



Estudio Global

Estado de la guerra Rusia - Ucrania

19 de Mayo de 2022



ANTECEDENTES

Acerca de la guerra y sus consecuencias

A fines de febrero de 2022, el mundo fue testigo de la invasión rusa a Ucrania y la posterior guerra entre ambas naciones, con consecuencias devastadoras en todo el mundo. En este marco, **Activa Research** en sociedad con **WIN (Worldwide Independent Network of Market Research)**, ha realizado un estudio de manera conjunta, con el objetivo de caracterizar las opiniones que la ciudadanía tiene sobre la guerra y sus consecuencias personales y sociales.

Esta investigación cuenta con **19.422 entrevistas** realizadas en **24 países**, ofreciendo una mirada global y general sobre una problemática que genera preocupación en todo el mundo.



01

Presentación



Este estudio se ha realizado en cumplimiento de la **norma ISO 20.252**, norma internacional que establece los términos y definiciones así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.



Activa declara toda información y/o materiales recibidos por el cliente es confidencial, de su propiedad y en ningún caso usada para algún propósito que el permitido o requerido por el encargo que le ha sido conferido. Activa mantendrá los registros primarios y secundarios de forma indefinida en sus servidores de respaldos, aplicando todas las medidas de seguridad y confidencialidad activas a menos que el cliente indique lo contrario.



WIN: Worldwide Independent Network of Market Research



WIN es una red global que realiza investigaciones de mercado y sondeos de opinión en todos los continentes.

Los 75 socios de WiN son las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas independientes en cada uno de sus respectivos países.

WIN se caracteriza por:

Liderazgo de pensamiento: acceso a un grupo de los expertos más destacados y empresarios en Investigación de mercado, encuestas y consultoría

Flexibilidad: soluciones globales y locales a medida para satisfacer las necesidades de los clientes

Innovación: acceso a la última consultoría estratégica, desarrollo de herramientas y soluciones de marca

Expertos locales: acceso a una red de expertos que realmente entienden la cultura local, el mercado y las necesidades comerciales

Confianza: la más alta calidad de miembros talentosos en todos los países cubiertos

02

Metodología





Metodología

Un total de **19.422 personas** fueron encuestadas en **24 países**. El levantamiento de la información se realizó entre el **1 de abril y el 5 de Mayo de 2022**.

La muestra de Chile corresponde a **1.326 casos**, y fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un **+/- 2,7%**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.





Metodología Chile

Diseño de investigación	Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.326 entrevistas a través de un panel online.																		
Población en estudio	Mujeres y hombres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones.																		
Diseño Muestral	Se realizó un total de 1.216 entrevistas, estratificadas apropiadamente por GSE, sexo y edad. <table><thead><tr><th>NSE</th><th>Tamaño Muestral</th><th>Error Muestral</th></tr></thead><tbody><tr><td>C1</td><td>135</td><td>8,4%</td></tr><tr><td>C2</td><td>474</td><td>4,5%</td></tr><tr><td>C3</td><td>370</td><td>5,1%</td></tr><tr><td>D</td><td>347</td><td>5,3%</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>1.326</td><td>2,7%</td></tr></tbody></table>	NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral	C1	135	8,4%	C2	474	4,5%	C3	370	5,1%	D	347	5,3%	TOTAL	1.326	2,7%
NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral																	
C1	135	8,4%																	
C2	474	4,5%																	
C3	370	5,1%																	
D	347	5,3%																	
TOTAL	1.326	2,7%																	
Instrumento de medición	Cuestionario de 10 minutos de duración promedio.																		
Fecha de campo	11 al 14 de abril 2022																		
Ponderación	La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2002. El margen de Error Muestral es de un +/- 2,7%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.																		

Muestra por países



PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	FECHAS
Argentina	Voices Research & Consultancy	CAWI	821 – Nacional	8-15 Abril
Canadá	LEGER	CAWI	1002 – Nacional	5-7 Abril
Chile	Activa Research	CAWI	1326 - Nacional Urbano	11-14 Abril
Croacia	Mediana Fides	CAWI	540 – Nacional	4-10 Abril
Colombia	Centro Nacional de Consultoría	CATI	810 – Urbano	28 Abril-1 Mayo
Ecuador	CEDATOS	CAPI	540 - Nacional	22 Abril-2 Mayo
Finlandia	Taloustutkimus Oy	CAWI	500 – Nacional	6-8 Abril
Francia	BVA	CAWI	1577 – Nacional	6-7 Abril
Alemania	Produkt+Markt	CAWI	500 – Nacional	4-11 Abril
Irlanda	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1500 – Nacional	7-12 Abril
Italia	BVA Doxa	CAWI	1001 – Nacional	1-5 Abril
Japón	Nippon Research Center, Ltd.	CAWI Online	1099 - Nacional	13-17 Abril



Muestra por países

PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	FECHAS
Lebanon	REACH SAL	CATI	500 – Nacional	7- 21 Abril
Mexico	Brain SA de CV	CAWI Online	500 - Urban	22 Abril-2 Mayo
Netherlands	Motivation InterNacional	CAWI Online	1025 - Nacional	1-4 Abril
Nigeria	Market Trends InterNacional	CATI	500 - Urban	5-17 Abril
Pakistan	Gallup Pakistan	CATI	500 - Nacional	5-8 Abril
Palestine	Palestinian Center for Public Opinion	TAPI Face to Face	1524 - Nacional	6-18 Abril
Peru	Datum Internacional	CAWI	1121 - Nacional	1-4 Abril
Serbia	Mediana Adria	CAWI	504 - Nacional	4-15 Abril
Slovenia	Mediana	CAWI	569 – Nacional	4- 9 Abril
Spain	Instituto DYM	CAWI online	1012 – Nacional	20-22 Abril
Turkey	Barem	CATI	1000 - Nacional	4-12 Abril
United Kingdom	ORB InterNacional	CAWI online	2076 - Nacional	4-5 May

Estado de ánimo



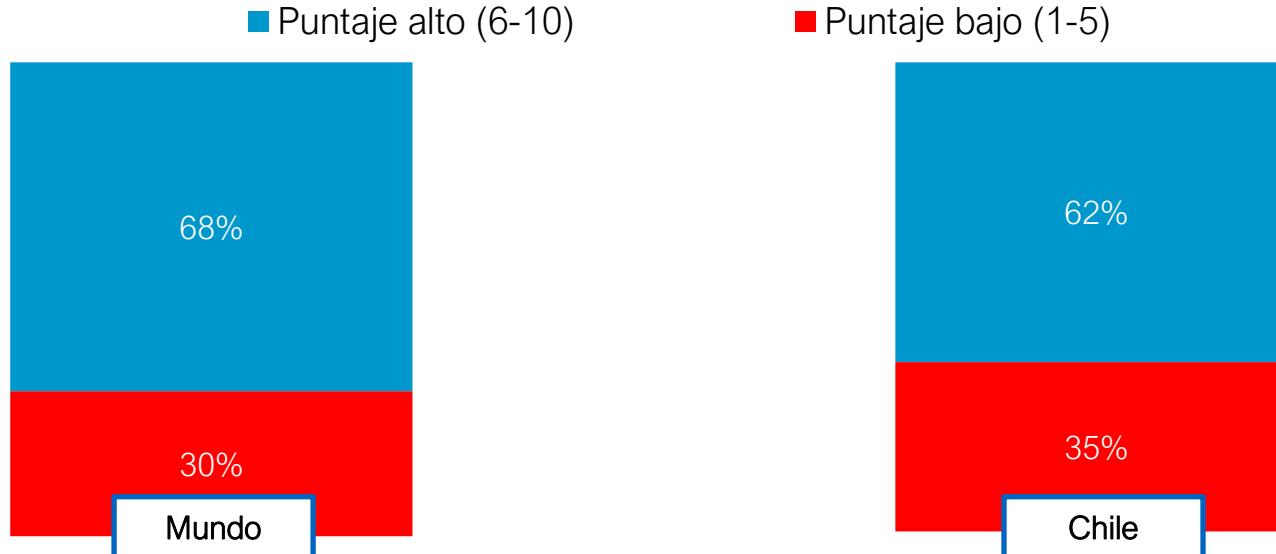


Estado de ánimo en la población



En una escala de 1 a 10, siendo 10 el valor más alto y 1 el más bajo, ¿cómo calificaría su estado de ánimo al día de hoy?

Tanto a nivel mundial como en Chile, las personas tienen un estado de ánimo principalmente positivo. 68% de las personas en el mundo y un 62% de las y los chilenos se posicionan en un estado de ánimo alto, de 6 o más puntos de un total de 10.



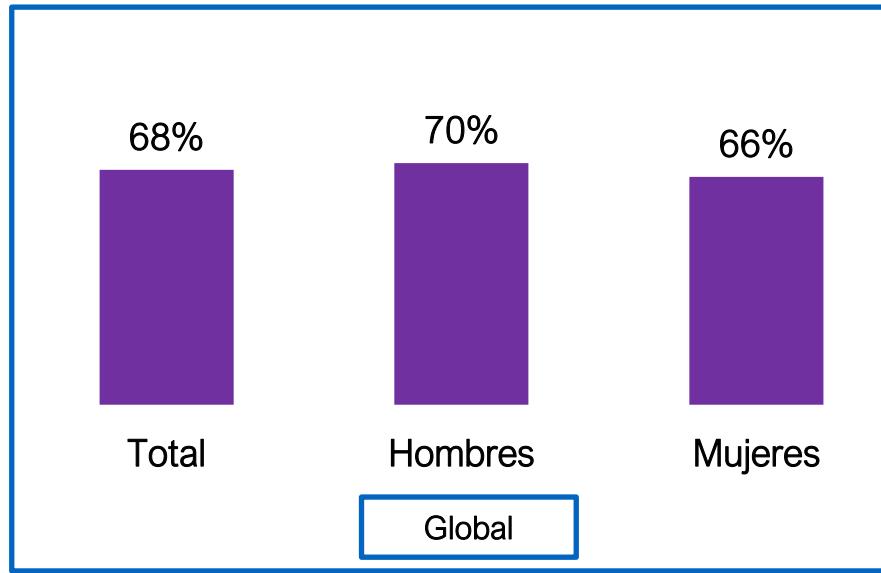
Estado de ánimo en la población



En una escala de 1 a 10, siendo 10 el valor más alto y 1 el más bajo, ¿cómo calificaría su estado de ánimo al día de hoy?

Tanto en Chile como en el mundo, son los hombres quienes tienen un mejor estado de ánimo en comparación con las mujeres. El estado de ánimo alto prima en un 70% de los hombres a nivel global y en un 66% de los chilenos, mientras que en las mujeres llega a 66% y 59% respectivamente

%alto(6a10)



Estado de ánimo en la población

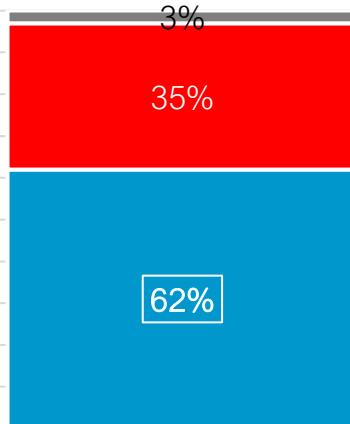


En una escala de 1 a 10, siendo 10 el valor más alto y 1 el más bajo, ¿cómo calificaría su estado de ánimo al día de hoy?

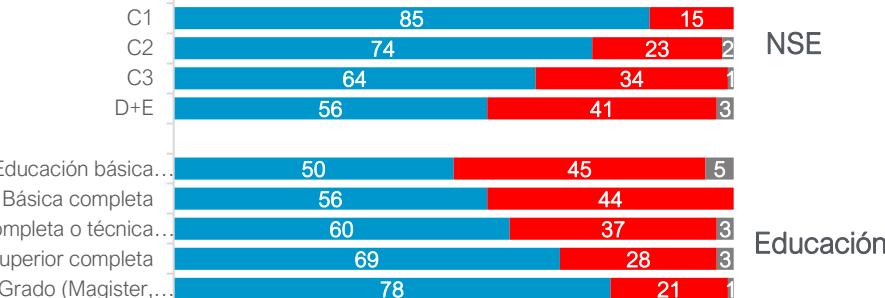
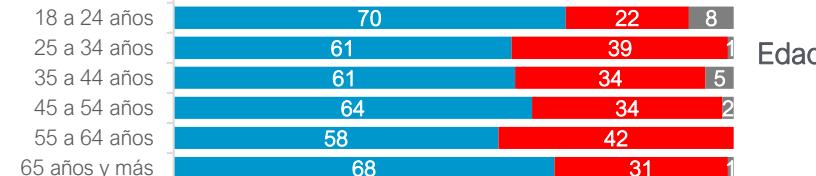
El estado de ánimo alto prima entre los y las chilenas de nivel socioeconómico alto y entre quienes tienen estudios superiores y de postgrados. También, es más frecuente entre personas menores de 25 o mayores de 65. En cambio, el estado de ánimo bajo es más frecuente entre personas con educación básica completa o incompleta, y personas de estrato bajo.

