

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - ICC TOTAL BOLIVIA

El ICC es parte del ÍNDICE
PRIMARIO DE SENTIMIENTO DEL
CONSUMIDOR - IPSC

Bolivia, Noviembre 2025

Contenido

1

Índice Primario de Sentimiento del Consumidor - IPSC

2

Índice de Confianza del Consumidor - ICC

3

Subíndices Adicionales
Expectativas / Inversión / Empleo

4

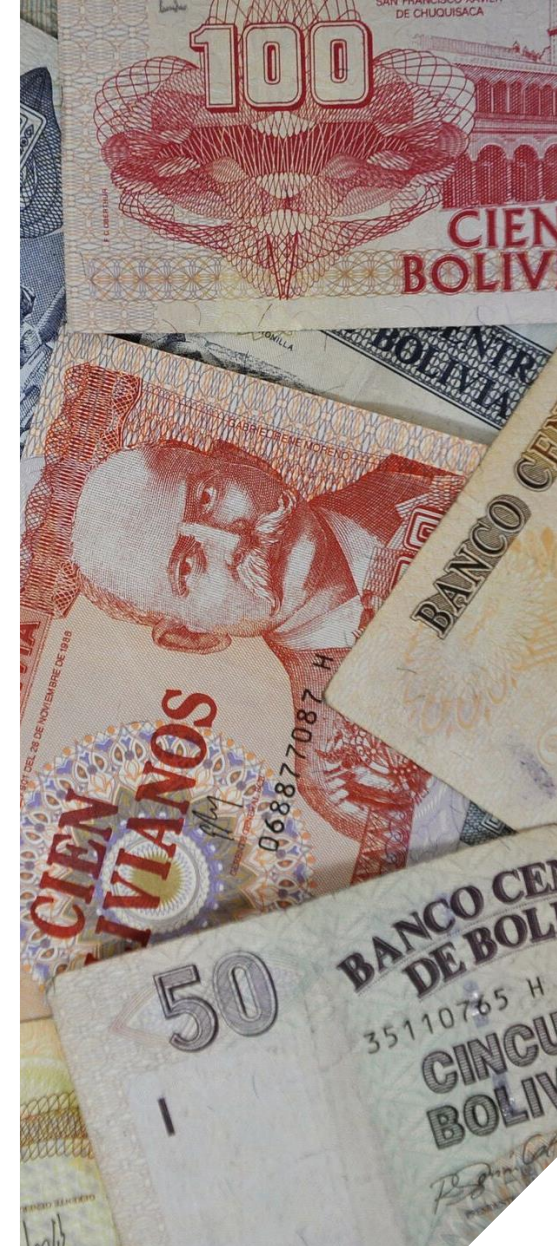
Metodología

5

Acerca de Ipsos Ciesmori

Definiciones

- El **Índice Primario de Sentimiento del Consumidor / Ipsos (IPSC)**, en vigencia desde el 2010, es una medición de las actitudes de los consumidores sobre el estado actual y futuro de las economías locales, las situaciones de finanzas personales, los ahorros y la confianza para realizar grandes inversiones.
- El **Índice de Confianza del Consumidor – ICC** es uno de los 4 subíndices que conforma el **Índice Primario de Sentimiento del Consumidor (IPSC)**. Esta medición permite la comparabilidad con más de 24 países, de forma regular y periódica.
- Las métricas de **IPSC** informadas cada mes para cada uno de los países encuestados consisten en un "Índice Primario" basado en 10 preguntas y en cuatro "subíndices", cada uno basado en un subconjunto de estas 10 preguntas.
- Estos subíndices incluyen:
 - Confianza del Consumidor (ICC), también llamado Situación Económica Actual
 - Expectativas
 - Inversión
 - Empleo
- Conocer el índice de sentimiento del consumidor es crucial, ya que proporciona una medida de la percepción y expectativas de los consumidores sobre la economía.
- Un alto índice de confianza suele indicar que los consumidores están dispuestos a gastar más, lo que puede impulsar el crecimiento económico. Por el contrario, un índice bajo puede ser un indicador de recesión económica, ya que los consumidores tienden a ahorrar más y gastar menos. Este índice también ayuda a las empresas a ajustar sus estrategias de marketing y producción. Las políticas económicas también pueden ser diseñadas o modificadas basándose en estas percepciones.



Construcción del Índice Primario de Sentimiento del Consumidor - IPSC

ÍNDICE PRIMARIO DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR		PREGUNTA	SUB-ÍNDICES			
(IPSC)			ICC	EXPECTATIVAS	INVERSIÓN	EMPLEO
Pasado (Últimos 6M)	○	Respecto a hace 6 meses, posición frente a una compra importante (casa, auto).	○		○	
	○	Respecto a hace 6 meses, posición frente a compras para la casa.	○		○	
	○	Respecto a hace 6 meses, confianza en no perder su empleo.	○			○
	○	Respecto a hace 6 meses, confianza en invertir para el futuro.	○		○	
	○	Pérdida del trabajo en los pasados 6 meses, personal o alguien cercano				○
Presente	○	Situación económica actual del país	○			
	○	Situación financiera actual personal	○		○	
Futuro (Próximos 6M)	○	Posibilidad de perder el trabajo en los próximos 6 meses.		○		○
	○	Expectativas económicas hacia el país en los próximos 6 meses		○		
	○	Expectativas económicas personales en los próximos 6 meses		○	○	



Efecto “cambio de gobierno”: expectativas futuras disparan el Sentimiento del Consumidor pese a un presente pesimista

El **Índice Primario de Sentimiento del Consumidor (IPSC)** para Bolivia en octubre de 2025 se situó en **29,5 puntos**, manteniéndose firmemente en una zona de extremo pesimismo (rango 21,1 a 31,0), muy por debajo del promedio Global de 48,0.

Este valor sitúa a Bolivia como el país con el **segundo índice de sentimiento del consumidor más bajo** entre los países medidos por Ipsos. No obstante, el resultado marca una **recuperación significativa** de +8,4 puntos respecto al mínimo histórico de 21,1 alcanzado en julio de 2025. La caída a ese mínimo en julio se debió a factores como la escasez de combustible y la escalada del dólar paralelo. El repunte de octubre está asociado a la **expectativa generada por el cambio de gobierno**.

El principal motor de esta recuperación es el **Índice de Expectativas**, el único subíndice que **ha superado el punto de**

equilibrio de 50 (que separa el optimismo del pesimismo). En octubre de 2025, el Índice de Expectativas alcanzó los 53,1 puntos, experimentando un notable aumento trimestral de +13,4 desde los 39,7 de julio de 2025. Este pico indica una fuerte esperanza por parte del consumidor boliviano en la mejora de la situación económica futura del país.

A pesar del optimismo futuro, la percepción de la situación económica actual y la confianza para invertir se mantienen en niveles extremadamente bajos. El **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)**, que mide la situación económica actual, se situó en 16,2 puntos en octubre de 2025, lo que, aunque representa una mejora de +7,4 puntos respecto al mínimo de 8,8 en julio de 2025, sigue siendo un estado de pesimismo extremo.

Los índices de **Inversión** (24,7 puntos) y **Empleo** (24,5 puntos) también se

encuentran firmemente en la zona de pesimismo, reflejando que el consumidor no considera que sea un buen momento para realizar compras importantes o inversiones significativas, y mantiene una baja confianza en la seguridad laboral.

En conclusión, si bien el Sentimiento del Consumidor en Bolivia (IPSC: 29,5) permanece en zona de extremo pesimismo, la expectativa de futuro ha mejorado notablemente (Índice de Expectativas: 53,1), alcanzando el punto de optimismo. Este repunte se asocia al cambio de gobierno, pero contrasta con una percepción aún muy negativa de la situación económica actual (ICC: 16,2) y la confianza para inversión y empleo.

