

OPINIONES GLOBALES SOBRE LA SOSTENIBILIDAD

Una encuesta Global Advisor

Noviembre de 2022

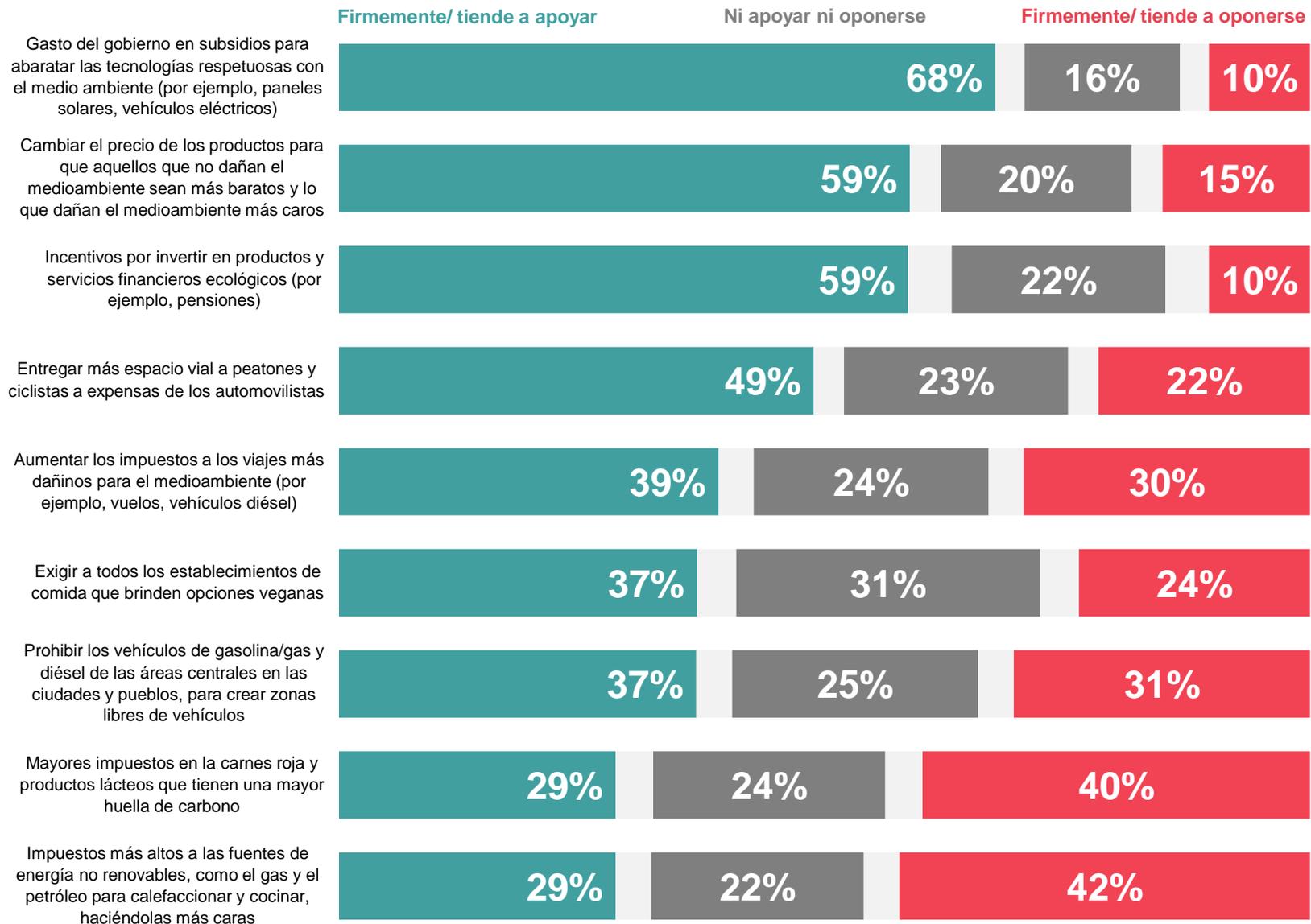
Políticas para reducir el cambio climático

SYSTEM CHANGE
NOT
CLIMATE CHANGE

Las personas apoyan un rango de políticas sobre el cambio climático, como subsidios gubernamentales a la tecnología medioambiental, cambios en los precios de los productos e incentivos a productos ecológicos.

Promedio Global de países

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o los inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es que lo hace, apoya o se opondría a las siguientes políticas en su país?



Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Apoyo a las políticas de reducción del cambio climático en los países

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es que lo hace, apoya o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Top tres políticas:

- #1 en el país
- #2 en el país
- #3 en el país

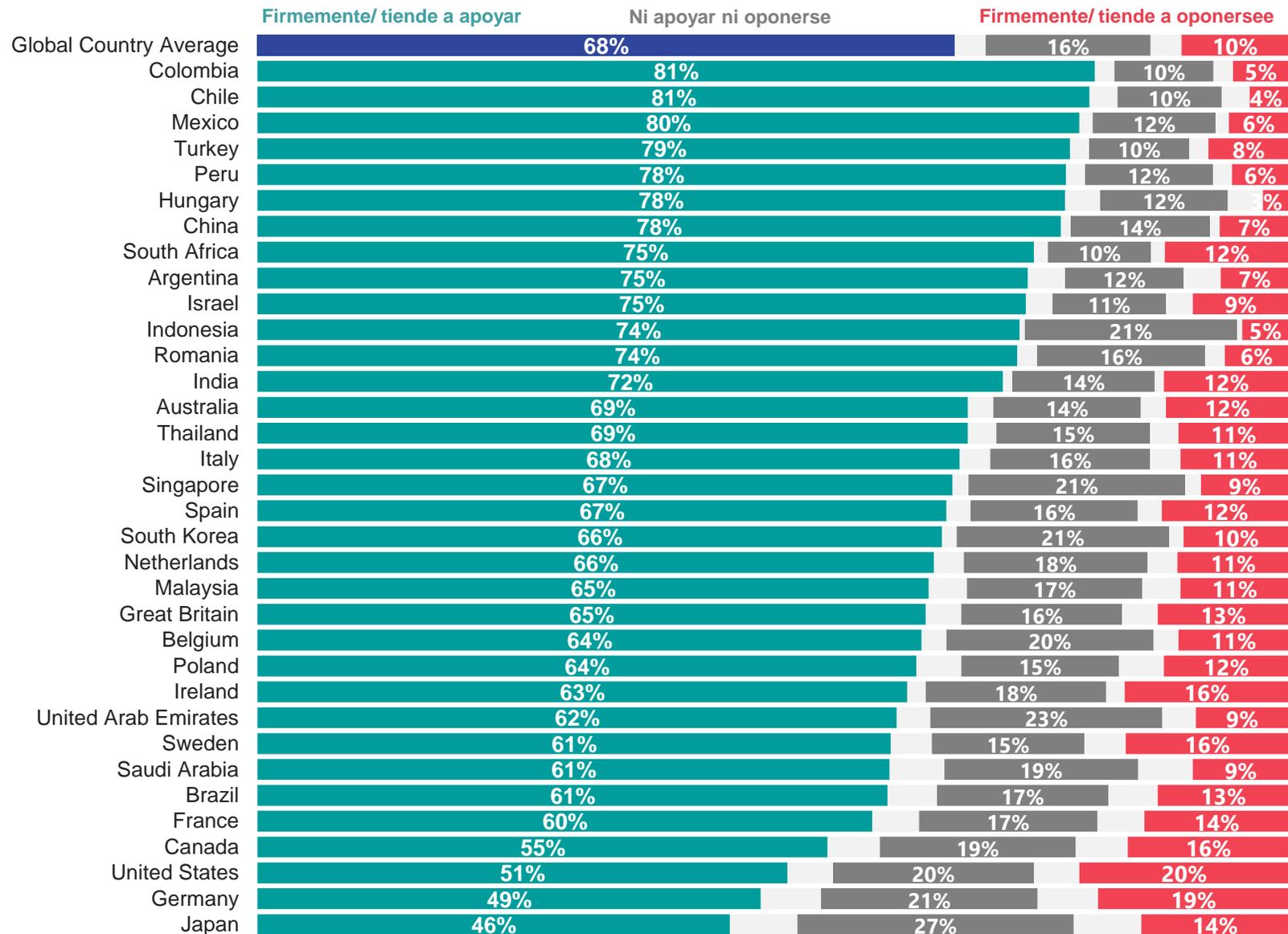
	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	CHN	COL	GER	ESP	FRA	GBR	HUN	INA	IRL	ISR	IND	ITA	JPN	KOR	MEX	MAS	NED	PER	POL	ROU	KSA	SWE	SIN	THA	TUR	USA	UAE	RSA	
Gasto del gobierno en subsidios para abaratar las tecnologías respetuosas con el medio ambiente (por ejemplo, paneles solares, vehículos eléctricos)	68%	75%	69%	64%	61%	55%	81%	78%	81%	49%	67%	60%	65%	78%	74%	63%	75%	72%	68%	46%	66%	80%	65%	66%	78%	64%	74%	61%	61%	67%	69%	79%	51%	62%	75%
Cambiar el precio de los productos para que aquellos que no dañan el medioambiente sean más baratos y lo que dañan el medioambiente sean más caros	59%	68%	56%	51%	53%	51%	71%	67%	71%	44%	57%	59%	58%	53%	74%	54%	57%	64%	61%	31%	57%	72%	62%	56%	68%	58%	63%	59%	47%	58%	63%	61%	47%	64%	65%
Incentivos por invertir en productos y servicios financieros ecológicos (por ejemplo, pensiones)	59%	58%	61%	45%	59%	48%	68%	74%	70%	41%	56%	47%	57%	58%	66%	57%	63%	69%	57%	31%	56%	72%	60%	57%	68%	54%	60%	53%	41%	65%	67%	74%	48%	60%	72%
Entregar más espacio vial a peatones y ciclistas a expensas de los automovilistas	49%	56%	32%	45%	50%	34%	64%	52%	61%	37%	44%	37%	37%	75%	39%	38%	64%	57%	28%	38%	70%	50%	47%	71%	42%	58%	53%	37%	49%	67%	55%	34%	55%	47%	
Aumentar los impuestos a los viajes más dañinos para el medioambiente (por ejemplo, vuelos, vehículos diésel)	39%	31%	34%	38%	28%	32%	38%	58%	46%	36%	37%	42%	35%	44%	34%	31%	58%	43%	27%	51%	39%	38%	52%	46%	39%	35%	43%	32%	40%	38%	41%	28%	41%	39%	
Exigir a todos los establecimientos de comida que brinden opciones veganas	37%	48%	29%	24%	40%	22%	43%	36%	46%	27%	37%	35%	28%	41%	41%	46%	56%	39%	13%	29%	44%	44%	33%	45%	28%	33%	50%	31%	35%	49%	37%	25%	45%	51%	
Prohibir los vehículos de gasolina/gas y diésel de las áreas centrales en las ciudades y pueblos, para crear zonas libres de vehículos	37%	34%	33%	25%	34%	27%	34%	43%	40%	26%	33%	37%	31%	45%	34%	38%	57%	46%	21%	43%	41%	34%	35%	44%	41%	49%	47%	28%	40%	34%	49%	24%	47%	30%	
Las personas se oponen ampliamente a mayores impuestos en la carnes roja y productos lácteos que tienen una mayor huella de carbono	29%	21%	25%	21%	22%	21%	31%	48%	29%	29%	27%	30%	15%	32%	25%	18%	57%	33%	17%	38%	26%	30%	35%	31%	26%	19%	35%	24%	32%	34%	29%	20%	37%	28%	
Impuestos más altos a las fuentes de energía no renovables, como el gas y el petróleo para calefaccionar y cocinar, haciéndolas más caras	29%	24%	30%	18%	27%	24%	29%	50%	32%	23%	22%	29%	12%	35%	25%	26%	50%	26%	15%	39%	28%	32%	31%	28%	24%	18%	37%	32%	38%	28%	28%	21%	33%	27%	

Una gran mayoría apoyaría los subsidios gubernamentales para abaratar las tecnologías respetuosas con el medioambiente

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Gasto del gobierno en subsidios para abaratar las tecnologías respetuosas con el medio ambiente (por ejemplo, paneles solares, vehículos eléctricos)



Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

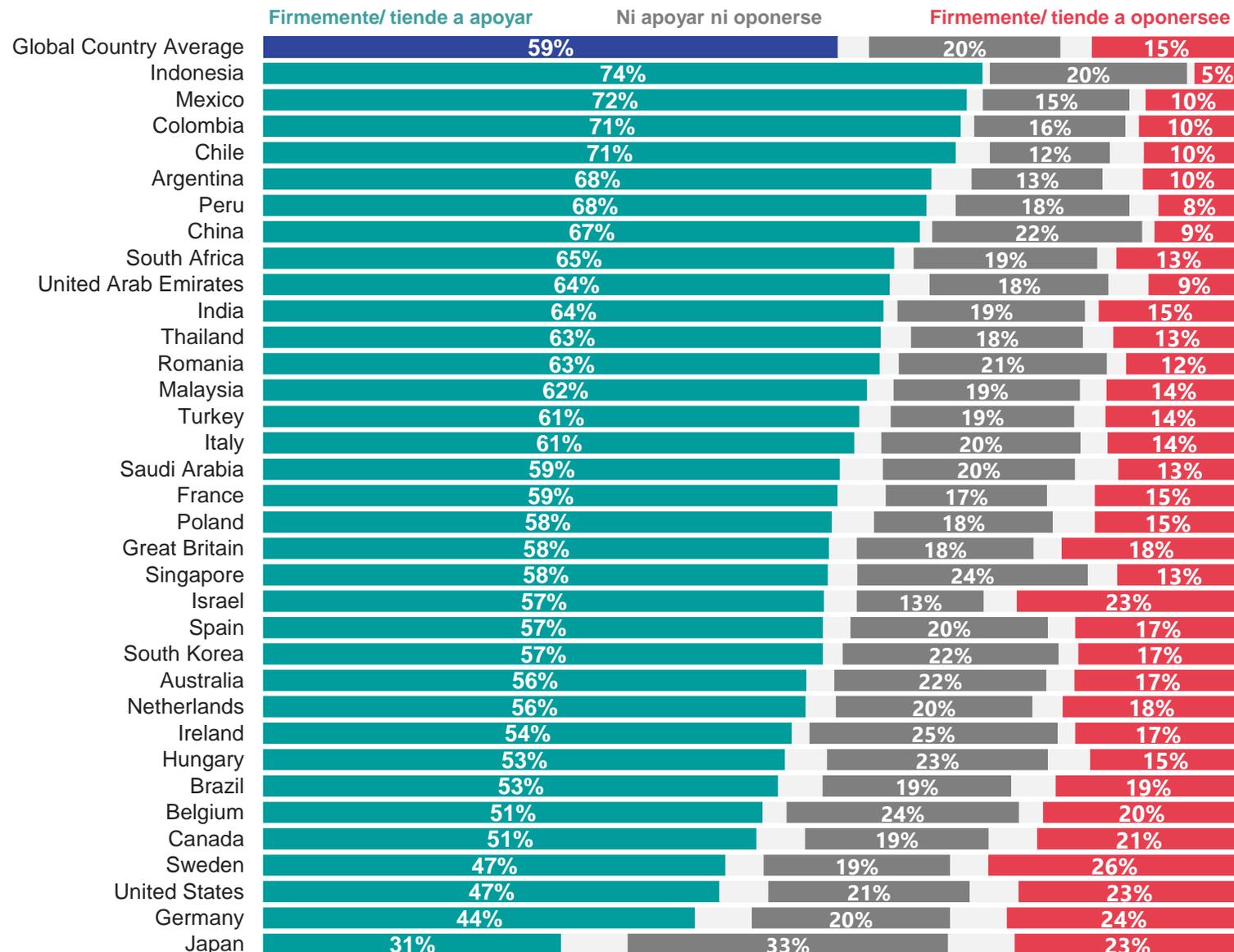


La mayoría también apoyaría cambiar el precio de los productos

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Cambiar el precio de los productos para que aquellos que no dañan el medioambiente sean más baratos y los que dañan el medioambiente sean más caros



Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

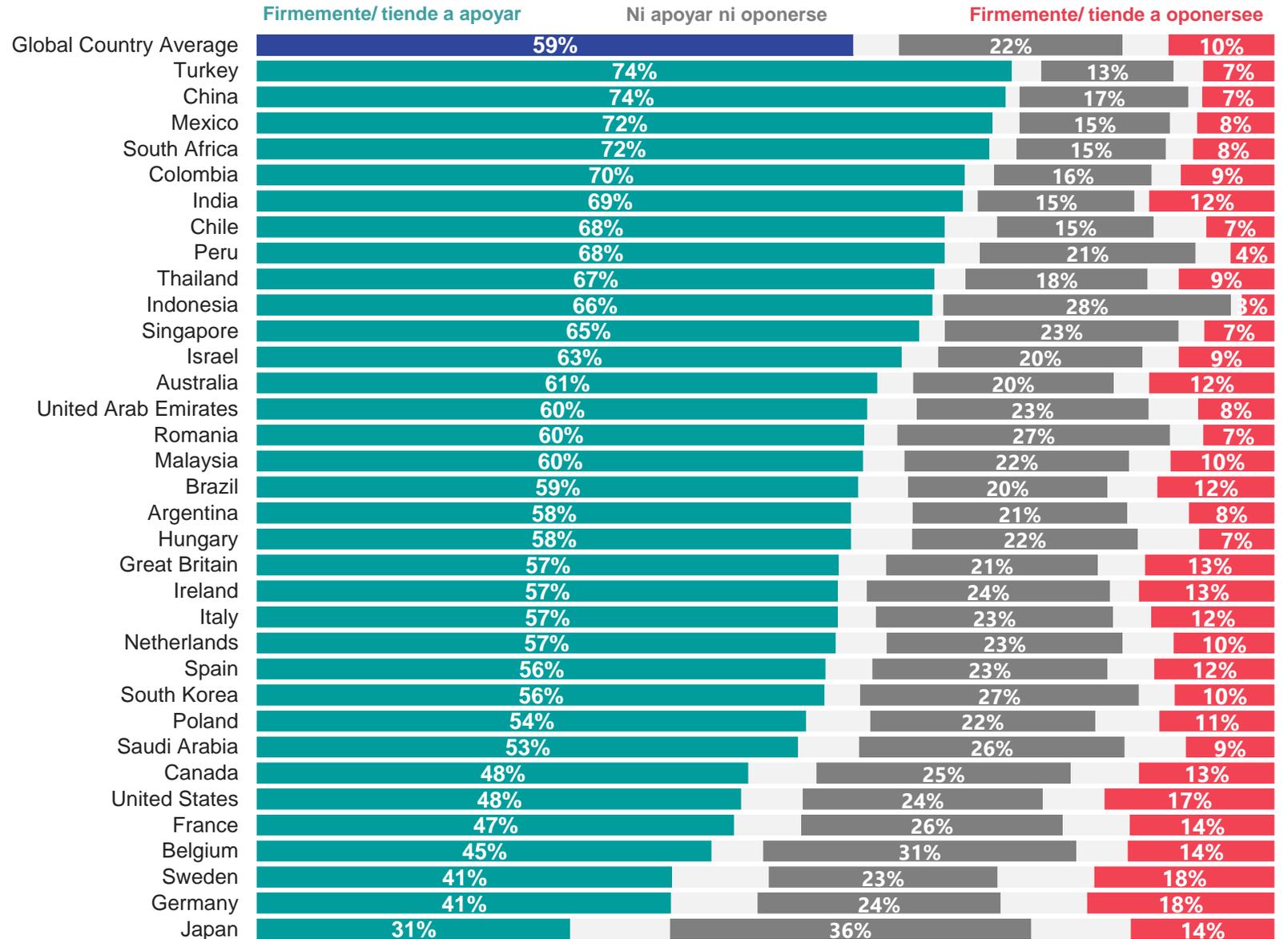


Las personas también apoyarían los incentivos para invertir en productos y servicios ecológicos

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Incentivos por invertir en productos y servicios financieros ecológicos (por ejemplo, pensiones)