CHILE

■ Puntaje alto (6-10) ■ Puntaje bajo (1-5) ■ NS/NR



2022

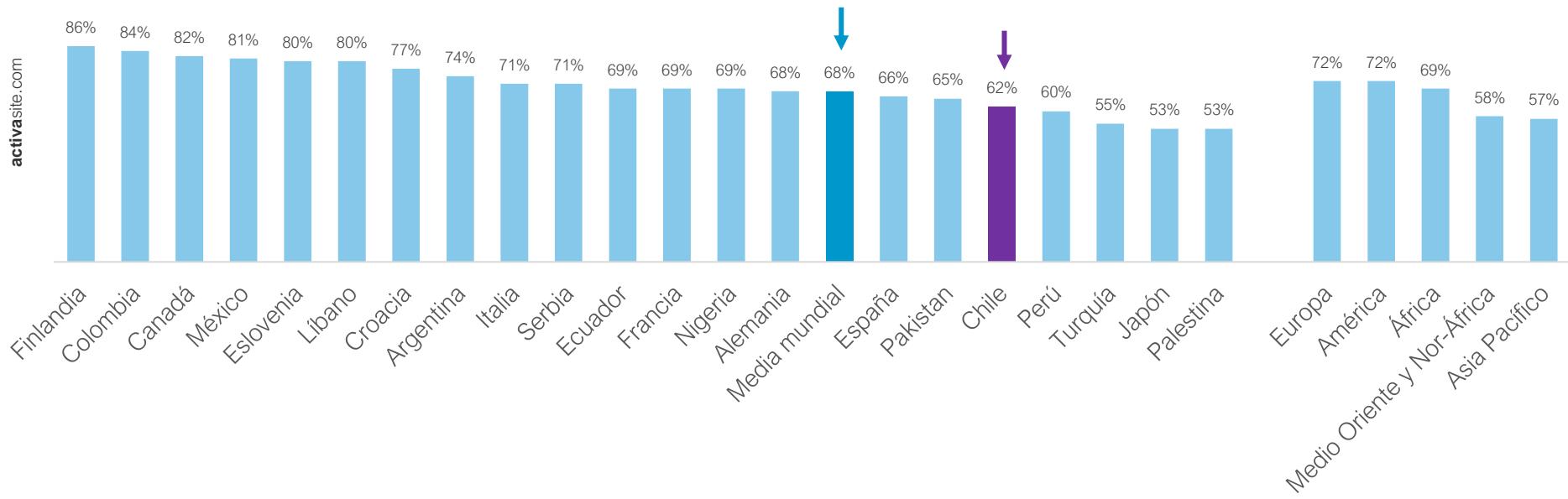


Estado de ánimo en la población



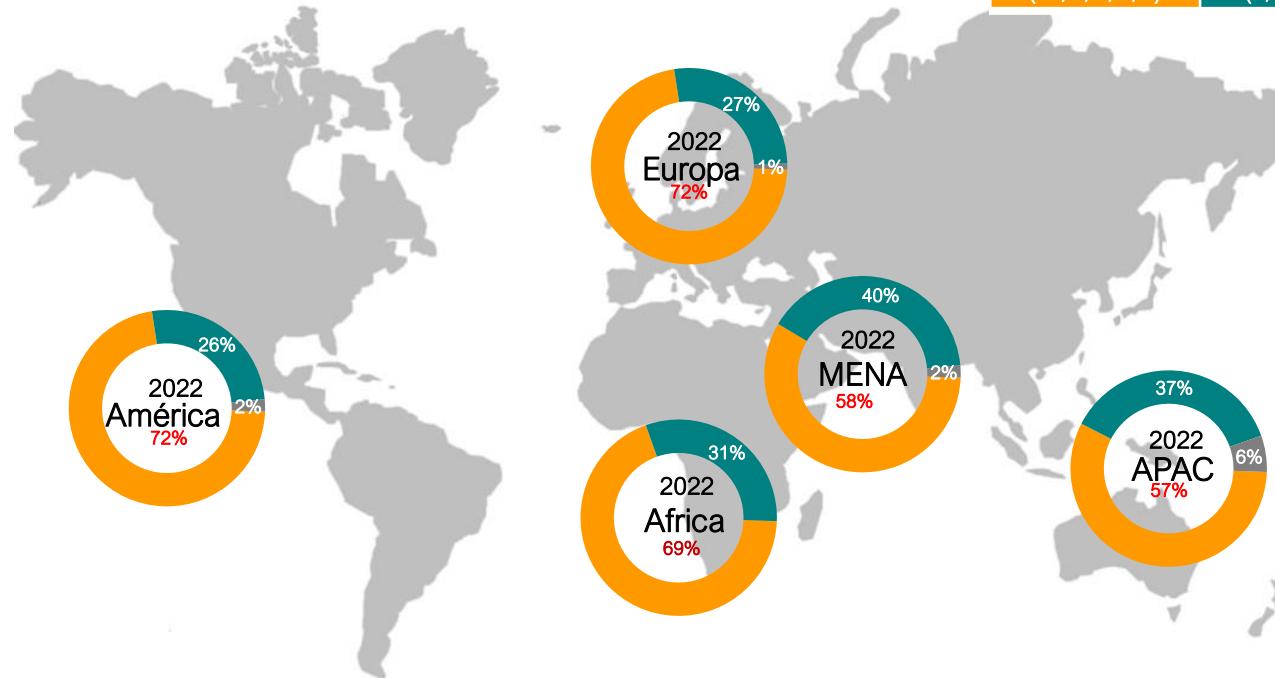
Un 68% de la población mundial tiene buen ánimo. Los países donde prima el estado de ánimo alto son Finlandia, Colombia, Canadá y México, mientras que Palestina y Japón presentan los niveles más bajos. Chile presenta un 62% de la población con puntajes de 6 o más, valores similares a los observados en el vecino país de Perú.

%6 a 10 “Puntaje alto”

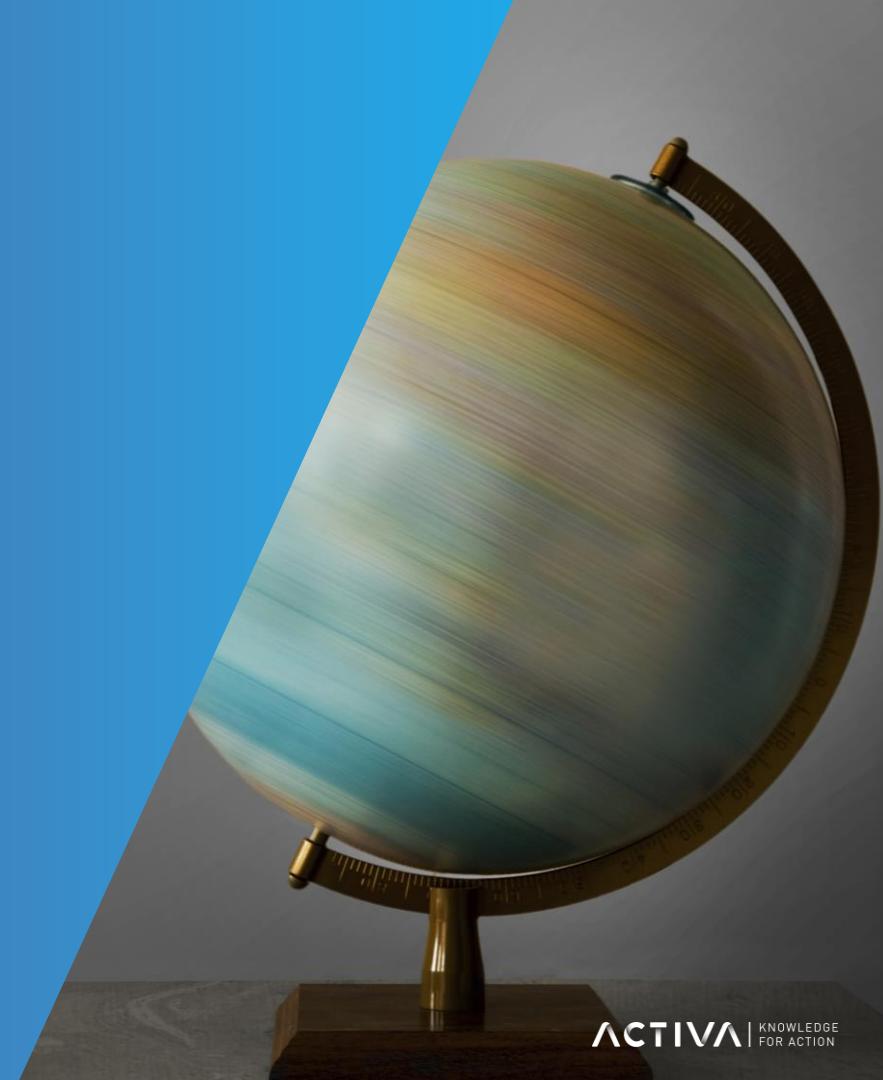


Estado de ánimo en la población

En una escala de 1 a 10, siendo 10 el valor más alto y 1 el más bajo, ¿cómo calificaría su estado de ánimo al día de hoy?



Conexión con el propio país



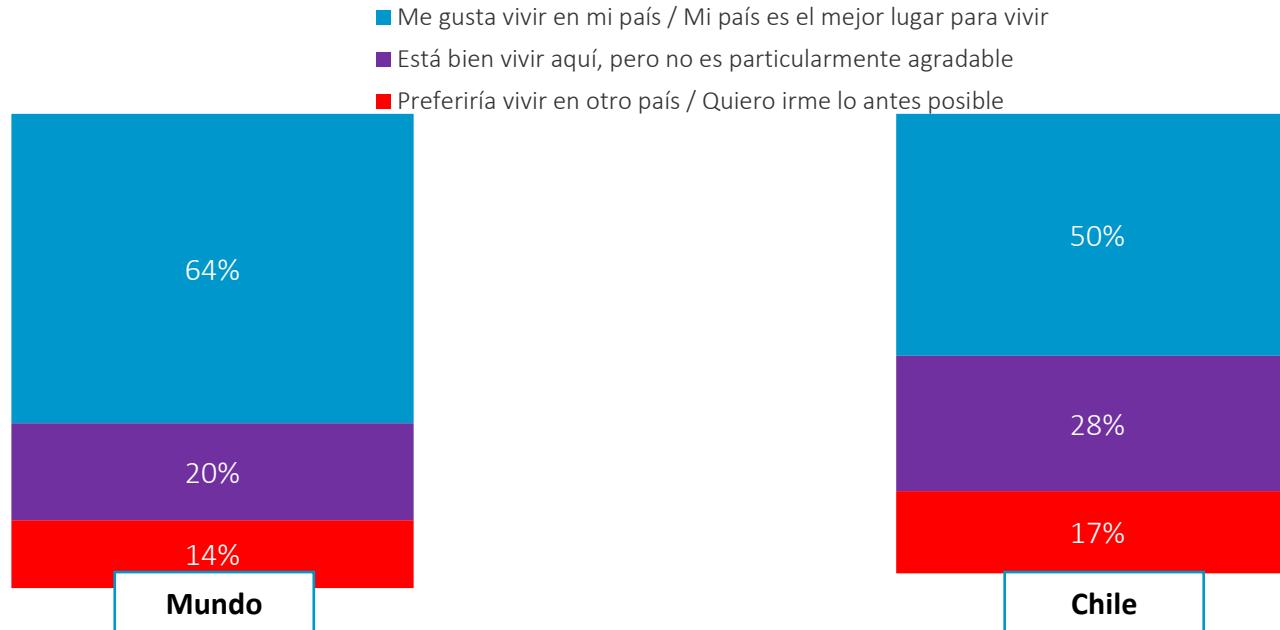


Conexión con el propio país Chile y el mundo



¿Qué tan conectado(a) te sientes con Chile/tu país?

Las personas sienten gran apego a su país. En el mundo, un 64% afirma que les gusta vivir en su país. En Chile, un 50% de las personas así lo piensa. Entre quienes preferirían irse o vivir en otra parte, un 14% de las personas a nivel mundial comparten esta opinión, mientras que un 17% de las y los chilenos piensa de esta manera.



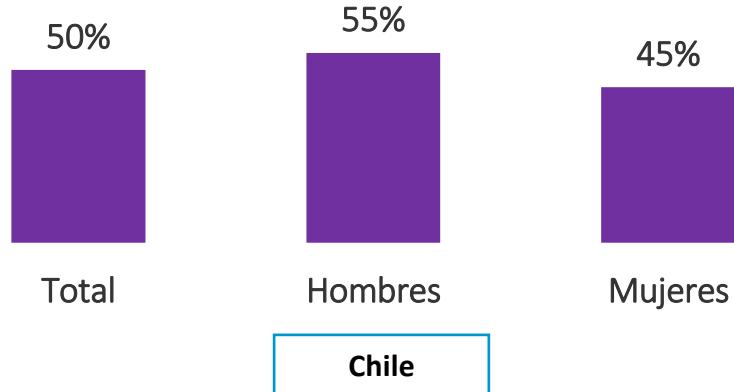
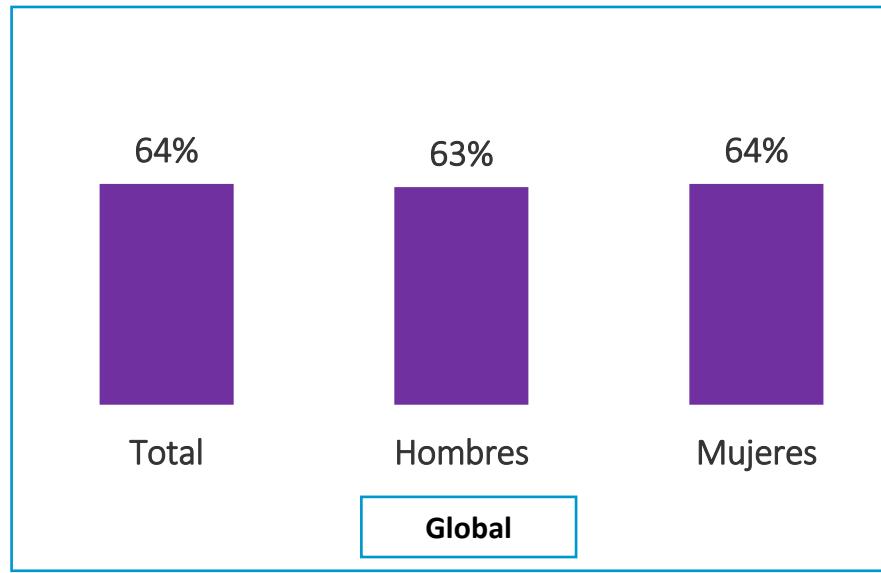
Conexión con el propio país



¿Qué tan conectado(a) te sientes con Chile/mi país?

En el mundo, no se observan grandes diferencias entre hombres y mujeres respecto de la conexión con el propio país. En cambio, en Chile se identifica una diferencia significativa entre ambos grupos, donde las mujeres chilenas se muestran más disconformes con su país que los hombres.

%megustavivirenmi país/esel mejor lugar para vivir



Conexión con el propio país

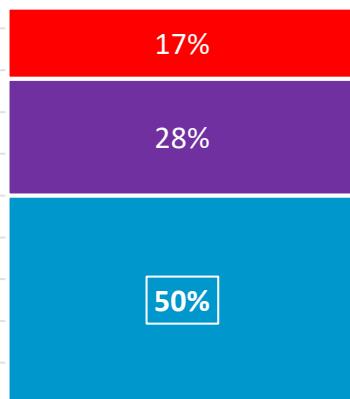


¿Qué tan conectado(a) te sientes con Chile?

Las personas se sienten más cómodas en Chile a medida que mayor edad tienen. Así, las personas jóvenes son quienes más consideran que sería mejor vivir en otro país. También, esta opinión es mayor entre personas con estudios superiores, especialmente entre quienes cuentan con un postgrado.