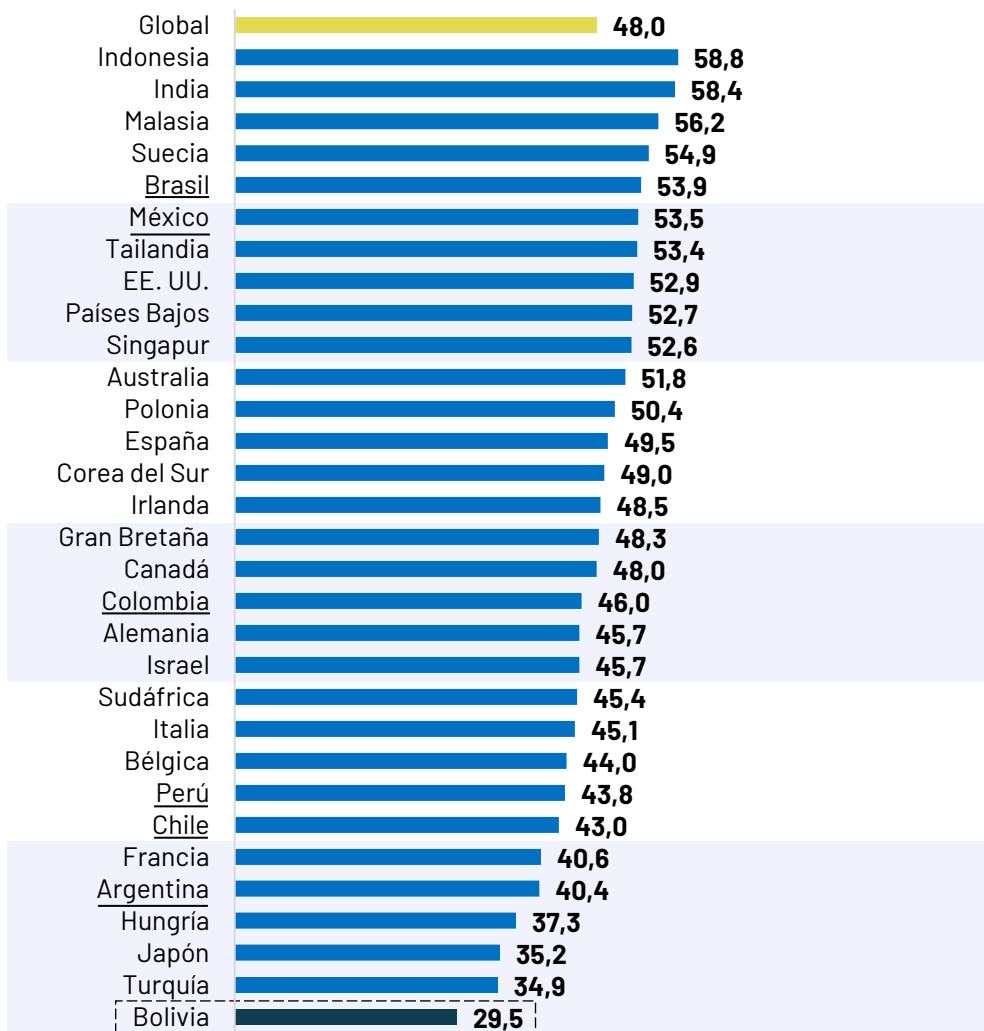
ÍNDICE PRIMARIO DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR - IPSC

1



IPSC Global – Bolivia: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*



Variación países LATAM Cambio vs. trimestre anterior

IPSC	Oct-25	Jul-25	Variación
Global *	48,0	48,1	-0,1
Argentina	40,4	44,6	-4,2
Bolivia	29,5	21,1	+8,4
Brasil	53,9	51,1	+2,8
Chile	43,0	41,6	+1,4
Colombia	46,0	48,6	-2,6
México	53,5	55,0	-1,5
Perú	43,8	43,9	-0,1

Variación países LATAM Cambio en un año

IPSC	Oct-25	Oct-24	Variación
Global *	48,0	49,1	-1,1
Argentina	40,4	43,6	-3,2
Bolivia	29,5	22,3	+7,2
Brasil	53,9	53,4	+0,5
Chile	43,0	43,4	-0,4
Colombia	46,0	48,3	-2,3
México	53,5	53,8	-0,3
Perú	43,8	40,5	+3,3

* Fuente: Ipsos Global Advisor. La puntuación **Global** es un promedio general de todos los países encuestados. Para más detalles, ver Metodología.



(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

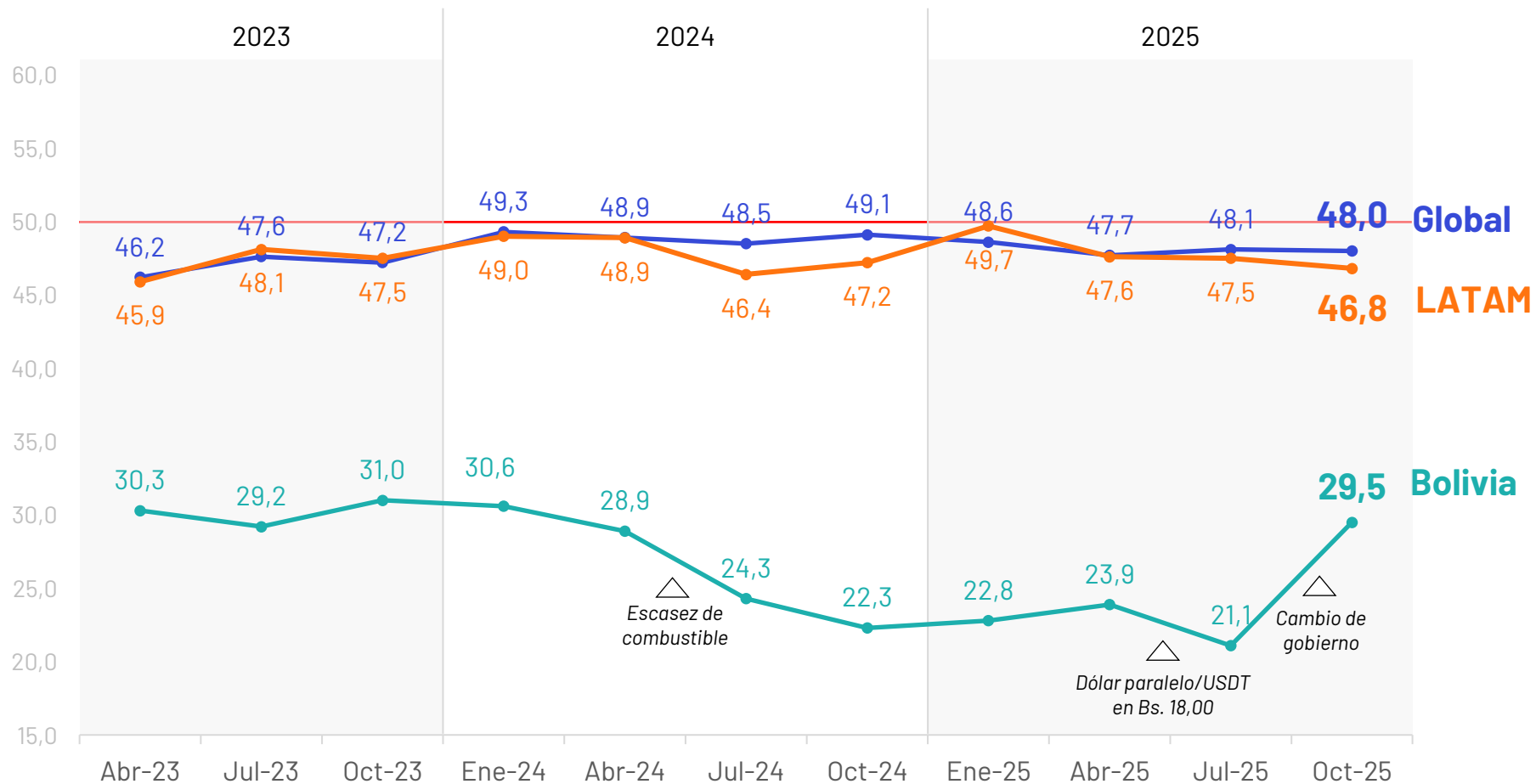
El sentimiento del consumidor en Bolivia (IPSC) se mantuvo consistentemente en niveles de extremo pesimismo (rango 21,1 a 31,0), muy por debajo de los promedios regional LATAM y Global.