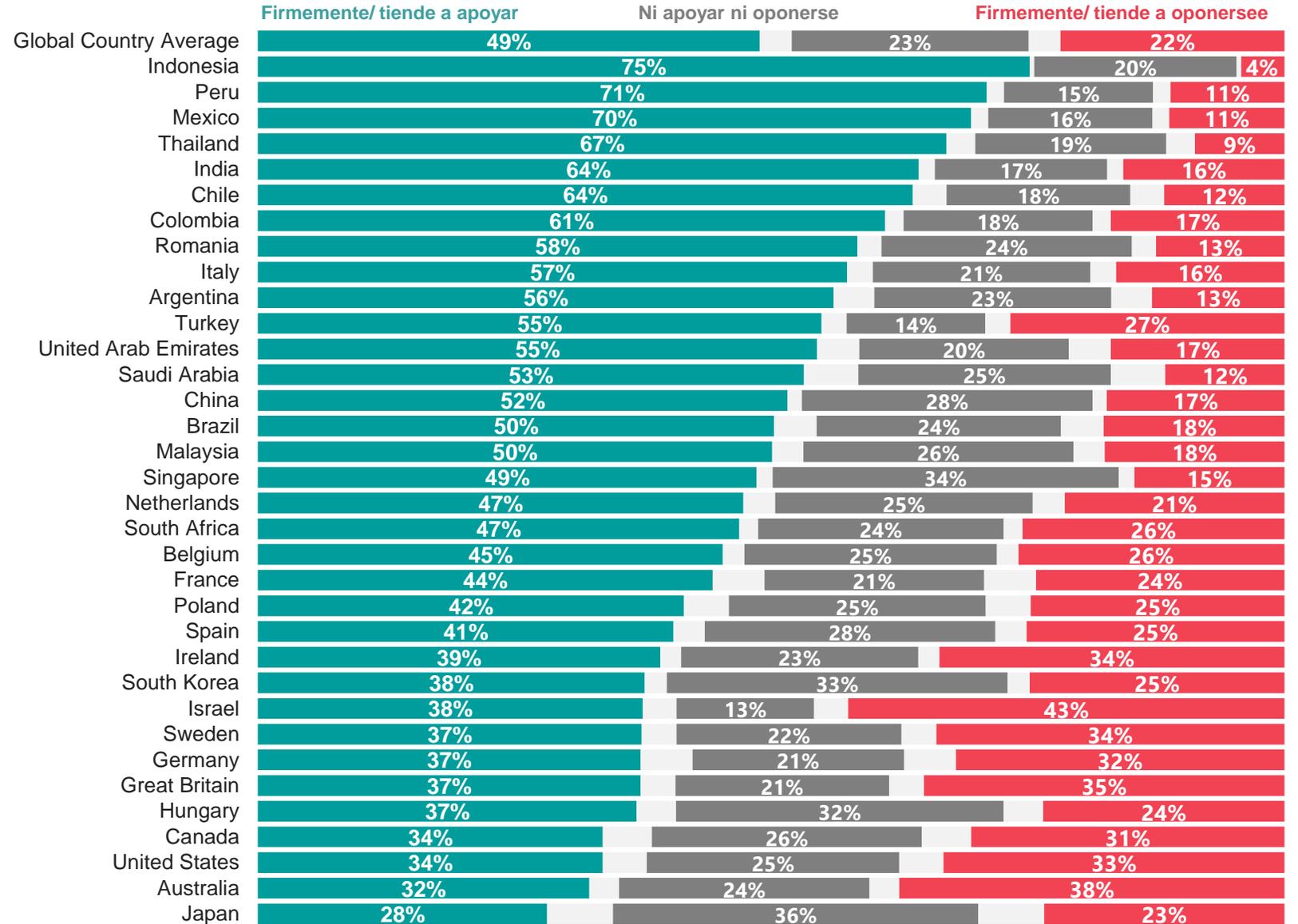
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Alrededor de la mitad apoyaría entregar más espacio vial a peatones y ciclistas

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Entregar más espacio vial a peatones y ciclistas a expensas de los automovilistas



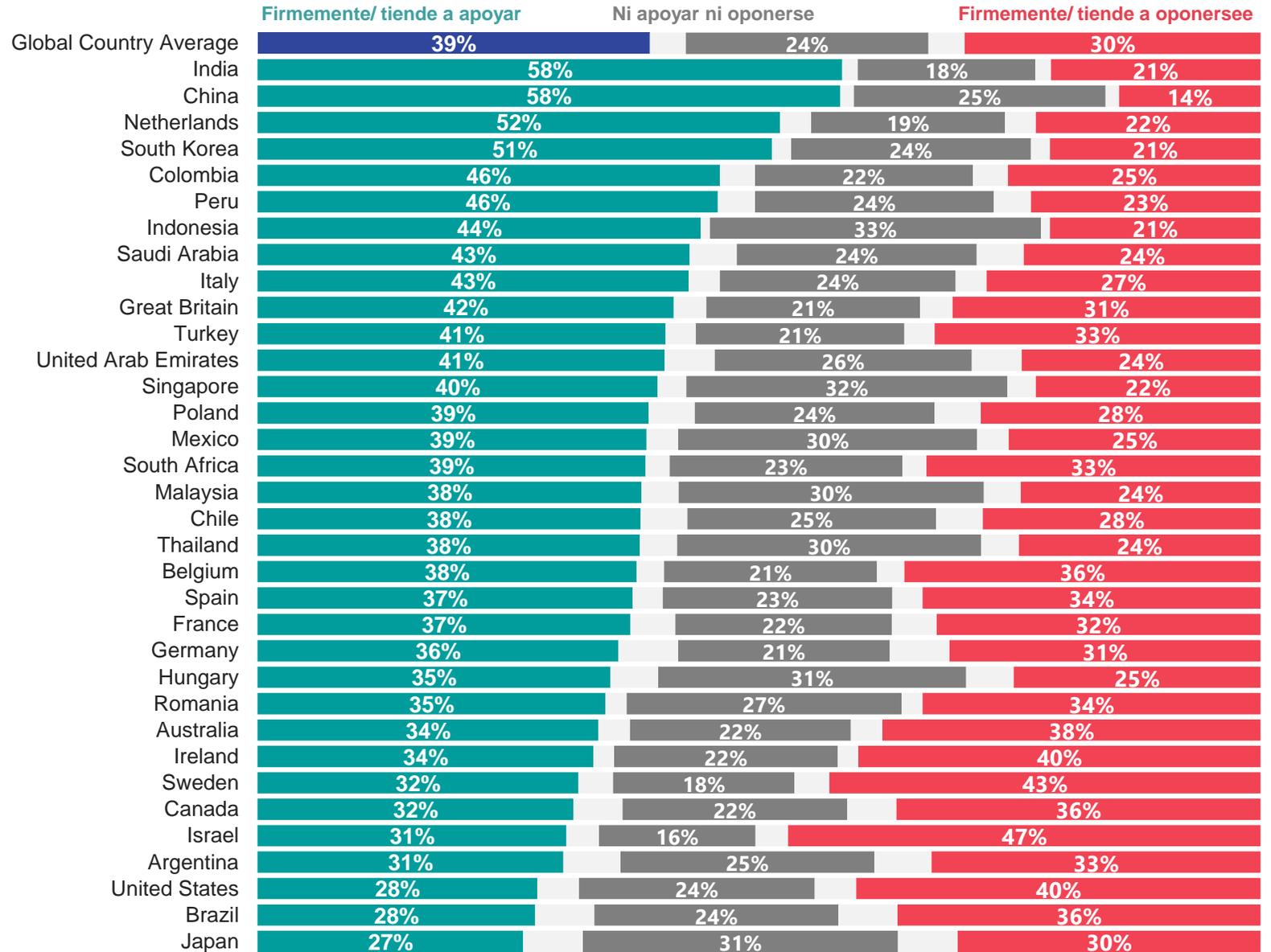
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Las personas están divididas sobre aumentar los impuestos en los viajes más dañinos para el medioambiente

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Aumentar los impuestos en los viajes más dañinos para el medioambiente (por ejemplo, vuelos, vehículos diésel)