CHILE

- Preferiría vivir en otro país / Quiero irme lo antes posible
- Está bien vivir aquí, pero no es particularmente agradable
- Me gusta vivir en mi país / Mi país es el mejor lugar para vivir



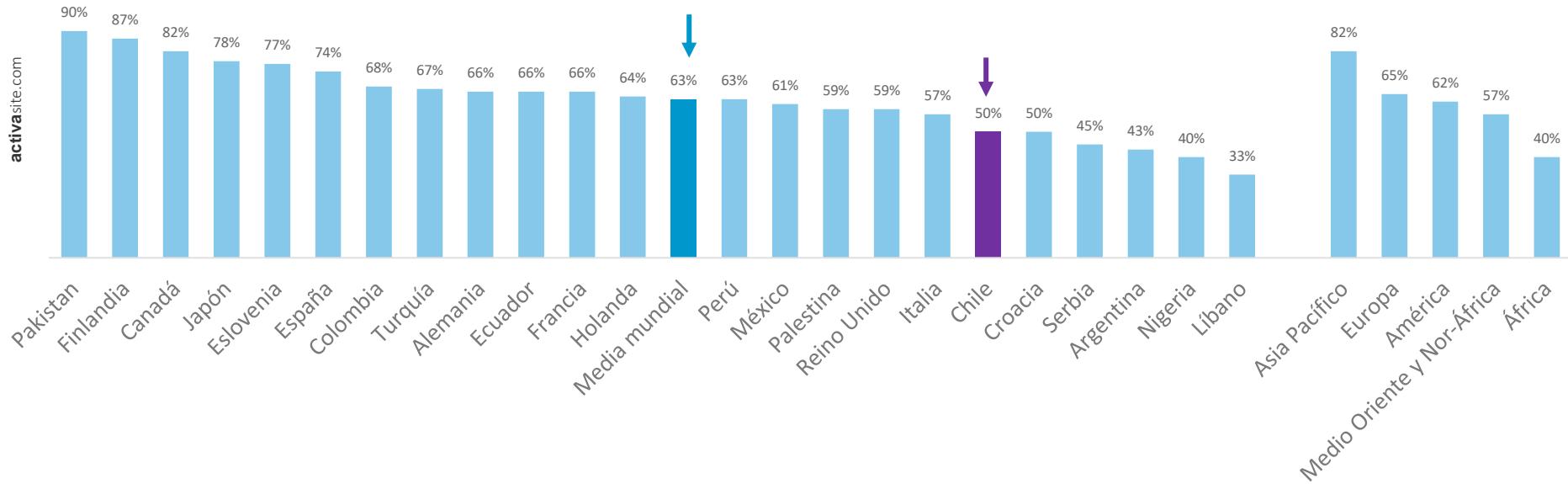
2022

Conexión con el propio país



A nivel continental, las personas que viven en África son las que menos conformes se sienten con sus países, mientras que en el Asia-Pacífico hay mucha más satisfacción con el país. Chile se encuentra bajo la media global en este indicador, con valores similares a Croacia y Serbia. Donde la gente está más conforme con su país es en Pakistán, Finlandia y Canadá.

% me gusta vivir en mi país / es el mejor lugar para vivir



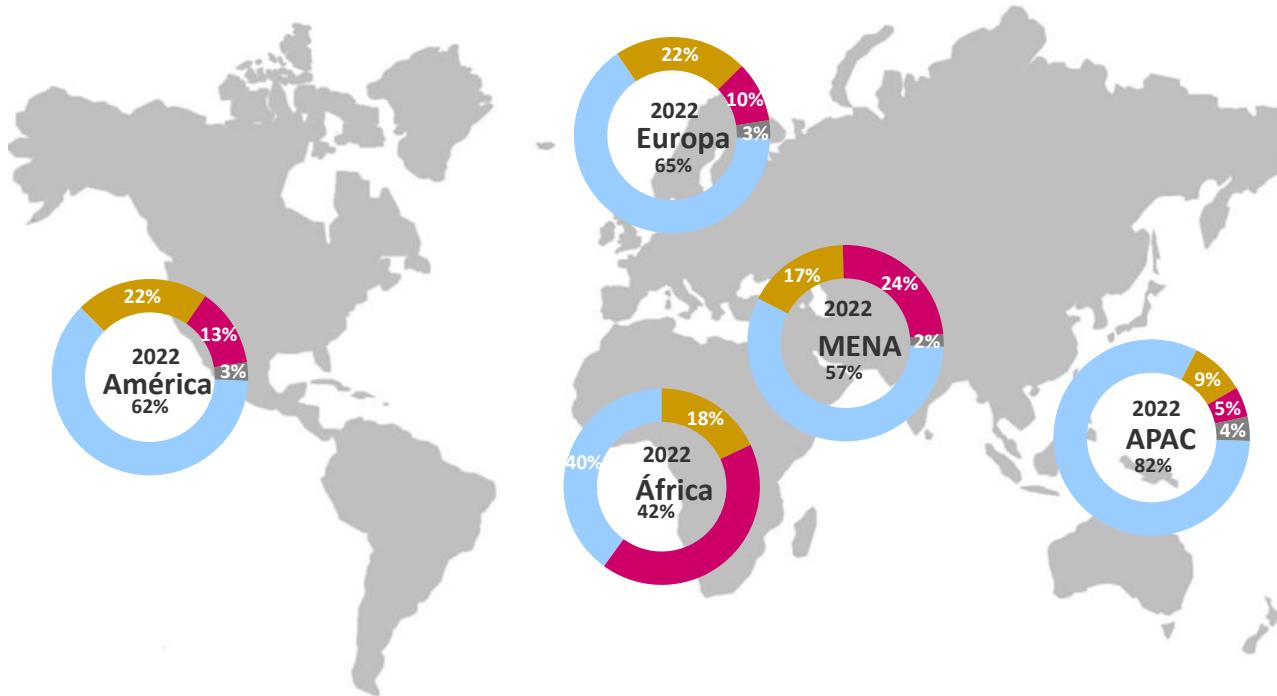
Conexión con el propio país

Me gusta vivir en mi país / Es el
major lugar para vivir

Está bien vivir aquí, pero no es
particularmente agradable

Preferiría vivir en otro país / Quiero
irme del país

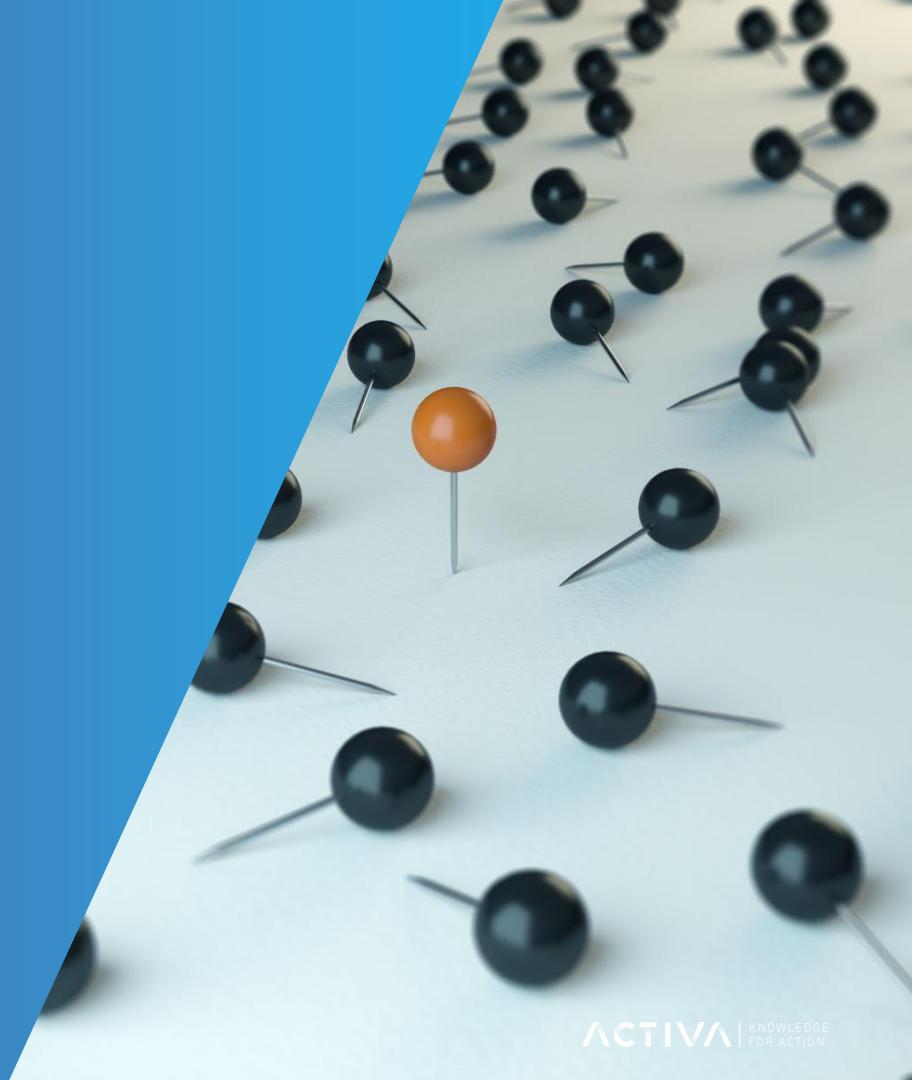
Ns/Nr



Source: WIN 2022. Base: 18 407.

Q1a. How connected do you feel with your country?

Responsables de la guerra

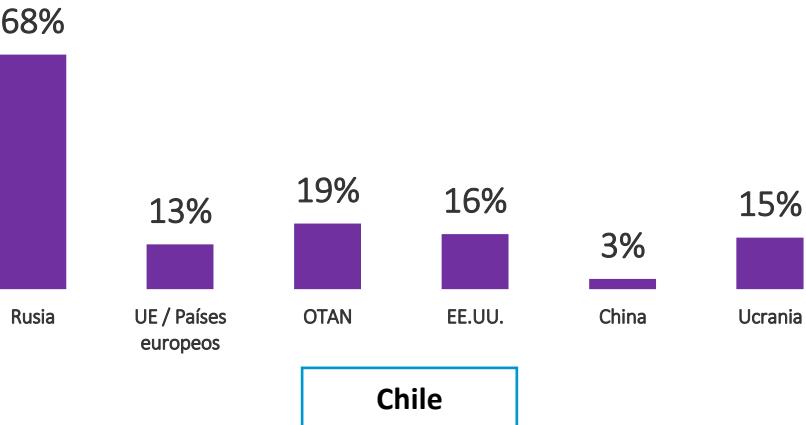
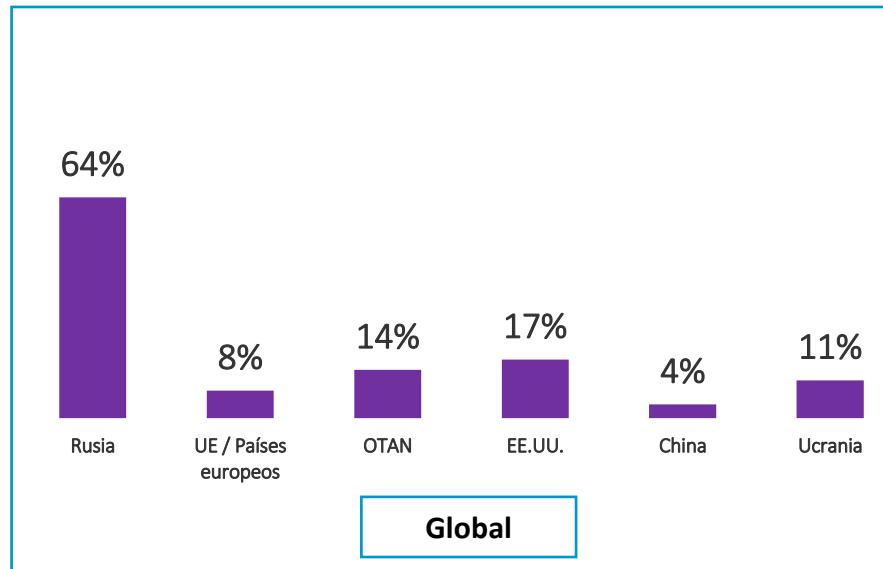


Responsables de la guerra Chile y el mundo



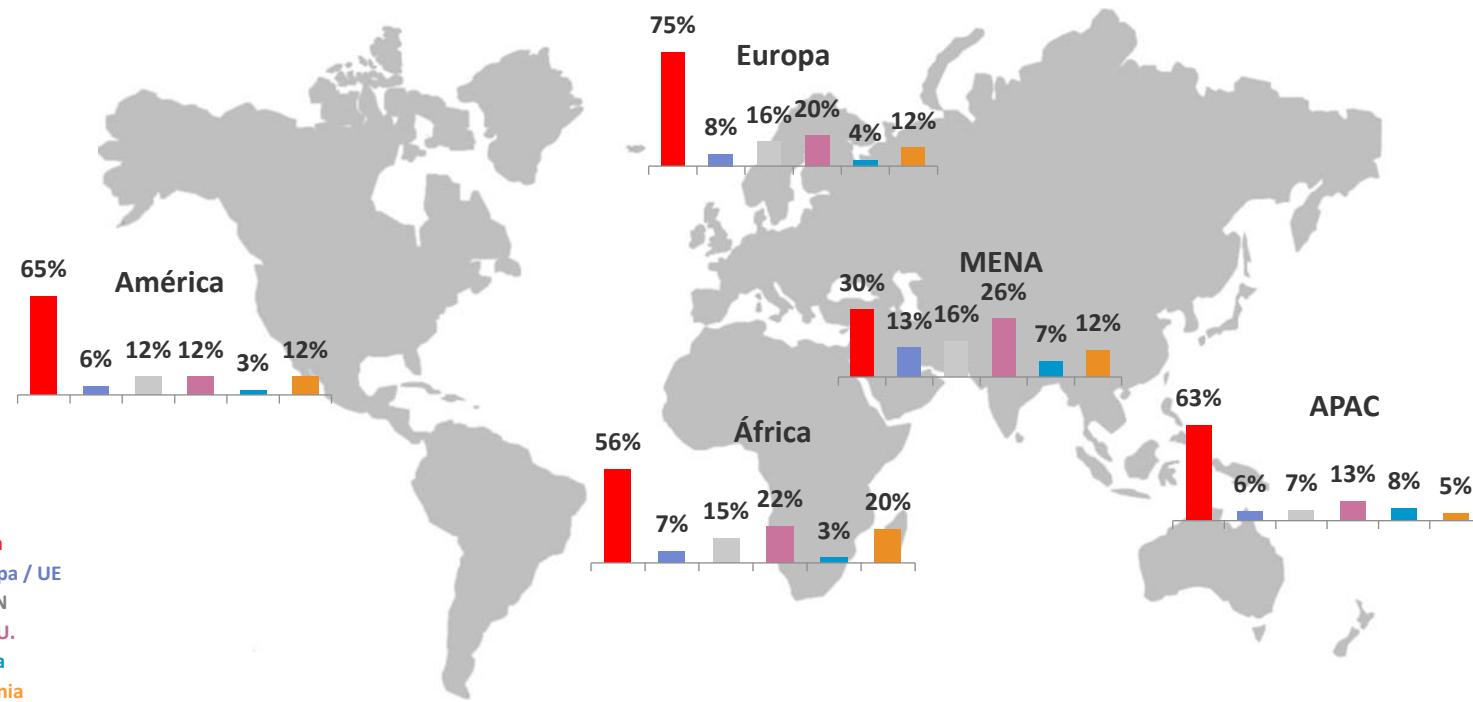
¿Quién es responsable por los conflictos militares / Guerra en Ucrania? (respuesta múltiple)

El principal responsable de la guerra es Rusia, de acuerdo con la población mundial y también en el caso de Chile. Como segundo responsable, en Chile se identifica a la OTAN mientras que en el mundo se culpa a Estados Unidos. En ambos casos, Ucrania ocupa el cuarto lugar en responsabilidad.