La confianza cayó drásticamente, impulsada por la escasez de combustible y la escalada del dólar paralelo, alcanzando su mínimo histórico de 21,1 en julio de 2025.

No obstante, en octubre de 2025, el índice registró un repunte significativo hasta 29,5, asociado a la expectativa generada por el cambio de gobierno. Pese a esta mejora puntual, el nivel de confianza sigue siendo sustancialmente bajo.

IPSC Global - LATAM - Bolivia: Evolutivo Abril 2023 - Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

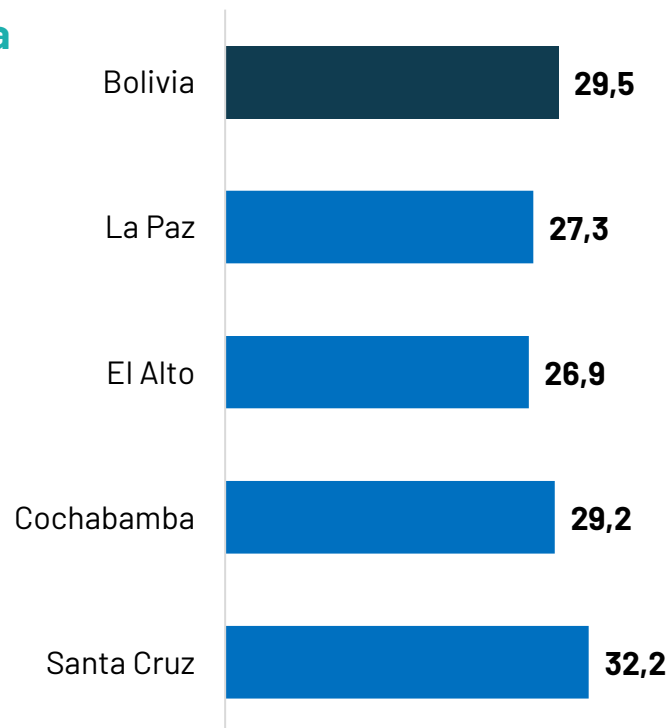


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

IPSC Bolivia: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

Total Bolivia



Variación ciudades Bolivia Cambio vs. trimestre anterior

IPSC	Oct-25	Jul-25	Variación
Bolivia	29,5	21,1	+8,4
La Paz	27,3	21,4	+5,9
El Alto	26,9	22,7	+4,2
Cochabamba	29,2	21,3	+7,9
Santa Cruz	32,2	20,1	+12,1

Variación ciudades Bolivia Cambio en un año

IPSC	Oct-25	Oct-24	Variación
Bolivia	29,5	22,3	+7,2
La Paz	27,3	21,3	+6,0
El Alto	26,9	22,4	+4,5
Cochabamba	29,2	23,8	+5,4
Santa Cruz	32,2	22,1	+10,1

Market Index High Low

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

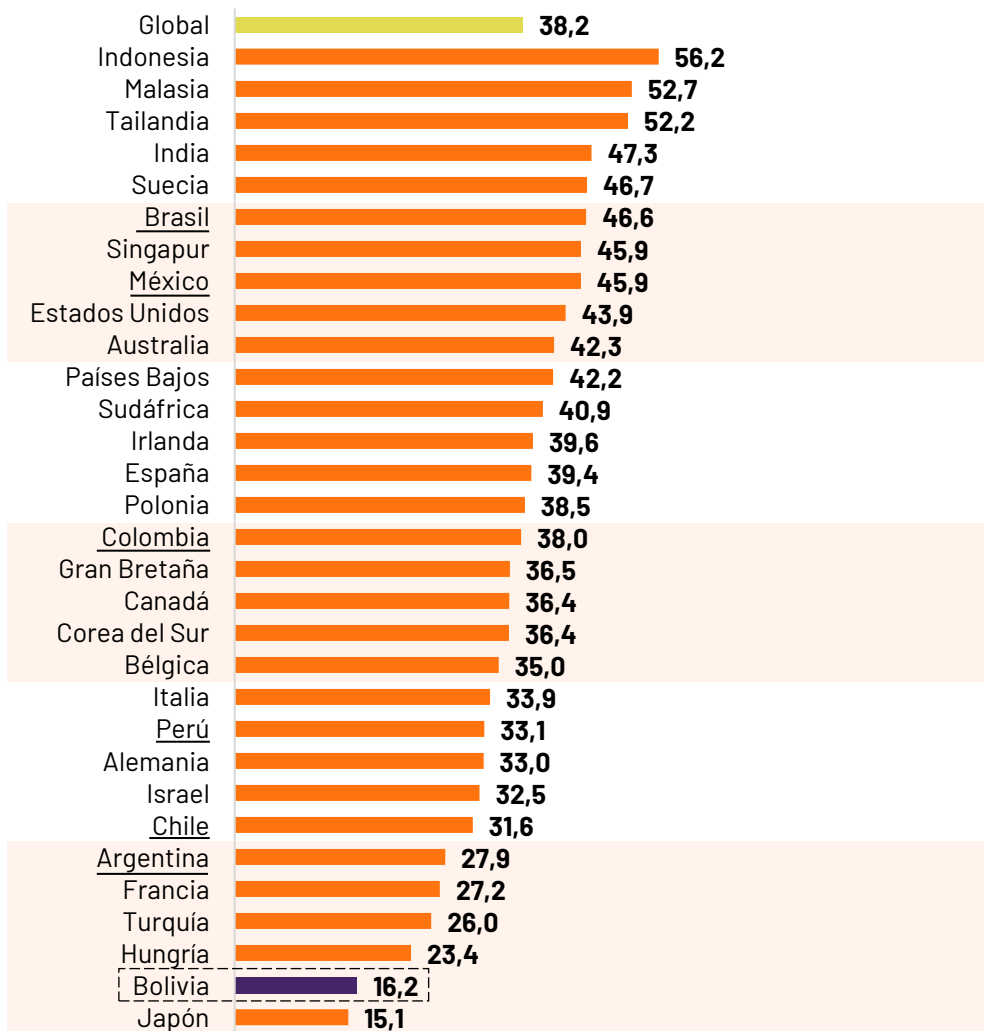
ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - ICC

2



ICC Global – Bolivia: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*



Variación países LATAM Cambio vs. trimestre anterior

IPSC	Oct-25	Jul-25	Variación
Global *	38,2	38,6	-0,4
Argentina	27,9	34,3	-6,4
Bolivia	16,2	8,8	+7,4
Brasil	46,6	41,9	+4,7
Chile	31,6	31,1	+0,5
Colombia	38,0	40,7	-2,7
México	45,9	49,4	-3,5
Perú	33,1	35,4	-2,3

Variación países LATAM Cambio en un año

IPSC	Oct-25	Oct-24	Variación
Global *	38,2	40,4	-2,2
Argentina	27,9	31,7	-3,8
Bolivia	16,2	12,3	+3,9
Brasil	46,6	45,8	+0,8
Chile	31,6	35,0	-3,4
Colombia	38,0	41,0	-3,0
México	45,9	47,2	-1,3
Perú	33,1	31,3	+1,8

* Fuente: Ipsos Global Advisor. La puntuación **Global** es un promedio general de todos los países encuestados. Para más detalles, ver Metodología.