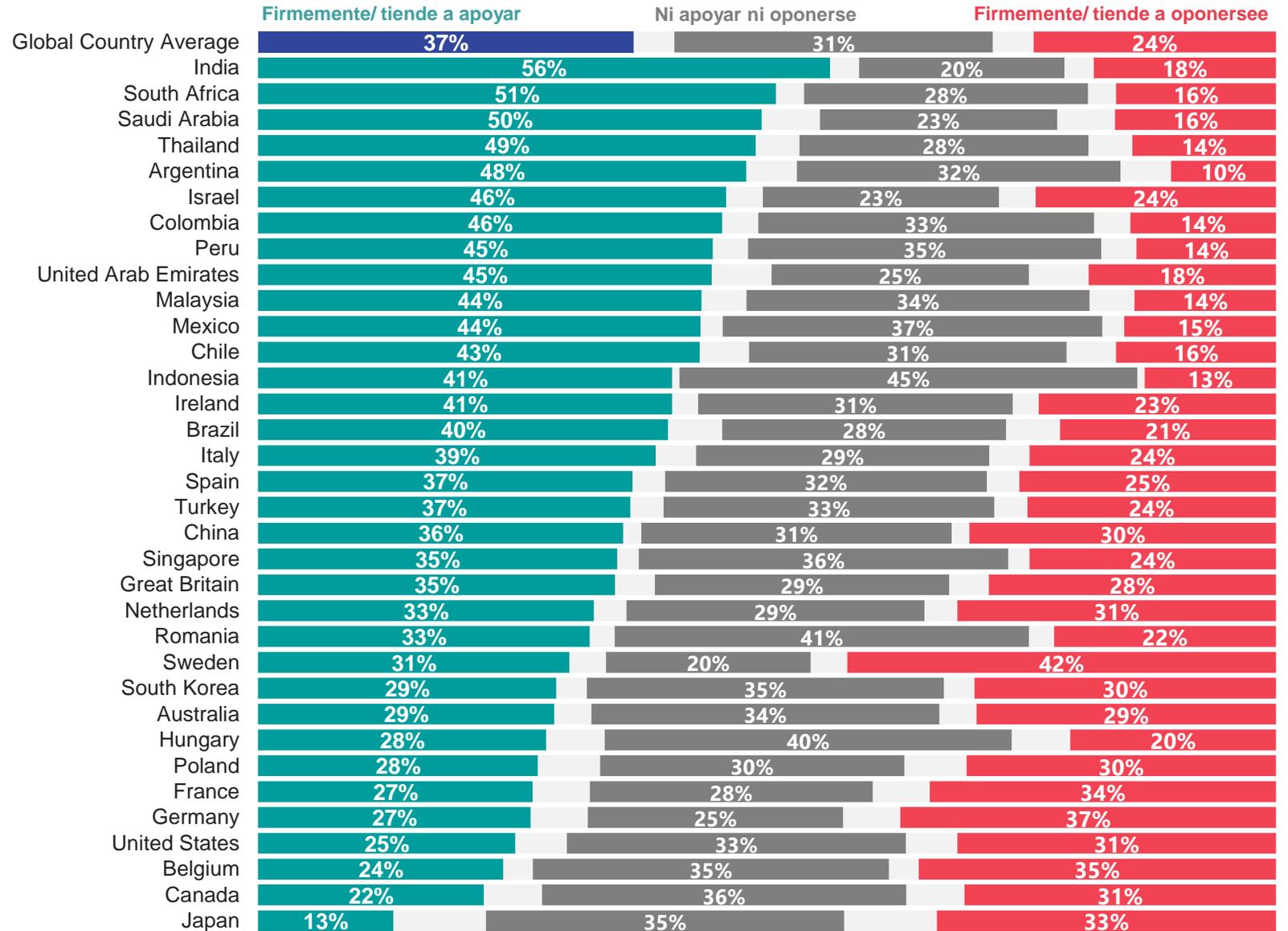
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

También están divididos sobre si se debe exigir a todos los establecimientos de comida que brinden opciones veganas.

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Exigir a todos los establecimientos de comida que brinden opciones veganas



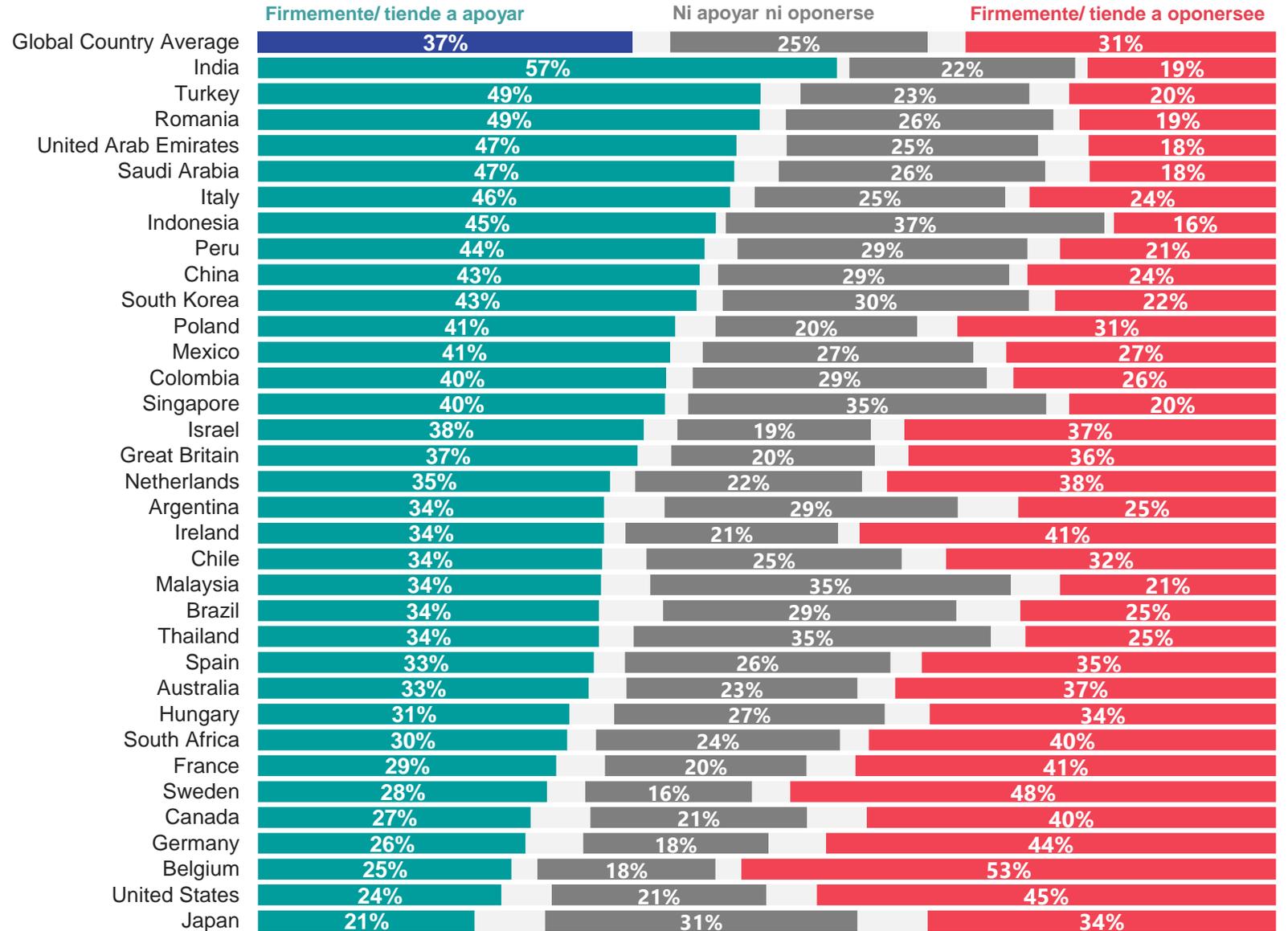
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Las personas están divididas sobre si debería haber zonas libres de vehículos en ciudades y pueblos.