Responsables de la guerra

¿Quién es responsable por los conflictos militares / Guerra en Ucrania? (respuesta múltiple)



Responsables de la guerra

¿Quién es responsable por los conflictos militares / Guerra en Ucrania? (respuesta múltiple)

	RUSIA	UE / EUR	OTAN	EE.UU.	CHINA	UCRANIA
GLOBAL	64%	11%	8%	14%	17%	4%
EUROPA	75%	12%	8%	16%	20%	4%
AMÉRICA	65%	12%	6%	12%	12%	3%
APAC	63%	5%	6%	7%	13%	8%
ÁFRICA	56%	20%	7%	15%	22%	3%
MENA	30%	12%	13%	16%	26%	7%
FINLANDIA	98%	8%	6%	7%	8%	8%
IRLANDA	89%	5%	3%	8%	6%	1%
CANADÁ	89%	6%	3%	6%	7%	3%
REINO UNIDO	88%	5%	5%	9%	6%	2%
JAPÓN	85%	6%	8%	9%	9%	11%
ALEMANIA	85%	10%	9%	15%	17%	4%
ESPAÑA	83%	11%	5%	10%	14%	7%
CROACIA	78%	11%	9%	17%	31%	2%
HOLANDA	77%	7%	10%	10%	10%	4%

	RUSIA	UE / EUR	OTAN	EE.UU.	CHINA	UCRANIA
FRANCIA	73%	10%	8%	15%	14%	3%
ESLOVENIA	70%	28%	13%	28%	45%	5%
CHILE	68%	15%	13%	19%	16%	3%
ITALIA	67%	14%	8%	21%	22%	3%
MÉXICO	64%	16%	8%	15%	19%	2%
ARGENTINA	63%	13%	7%	24%	21%	5%
ECUADOR	57%	6%	3%	2%	4%	1%
COLOMBIA	57%	16%	4%	9%	8%	3%
NIGERIA	56%	20%	7%	15%	22%	3%
PERÚ	54%	11%	2%	5%	11%	2%
TURQUÍA	39%	16%	24%	22%	35%	11%
PALESTINA	26%	10%	8%	12%	19%	5%
LÍBANO	26%	9%	5%	18%	28%	1%
SERBIA	19%	22%	15%	36%	46%	2%
PAKISTÁN	15%	3%	2%	2%	23%	2%

Fin de la guerra



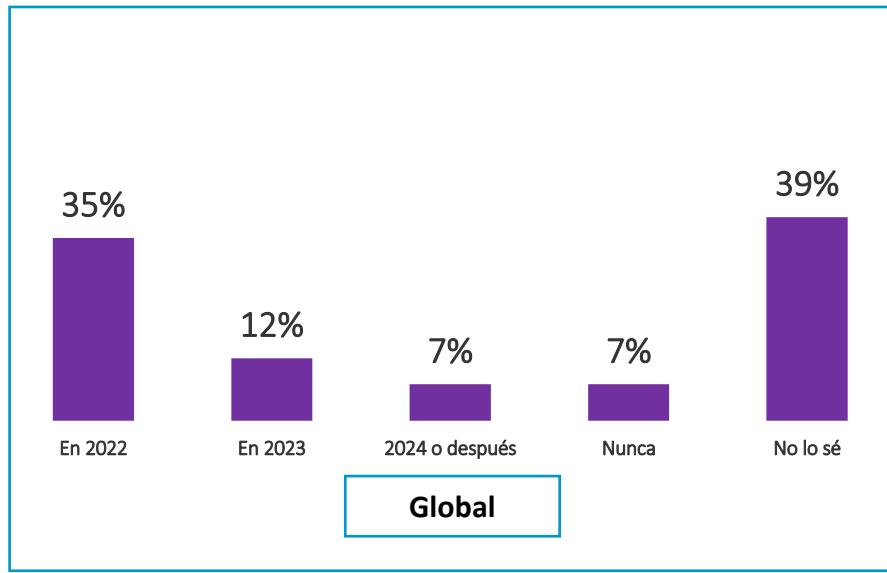
Fin de la guerra Chile y el mundo



¿Cuándo crees que por los conflictos militares / Guerra entre Rusia y Ucrania finalizarán?

La mayoría de las personas, tanto en Chile como en el mundo, reconocen que no pueden estimar cuándo terminará la guerra. Un 7% cree que la guerra nunca terminará, mientras que en Chile y en el mundo, un 36% y 35% respectivamente cree que la guerra no se extenderá más allá de este año.

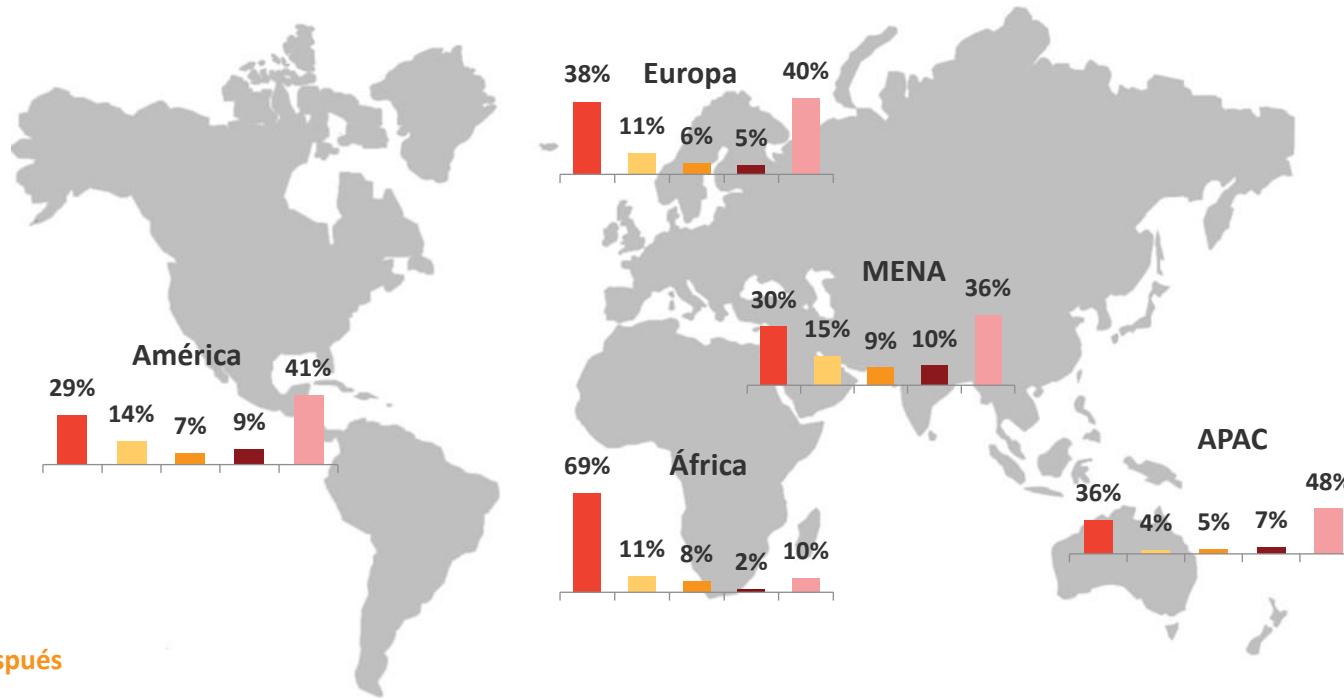
activasite.com



Fin de la guerra

¿Cuándo crees que por los conflictos militares / Guerra entre Rusia y Ucrania finalizarán?

- 2022
- 2023
- 2024 o después
- Nunca
- No lo sé

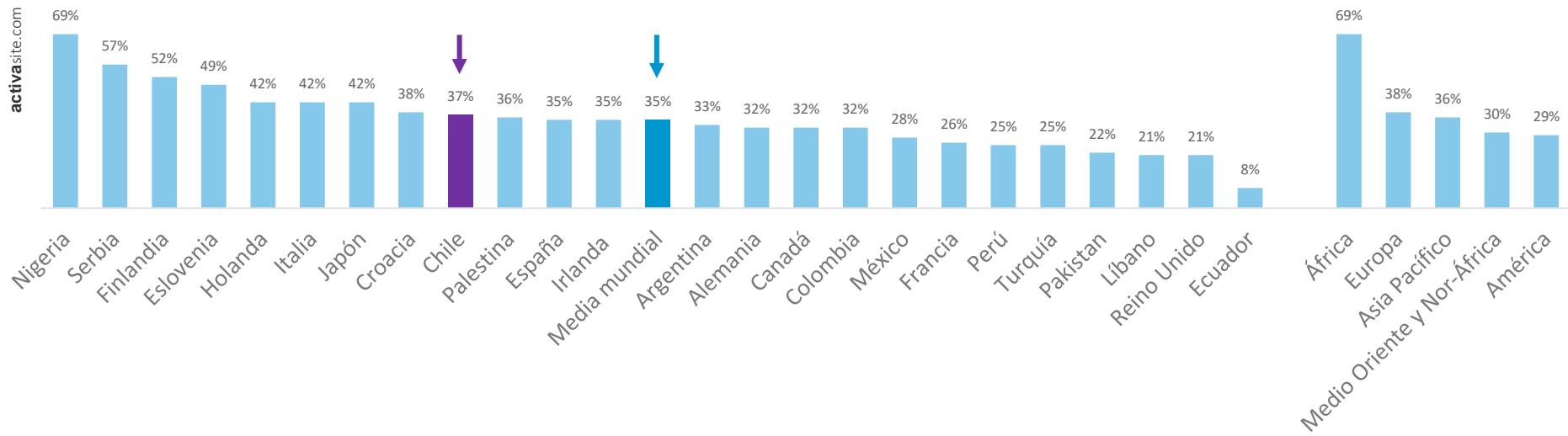


Fin de la guerra



Un 35% de las personas a nivel mundial cree que la guerra terminará este año, similar a los valores observados en Chile. Los países más optimistas son Nigeria en primer lugar, luego Serbia y Finlandia. Los países más pesimistas en este sentido son Ecuador, seguido por Reino Unido, Líbano y Pakistán.

% 2022



Esfuerzos por terminar la guerra



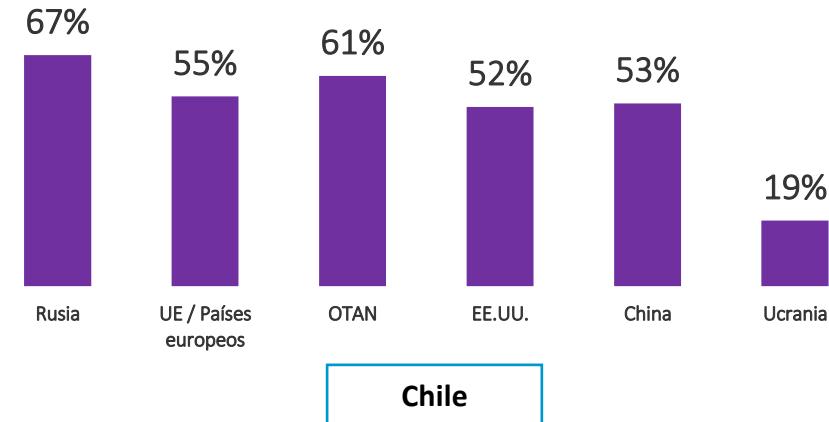
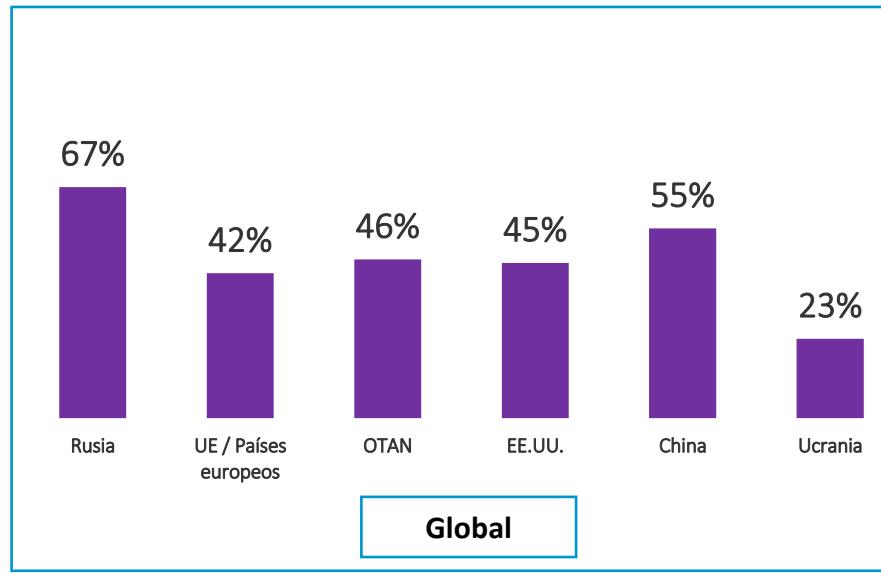
Esfuerzos por terminar la guerra Chile y el mundo



¿Crees que los siguientes países / organizaciones están haciendo suficiente o no están haciendo suficiente para ayudar a detener la Guerra?