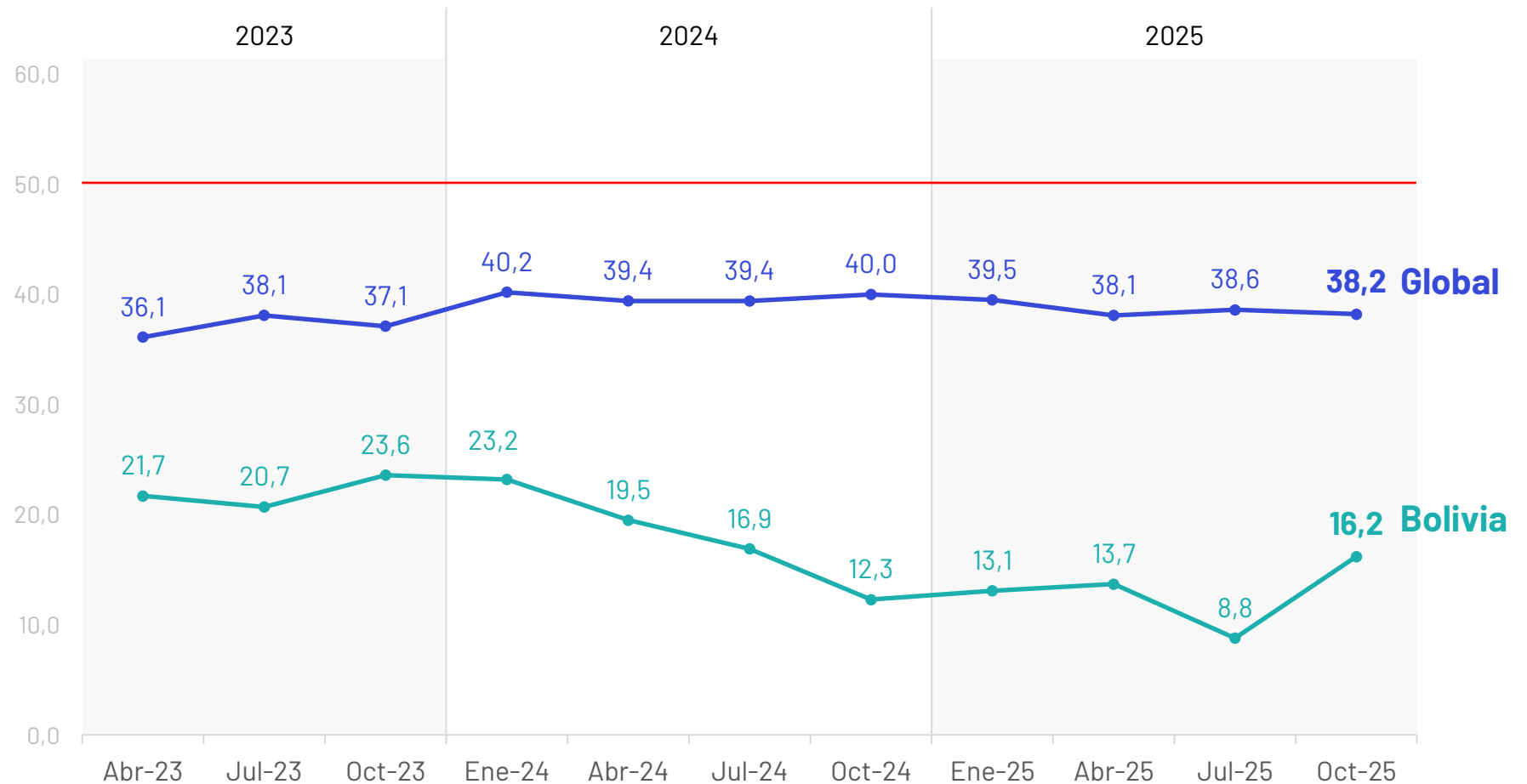
(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

La confianza del consumidor en Bolivia se mantiene en un estado de pesimismo extremo, con valores que oscilaron entre 8,8 y 23,6. En contraste, el promedio Global se mantuvo en un rango estable de pesimismo moderado (entre 36,1 y 40,2), muy lejos del punto de equilibrio de 50. La brecha entre Bolivia y el promedio Global es abismal, superando los 20 puntos en casi toda la medición, lo que indica que el consumidor boliviano percibe su situación económica de manera significativamente más adversa.

El ICC en Bolivia mostró una clara tendencia descendente a partir de enero de 2024 (23,2), acelerando su caída durante ese año y tocando su mínimo histórico de 8,8 en julio de 2025. Esta caída refleja el deterioro de las expectativas económicas y la percepción de la situación financiera personal en el país. Hacia el final de la medición, se observa un repunte considerable en la confianza, subiendo a 16,2 en octubre de 2025. Aunque esta recuperación es bienvenida, el índice sigue indicando un nivel de confianza extremadamente bajo.

ICC Global - Bolivia: Evolutivo Abril 2023 - Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

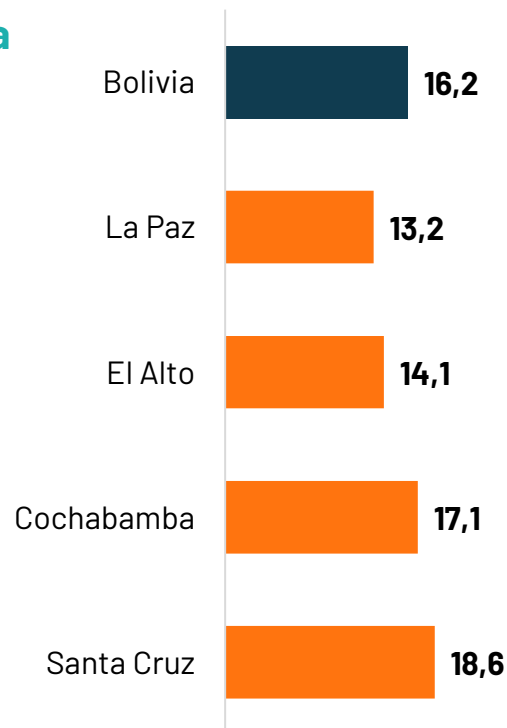


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

ICC Bolivia: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

Total Bolivia



Variación ciudades Bolivia Cambio vs. trimestre anterior

IPSC	Oct-25	Jul-25	Variación
Bolivia	16,2	8,8	+7,4
La Paz	13,2	9,8	+3,4
El Alto	14,1	10,0	+4,1
Cochabamba	17,1	9,4	+7,7
Santa Cruz	18,6	7,3	+11,3