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Prohibir los vehículos de gasolina/gas y diésel de las áreas centrales en las ciudades y pueblos, para crear zonas libres de vehículos



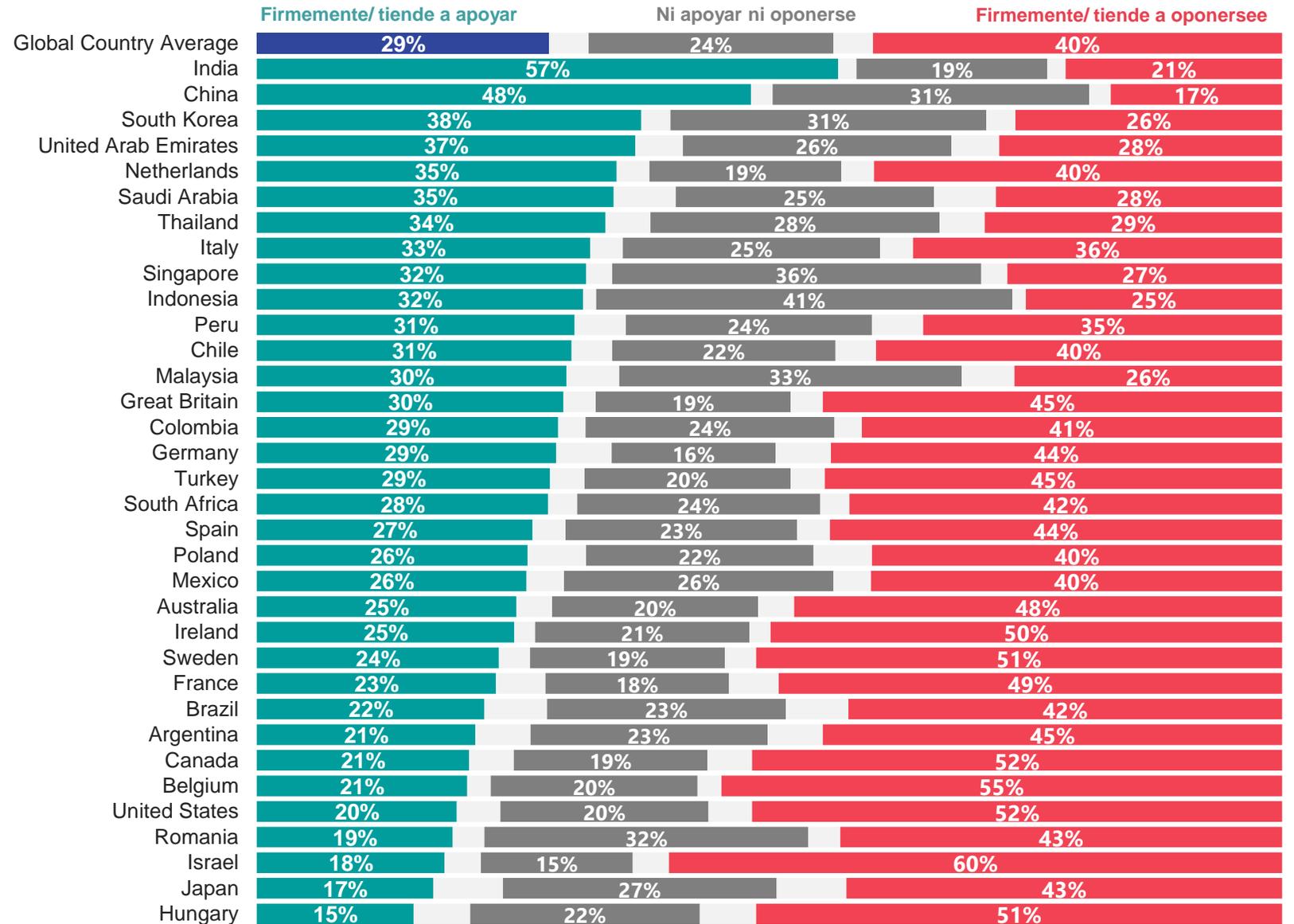
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Las personas se oponen ampliamente a mayores impuestos en la carnes roja y productos lácteos

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Impuestos más altos a la carne roja y productos lácteos



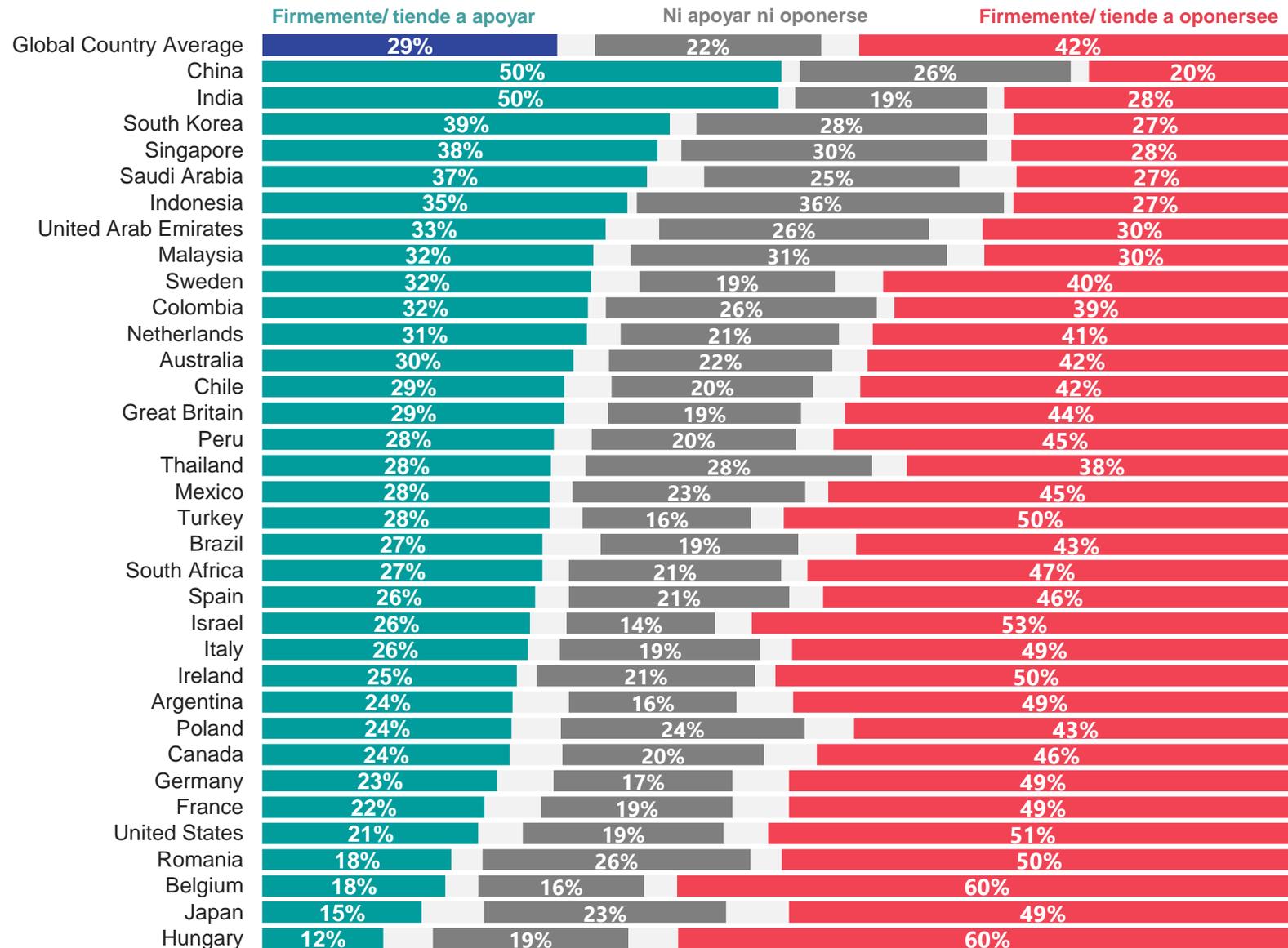
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