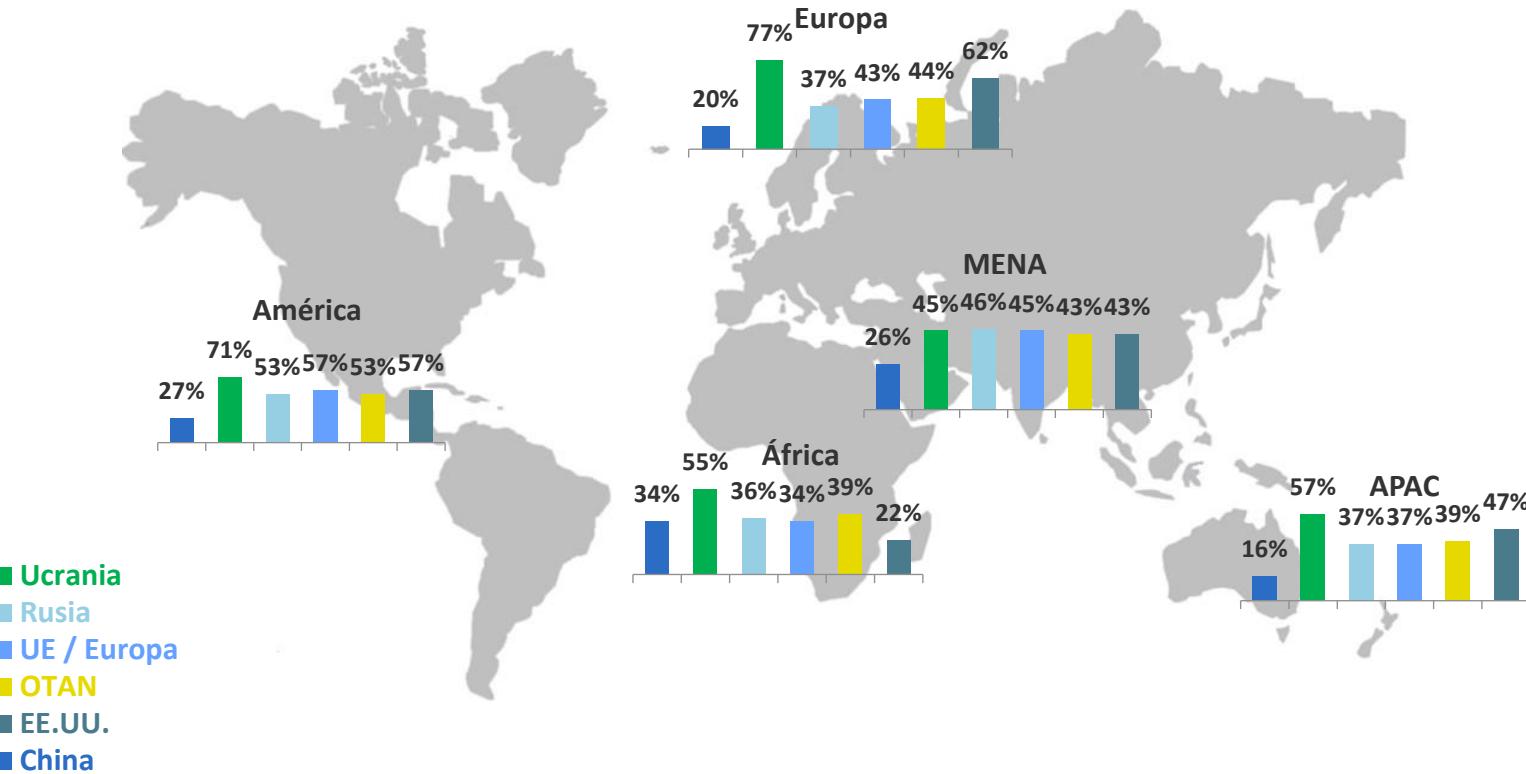
En el mundo, la gente considera que Rusia no está haciendo lo suficiente para detener la guerra, seguido por China. En el caso chileno, las personas también consideran que Rusia no está haciendo lo suficiente, así como tampoco la OTAN, Europa y China. Así, los y las chilenas son más exigentes con los países e instituciones involucradas que en el resto del mundo.

%no están haciendolo suficiente



Esfuerzos por terminar la guerra

¿Crees que los siguientes países / organizaciones están haciendo suficiente o no están haciendo suficiente para ayudar a detener la Guerra?



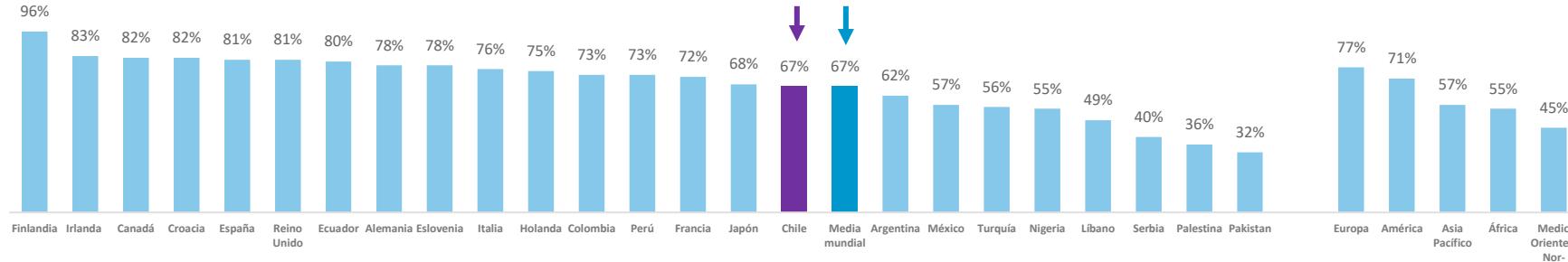


Esfuerzos por terminar la guerra



% no están haciendo lo suficiente

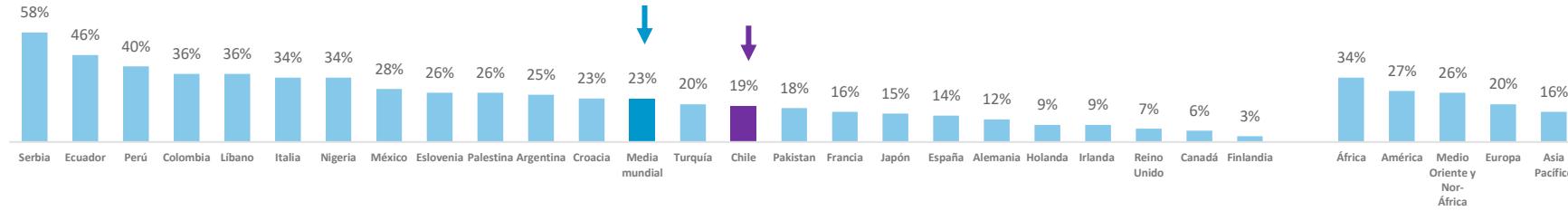
RUSIA



activasite.com

% no están haciendo lo suficiente

UCRANIA

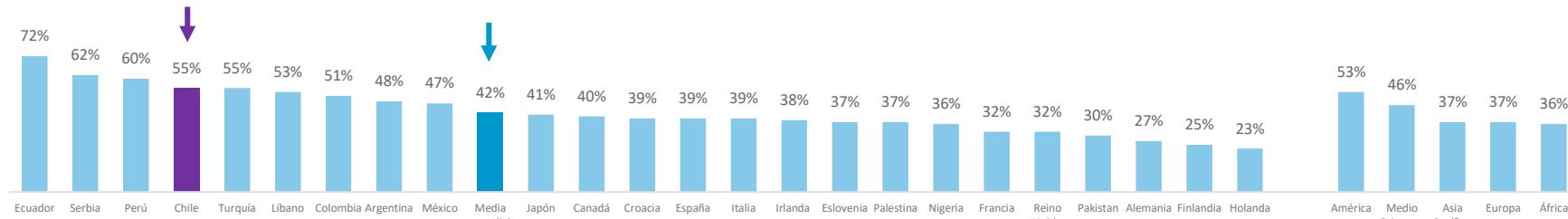




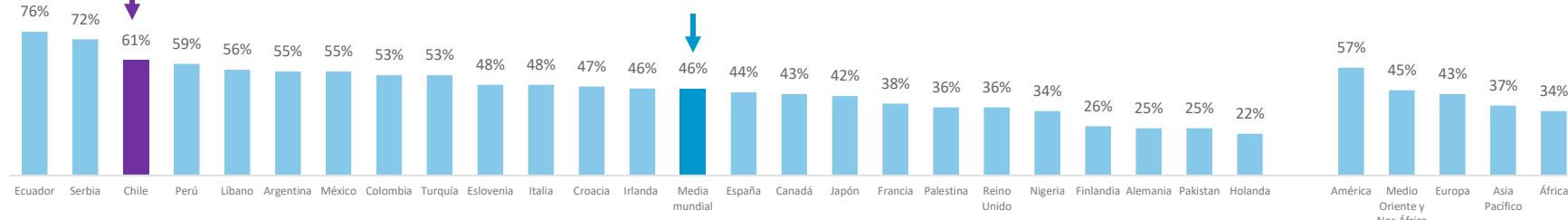
Esfuerzos por terminar la guerra



% no están haciendo lo suficiente EUROPA



% no están haciendo lo suficiente OTAN



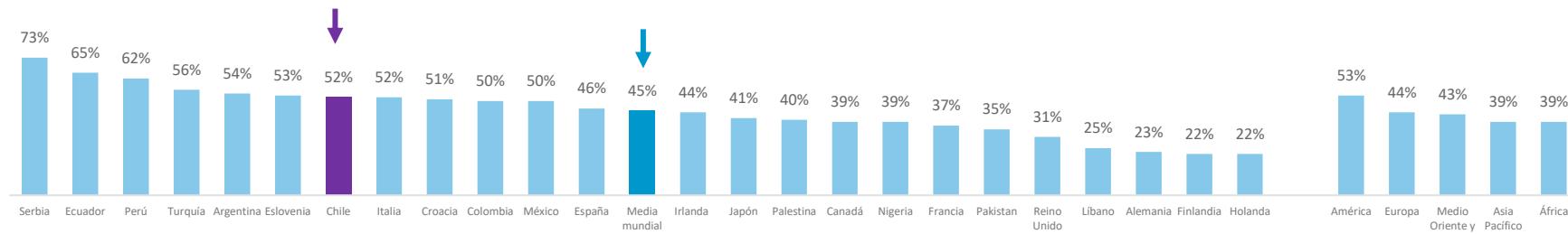


Esfuerzos por terminar la guerra



% no están haciendo lo suficiente

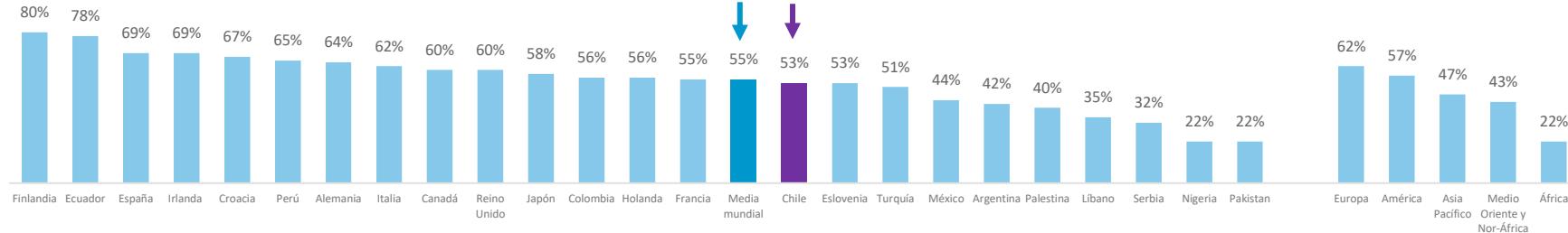
EEUU.



activasite.com

% no están haciendo lo suficiente

CHINA



Disposición a pelear por el país

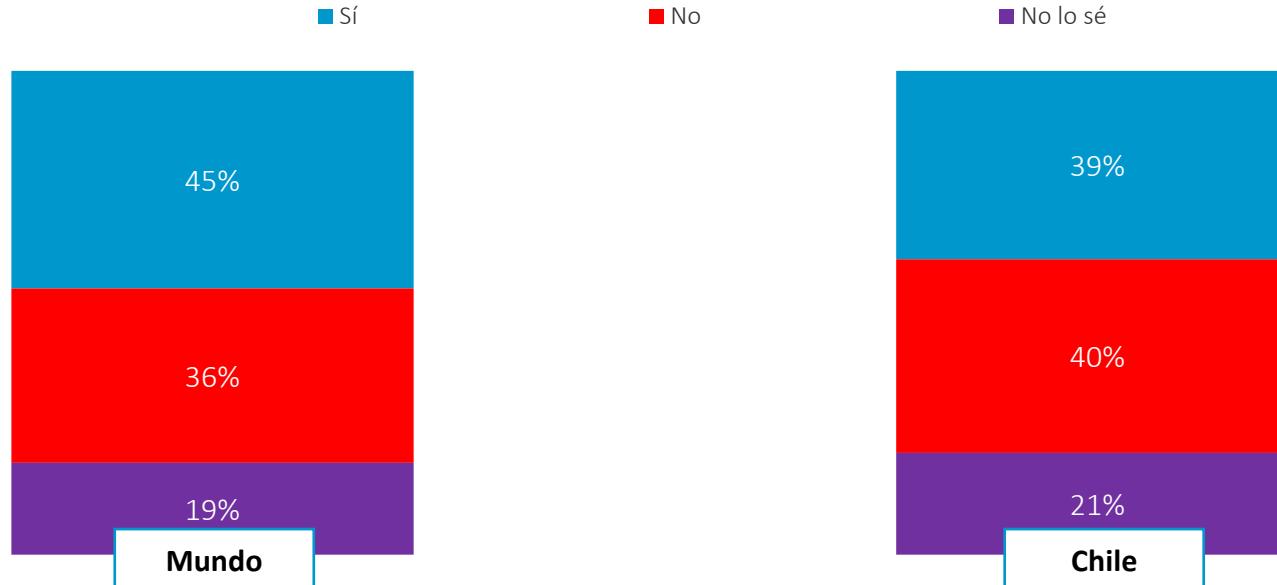


Disposición a pelear por tu país Chile y el mundo



Si hubiese una Guerra, ¿estarías dispuesta(o) a pelear por u país?

