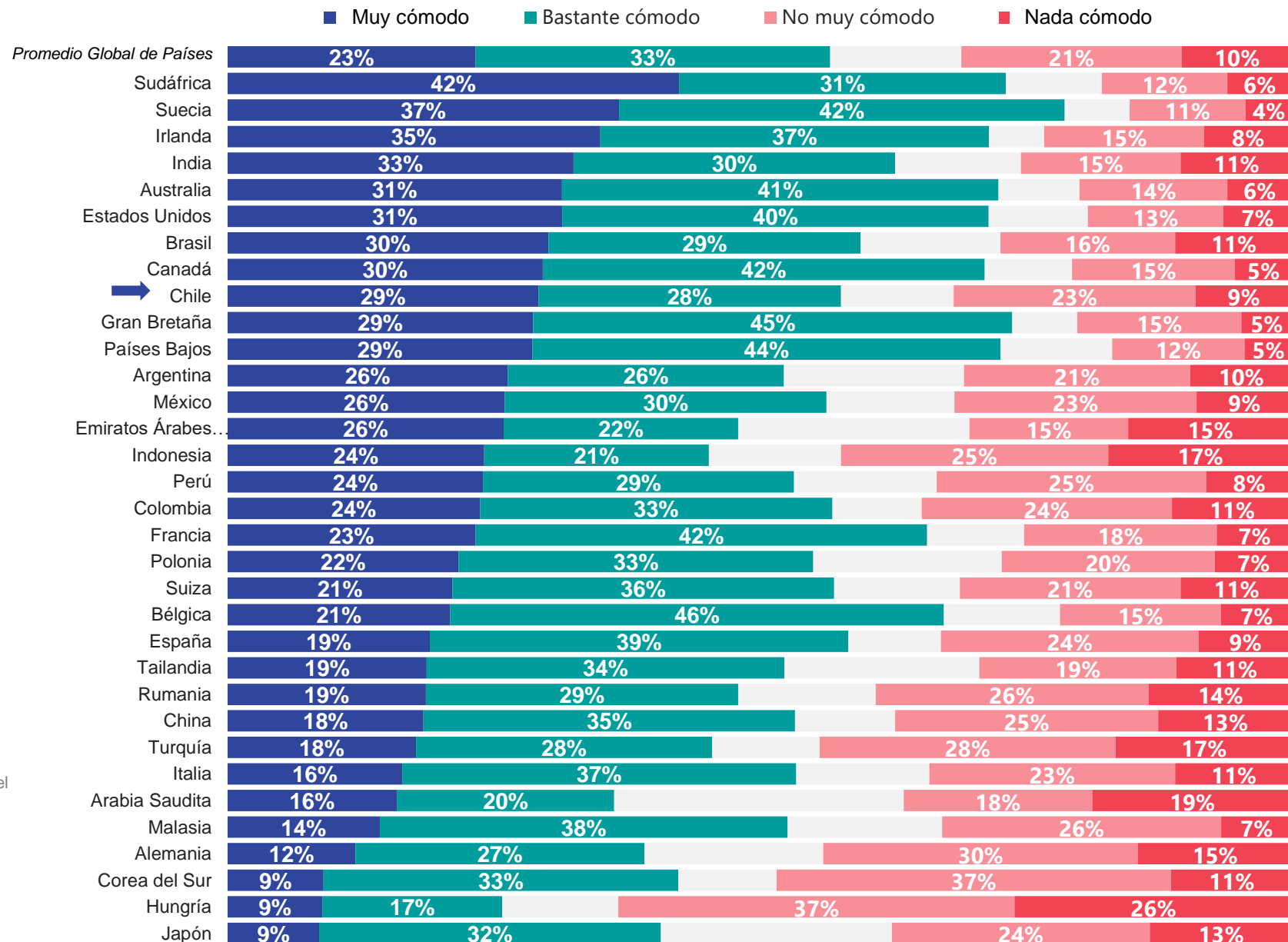


COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE EL CÁNCER

P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Cáncer

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022
 Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general
 Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



COMODIDAD AL HABLAR CON AMISTADES SOBRE SU SITUACIÓN FINANCIERA

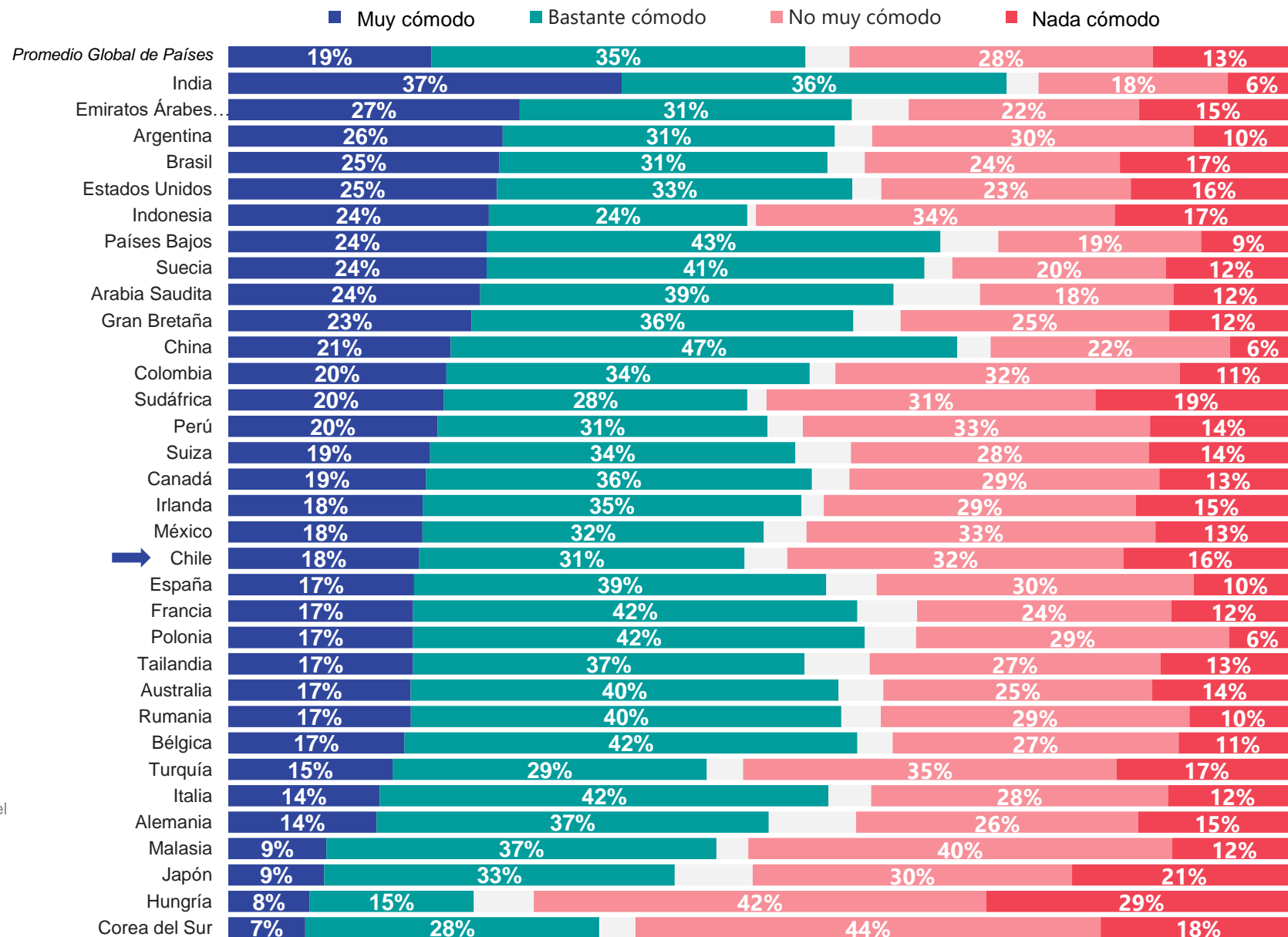
P. ¿Qué tan cómodo se siente hablando con amigos/as sobre los siguientes temas?

Su situación financiera

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



VALOR PERCIBIDO DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES GRUPOS

2

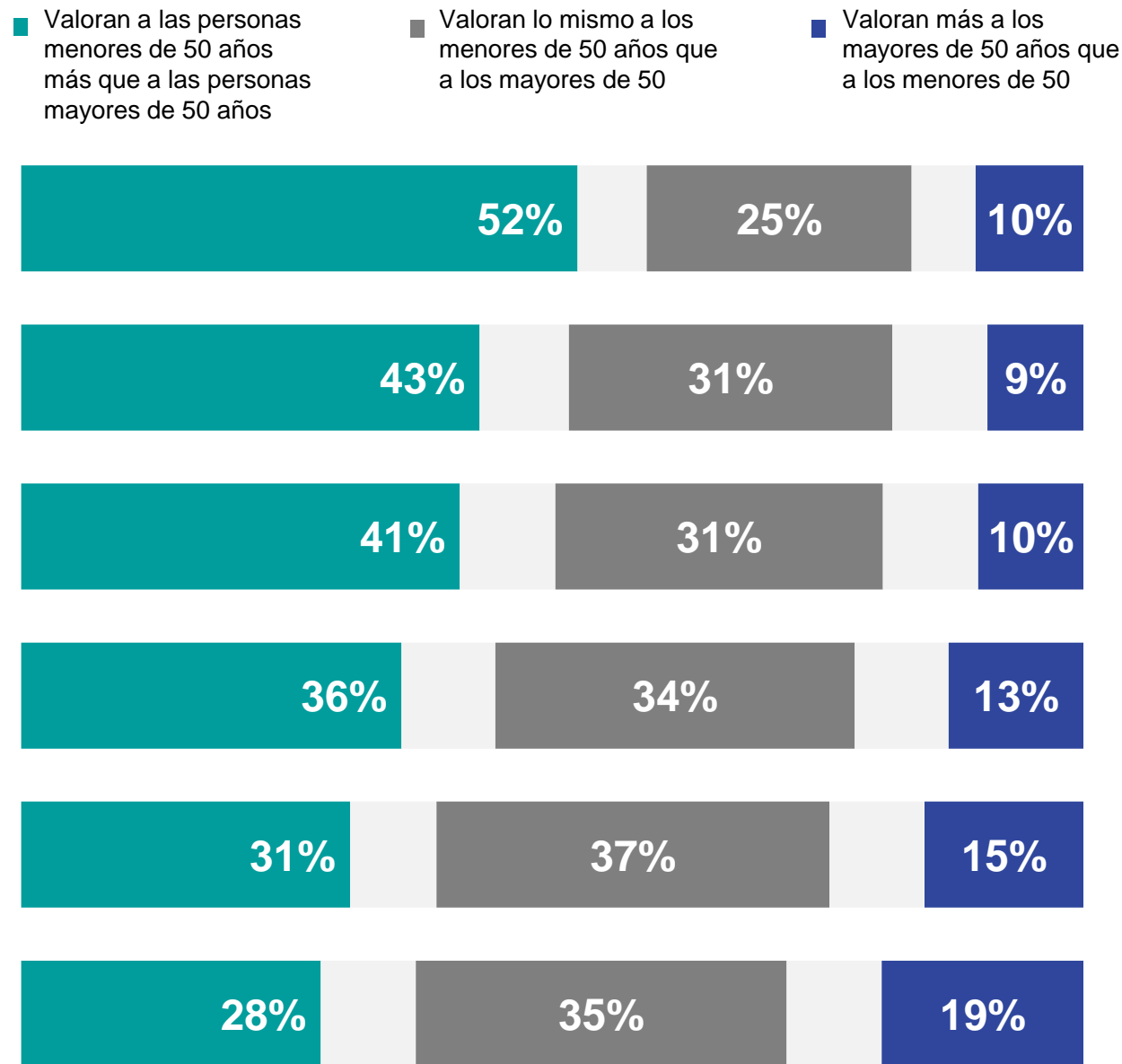
VALOR PERCIBIDO DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES GRUPOS