Variación ciudades Bolivia Cambio en un año

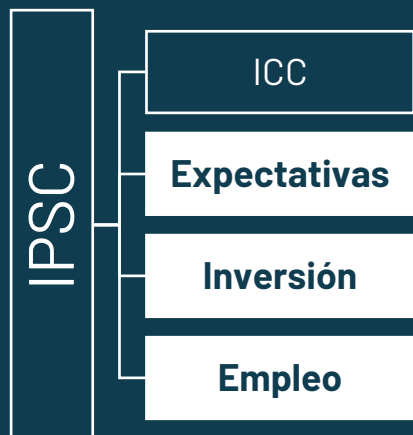
IPSC	Oct-25	Oct-24	Variación
Bolivia	16,2	12,3	+3,9
La Paz	13,2	11,1	+2,1
El Alto	14,1	11,6	+2,5
Cochabamba	17,1	12,4	+4,7
Santa Cruz	18,6	13,3	+5,3



(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

SUBÍNDICES ADICIONALES

3



Índice de Expectativas: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

Variación países LATAM

Cambio vs. trimestre anterior

Expectativas	Oct-25	Jul-25	Variación
Global *	56,8	56,7	+0,1
Argentina	58,5	61,8	-3,3
Bolivia	53,1	39,7	+13,4
Brasil	65,9	64,7	+1,2
Chile	62,1	57,7	+4,4
Colombia	60,5	63,3	-2,8
México	63,4	63,4	0
Perú	61,8	58,5	+3,3

Variación países LATAM

Cambio en un año

Expectativas	Oct-25	Oct-24	Variación
Global *	56,8	57,5	-0,7
Argentina	58,5	61,1	-2,6
Bolivia	53,1	39,4	+13,7
Brasil	65,9	66,4	-0,5
Chile	62,1	56,7	+5,4
Colombia	60,5	61,3	-0,8
México	63,4	64,1	-0,7
Perú	61,8	55,3	+6,5

*Fuente: Ipsos Global Advisor. La puntuación **Global** es un promedio general de todos los países encuestados. Para más detalles, ver Metodología.

Market Index  High Low

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

Variación ciudades Bolivia

Cambio vs. trimestre anterior

Empleo	Oct-25	Jul-25	Variación
Bolivia	53,1	39,7	+13,4
La Paz	50,5	37,5	+13,0
El Alto	49,8	41,2	+8,6
Cochabamba	52,8	39,2	+13,6
Santa Cruz	56,4	40,1	+16,3

Variación ciudades Bolivia

Cambio en un año

Inversión	Oct-25	Oct-24	Variación
Bolivia	53,1	39,4	+13,7
La Paz	50,5	37,8	+12,7
El Alto	49,8	39,0	+10,8
Cochabamba	52,8	42,8	+10,0
Santa Cruz	56,4	39,0	+17,4

Índice de Inversión: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

Variación países LATAM

Cambio vs. trimestre anterior

Inversión	Oct-25	Jul-25	Variación
Global *	40,8	41,0	-0,2
Argentina	34,2	39,5	-5,3
Bolivia	24,7	16,7	+8,0
Brasil	52,1	47,6	+4,5
Chile	37,4	36,1	+1,3
Colombia	44,9	47,4	-2,5
México	50,5	53,8	-3,3
Perú	40,1	41,4	-1,3

Variación países LATAM

Cambio en un año

Inversión	Oct-25	Oct-24	Variación
Global *	40,8	42,0	-1,2
Argentina	34,2	37,5	-3,3
Bolivia	24,7	20,9	+3,8
Brasil	52,1	51,0	+1,1
Chile	37,4	39,0	-1,6
Colombia	44,9	46,4	-1,5
México	50,5	50,4	+0,1
Perú	40,1	37,9	+2,2

*Fuente: Ipsos Global Advisor. La puntuación **Global** es un promedio general de todos los países encuestados. Para más detalles, ver Metodología.

Market Index  High Low

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

Variación ciudades Bolivia

Cambio vs. trimestre anterior

Empleo	Oct-25	Jul-25	Variación
Bolivia	24,7	16,7	+8,0
La Paz	22,6	17,7	+4,9
El Alto	21,6	18,3	+3,3
Cochabamba	24,3	17,5	+6,8
Santa Cruz	27,6	15,0	+12,6

Variación ciudades Bolivia

Cambio en un año

Inversión	Oct-25	Oct-24	Variación
Bolivia	24,7	20,9	+3,8
La Paz	22,6	19,8	+2,8
El Alto	21,6	19,7	+1,9
Cochabamba	24,3	20,8	+3,5
Santa Cruz	27,6	22,3	+5,3

Índice de Empleo: Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

Variación países LATAM

Cambio vs. trimestre anterior

Empleo	Oct-25	Jul-25	Variación
Global *	57,3	57,4	-0,1
Argentina	42,9	44,7	-1,8
Bolivia	24,5	19,2	+5,3
Brasil	53,4	53,0	+0,4
Chile	42,2	43,3	-1,1
Colombia	43,5	46,4	-2,9
México	56,0	55,9	+0,1
Perú	42,4	42,9	-0,5

Variación países LATAM

Cambio en un año

Empleo	Oct-25	Oct-24	Variación
Global *	57,3	58,3	-1,0
Argentina	42,9	46,1	-3,2
Bolivia	24,5	18,4	+6,1
Brasil	53,4	52,8	+0,6
Chile	42,2	45,0	-2,8
Colombia	43,5	46,6	-3,1
México	56,0	56,2	-0,2
Perú	42,4	39,2	+3,2

*Fuente: Ipsos Global Advisor. La puntuación **Global** es un promedio general de todos los países encuestados. Para más detalles, ver Metodología.

Market Index  High Low

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

Variación ciudades Bolivia

Cambio vs. trimestre anterior

Empleo	Oct-25	Jul-25	Variación
Bolivia	24,5	19,2	+5,3
La Paz	22,2	19,5	+2,7
El Alto	21,6	20,9	+0,7
Cochabamba	24,6	18,5	+6,1
Santa Cruz	27,2	18,4	+8,8

Variación ciudades Bolivia

Cambio en un año

Empleo	Oct-25	Oct-24	Variación
Bolivia	24,5	18,4	+6,1
La Paz	22,2	18,3	+3,9
El Alto	21,6	19,5	+2,1
Cochabamba	24,6	21,7	+2,9
Santa Cruz	27,2	16,4	+10,8

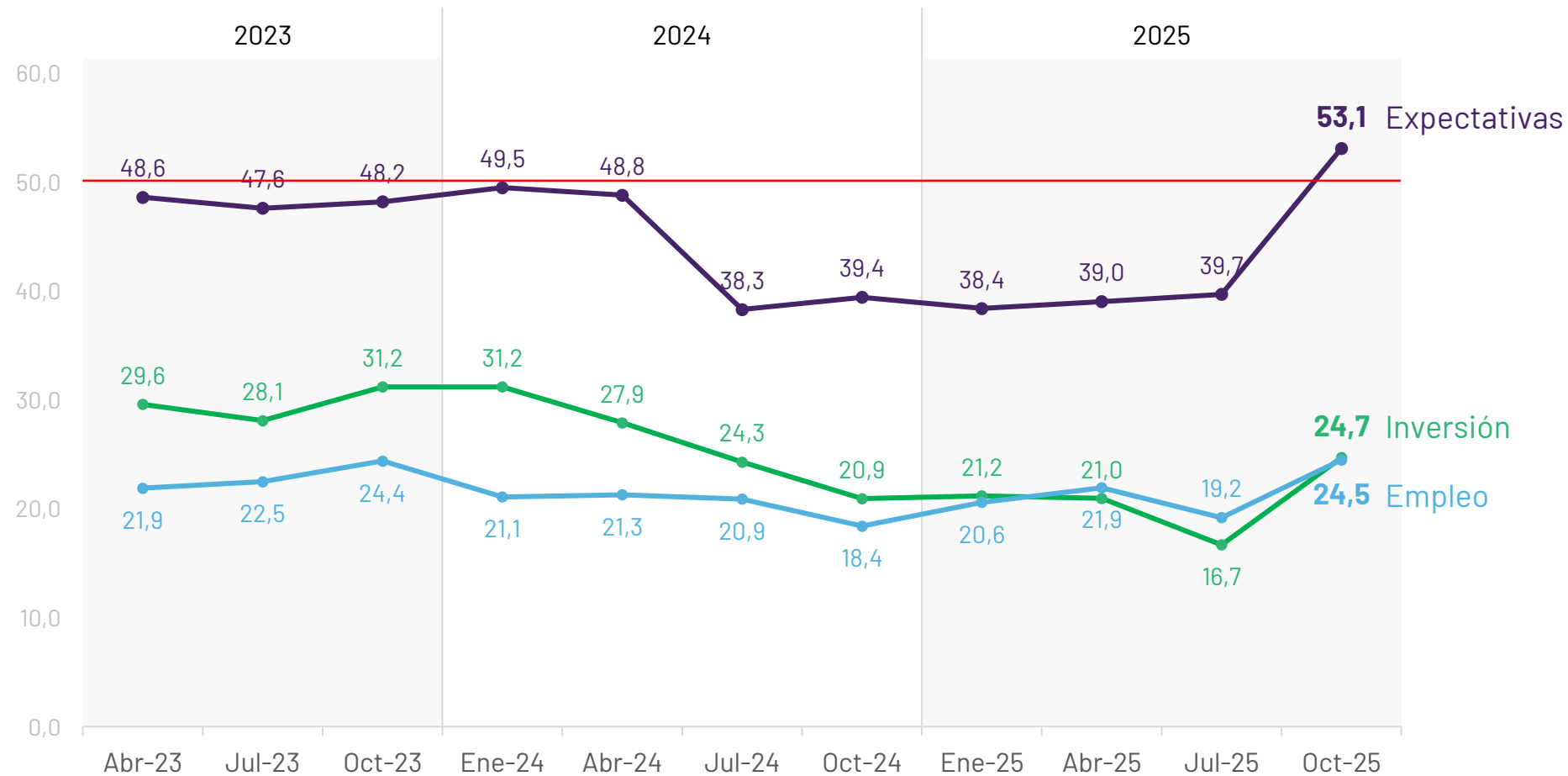
Expectativas: tras mantenerse cerca de 50 puntos hasta inicios de 2024 y caer hasta 38,3 en julio de 2024, experimentó una recuperación notable alcanzando 53,1 puntos en octubre de 2025. Este pico indica una fuerte esperanza del consumidor boliviano en la mejora de la situación económica futura.

Inversión: a pesar de una leve recuperación desde julio de 2025, todavía se mantiene en la zona de pesimismo con 24,7 puntos, reflejando que el consumidor, de manera consistente, no considera que es un buen momento para realizar compras grandes o inversiones significativas.

Empleo: mantiene la tendencia pesimista, mostrando una baja confianza constante en la seguridad laboral. Cayó progresivamente hasta tocar su punto más bajo en 16,7 en julio de 2025, lo que señala una alta preocupación por la estabilidad del trabajo. Aunque mostró una ligera mejora en 24,5 en octubre de 2025, el valor se mantiene firmemente en la zona de pesimismo.

Subíndices Bolivia: Evolutivo Abril 2023 – Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

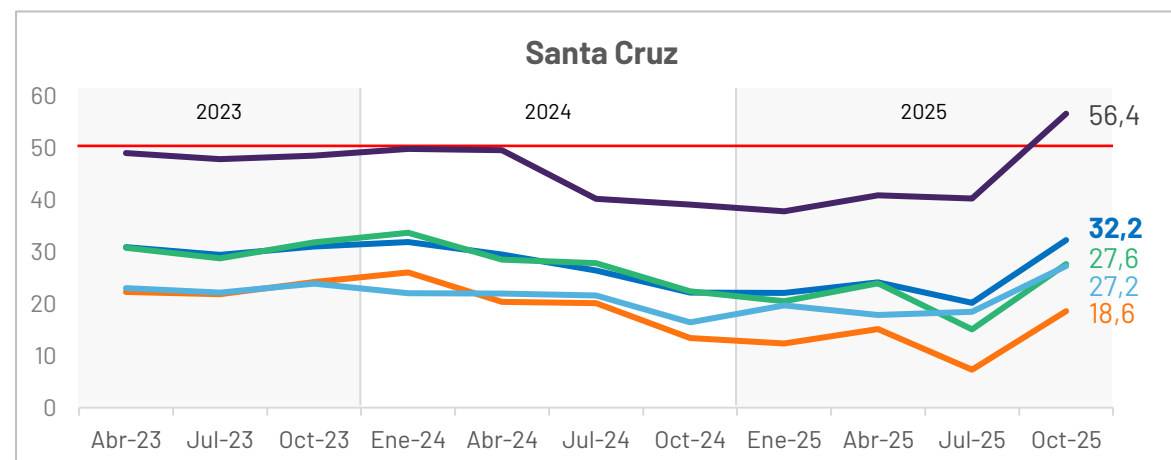
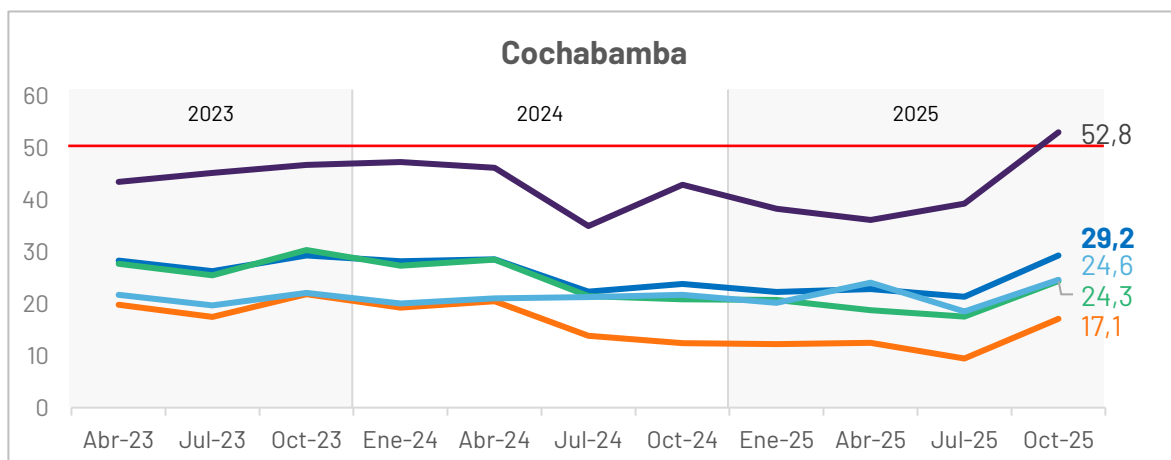
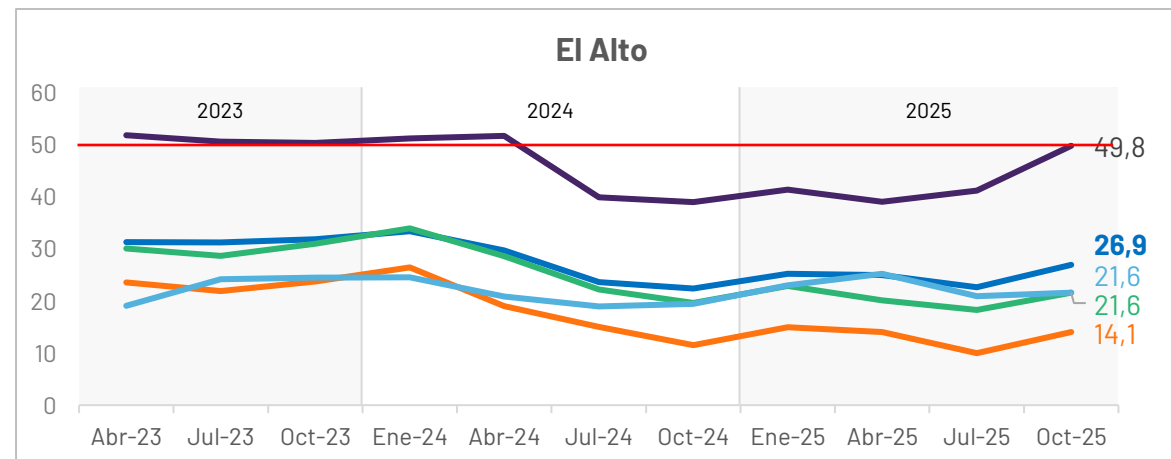
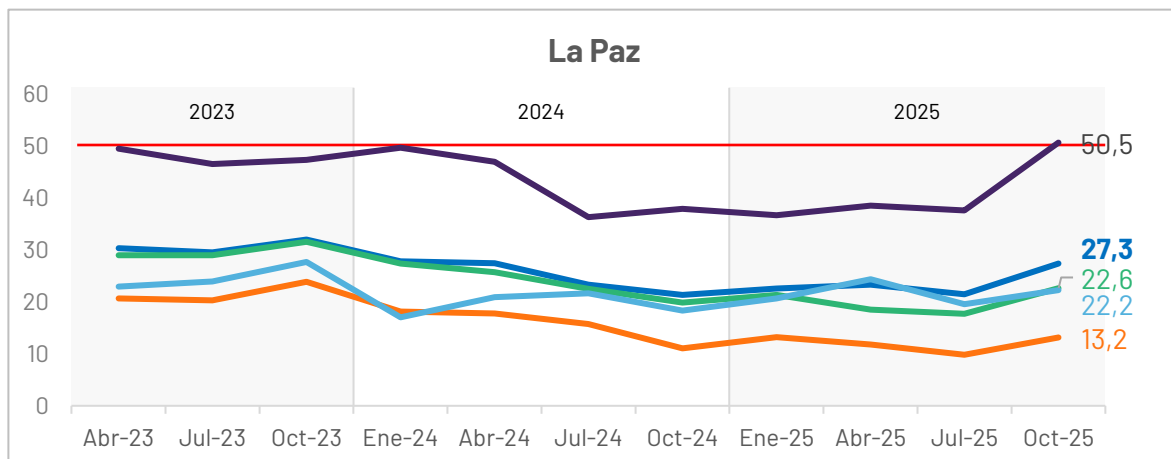


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

IPSC y Subíndices - Por ciudades: Evolutivo Abril 2023 - Octubre 2025

Índice va de 0 a 100 puntos*

■ IPSC ■ ICC ■ Expectativas ■ Inversión ■ Empleo



(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes.

METODOLOGÍA

4

Metodología - Global

- Estos hallazgos se basan en datos de una encuesta mensual en 30 países realizada por Ipsos en su plataforma de encuestas en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus. Son reportados por primera vez cada mes por LSEG como el Índice de Sentimiento del Consumidor Primario (PCSI).
- Los resultados se basan en entrevistas con más de 21.200 adultos de 18+ años en la India, de 18 a 74 años en Canadá, Israel, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en todos los demás países.
- La muestra mensual consta de 1,000+ individuos en Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Japón, España y EE. UU. UU., y 500+ individuos en cada uno de Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra en la India consta de aproximadamente 2.200 personas, de las cuales 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 fueron entrevistadas en línea.
- Muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y EE. UU. pueden considerarse representativos de su población adulta general menor de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Israel, 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 sus poblaciones. La muestra de la India representa un gran subconjunto de su población urbana: clases socioeconómicas A/B/C en las áreas metropolitanas y clases urbanas de nivel 1 a 3 en las cuatro zonas.
- Los datos se ponderan de manera que la composición de la muestra en cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente.
- Los índices y promedios globales que se presentan aquí reflejan el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se han ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretenden sugerir resultados "totales".
- Las encuestas y sondeos por muestreo pueden estar sujetos a otras fuentes de error, incluidos, entre otros, errores de cobertura y errores de medición. La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad bayesiano, con una encuesta de N = 1,000 con una precisión de +/- 3.5 puntos porcentuales y una encuesta de N = 500 con una precisión de +/- 5.0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre los intervalos de credibilidad, visite [esta página](#).
- El Índice de Sentimiento del Consumidor Primario (PCSI, por sus siglas en inglés) de LSEG/Ipsos, en curso desde 2010, es una encuesta mensual de las actitudes de los consumidores sobre el estado actual y futuro de su economía local, su situación financiera personal, sus ahorros y su confianza para realizar grandes inversiones. Las métricas del PCSI reportadas cada mes para cada uno de los países encuestados consisten en un "Índice Primario" basado en las 10 preguntas a continuación y de varios "subíndices", cada uno basado en un subconjunto de estas 10 preguntas.
- La publicación de estos hallazgos se rige por las normas y reglamentos locales

Metodología - Bolivia



Universo: Hombres y mujeres mayores de 18 años con conexión a Internet ya sea mediante computadora, Tablet o celular.



Representatividad: En Bolivia el público activo en redes sociales bordea los 9 millones. Entre ellos realizamos una selección aleatoria entre personas de más de 18 años de edad (más del 70% de la base de usuarios activos), segmentando a los entrevistados de acuerdo a ubicación, género y edad. Se controla además que los participantes no hayan participado en las tomas de datos previas, evitando así el probable sesgo por autoselección.



Técnica de recolección de información: Encuestas online autoadministradas, a través de conexiones fijas de internet, redes sociales y conexiones móviles.



Ponderación de resultados: Se aplicó a los datos un factor de ponderación, que permitió representar adecuadamente el universo. Para este efecto, se empleó como base la distribución de la población, variables demográficas y niveles reales de educación.