Un 45% de las personas en el mundo estarían dispuestas a pelear por su país, mientras que el 36% no lo haría. Para el caso chileno, el valor de personas dispuestas a ir a una guerra es menor, llegando solamente a 39%, mientras que el 40% no estaría dispuesto/a a pelear por Chile. Un 21% de los chilenos y las chilenas no sabe si estaría dispuesto/a a pelear por su país.

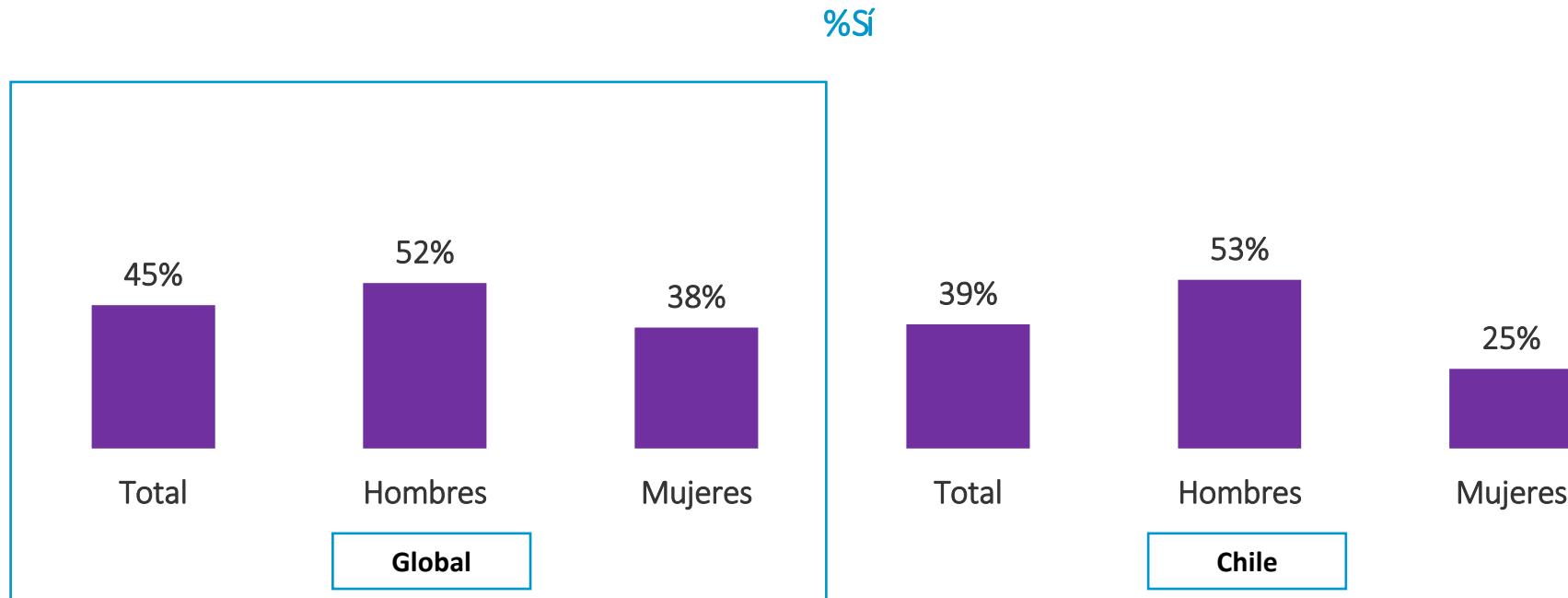


Disposición a pelear por tu país



Si hubiese una Guerra que involucrara a Chile, ¿estarías dispuesta(o) a pelear por u país?

Existe una notoria diferencia en la disposición a pelear en una guerra entre hombres y mujeres. En el mundo, un 52% de los hombres estaría dispuesto a pelear por su país, mucho más que el 38% de las mujeres que sí lo harían. Para el caso chileno, un 53% de los hombres y un 25% de las mujeres estarían dispuestos a pelear por Chile.



Disposición a pelear por tu país

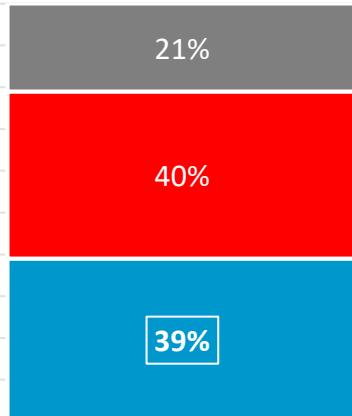


Si hubiese una Guerra que involucrara a Chile, ¿estarías dispuesta(o) a pelear por u país?

Las personas de mayor edad están más dispuestas a pelear por su país, sobre todo entre mayores de 55 años. Así también, las personas con menor cantidad de años de educación formal se muestran más dispuestos. Las personas de nivel socioeconómico alto y medio alto son quienes menos abiertos se muestran a esta opción.

CHILE

■ Sí ■ No ■ No lo sé



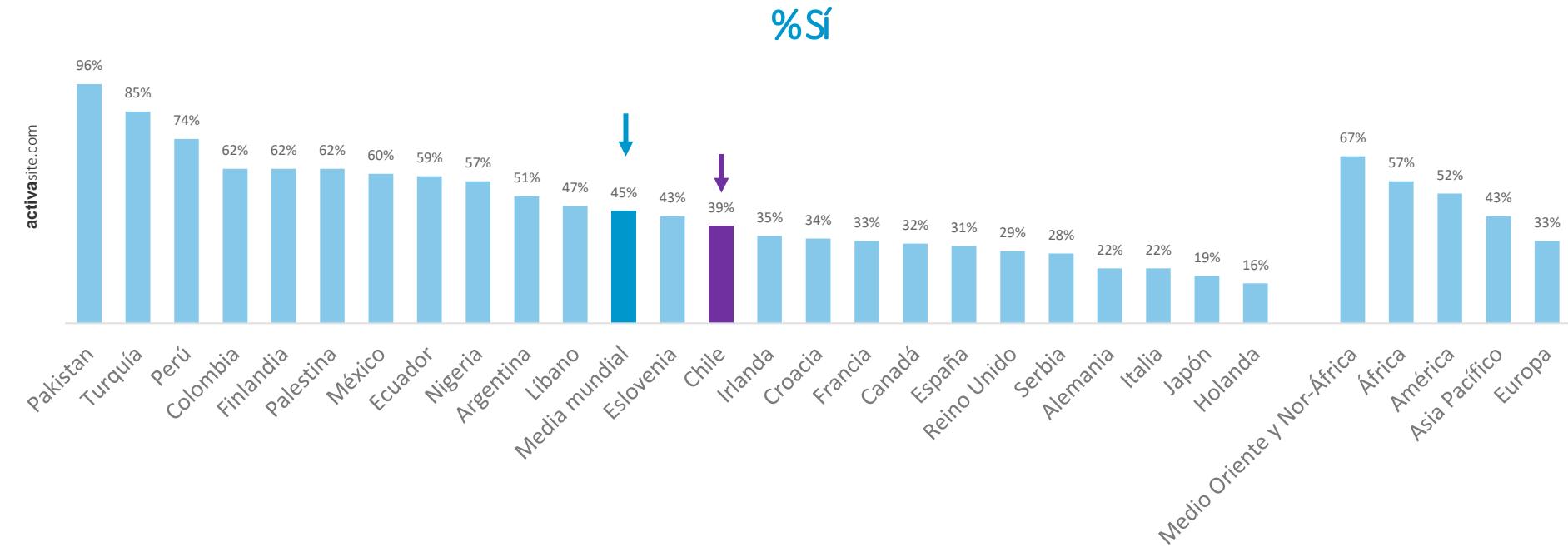
2022



Disposición a pelear por tu país



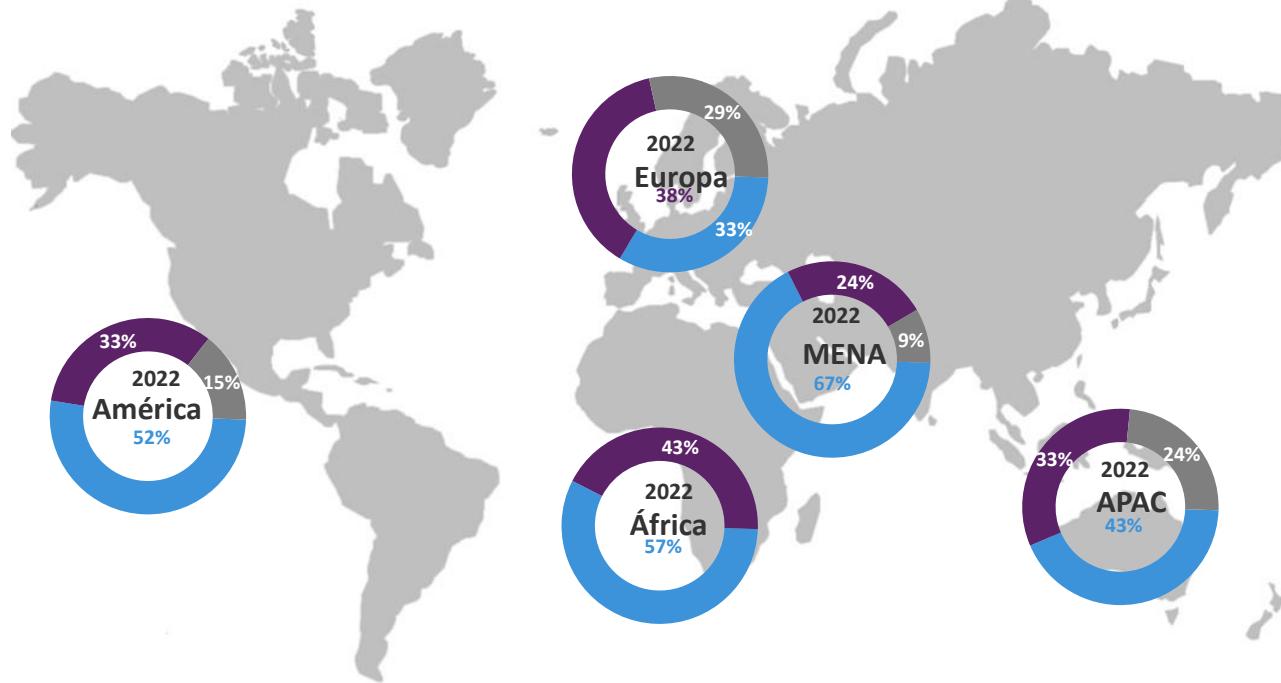
Las personas de Pakistán y Turquía están mucho más dispuestas a pelear por su país comparado con el resto del mundo. En la región, son las personas de Perú quienes más dispuestas se presentan a pelear por su país, mientras que los y las chilenas tienen menor disposición a ello. Los y las europeas son quienes en menor medida pelearían por su país.



Disposición a pelear por tu país

Si hubiese una Guerra que involucrara a Chile, ¿estarías dispuesta(o) a pelear por u país?

Sí No Ns/Nr



Confianza en la información sobre la guerra





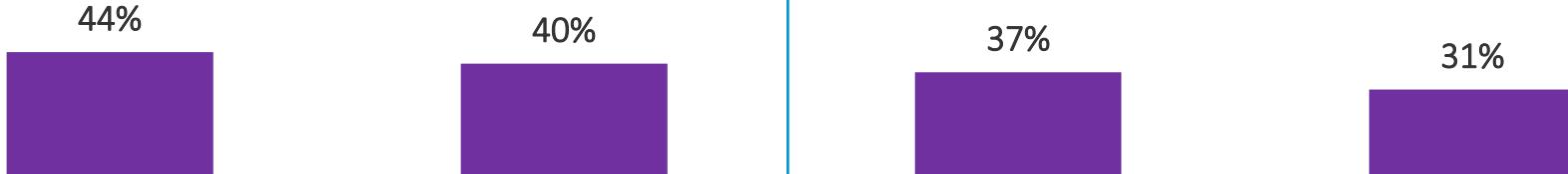
Confianza en la información sobre la guerra Chile y el mundo



La confianza en la información que la gente recibe sobre la guerra es baja, llegando a un 44% de confianza global en los medios y un 40% de confianza global en la información que entregan las autoridades. Para el caso de Chile, la confianza es menor para ambos casos: 37% de las personas tiene confianza en la información que entregan los medios y 31% confían en la información de las autoridades públicas de Chile.

%mucha+algodeconfianza

activasite.com



La calidad de la información que encuentras sobre el conflicto /guerra entre Rusia y Ucrania en los medios de comunicación

Global

La calidad de la información que recibes sobre el conflicto / guerra entre Rusia y Ucrania desde las autoridades públicas

La calidad de la información que encuentras sobre el conflicto /guerra entre Rusia y Ucrania en los medios de comunicación

Chile

La calidad de la información que recibes sobre el conflicto / guerra entre Rusia y Ucrania desde las autoridades públicas

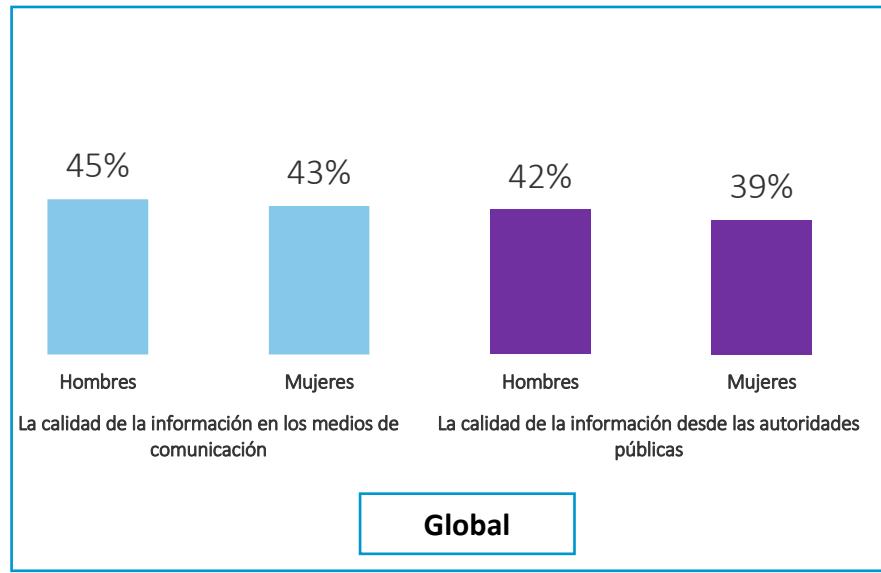


Confianza en la información sobre la guerra Chile y el mundo



En el mundo, se observa que las mujeres presentan menores niveles de confianza que los hombres, tanto en la información que entregan los medios como las autoridades, respecto de la guerra. En Chile, en cambio, tanto hombres como mujeres comparten similares niveles de confianza en la información que entregan los medios y las autoridades, confiando menos en las informaciones que proveen las autoridades del país.