PROMEDIO GLOBAL DE PAÍSES

P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general. Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

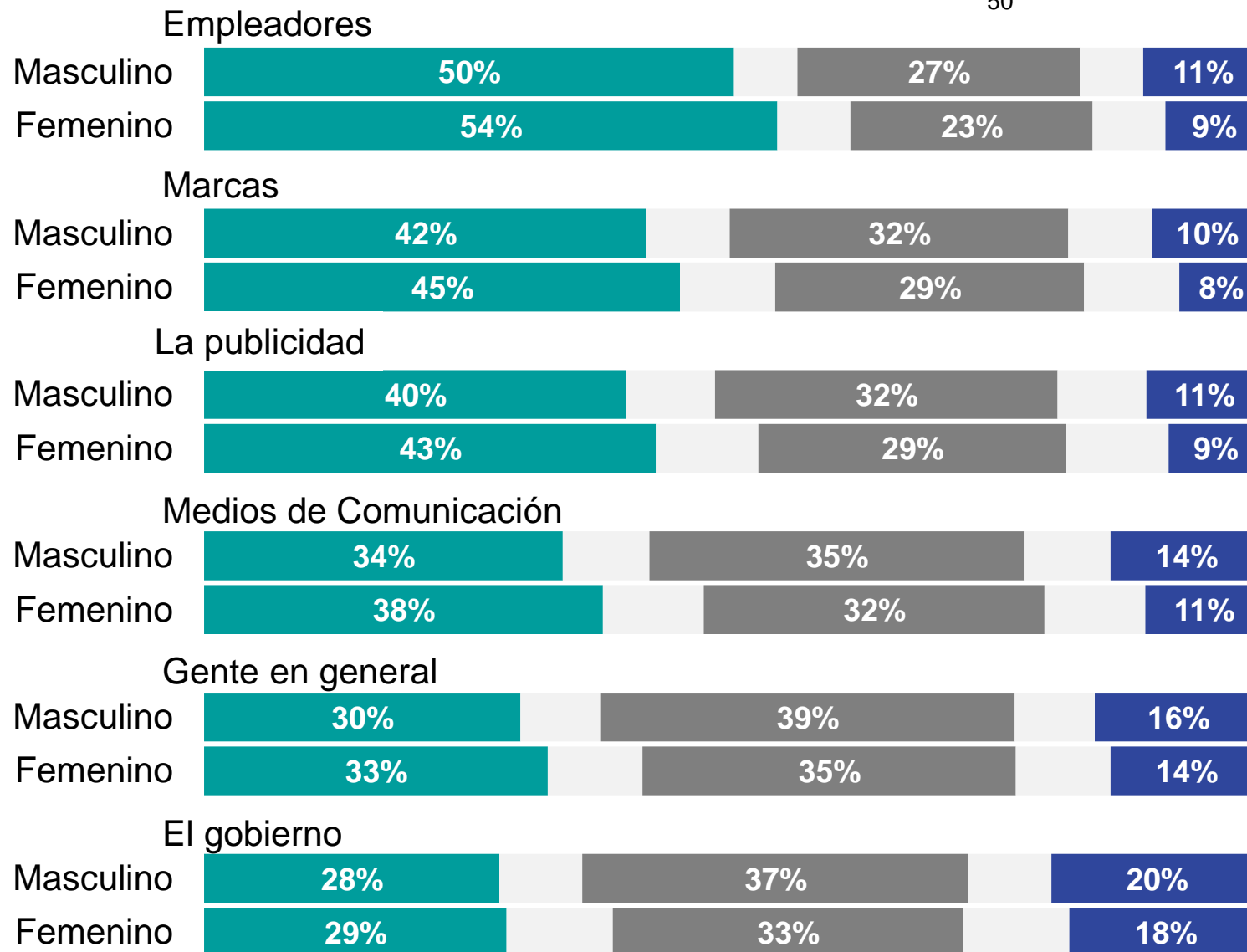


VALOR PERCIBIDO DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES GRUPOS POR GÉNERO

P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022, incluidos 11 312 hombres y 11 696 mujeres. Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general. Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

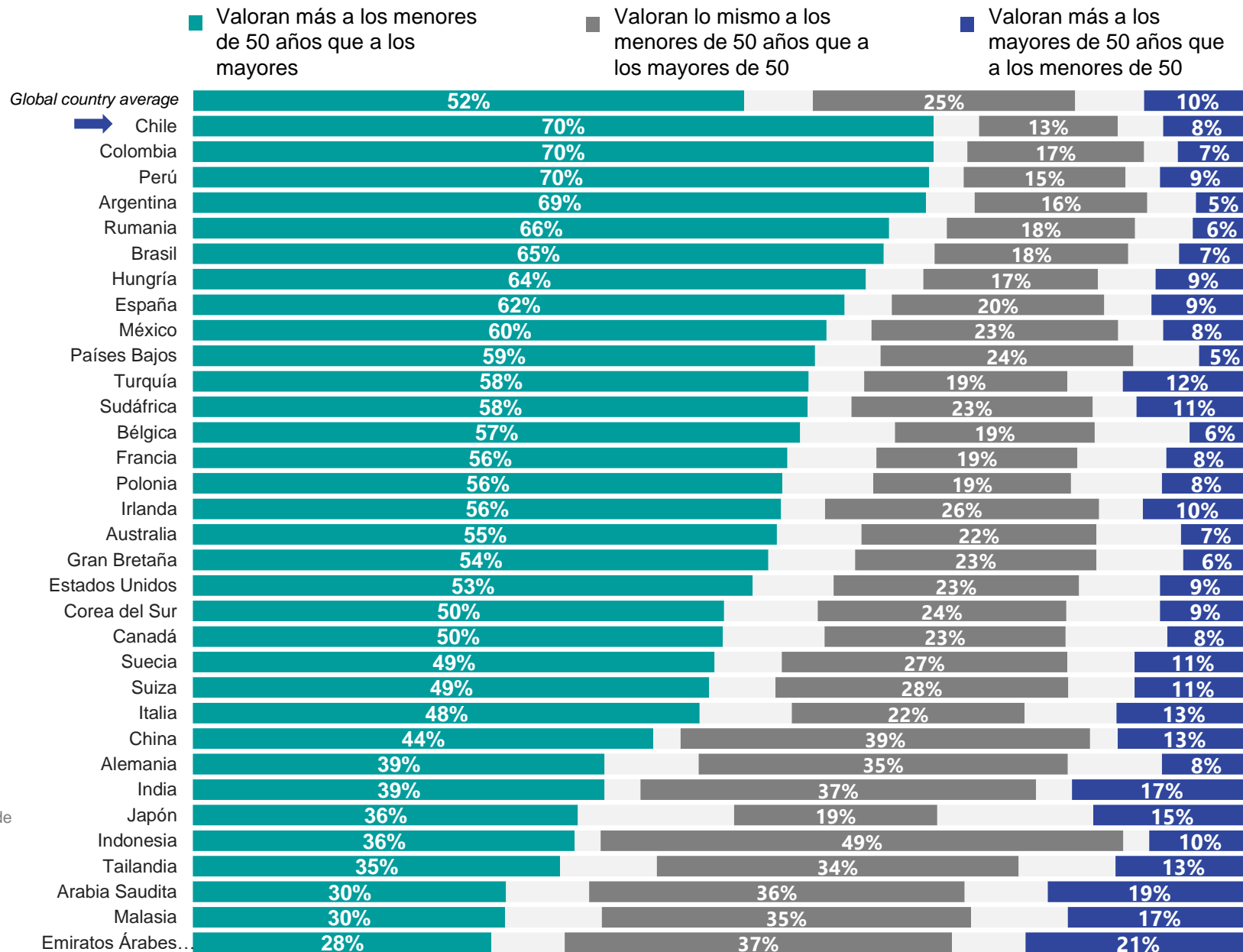
■ Valoran más a los menores de 50 años que a los mayores
 ■ Valoran lo mismo a los menores de 50 años que a los mayores de 50
 ■ Valoran más a los mayores de 50 años que a los menores de 50



VALOR DE LOS MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA LOS EMPLEADORES

P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

EMPLEADORES



Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

VALOR DE MENORES Y MAYORES DE 50 PARA LAS MARCAS

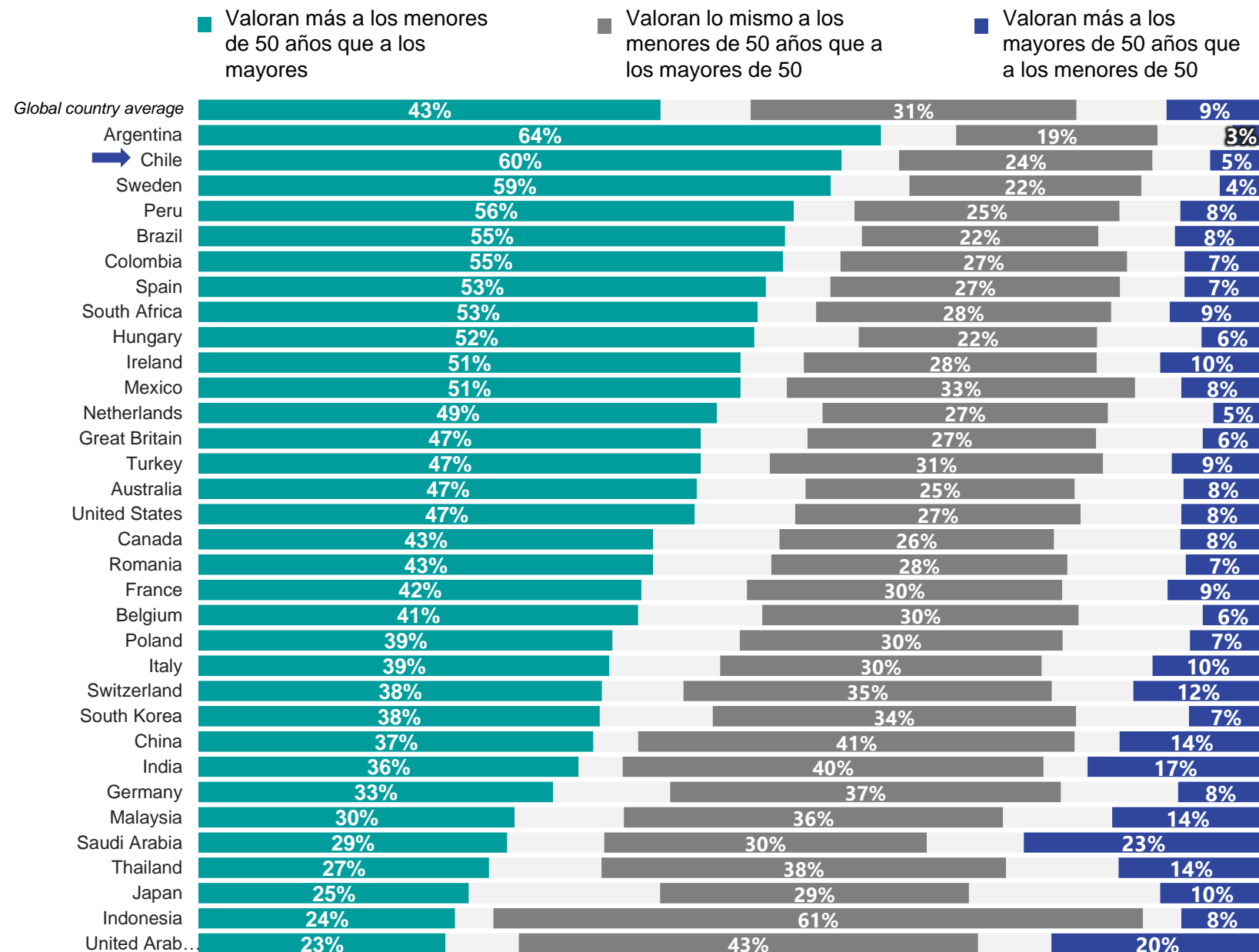
P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