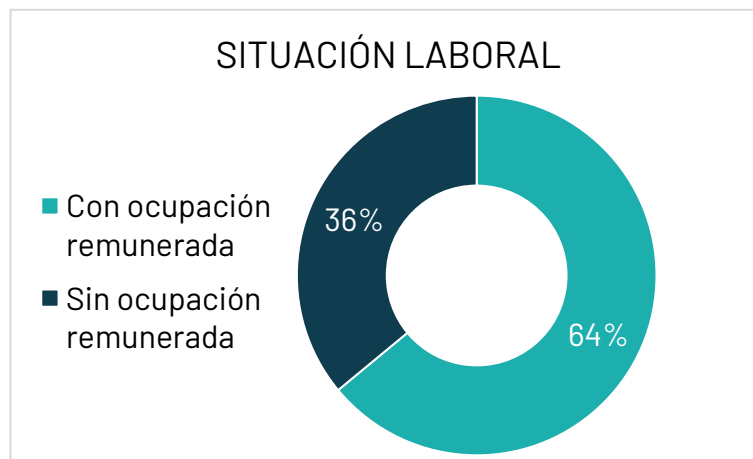
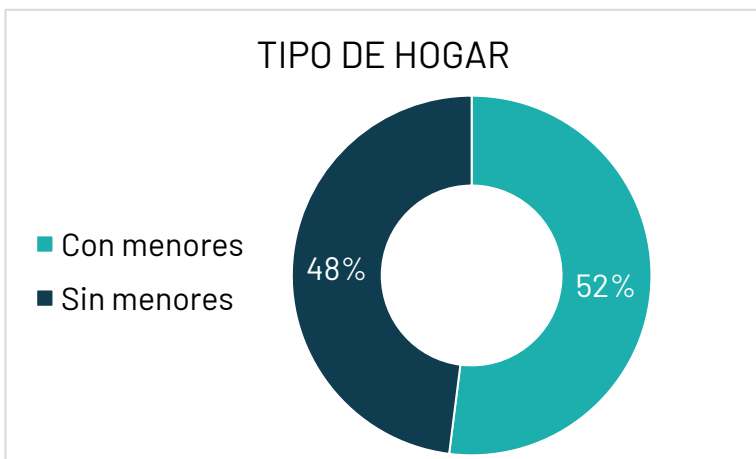
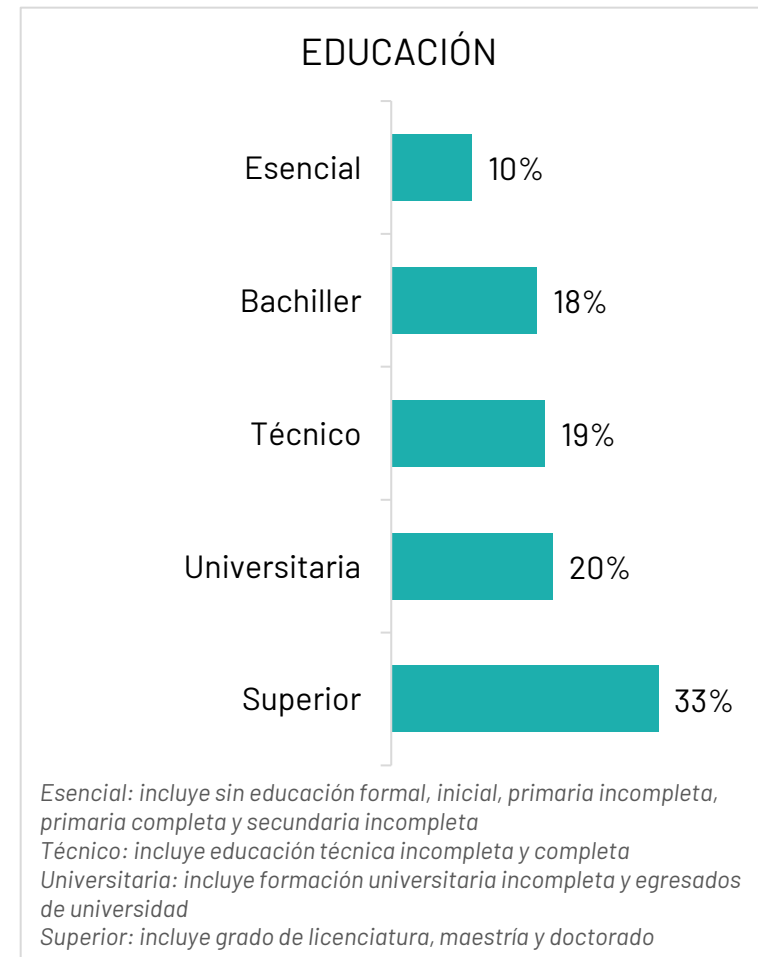
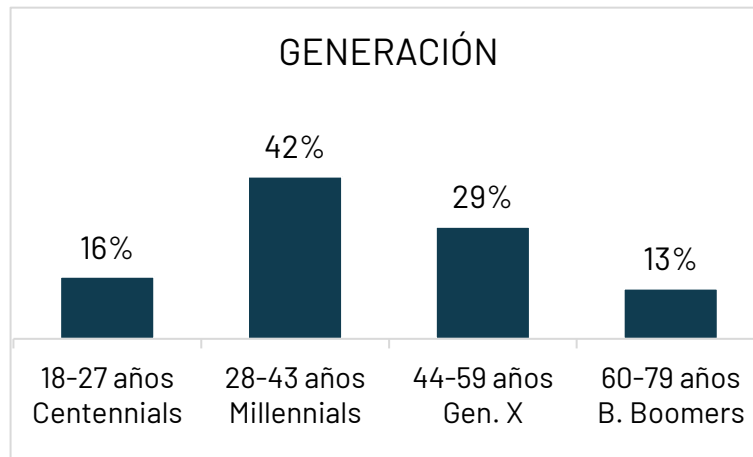
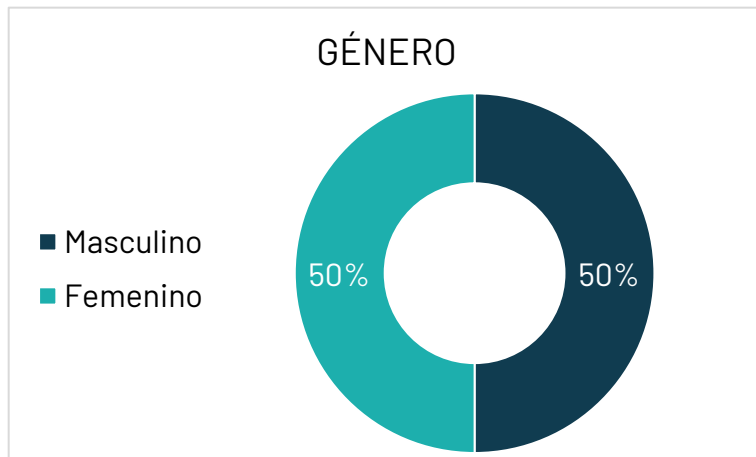
Tamaño de la muestra y margen de error: 1.200 casos. El diseño y tamaño muestral permiten observar los resultados con un margen de error referencial de $\pm 2,83\%$



Ámbito Geográfico: Ciudades del Eje Troncal: La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz

Periodo del trabajo de campo: del 19 al 28 de agosto, del 13 al 24 de septiembre y del 24 de octubre al 5 de noviembre de 2025

Distribución de la muestra



Los gráficos de esta lámina se muestran sin ponderación estadística

Base: Total de entrevistados (1.200)

ACERCA DE IPSOS CIESMORI

5

¿QUIÉNES SOMOS?

Ipsos CIESMORI es la empresa de Investigación de Mercados e *insights* más importante de Bolivia. Resultado de la unión de las empresas más grandes de Bolivia con la global Ipsos, consolida en el mercado nacional más de 50 años de experiencia y cuenta con un equipo multidisciplinario, capaz de comprender las necesidades de información y plantear metodologías de clase mundial y técnicas acordes a la realidad nacional para ayudar a tomar decisiones acertadas.

Nuestro plantel técnico y operativo ha desarrollado múltiples habilidades para convertir *insights* poderosos en acciones basados en las opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o colaboradores de empresas.

“Game Changers” (Cambiamos el juego) – nuestro lema – resumen nuestra ambición de ayudar a todos nuestros clientes a navegar con mayor facilidad en un mundo profundamente cambiante.

www.ipsosciesmori.com

IPSOS CIESMORI



Nº 1
en Bolivia



Juntos contamos con más
de 50 años de experiencia



Excelente equipo
multidisciplinario



Metodologías propias
desarrolladas



Acceso a metodologías
globales



Cobertura nacional de
operaciones



Comprensión de la
realidad local



Contactos
internacionales

Para más información

Hugo Galvez

Chief Research Officer

Hugo.Galvez@ipsosciesmori.com

Daniel Loza

Project Coordinator

Daniel.Loza@ipsosciesmori.com

0 visita:

<https://www.ipsosciesmori.com>