%mucha+alg de confianza



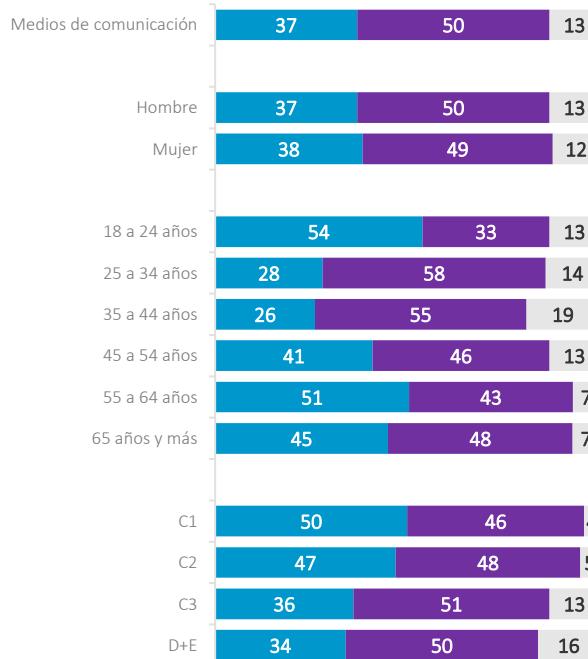
Confianza en la información sobre la guerra - Chile



En Chile, la confianza en la información es mayor entre personas jóvenes mientras que no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres. La confianza en la información entregada por los medios es mayor entre la clase alta, mientras que la confianza en las autoridades es mayor entre la clase media-alta

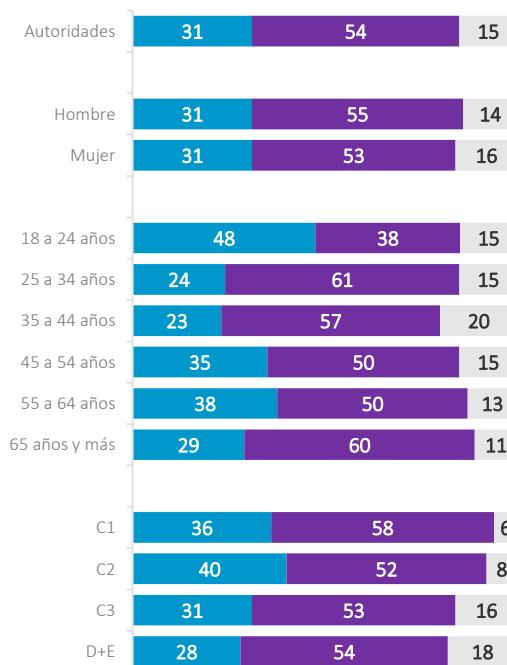
Medios de comunicación

■ Mucha + Algo confianza ■ Poca + Nada confianza ■ NS/NR



Autoridades

■ Mucha + Algo confianza ■ Poca + Nada confianza ■ NS/NR

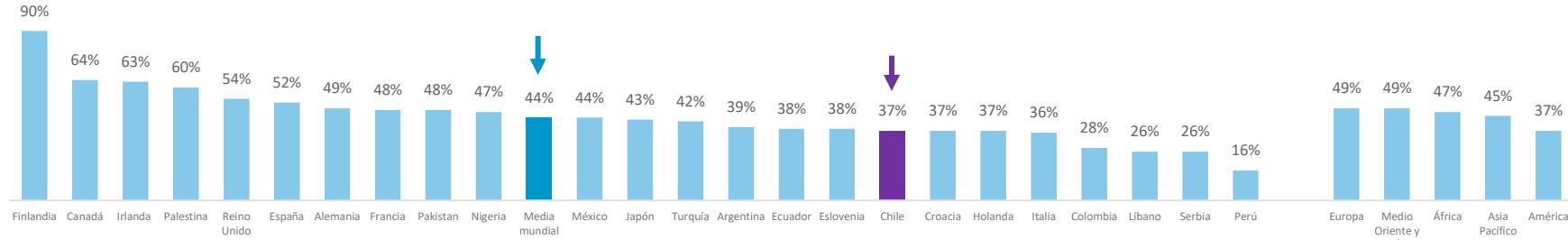




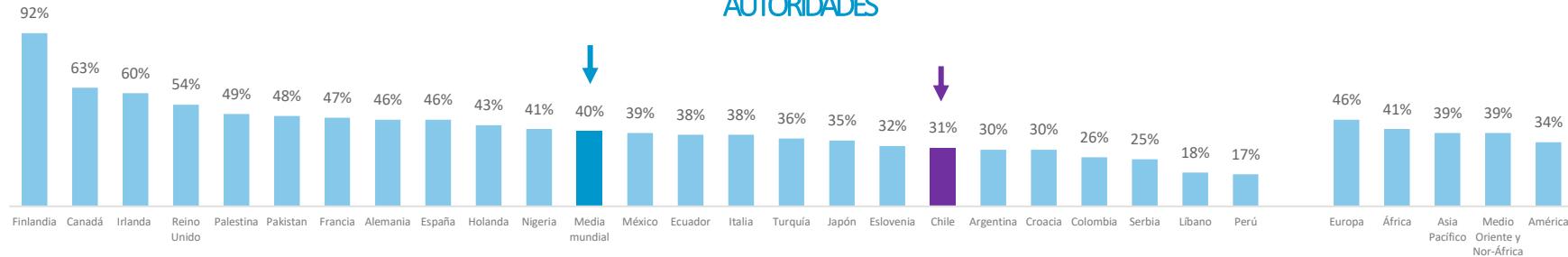
Confianza en la información sobre la guerra



%mucha+algodeconfianza MEDIOS DE COMUNICACIÓN



%mucha+algodeconfianza AUTORIDADES



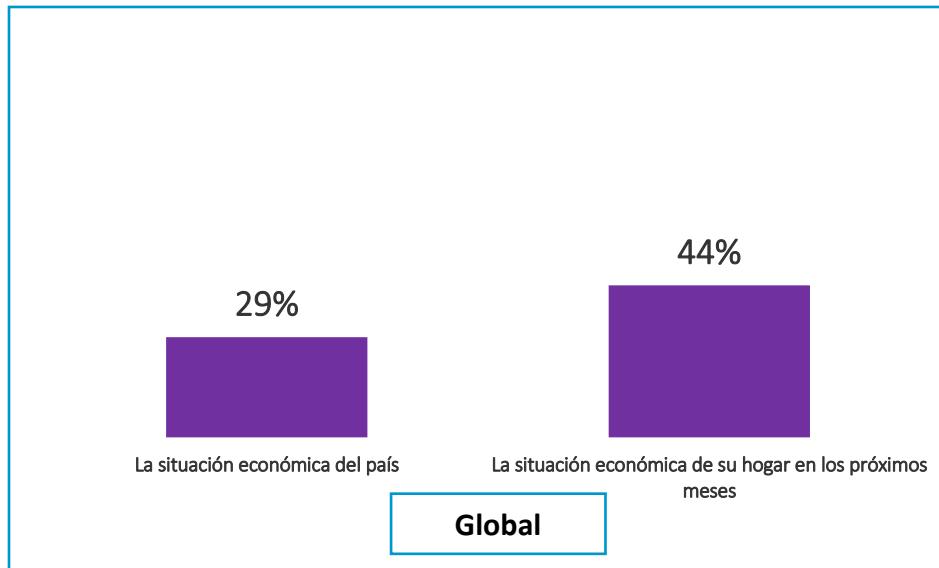
Confianza en la situación económica

Confianza en la situación económica Chile y el mundo



Tanto en Chile como en el mundo, las personas confían mucho más en que su situación económica personal o de su hogar estará mejor que la situación económica del país. Así, un 44% de las personas en el mundo y un 38% de las personas en Chile ven con confianza el futuro de la situación económica de su hogar.

%mucha+algodeconfianza

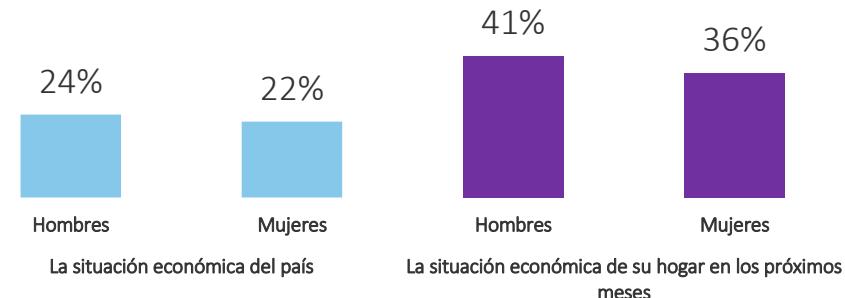
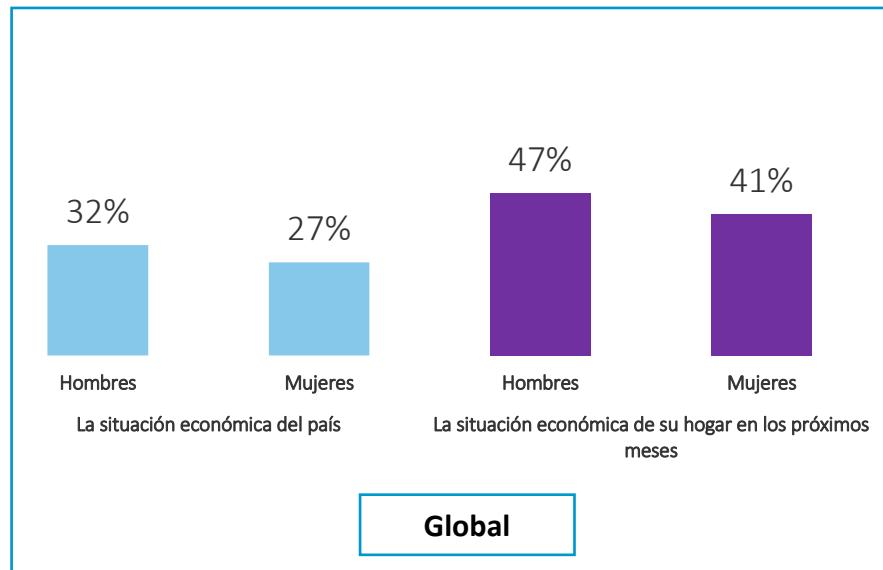


Confianza en la situación económica Chile y el mundo



En Chile, hombres y mujeres comparten una visión con baja confianza en la situación económica del país; en cambio, en el mundo, los hombres son más optimistas que las mujeres respecto de la economía del país. Respecto de la situación económica del hogar, si bien los chilenos son menos optimistas que el resto del mundo, en ambos casos se observa que los hombres confían más en el futuro de su situación económica que las mujeres.

%mucha+algo de confianza





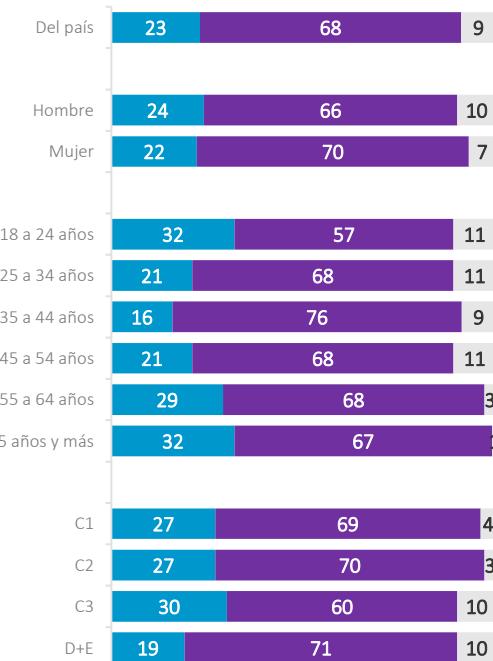
Confianza en la situación económica - Chile



La confianza en la economía del hogar es mayor entre personas de nivel socioeconómico alto, así como entre personas menores de 24 años o mayores de 65. La confianza en la situación económica del país es más baja entre personas de estratos bajos y adultos de entre 35 y 44 años.