MARCAS

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted

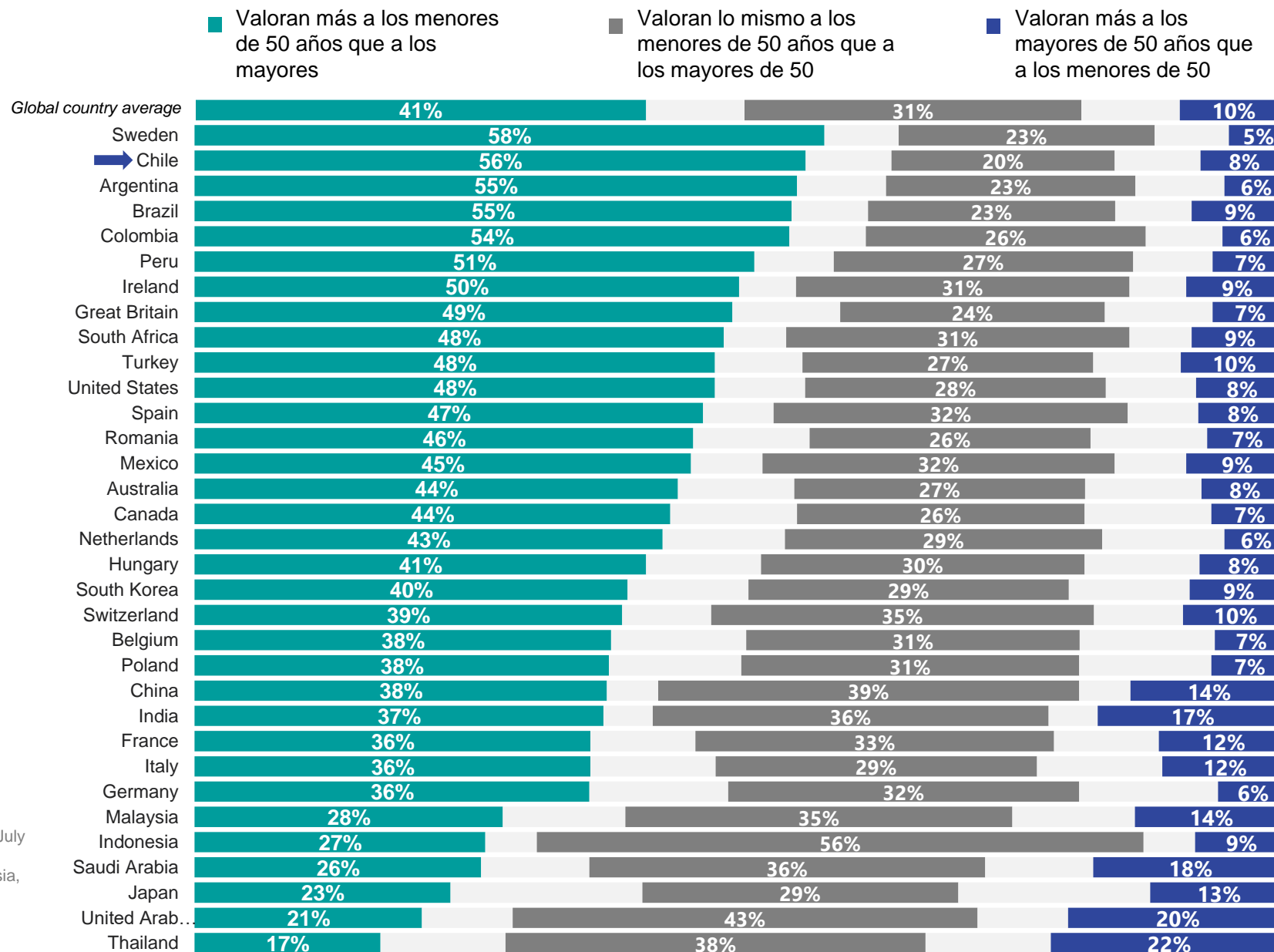


VALOR DE LOS MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA LA PUBLICIDAD

P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

PUBLICIDAD

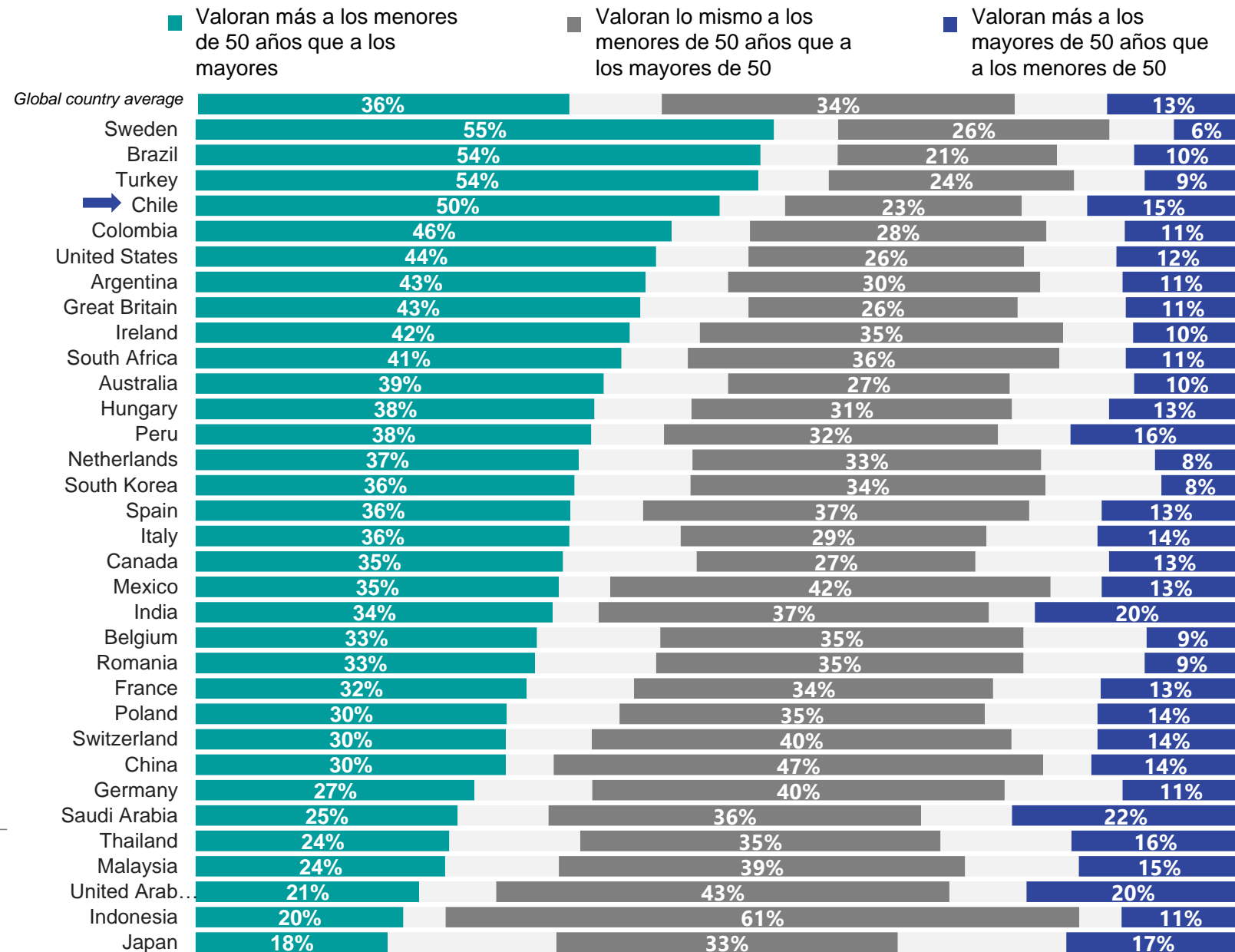
Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022
 The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population
 This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted



VALOR DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA LOS MEDIOS

P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted

VALOR DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA LAS PERSONAS EN GENERAL

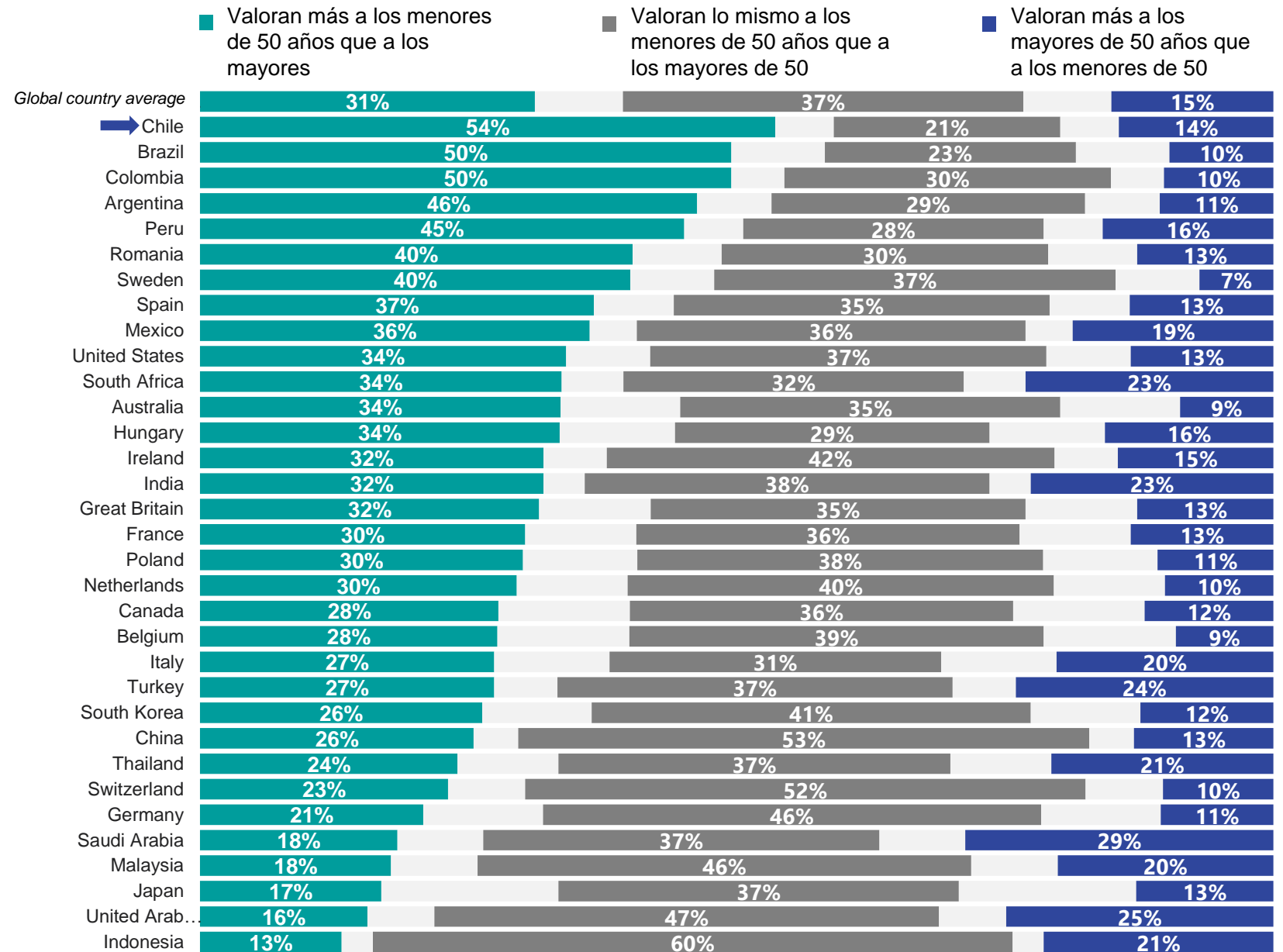
P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

LA GENTE EN GENERAL

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted



VALOR DE MENORES Y MAYORES DE 50 AÑOS PARA EL GOBIERNO

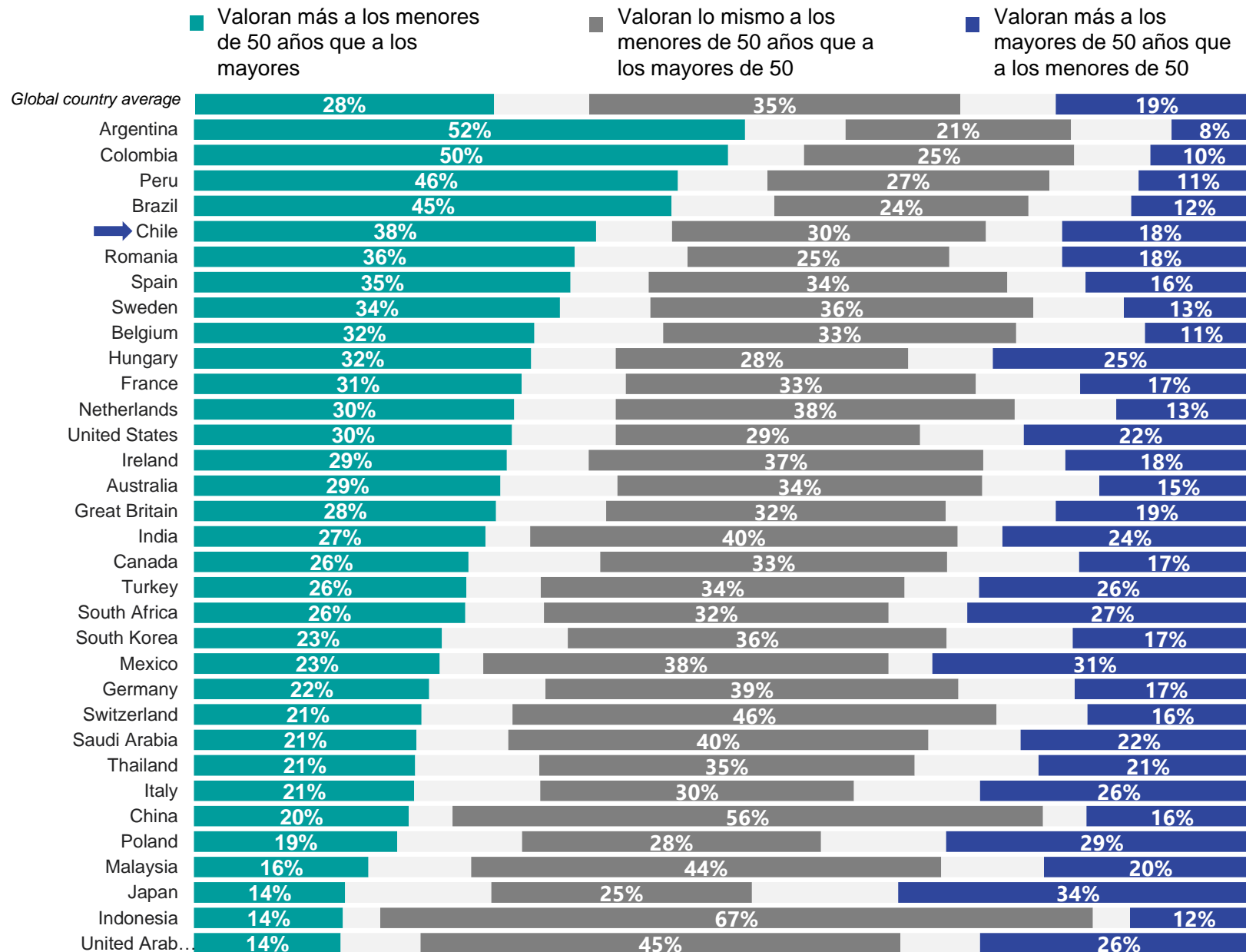
P. Piense en cómo los diferentes grupos en su país valoran a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo cree que cada una de los siguientes grupos ve a las personas menores de 50 años y a las personas mayores de 50 años?

EL GOBIERNO

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted



VALOR PERCIBIDO DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES GRUPOS

3

VALOR PERCIBIDO DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES COLECTIVOS

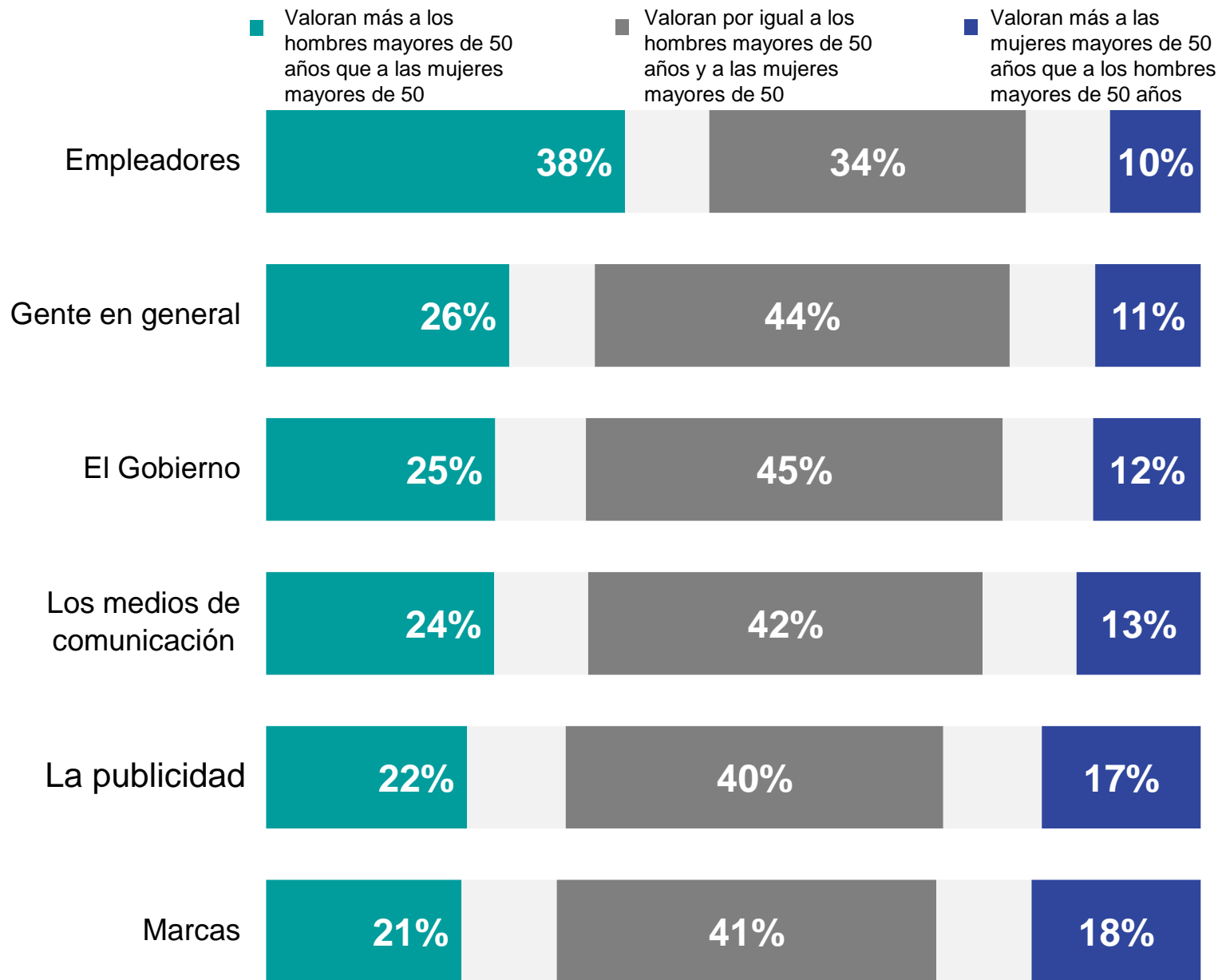
PROMEDIO GLOBAL DE PAÍSES

P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

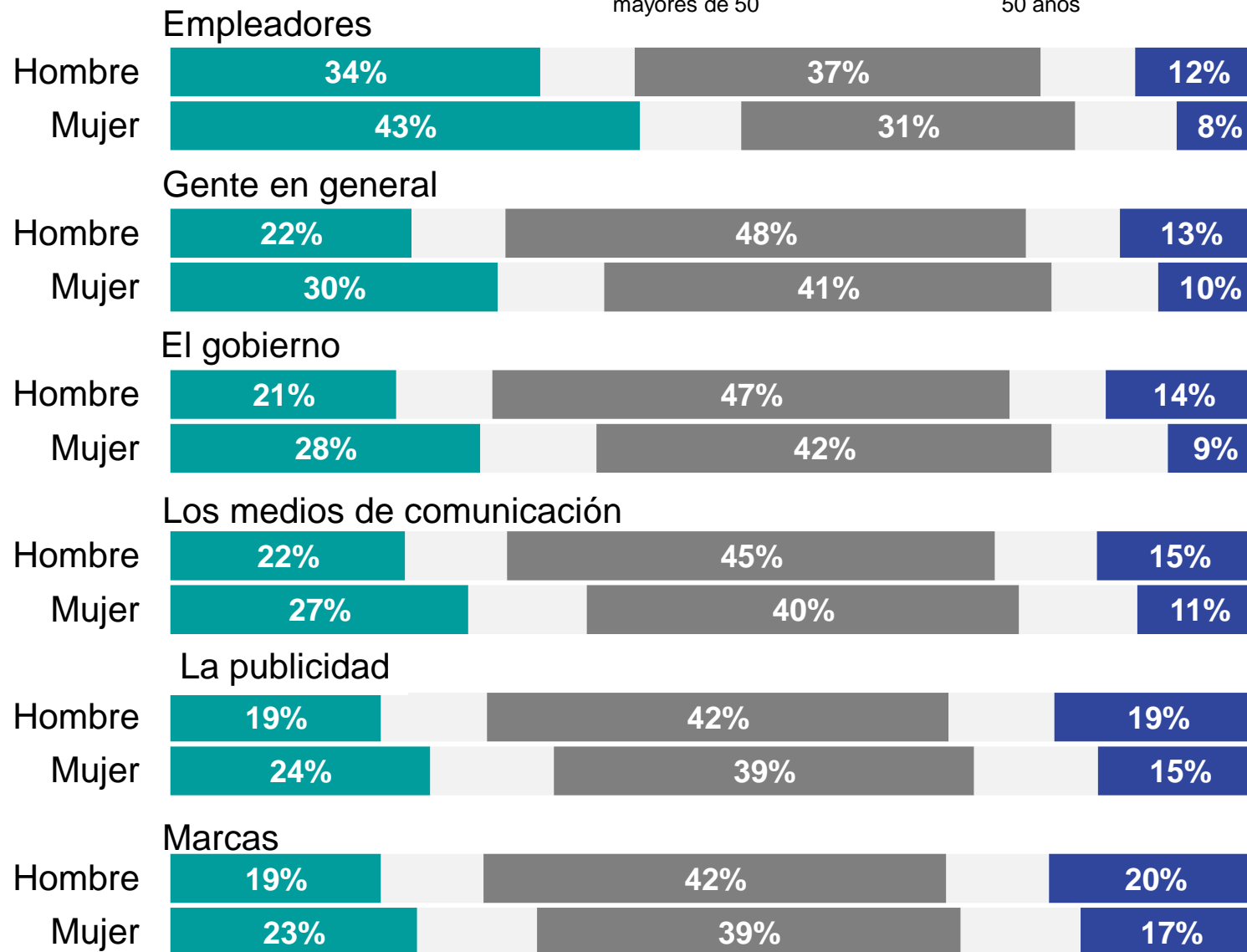


VALOR PERCIBIDO DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA DIFERENTES COLECTIVOS POR GÉNERO

P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022, incluidos 11 312 hombres y 11 696 mujeres. Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general. Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.

■ Valoran más a los hombres mayores de 50 años que a las mujeres mayores de 50 años
 ■ Valoran por igual a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años
 ■ Valoran más a las mujeres mayores de 50 años que a los hombres mayores de 50 años



VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA LOS EMPLEADORES

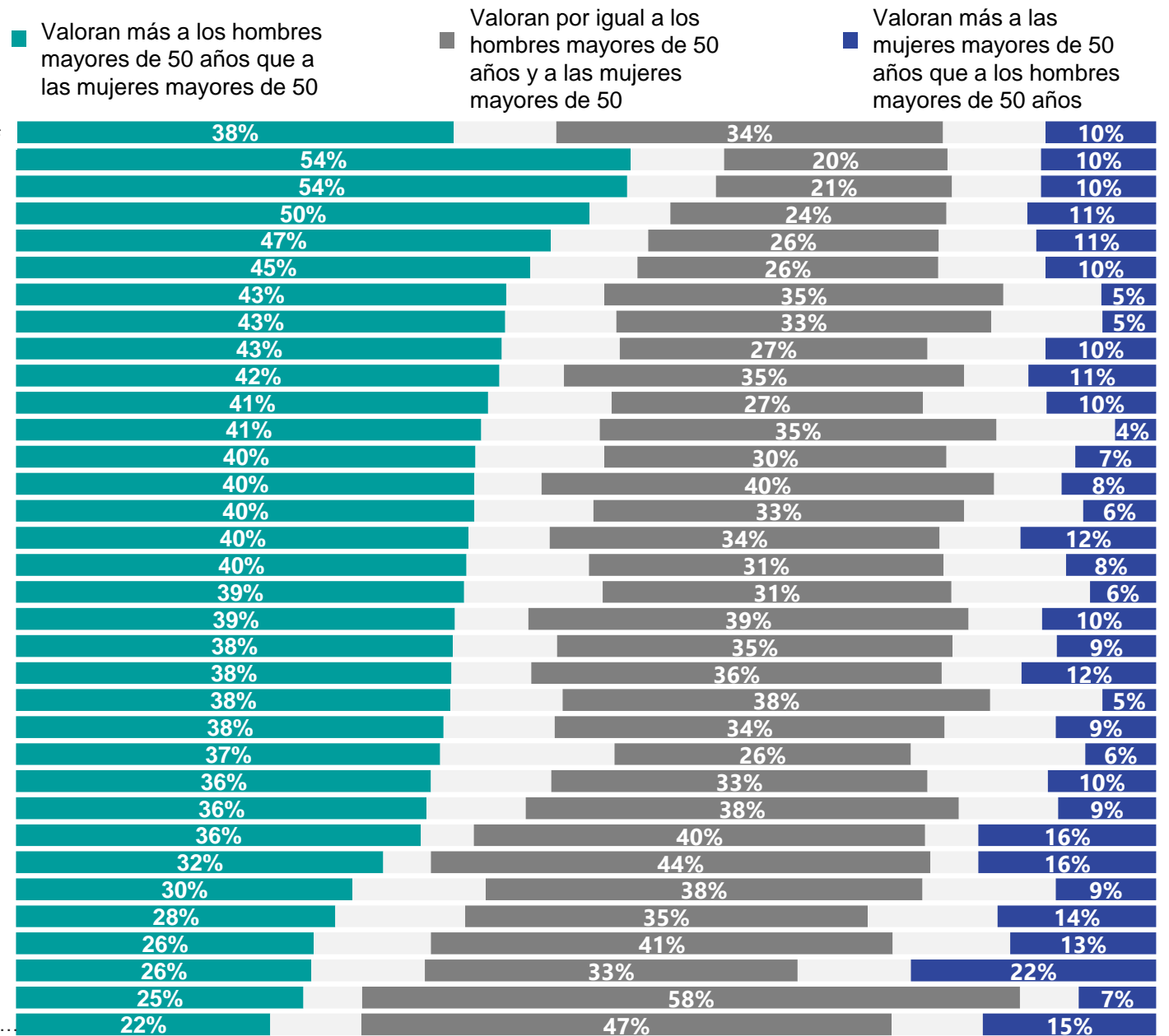
P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

EMPLEADORES

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas, que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA LAS PERSONAS EN GENERAL

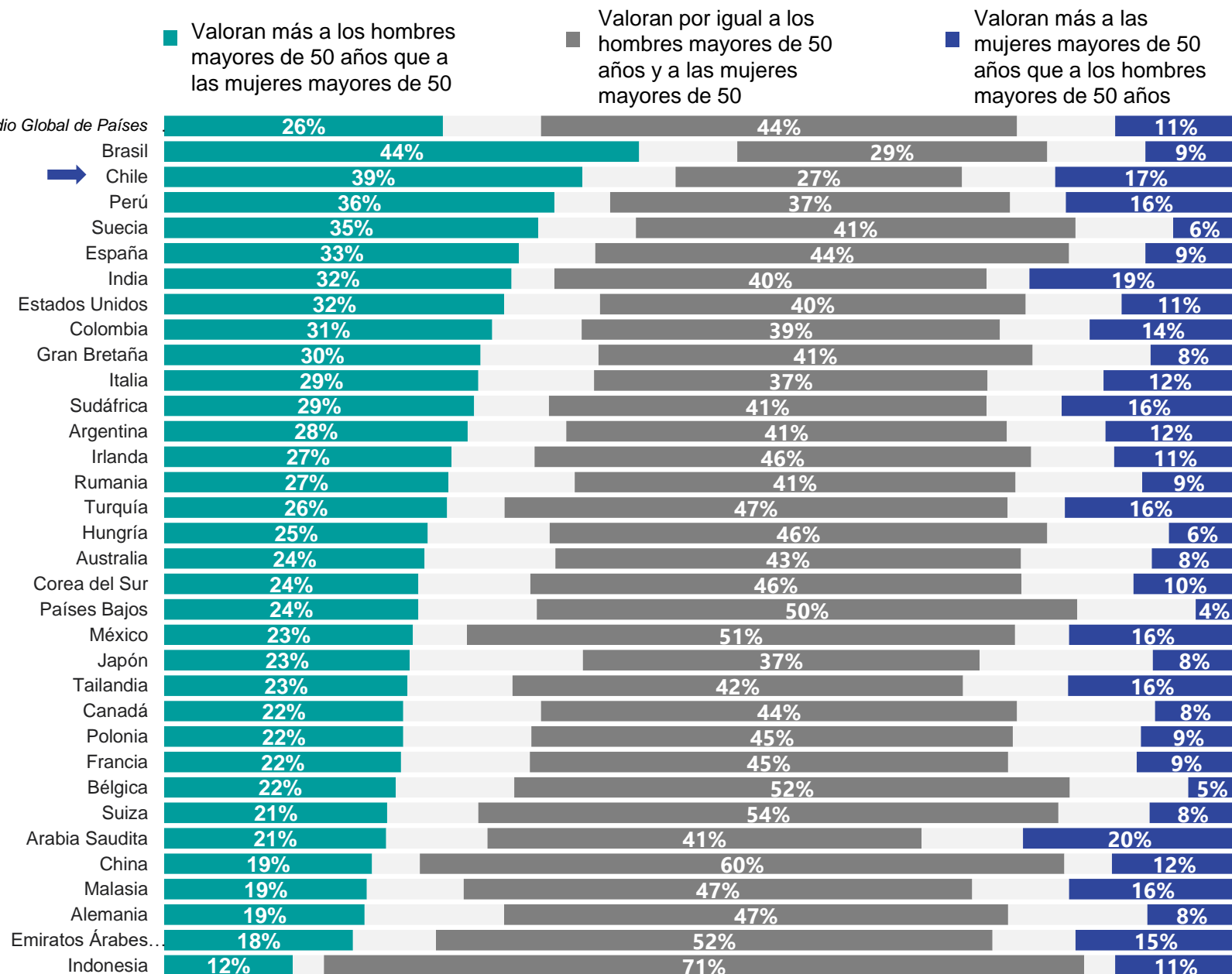
P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

LA GENTE EN GENERAL

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA EL GOBIERNO

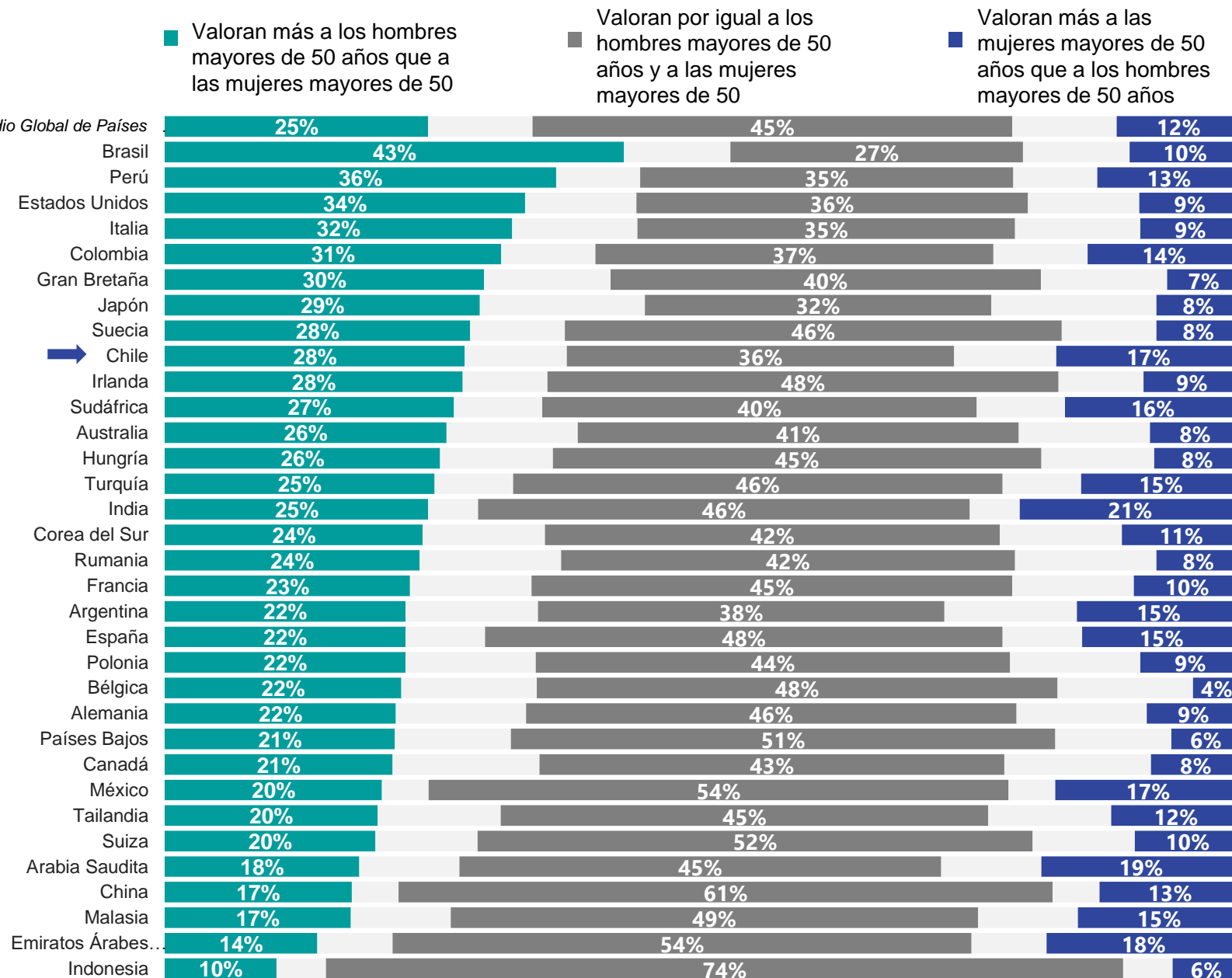
P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

EL GOBIERNO

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA LOS MEDIOS

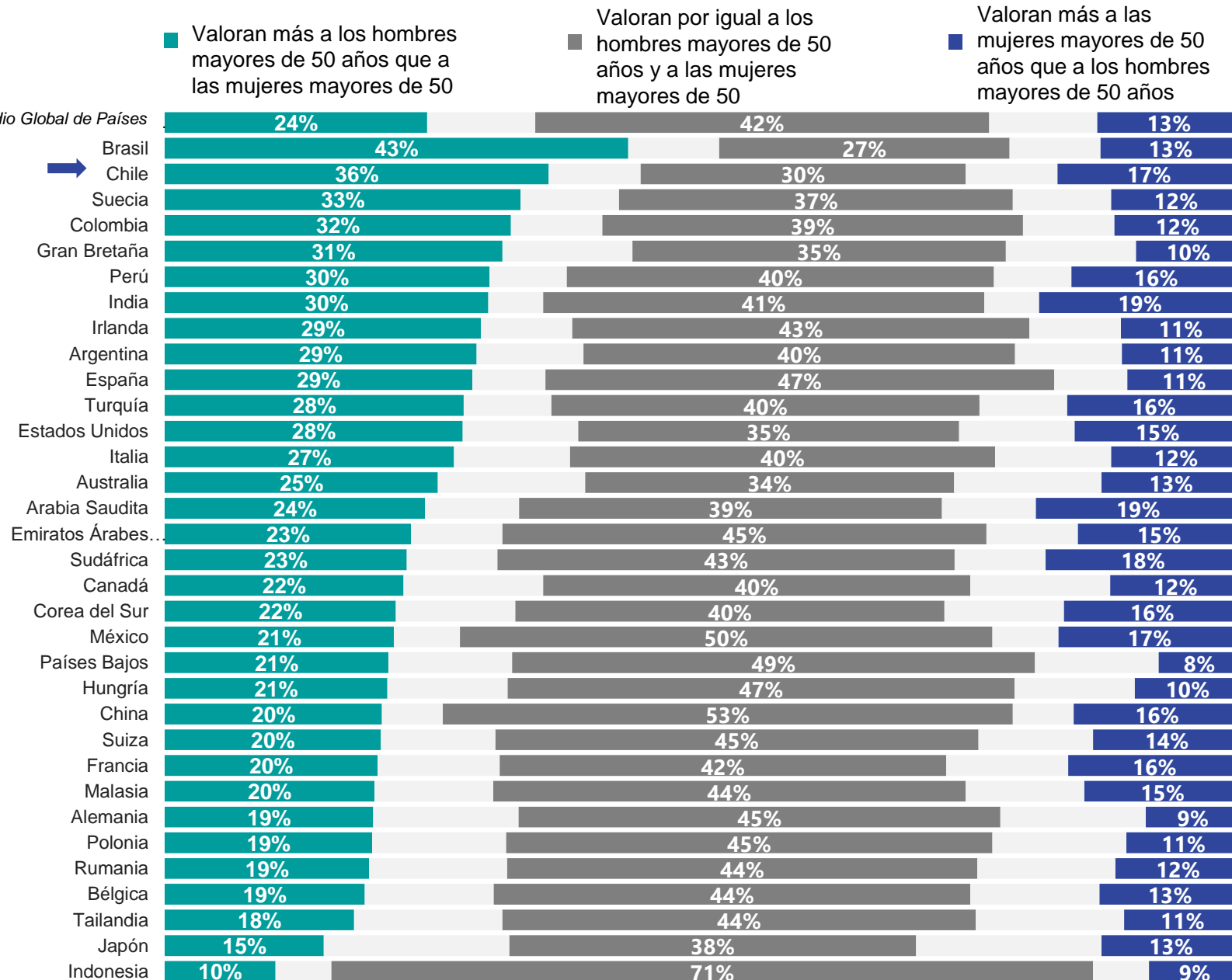
P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA LA PUBLICIDAD

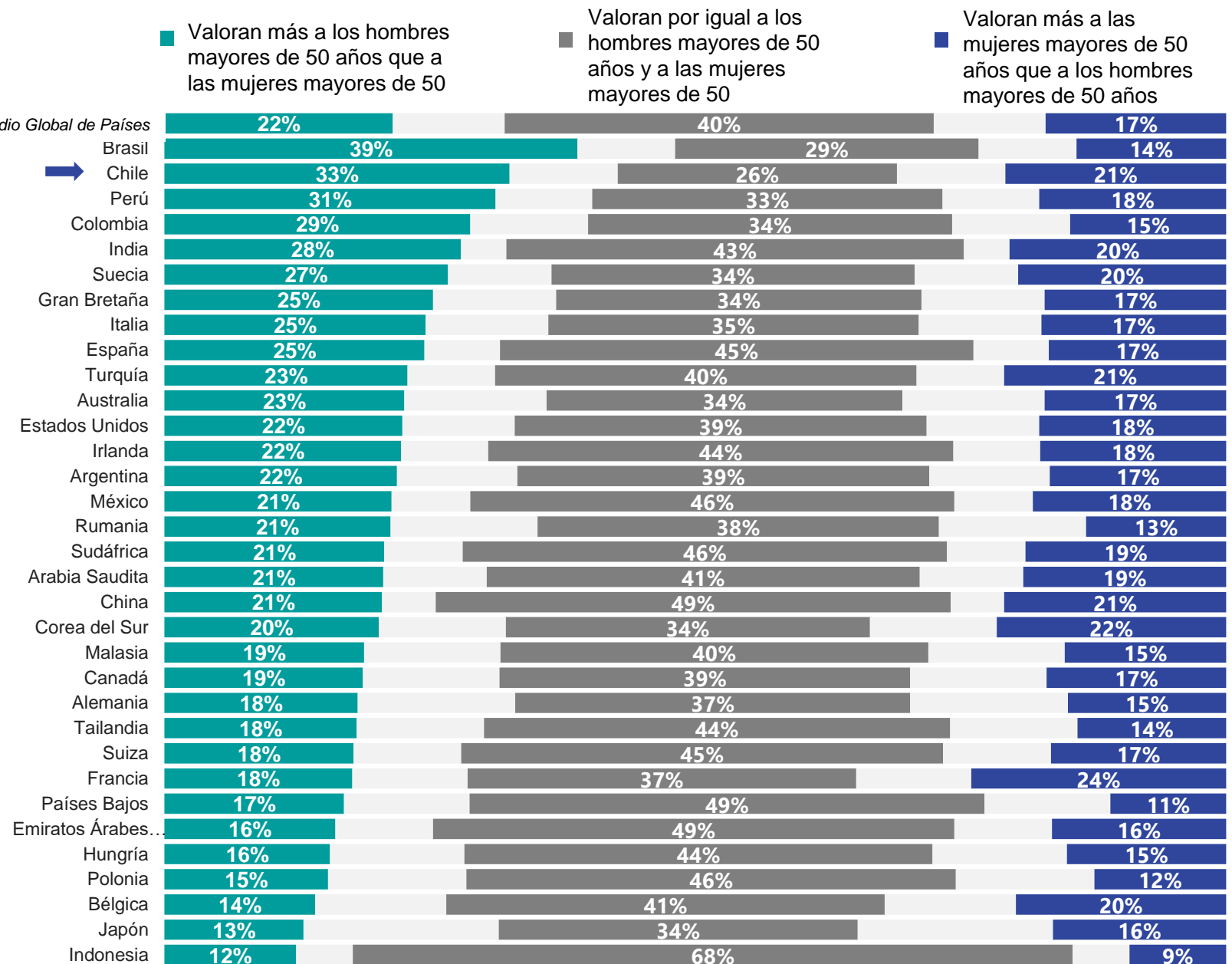
P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

PUBLICIDAD

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas. que la población general

Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



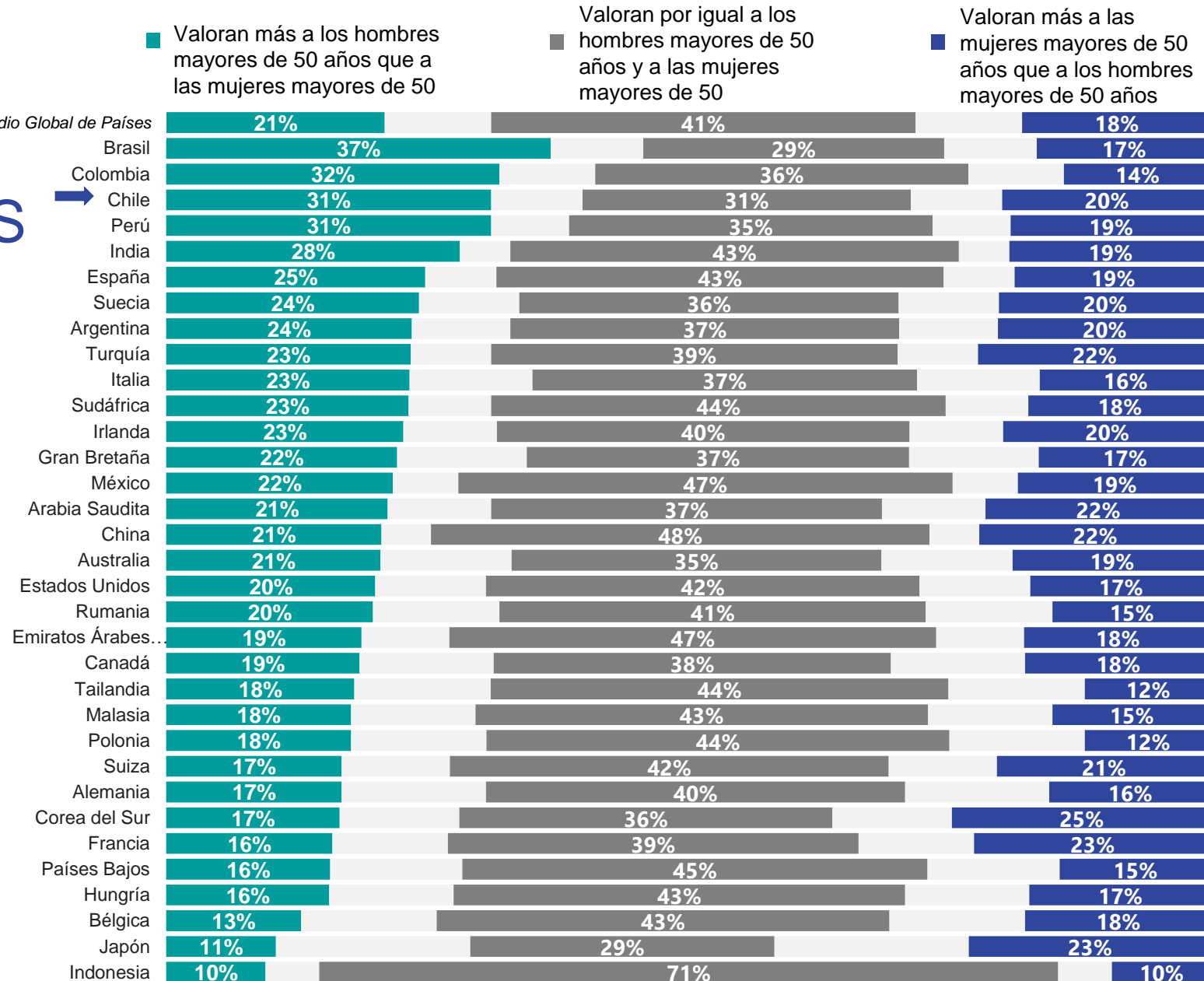
VALOR DE HOMBRES Y MUJERES MAYORES DE 50 AÑOS PARA LAS MARCAS

P. Ahora piense en cómo diferentes grupos en su país valoran a los hombres mayores de 50 años y a las mujeres mayores de 50 años. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a cómo piensa cada uno de los siguientes grupos sobre los hombres y mujeres mayores de 50 años?

MARCAS

Base: 23 008 participantes en 33 países, entrevistados en línea del 22 de julio al 5 de agosto de 2022

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Este "promedio global de países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta.



CONOCIMIENTO SOBRE LA MENOPAUSIA

4

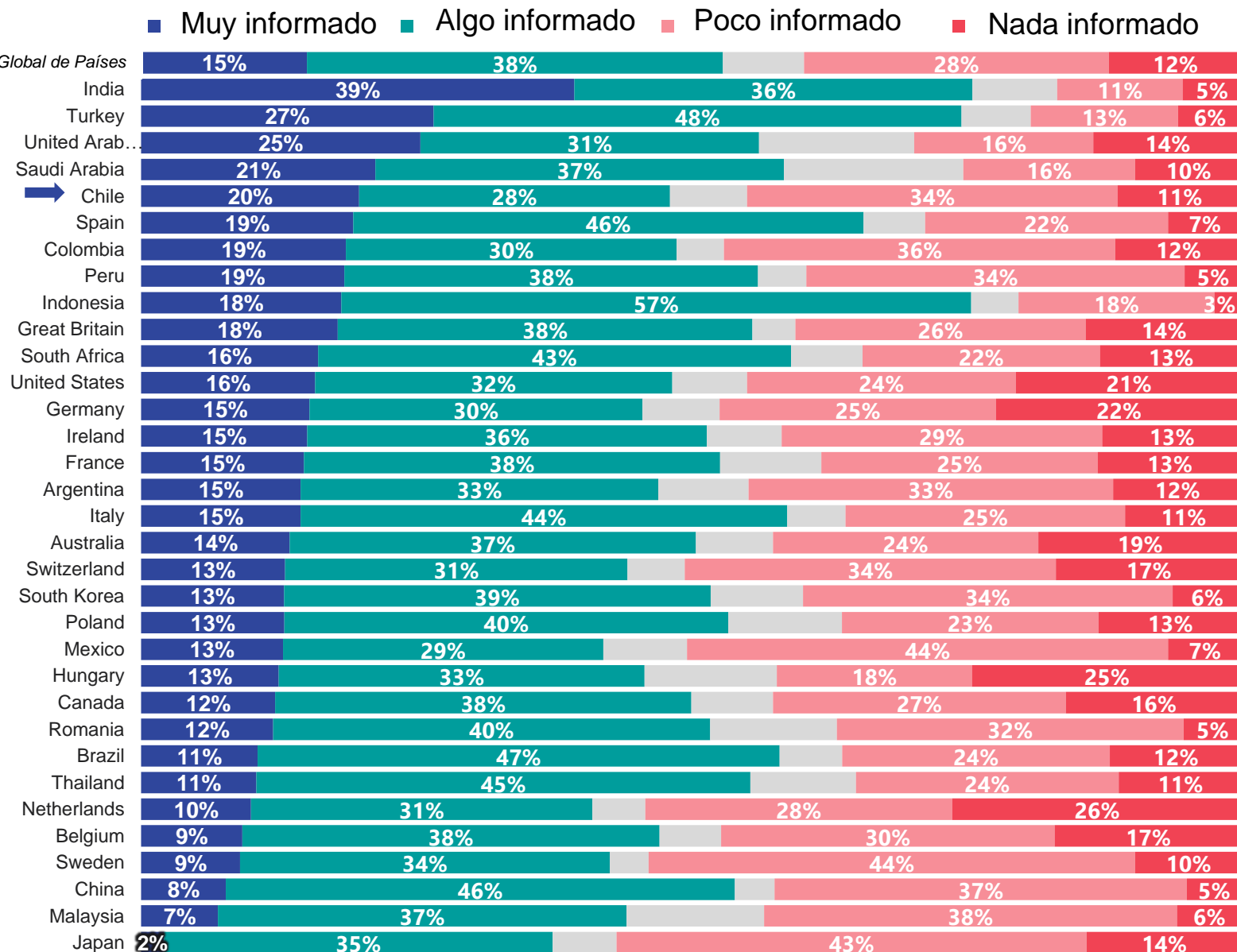
CONOCIMIENTO SOBRE LA MENOPAUSIA

P. ¿Qué tan informado diría que está sobre la menopausia, si es que lo está?

Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

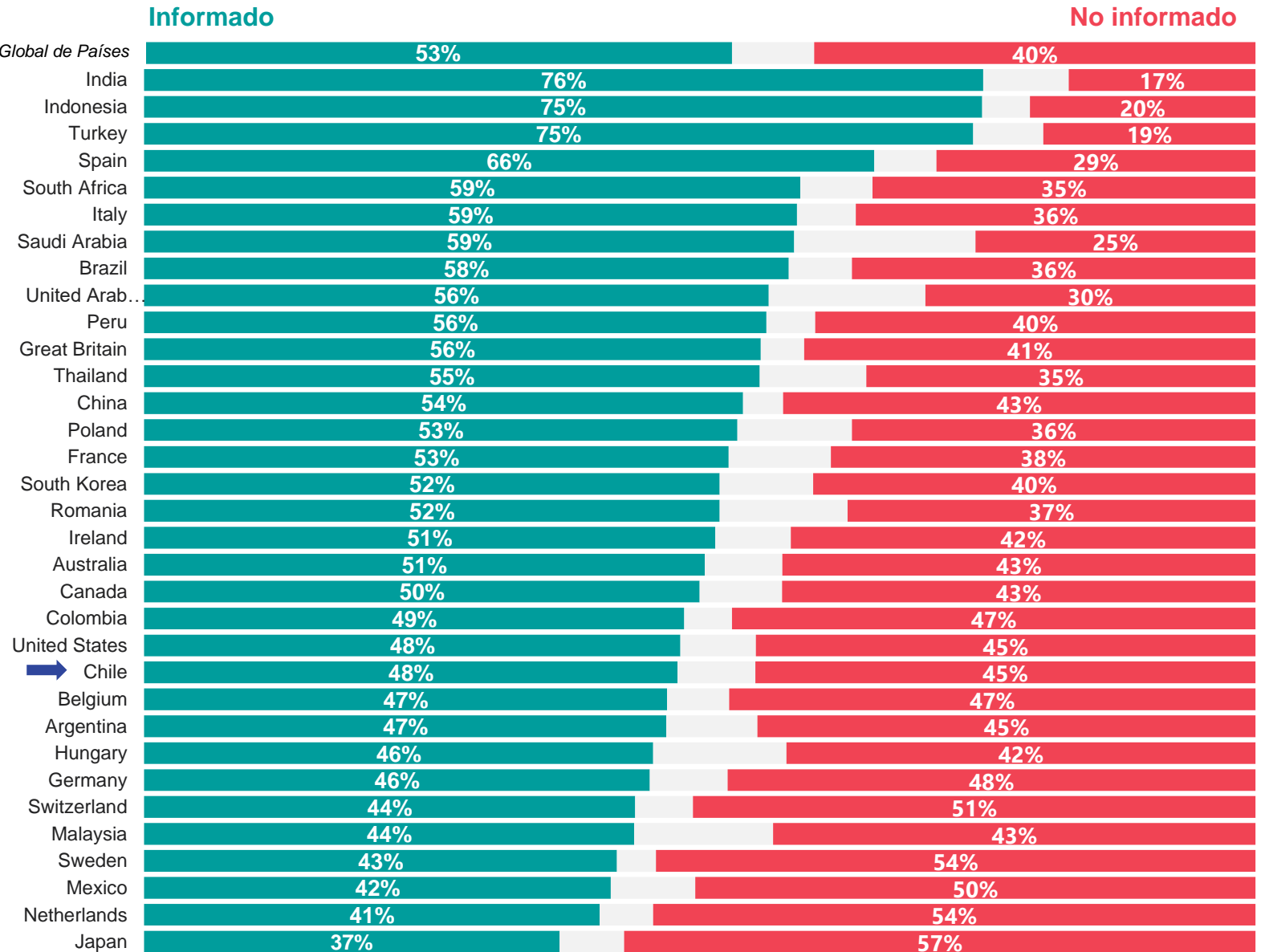
The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted



CONOCIMIENTO SOBRE LA MENOPAUSIA

P. ¿Qué tan informado diría que está sobre la menopausia, si es que lo está?



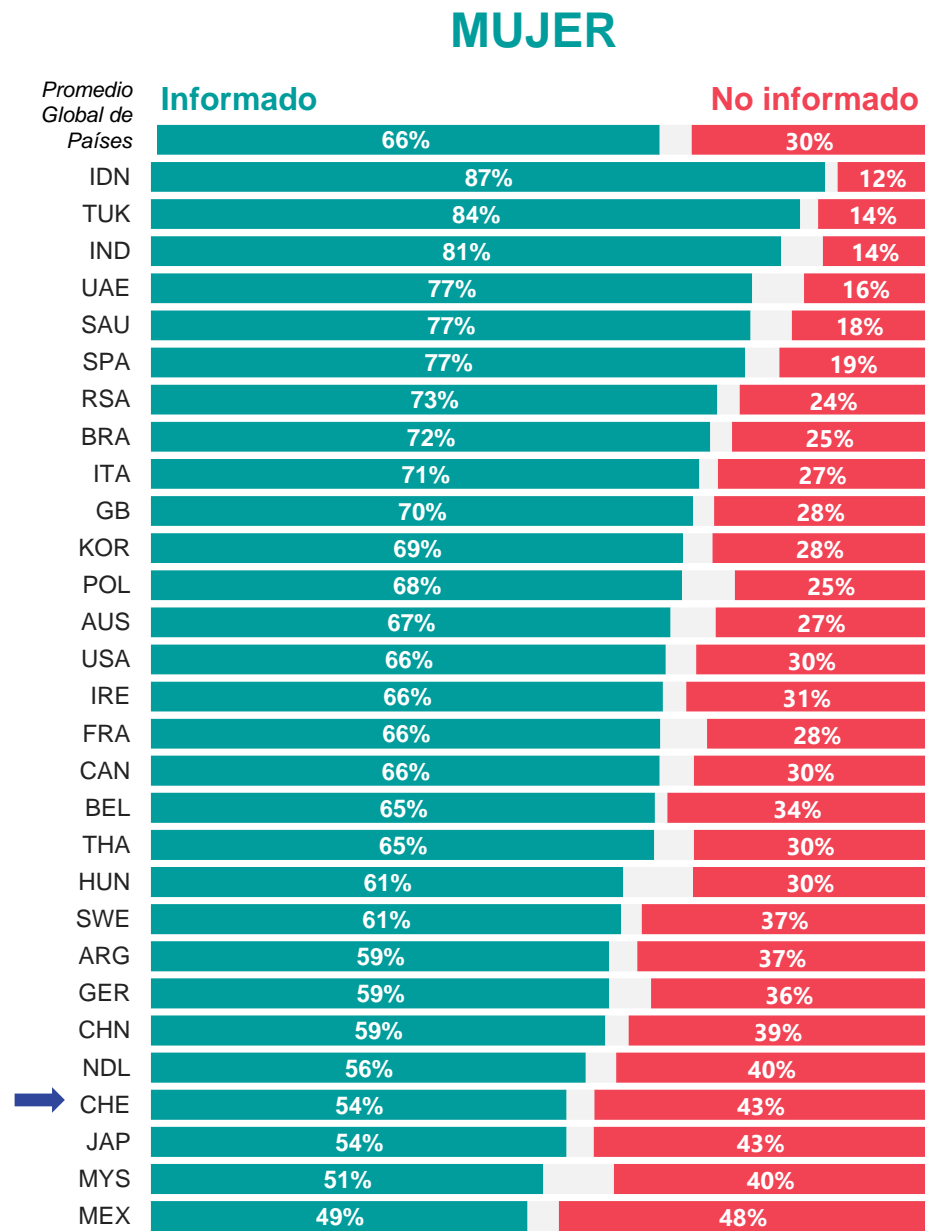
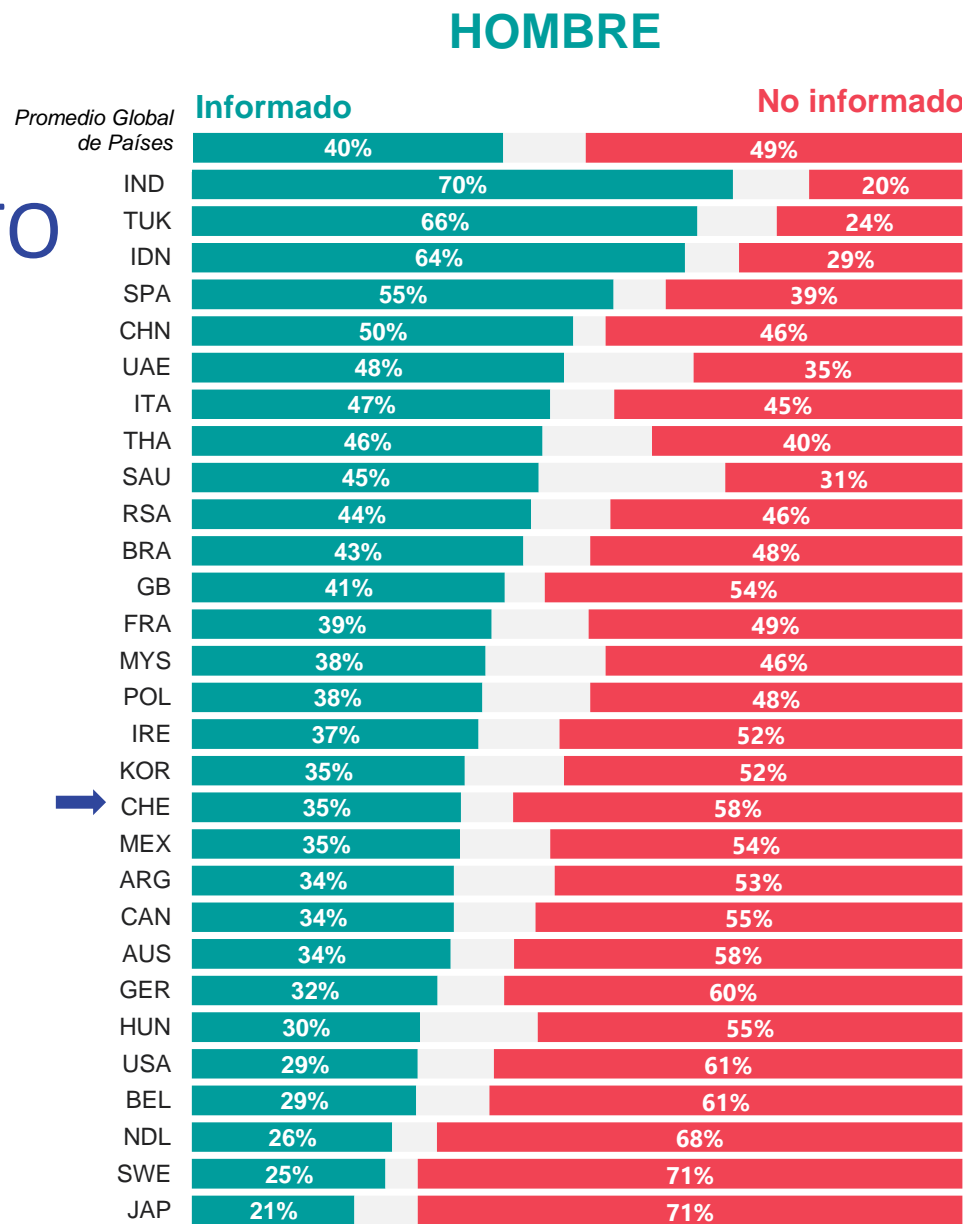
Base – 23,008 participants across 33 countries, interviewed online 22 July – 5 August 2022

The samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Indonesia, Ireland, Malaysia, Mexico, Peru, Saudi Arabia, South Africa, Thailand, Turkey and the United Arab Emirates are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population

This “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets where the survey was conducted

CONOCIMIENTO SOBRE LA MENOPAUSIA POR GÉNERO

P. ¿Qué tan informado diría que está sobre la menopausia, si es que lo está?



METODOLOGÍA

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 33 países por Ipsos en su plataforma online Global Advisor. Ipsos entrevistó a un total de 23.008 adultos de entre 18 y 74 años en Estados Unidos, Sudáfrica y Turquía, de entre 20 y 74 años en Tailandia, de entre 21 y 74 años en Indonesia y de entre 16 y 74 años en otros 26 mercados entre el viernes 22 de julio y el viernes 5 de agosto de 2022.

La muestra consiste en aproximadamente 1.000 individuos en cada uno de los países de Alemania, Arabia Saudí, Australia, Brasil, Canadá, China continental, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón, y 500 individuos en cada uno de los países de Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumanía, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Tailandia.

Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia y Rumanía pueden considerarse representativas de su población adulta general menor de 75 años.

Las muestras en línea de Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Arabia Saudí, Sudáfrica, Tailandia, Turquía y los Emiratos Árabes Unidos tienden a ser más urbanas, educadas y/o acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta de estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

El "Promedio Global de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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 resultados no suman 100 o la diferencia parece ser +/-1 más/menos que la real, esto puede deberse al redondeo, a las respuestas múltiples o a la exclusión de las respuestas "no sabe" o no declaradas.

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

La publicación de estos resultados se rige por la normativa local.

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercados del mundo, presente en 90 mercados y con más de 18.000 empleados.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades multiespecialistas únicas que proporcionan una poderosa visión de las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones empresariales se basan en datos primarios procedentes de nuestras encuestas, monitorización de medios sociales y técnicas cualitativas o de observación.

"Game Changers" -nuestro eslogan- resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente por nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en el Euronext de París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y del Mid-60 y puede acogerse al Servicio de Liquidación Diferida (SRD).
Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información fiable para tomar decisiones seguras 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 una verdad procesable.

Por eso, nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no sólo proporcionan la medición más precisa, sino que le dan forma para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello, utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, sencillez, rapidez 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.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Vicente Davanzo

Jefe de Comunicaciones

Vicente.davanzo@ipsos.com

Alejandra Ojeda

Gerenta de Estudios Públicos

Alejandra.ojeda@ipsos.com