También se oponen a subir impuestos a las fuentes de energía no renovables

Datos por país

P. A continuación se presentan una serie de políticas que se han sugerido para reducir el cambio climático, a veces aumentando los costos o inconvenientes para que individuos como usted intenten cambiar sus comportamientos. ¿En qué medida, si es lo hace apoyaría o se opondría a las siguientes políticas en su país?

Impuestos más altos a las fuentes de energía no renovables, como el gas y el petróleo para calefaccionar y cocinar, haciéndolas más caras



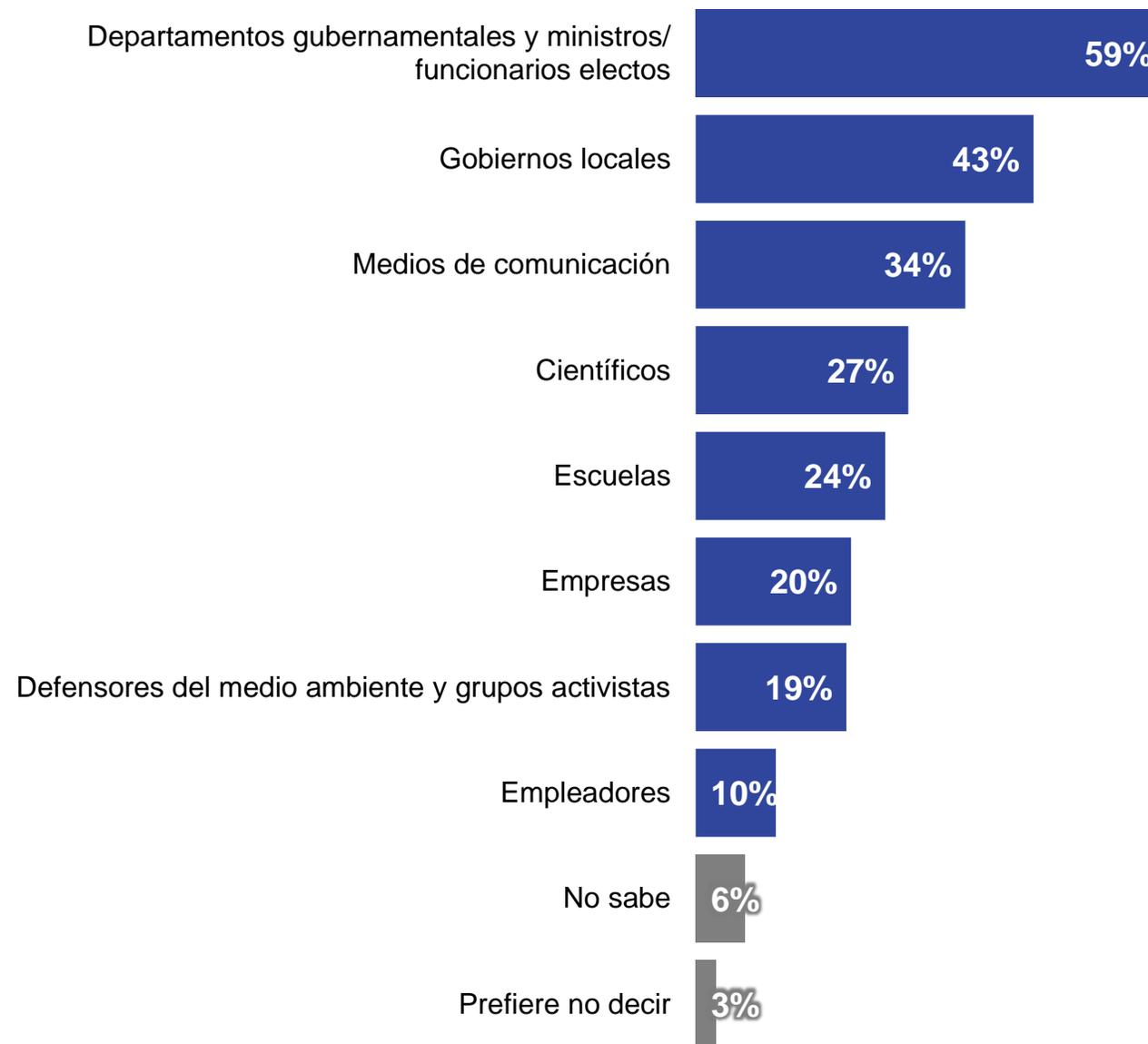
Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

**¿De quién es la
responsabilidad
de educar al
público?**



Las personas piensan que es mayoritariamente responsabilidad de los departamentos y ministerios del gobierno educar al público sobre el cambio climático

P. En su opinión, ¿quién tiene la responsabilidad de informar y educar a las personas sobre las acciones que deben tomarse en su país para combatir el cambio climático? Por favor, seleccione los tres que considere más responsables.



Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Responsabilidad de informar y educar al público sobre el cambio climático en los países

P. En su opinión, ¿quién tiene la responsabilidad de informar y educar a las personas sobre las acciones que deben tomarse en su país para combatir el cambio climático? Por favor, seleccione los tres que considere más responsables.

Top tres políticas:

- #1 en el país
- #2 en el país
- #3 en el país

	Global Average	ARG	AUS	BEL	BRA	CAN	CHI	CHN	COL	GER	ESP	FRA	GBR	HUN	INA	IRL	ISR	IND	ITA	JPN	KOR	MEX	MAS	NED	PER	POL	ROU	KSA	SWE	SIN	THA	TUR	USA	UAE	RSA
Departamentos gubernamentales y ministros/funcionarios electos	59%	56%	68%	63%	57%	56%	57%	64%	49%	48%	59%	57%	69%	72%	68%	67%	67%	54%	46%	66%	75%	52%	66%	69%	49%	54%	62%	35%	68%	61%	57%	57%	53%	43%	74%
Gobiernos locales	43%	42%	39%	36%	55%	36%	43%	68%	53%	46%	36%	27%	33%	22%	57%	40%	49%	43%	42%	41%	46%	52%	48%	43%	52%	29%	43%	28%	40%	46%	45%	50%	37%	36%	48%
Científicos	27%	21%	37%	33%	20%	40%	24%	24%	22%	33%	34%	33%	35%	37%	19%	32%	16%	16%	37%	14%	13%	21%	21%	30%	21%	33%	31%	25%	37%	16%	17%	38%	36%	22%	23%
Empresas	20%	18%	14%	20%	23%	12%	21%	40%	24%	18%	8%	20%	18%	6%	26%	17%	10%	22%	16%	27%	46%	25%	11%	20%	15%	12%	10%	21%	20%	31%	26%	19%	13%	20%	20%
Empleados	10%	4%	7%	9%	7%	7%	6%	9%	9%	8%	9%	10%	10%	9%	16%	13%	9%	22%	9%	5%	11%	5%	12%	8%	3%	12%	12%	20%	7%	19%	10%	10%	7%	15%	12%
Medios de comunicación	34%	51%	25%	27%	28%	21%	55%	41%	45%	24%	35%	28%	26%	41%	35%	28%	29%	37%	41%	22%	35%	45%	36%	22%	58%	38%	34%	43%	22%	25%	28%	35%	25%	40%	34%
Defensores del medio ambiente y grupos activistas	19%	21%	13%	11%	21%	11%	18%	27%	28%	10%	15%	10%	12%	21%	29%	13%	16%	36%	12%	7%	17%	26%	25%	11%	26%	23%	26%	25%	6%	22%	21%	21%	19%	22%	27%
Escuelas	24%	40%	15%	18%	30%	16%	28%	13%	32%	11%	37%	27%	18%	29%	19%	29%	40%	22%	29%	10%	16%	28%	30%	8%	30%	31%	31%	19%	25%	23%	9%	26%	17%	21%	32%

Base: 22.528 adultos en línea de 34 países, del 26 de agosto al 9 de septiembre de 2022. NB encuestó a adultos de 18 a 74 años en Estados Unidos, Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y de 16 a 74 años en otros 24 mercados.

Estos son los hallazgos de la encuesta Ipsos *Global Advisor* realizada entre el 26 de agosto y el 9 de septiembre de 2022

Estos son los resultados de una encuesta en 34 países realizada por Ipsos en su plataforma Global Advisor. Los países que informan aquí son Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China continental, Colombia, Corea del Sur, Emiratos Árabes, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía.

Para los resultados de la encuesta aquí presentados se entrevistó una muestra internacional de 22.528 adultos entre 18 y 74 años en EE. UU., Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Sudáfrica y Turquía; de 20 a 74 años en Tailandia; 21 a 74 años en Indonesia y Singapur; y 16 a 74 años en los otros mercados.

La muestra está compuesta de aproximadamente 1.000 individuos en cada uno de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China continental, EE. UU., España, Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón; y 500 individuos en cada uno de Arabia Saudita, Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Emiratos Árabes, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Israel, Malasia, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía. La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

17 de los 34 países encuestados en línea generan muestras representativas a nivel nacional en sus

países (Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, EE. UU., Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Rumania y Suecia).

Las muestras en Arabia Saudita, Brasil, Chile, China continental, Colombia, Emiratos Árabes India, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, educadas y/o acomodadas que la población general. Ellos no son representativos de su país a nivel nacional. Los resultados de la encuesta en estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de la población.

La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y regulaciones locales.

Estándares y acreditaciones de Ipsos

Los estándares y acreditaciones de Ipsos proporcionan a nuestros clientes la tranquilidad de que siempre pueden confiar en nosotros para entregar resultados fiables y sostenibles. Además, nuestro enfoque en la calidad y mejora continua quiere decir que hemos incorporado una aproximación de "correcto a la primera" a través de toda nuestra organización.



ISO 20252 – Es la norma internacional específica de investigación de mercados que sustituye a la BS 7911 / MRQSA e incorpora el IQCS (Interviewer Quality Control Scheme); cubre las 5 etapas de un proyecto de investigación de mercados. Ipsos UK fue la primera empresa del mundo en obtener esta acreditación.



MRS Company Partnership – Al ser una empresa asociada a MRS, Ipsos UK respalda y apoya los valores centrales de la marca MRS de profesionalidad, excelencia en la investigación y eficacia empresarial; y se compromete a cumplir con el Código de Conducta de MRS en toda la organización. Fuimos la primera empresa en adherir nuestra organización a los requisitos y la autorregulación del Código MRS; más de 350 empresas han seguido nuestro ejemplo.



ISO 9001 – Norma internacional general de empresas centrada en la mejora continua mediante sistemas de gestión de la calidad. En 1994 nos convertimos en uno de los primeros en adoptar la norma empresarial ISO 9001.



ISO 27001 – Norma internacional para la seguridad de la información, diseñada para garantizar la selección de controles adecuados y proporcionados de seguridad. Ipsos UK fue la primera empresa de investigación del Reino Unido en obtenerlo en agosto de 2008.



The UK General Data Protection Regulation (UK GDPR) & the UK Data Protection Act 2018 (DPA) – Ipsos UK está obligada a cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos del Reino Unido y con la Ley de Protección de Datos del Reino Unido; cubre el tratamiento de datos personales y la protección de la privacidad.



HMG Cyber Essentials – Un producto respaldado por el gobierno y clave para el Programa Nacional de Seguridad Cibernética del Reino Unido. Ipsos UK fue evaluada y validada su certificación en 2016. Cyber Essentials define un conjunto de controles que, cuando se implementan correctamente, proporcionan a las organizaciones una protección básica contra las formas más predominantes de amenazas procedentes de Internet.



Fair Data – Ipsos UK se ha inscrito como empresa de "datos justos" al aceptar adherirse a diez principios básicos. Los principios apoyan y complementan otras normas, como las ISO, y los requisitos de la Legislación de Protección de Datos (Data Protection Legislation)..

Este trabajo fue realizado de acuerdo con los requisitos de la norma internacional de calidad para la investigación de mercado, ISO 20252, y con los Términos y Condiciones de Ipsos UK.

ACERCA DE IPSOS

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

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades únicas de muchas especialidades, las cuales entregan una poderosa aproximación sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Prestamos servicio a más de 5.000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones empresariales.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y del Mid-60, y pueden 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 confiable para tomar decisiones confiables nunca ha sido tan grande.

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.

Es por esto que nuestros apasionados y curiosos expertos no solo proporcionan las mediciones más precisas, sino que la interpretan para proporcionar un Verdadero Entendimiento de la Sociedad, los Mercados y las Personas.

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

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

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

“**Game Changers**” – nuestro lema – resume nuestra ambición por ayudar a nuestros clientes a navegar más fácilmente nuestro mundo en profundo cambio.



Gracias.

Nombre:

Pippa Bailey

Detalles:

Pippa.Bailey@ipsos.com