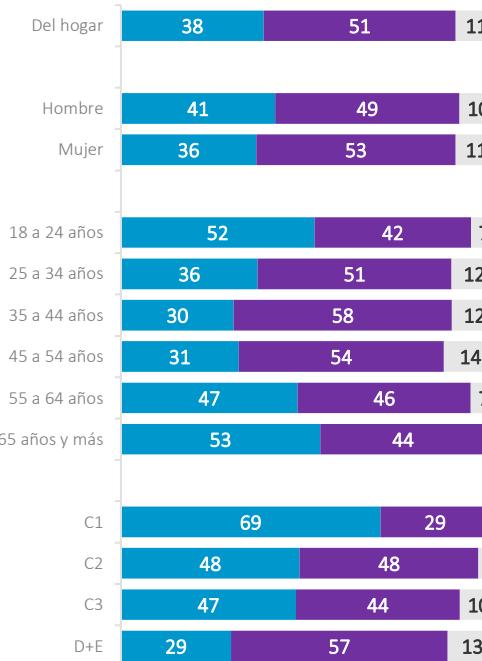
Del país

■ Mucha + Algo confianza ■ Poca + Nada confianza ■ NS/Nr



Del hogar

■ Mucha + Algo confianza ■ Poca + Nada confianza ■ Ns/Nr

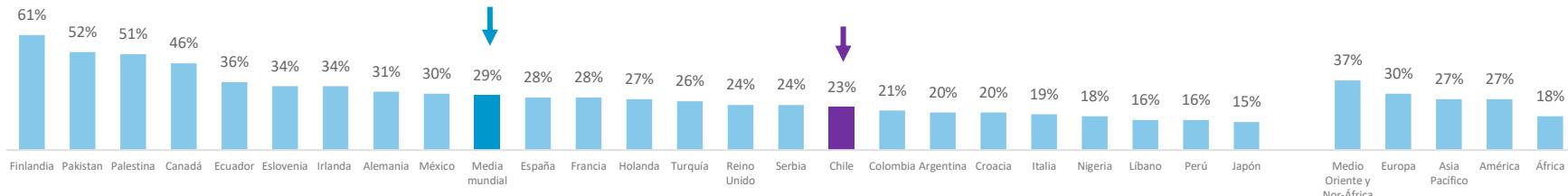




Confianza en la situación económica

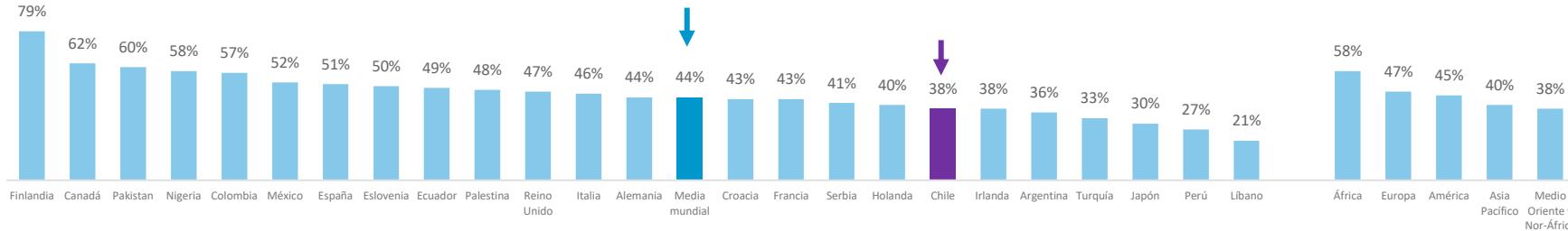


%mucha+algodeconfianza
DELPAÍS



activasite.com

%mucha+algodeconfianza
DELHOGAR



Sentimientos sobre el futuro

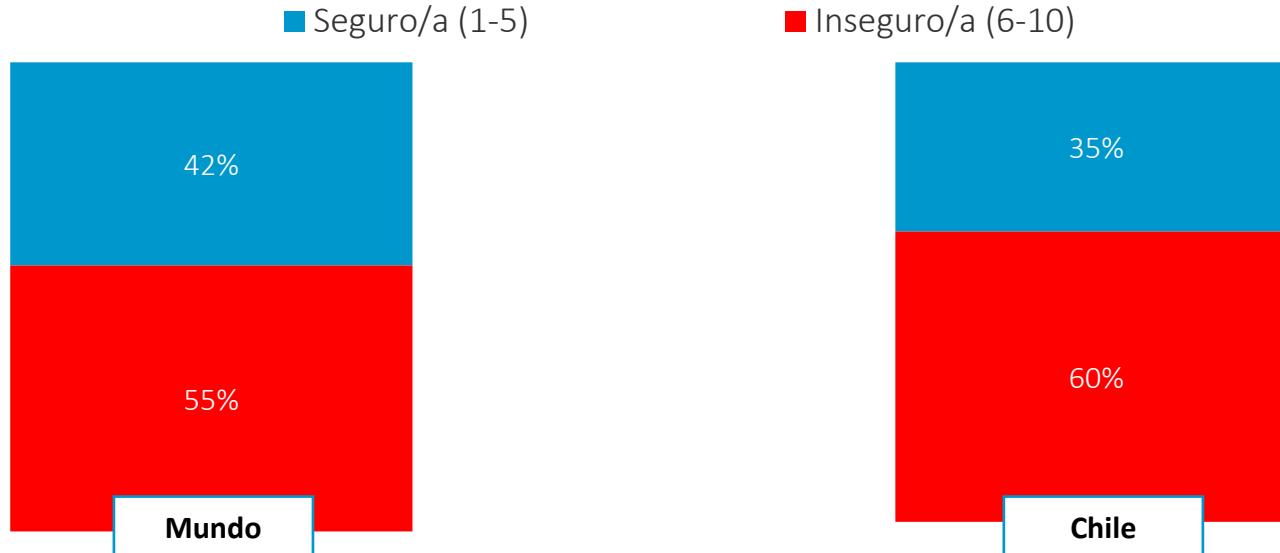




Sentimientos sobre el futuro Chile y el mundo



La mayoría de las personas a nivel mundial se sienten inseguras sobre el futuro, llegando a un 55%. En Chile este valor es aún mayor, llegando a 60%, mientras que solamente un 35% declara sentirse en algún grado seguro sobre el futuro del país.

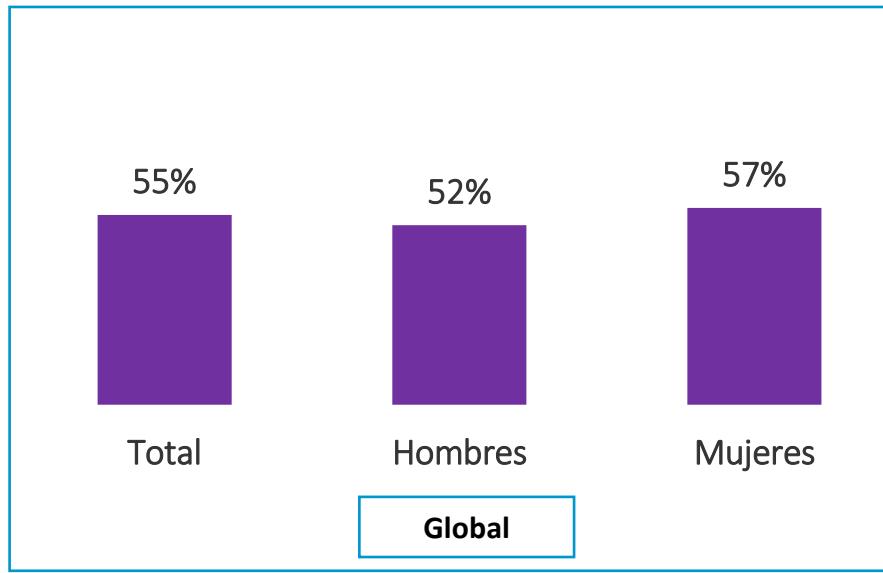


Sentimientos sobre el futuro Chile y el mundo



La inseguridad sobre el futuro es mayor entre mujeres, fenómeno que se observa tanto en Chile como en el mundo. Para el caso global, un 57% de las mujeres sienten algún grado de inseguridad con el futuro, mientras que este porcentaje llega a 64% para el caso de las mujeres chilenas, quienes son más pesimistas que la media global.

%inseguro(6a10)



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 19.422; E.M +/- 0,7%)

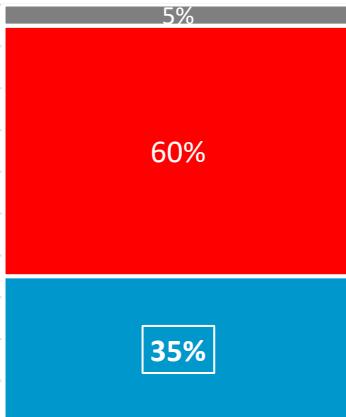
Sentimientos sobre el futuro - Chile



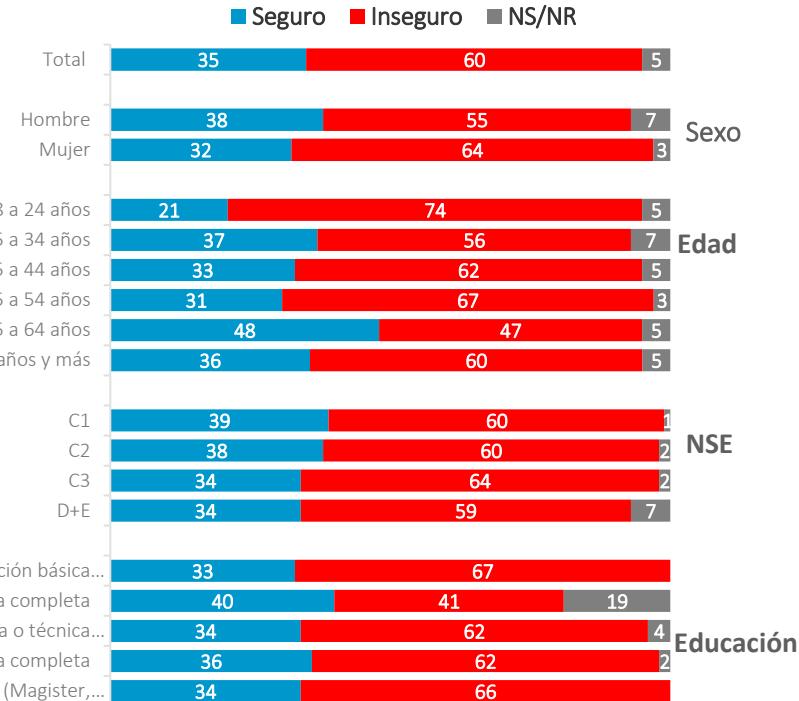
La inseguridad es la postura mayoritaria en todos los segmentos de la población nacional, pero prima entre personas jóvenes menores de 25 años. La postura optimista es mayor entre personas de 55 a 64 años y personas de nivel socioeconómico alto y medio alto.

CHILE

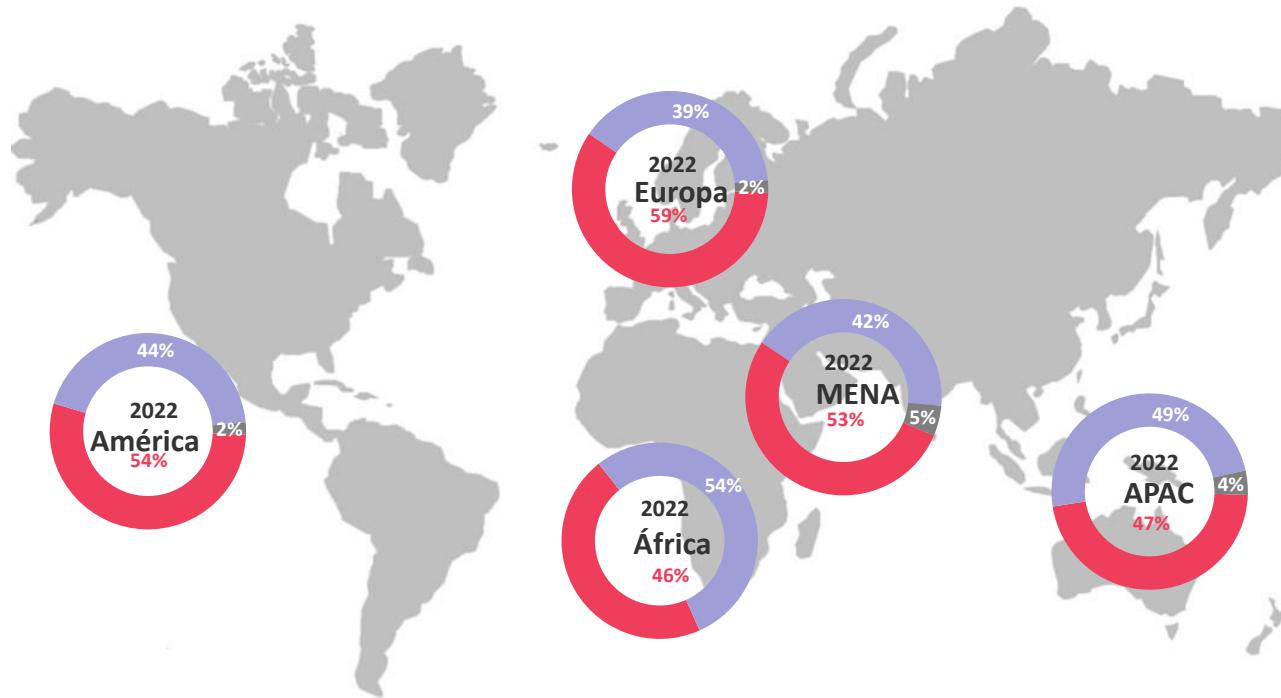
■ Seguro/a (1-5) ■ Inseguro/a (6-10) ■ NS/NR



2022



Sentimientos sobre el futuro



Inseguro/a
(10, 9, 8, 7, 6)

Seguro/a
(1, 2, 3, 4, 5)

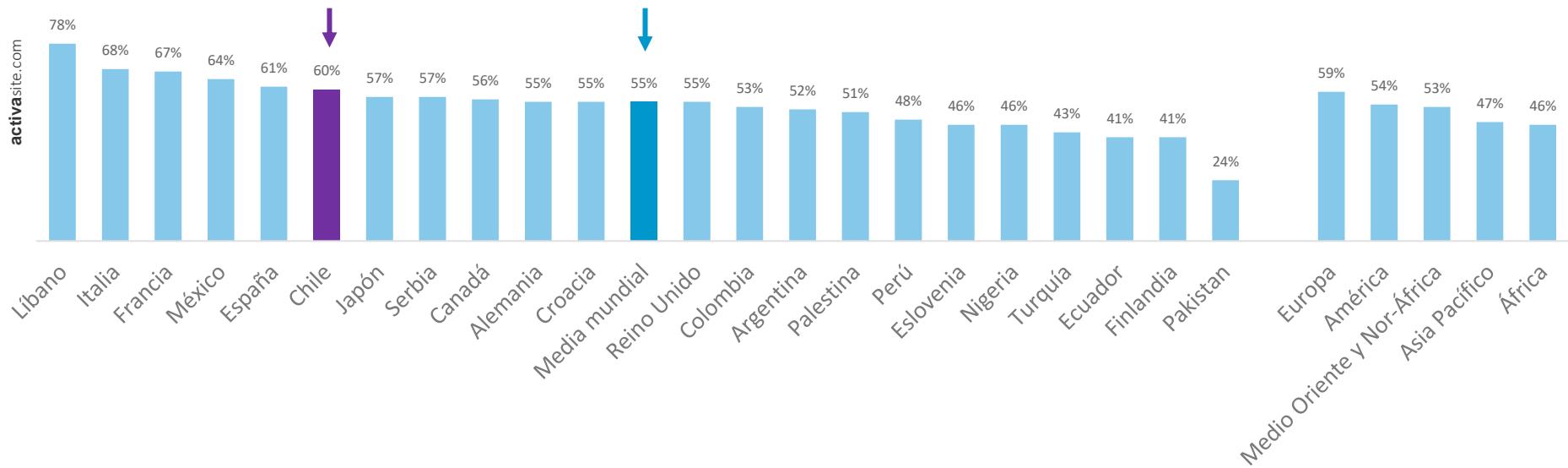
Ns/Nr

Sentimientos sobre el futuro



Las personas de Europa y América son quienes más inseguros se sienten sobre su futuro. Chile está por sobre la media global y presenta valores similares a España. Países como El Líbano, Italia y Francia presentan mayor inseguridad, mientras que Pakistán, Finlandia y Ecuador presentan la menor inseguridad observada en el estudio.

%6 a 10 “Inseguro/a”



#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION