OPINIÓN GLOBAL SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

Impacto | Información | Acción

Una encuesta Global Advisor

Noviembre 2023

Ipsos

Impacto Climático

LOS TITULARES

Muchos ciudadanos del mundo (57%) ya han sido testigos de un grave impacto del cambio climático en el lugar donde viven.

En México, Brasil y Turquía, casi ocho de cada diez personas afirman que el cambio climático ha afectado gravemente al lugar donde viven. Sin embargo, países como Suecia (24%) y Gran Bretaña (34%) se ven mucho menos afectados.

En los 31 países, más de la mitad de la población prevé efectos graves del cambio climático en su zona en los próximos diez años.

Casi nueve de cada diez ciudadanos surcoreanos esperan ver graves repercusiones del cambio climático en su región durante la próxima década.

Más de un tercio de los ciudadanos del mundo esperan verse desplazados a causa del cambio climático en los próximos 25 años.

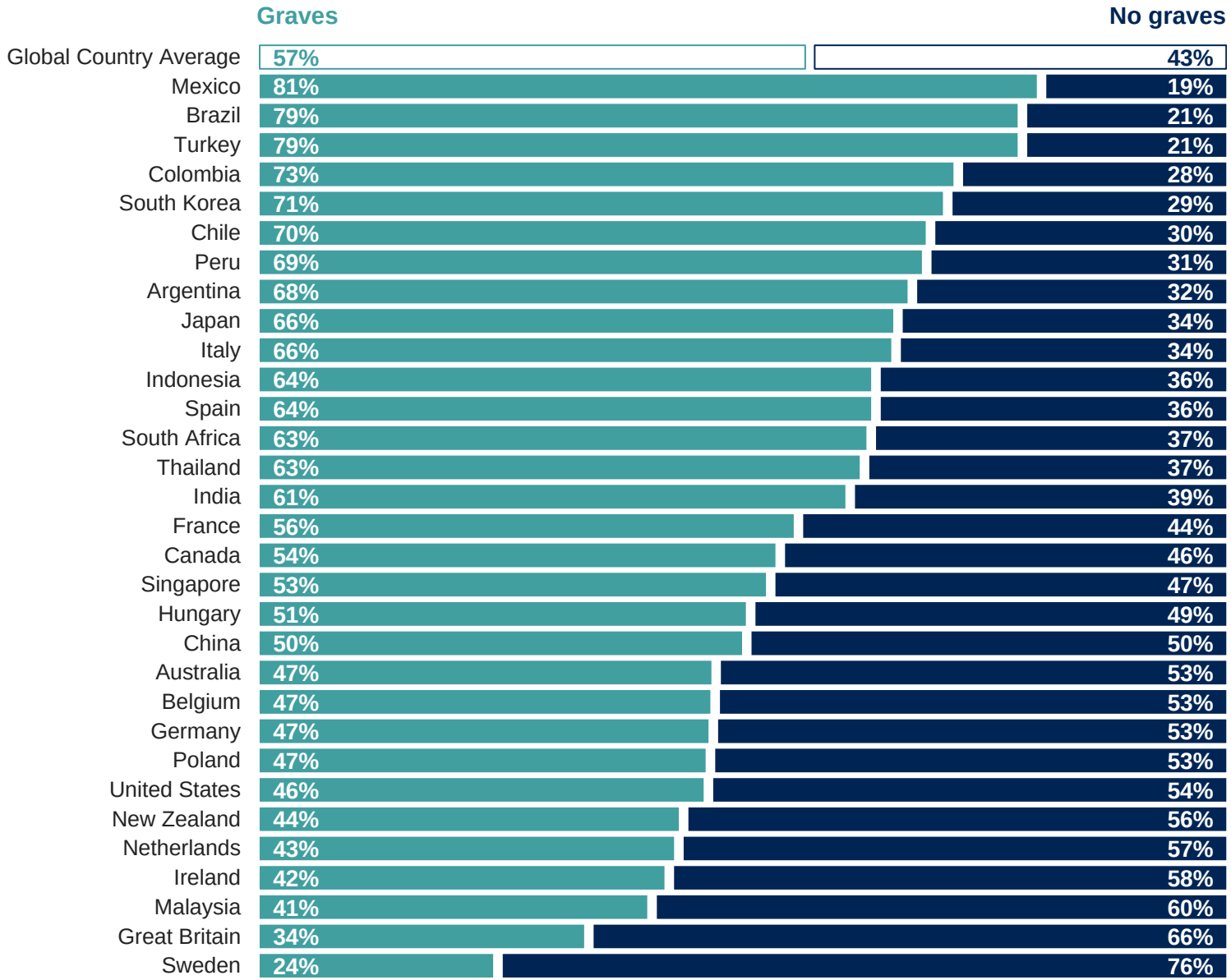
Esta cifra se eleva a más de la mitad de la población en Turquía, Brasil, India, Malasia e Indonesia.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | V1

Casi seis de cada diez afirman que el cambio climático afecta gravemente a la zona en la que viven, pero esta cifra varía mucho según el país.

Data por país

Q. ¿Qué tan graves diría que han sido los efectos del cambio climático hasta ahora en el área donde vive?



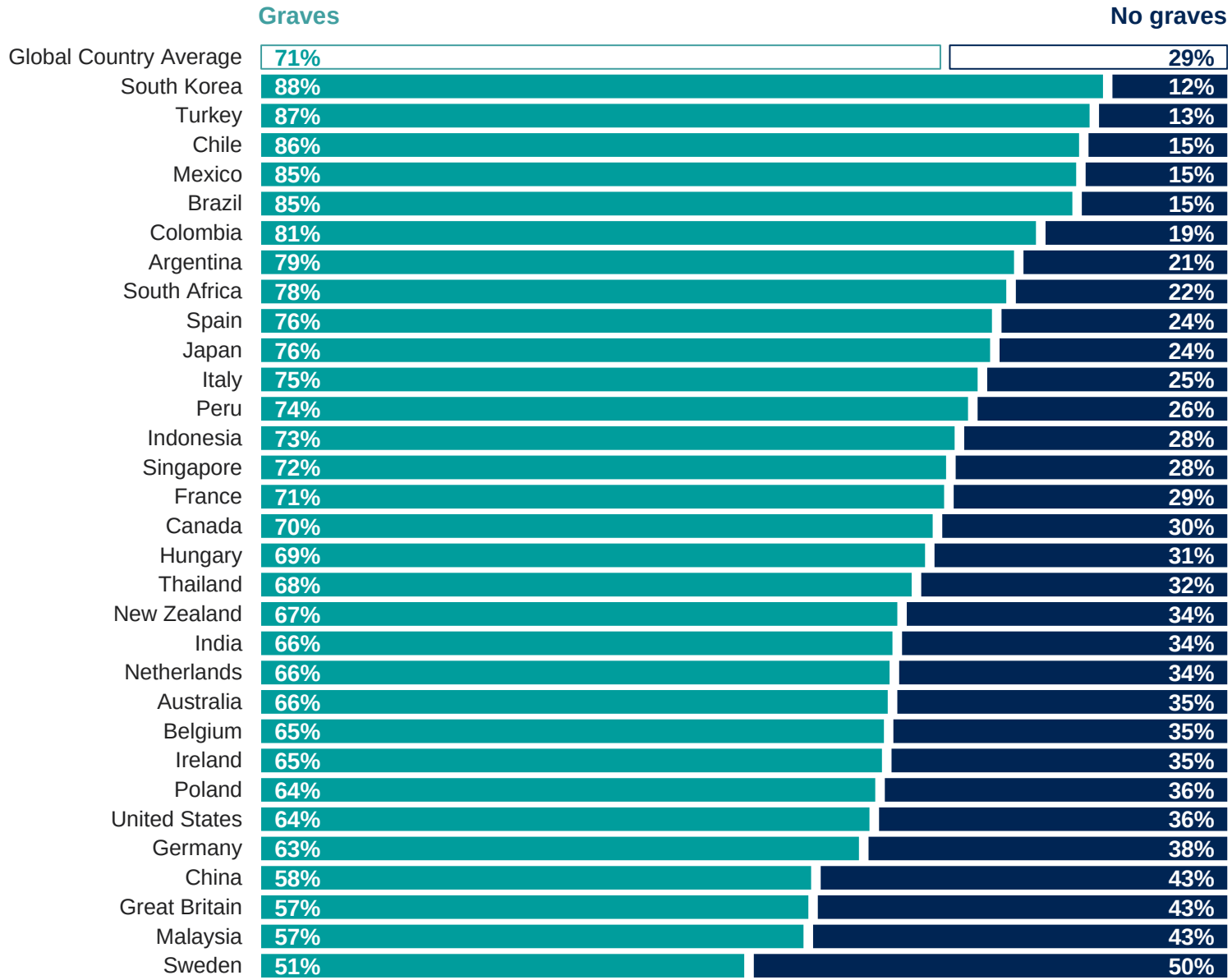
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Más de la mitad de los ciudadanos de todos los países prevén que el cambio climático afectará gravemente a su región en la próxima década.

Data por país

Q. ¿Qué tan grave espera que sean los efectos del cambio climático en su área en los próximos 10 años?



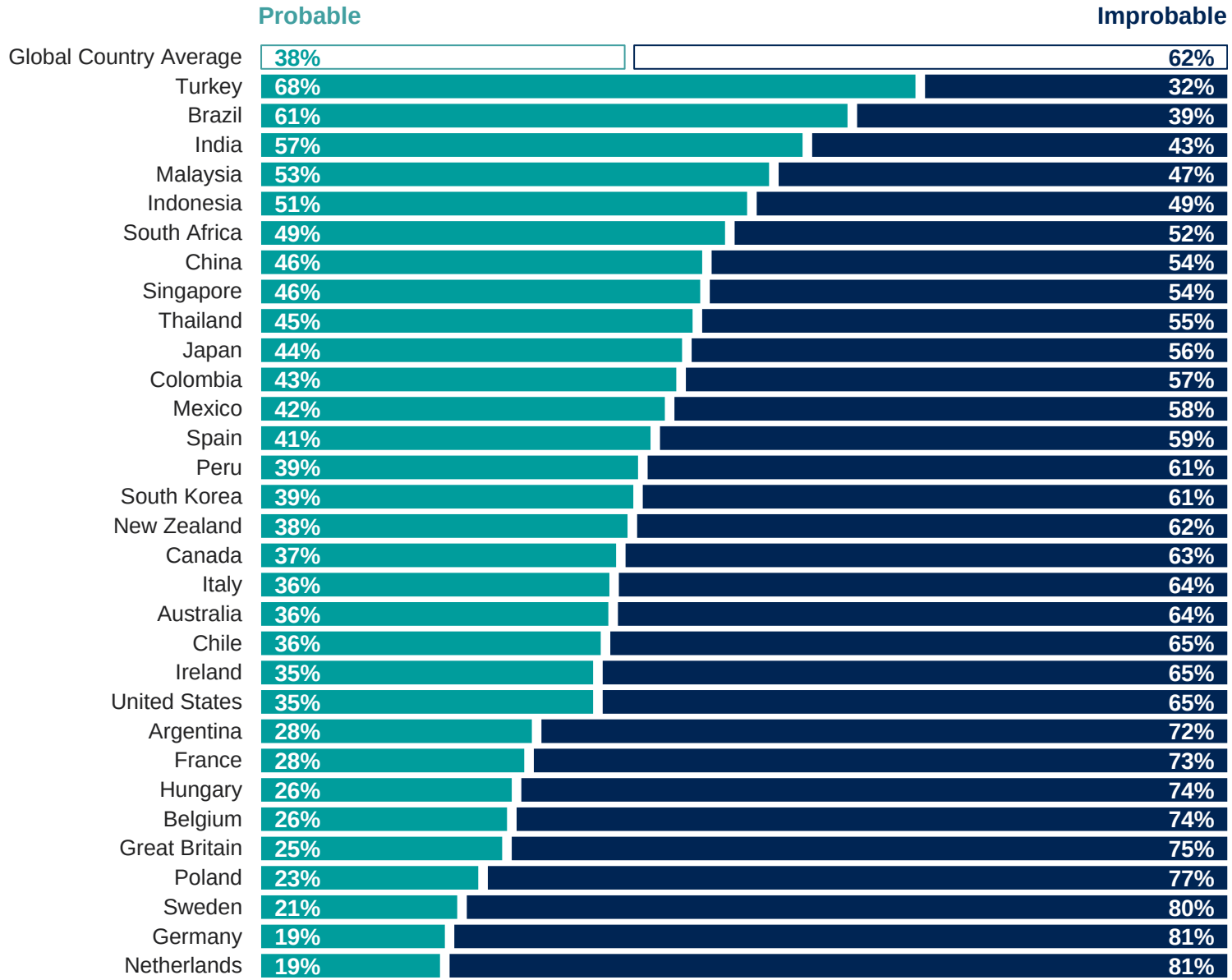
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Casi cuatro de cada diez personas esperan verse desplazadas a causa del cambio climático en los próximos 25 años, con una probabilidad mucho mayor en Turquía, Brasil e India.

Data por país

Q. ¿Qué tan probable es que usted y su familia sean desplazados de su casa como resultado del cambio climático en algún momento de los próximos 25 años?



Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Información Climática

LOS TITULARES

En todo el mundo, seis de cada diez ciudadanos afirman que tanto su gobierno como las empresas no les proporcionan suficiente información para ayudarles a tomar mejores decisiones para hacer frente al cambio climático.

En particular, los ciudadanos indios están divididos en cuanto a si la información facilitada por su gobierno y las empresas es insuficiente, correcta o excesiva.

La mitad (52%) de la población mundial se siente mal informada por su gobierno sobre las posibles repercusiones del cambio climático en su región, y uno de cada diez afirma no estar informado en absoluto.

Los ciudadanos de Perú son los que se sienten menos informados, ya que ocho de cada diez afirman carecer de información adecuada.

Muchos creen que la cobertura mediática del cambio climático en su país tiende a subestimar o sobrestimar el impacto. Globalmente, sólo el 24% dice que los medios de comunicación ofrecen una buena representación.

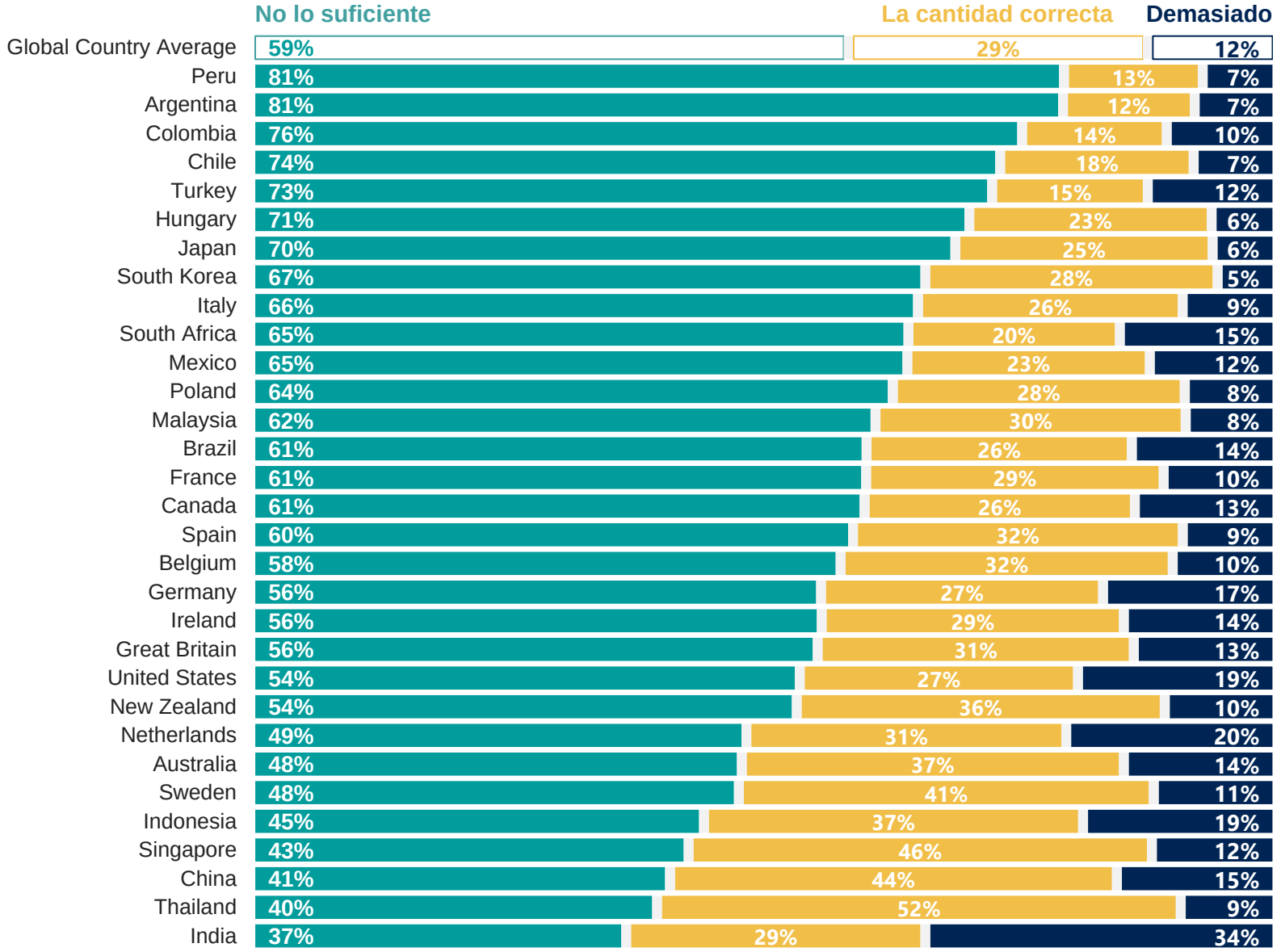
Los ciudadanos de China son los más propensos a decir que los medios de comunicación ofrecen una buena representación de los impactos del cambio climático (45%).

© Ipsos | COP28 | November 2023 | V1

Más de la mitad de los ciudadanos de todo el mundo afirman que su gobierno no les proporciona suficiente información sobre cómo pueden tomar mejores decisiones para hacer frente al cambio climático.

Data por país

Q. A continuación, seleccione la afirmación que mejor refleje su opinión sobre la cantidad de información que el gobierno (en su país) proporciona para ayudarlo(a) a tomar mejores decisiones para enfrentar el cambio climático.



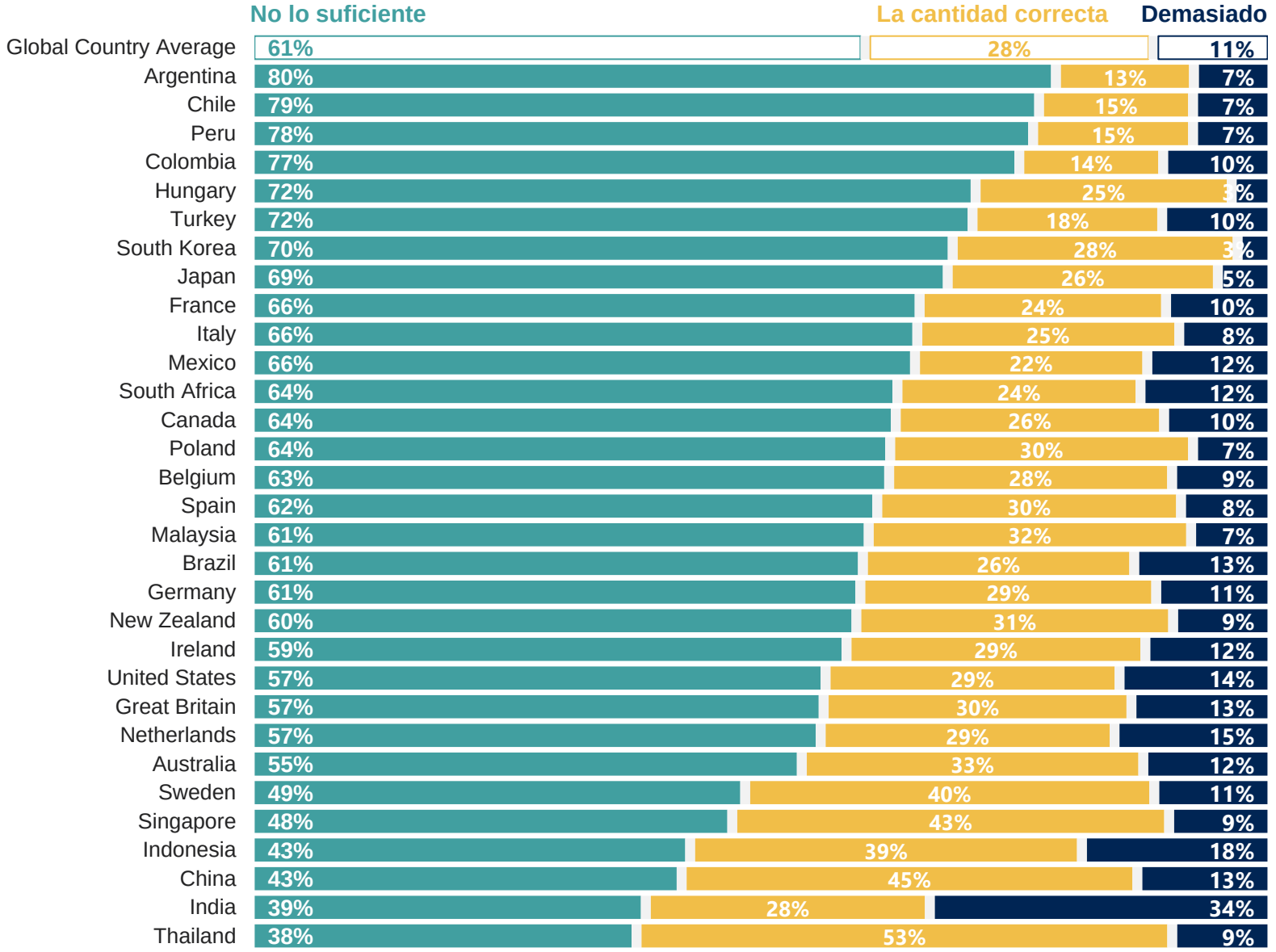
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Sólo un tercio de los ciudadanos del mundo afirma que las empresas de su país facilitan la información adecuada sobre el cambio climático

Data por país

Q. A continuación, seleccione la afirmación que mejor refleje su opinión sobre la cantidad de información que las empresas (en su país) proporcionan para ayudarlo(a) a tomar mejores decisiones para enfrentar el cambio climático.



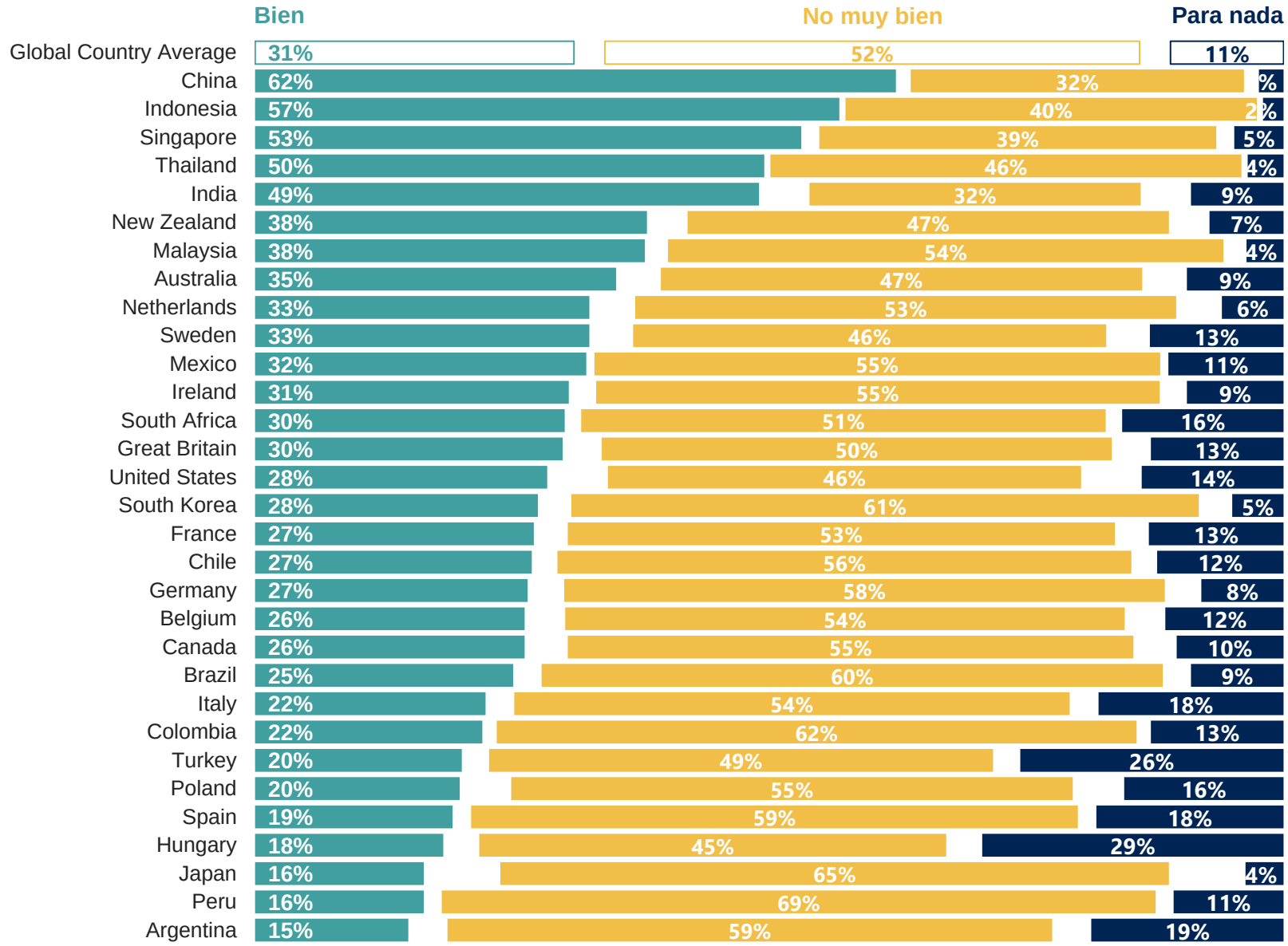
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Cerca de la mitad considera que su gobierno no les mantiene bien informados sobre las posibles repercusiones del cambio climático en su región, si es que lo hace.

Data por país

Q. ¿Qué tan bien, o no, siente que su gobierno lo(a) mantiene informado(a) sobre los posibles impactos del cambio climático en su región/país?



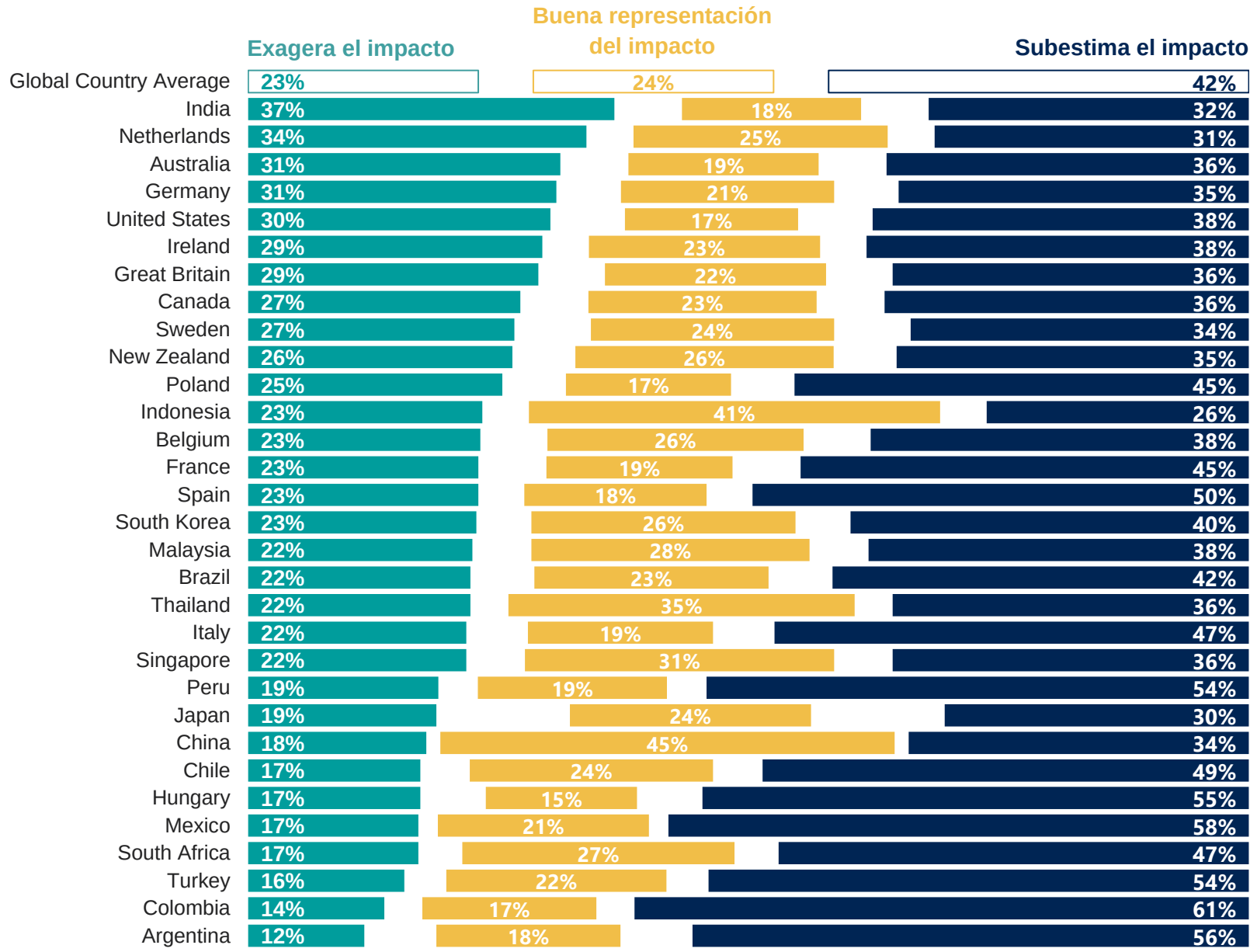
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

En general, se considera que la cobertura mediática subestima el impacto del cambio climático. Indonesia y China son los países que más lo consideran exacto.

Data por país

Q. En términos generales, cree que la cobertura de los medios de comunicación del cambio climático en su país…



Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Acción Climática

LOS TITULARES

Poco más de un tercio (36%) de los ciudadanos de todo el mundo cree que su gobierno se esfuerza por hacer frente al cambio climático.

En Argentina, sólo el 9% de los ciudadanos piensa que su gobierno está trabajando duro en este tema, frente a China, donde el acuerdo es casi nueve veces mayor.

La confianza en los esfuerzos de las empresas para hacer frente al cambio climático también es baja (32%). Y, a nivel global, siete de cada diez creen que las empresas utilizan las declaraciones medioambientales de forma fraudulenta de forma ocasional, o incluso habitual.

Casi la mitad (48%) de los ciudadanos británicos cree que las empresas hacen afirmaciones medioambientales falsas con regularidad.

Los ciudadanos también consideran que no se está trabajando lo suficiente, o en absoluto, para combatir el cambio climático (59%).

Los ciudadanos de Perú son los menos propensos a decir que están tomando medidas para atajar el problema (79%), seguidos de los de Argentina (77%) y Colombia (77%).

© Ipsos | COP28 | November 2023 | V1

La mayoría de los ciudadanos cree que el gobierno, las empresas y los ciudadanos no están trabajando lo suficiente, o en absoluto, para hacer frente al cambio climático.

Promedio global de países

Q. ¿En qué medida cree que XXX (de su país) está trabajando para enfrentar el cambio climático?

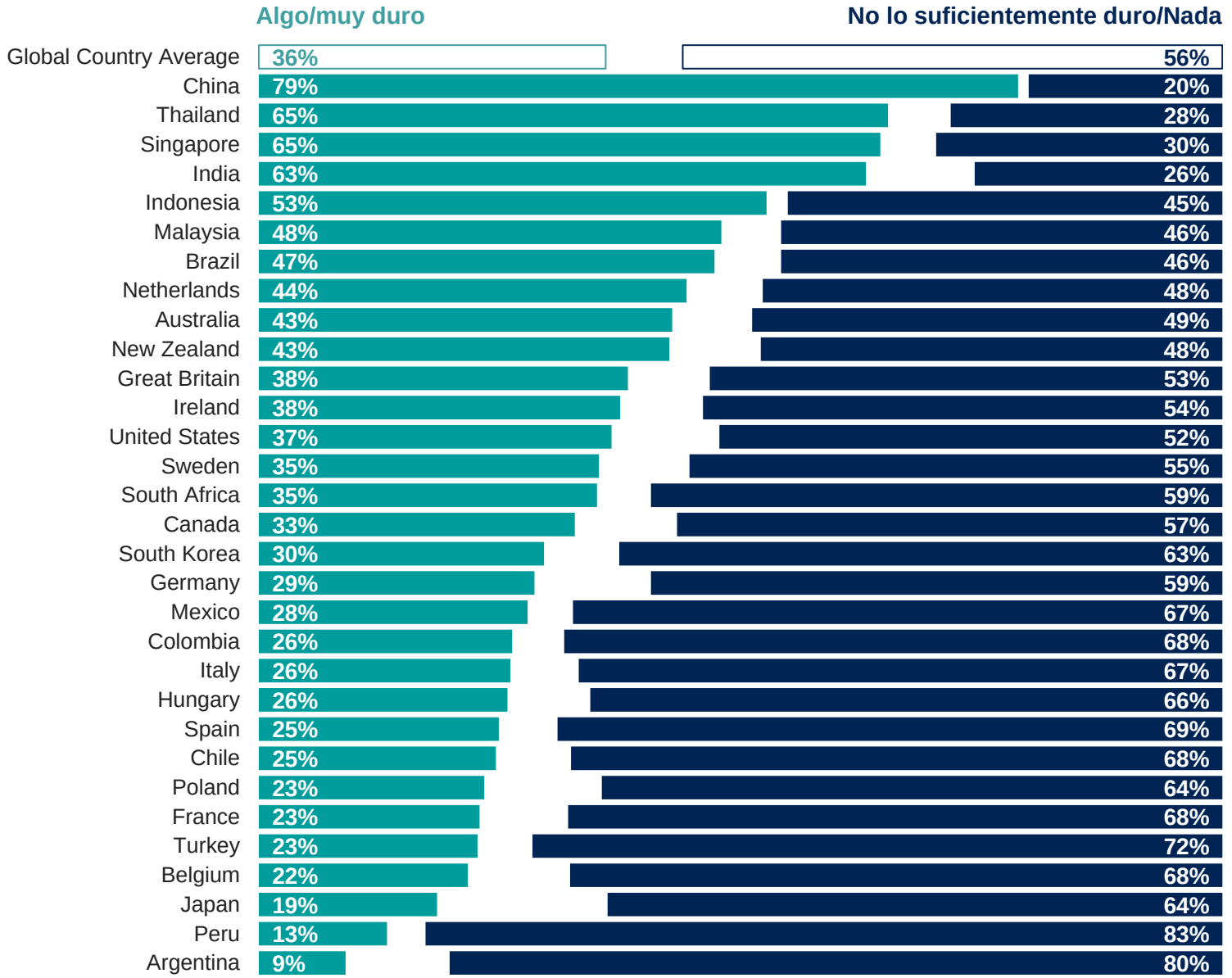
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Poco más de un tercio cree que su gobierno se esfuerza por luchar contra el cambio climático, con un acuerdo muy bajo en Perú y Argentina.

Data por país

Q. ¿En qué medida cree que el gobierno (de su país) está trabajando para enfrentar el cambio climático?



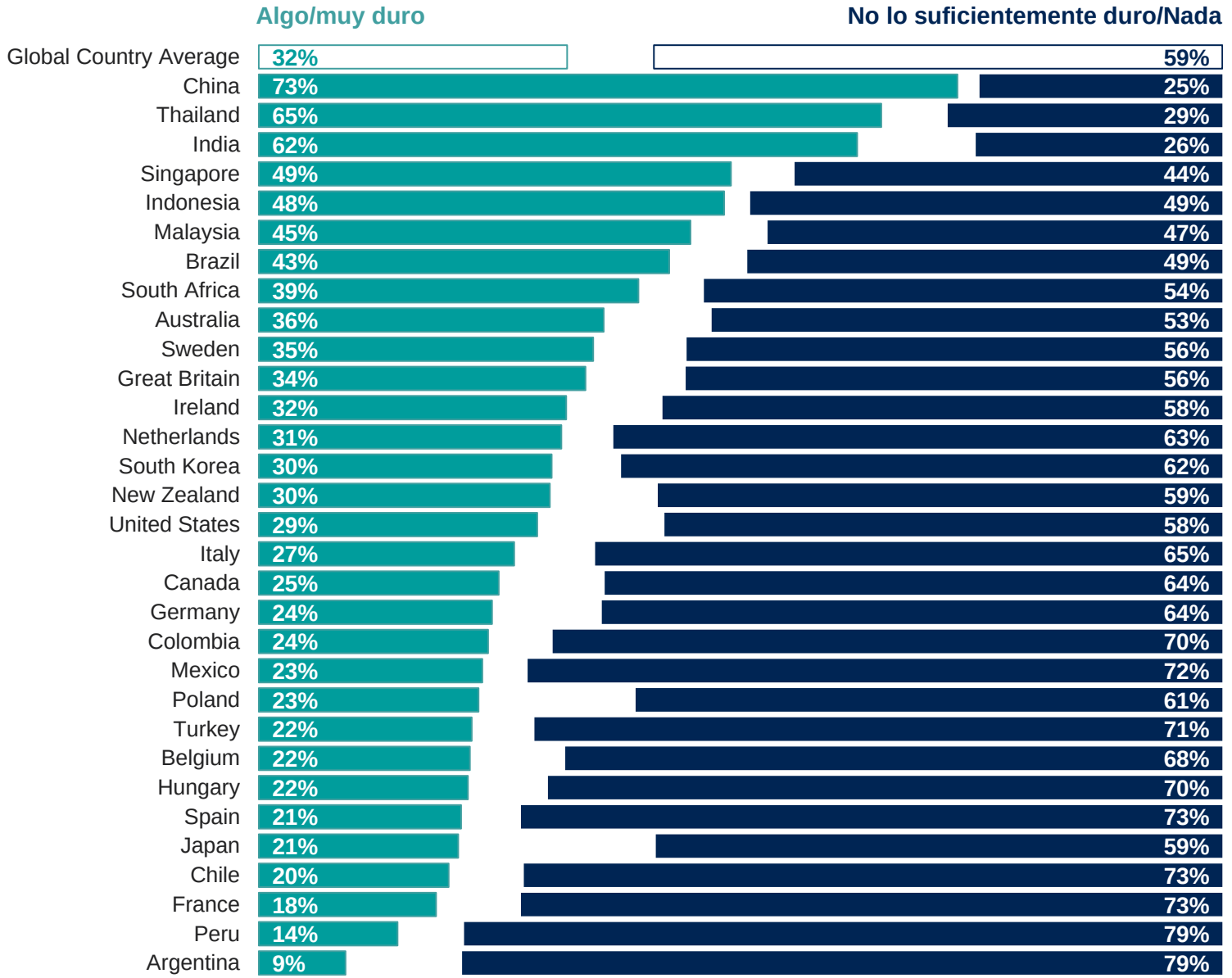
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

La confianza en los esfuerzos de las empresas para hacer frente al cambio climático es minoritaria, con las excepciones de China, Tailandia e India.

Data por país

Q. ¿En qué medida cree que las empresas (de su país) están trabajando para enfrentar el cambio climático?



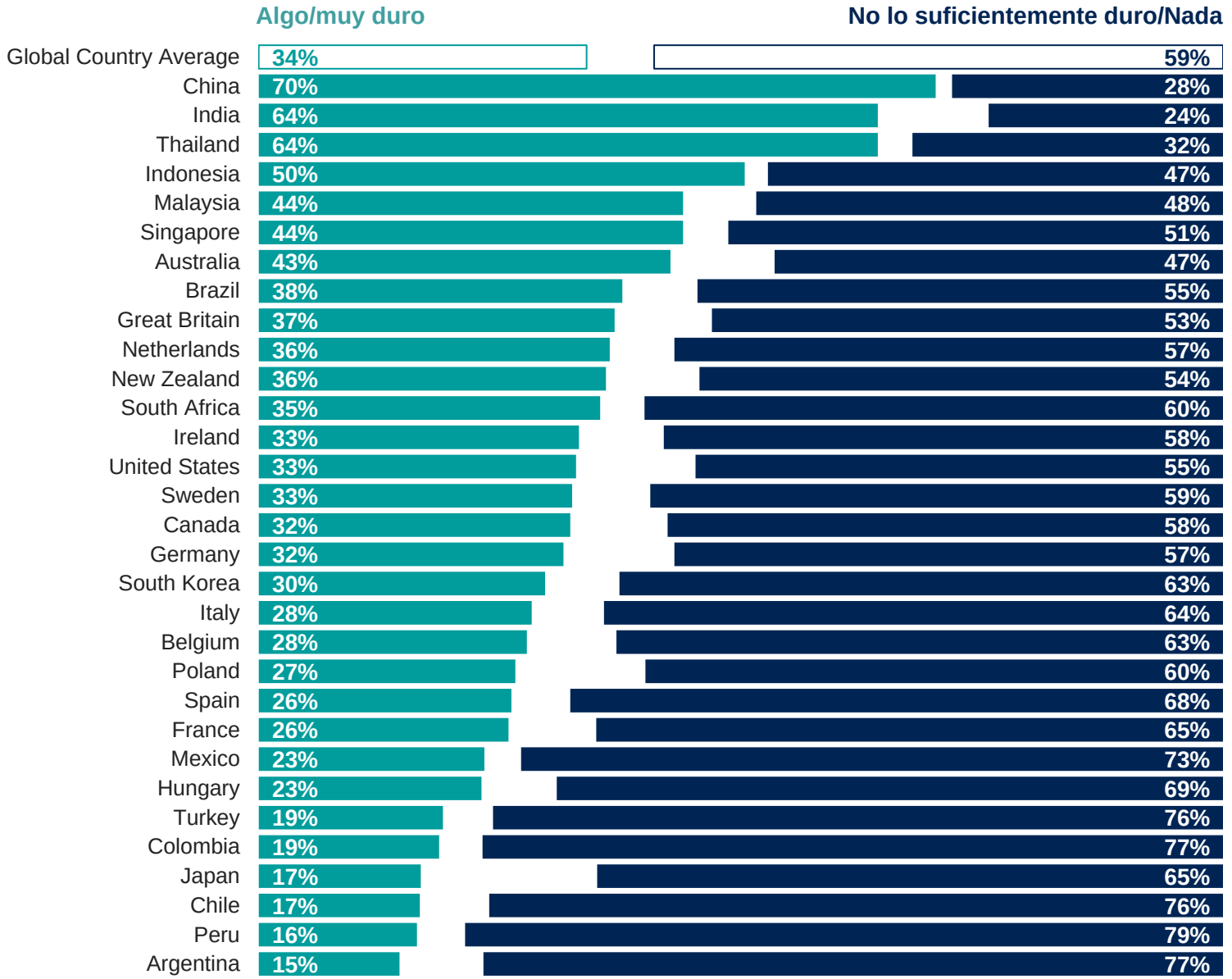
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Seis de cada diez opinan que los ciudadanos no están haciendo lo suficiente, o nada en absoluto, para desempeñar su papel en la lucha contra el cambio climático.

Data por país

Q. ¿En qué medida cree que los ciudadanos (de su país) están trabajando para desempeñar su papel en el manejo del cambio climático?



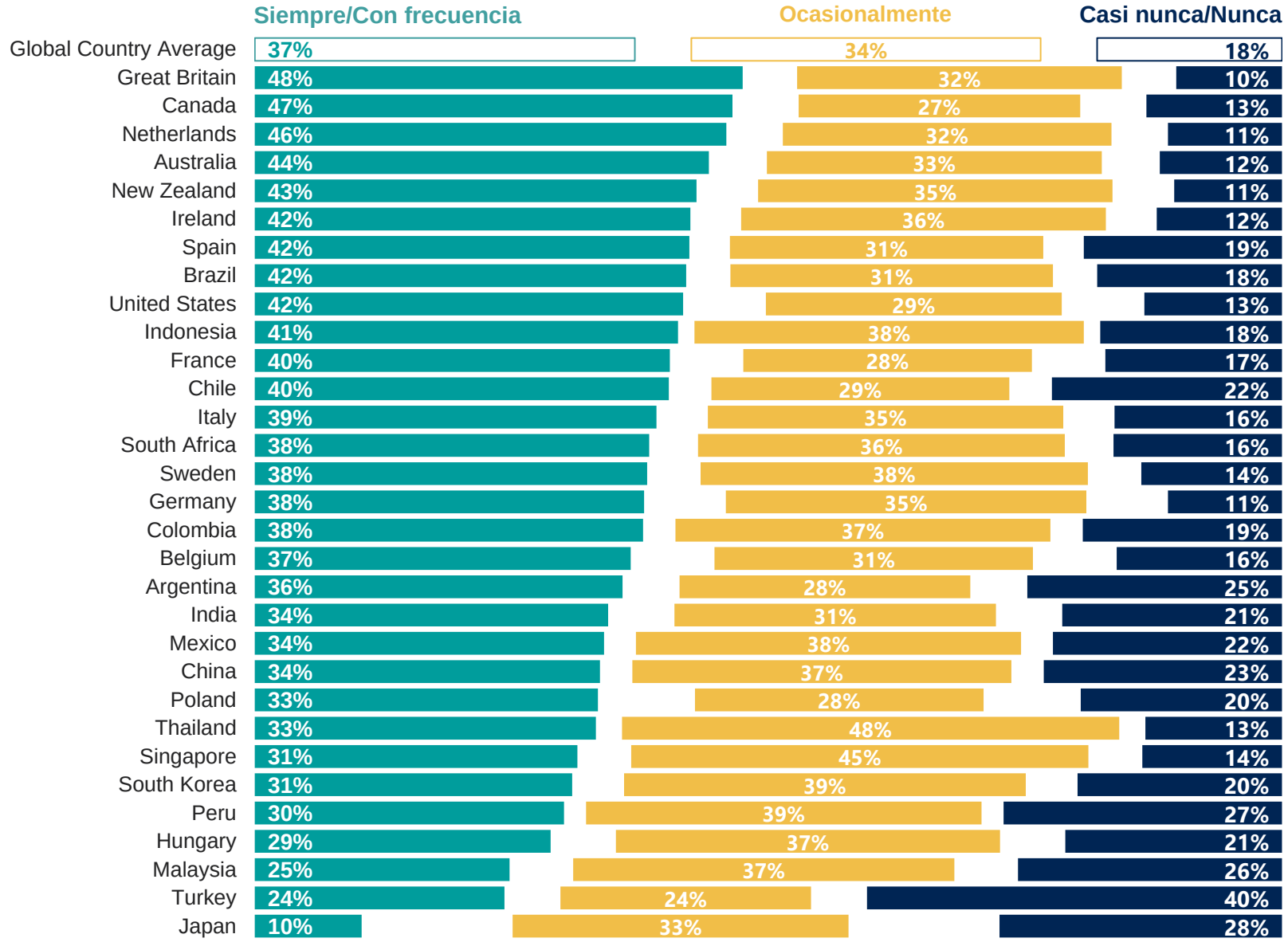
Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Existe un consenso generalizado sobre el hecho de que las empresas utilizan, al menos ocasionalmente, si no de forma habitual, declaraciones medioambientales sin compromisos sólidos.

Data por país

Q. ¿Hasta qué punto cree que las empresas (en su país) utilizan declaraciones medioambientales sin comprometerse con el cambio real?



Base: 24,220 online adults across 31 countries, 22nd September - 6th October 2023. NB surveyed adults aged 18 and older in India, 18-74 in Canada, Republic of Ireland, Israel, Malaysia, New Zealand, South Africa, Turkey and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Indonesia and Singapore, and 16-74 in 24 other countries.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Estos son los resultados de una encuesta de Ipsos Global Advisor realizada entre el 22 de septiembre y el 6 de octubre de 2023

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 31 países por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 22 de septiembre y el viernes 6 de octubre de 2023. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 24.220 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, Israel, Malasia, Nueva Zelanda, 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 el resto de países.

La muestra consta de aproximadamente 2.000 individuos en Japón, 1.000 individuos en Australia, Brasil, Canadá, China continental, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Nueva Zelanda, España y EE.UU., y 500 individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de Indiaaa consta de aproximadamente 2.200 personas, de las cuales unas 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 por Internet.

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

Muestras de Brasil, Chile, China continental, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta de estos países deben considerarse un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa a un amplio subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A, B y C en las metrópolis y las clases urbanas de nivel 1-3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada país refleje lo mejor posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. "La media global de los países" refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado 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 porcentajes no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/-1 punto porcentual más/menos que el resultado real, puede deberse al redondeo, a respuestas múltiples o a la exclusión de 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 en la que N=1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y en la que N=500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos resultados se atiene a las normas y reglamentos locales.

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

Normas y acreditaciones de Ipsos

Los estándares y acreditaciones de Ipsos proporcionan a nuestros clientes la tranquilidad de que siempre pueden confiar en nosotros para obtener resultados fiables y sostenibles. Por otra parte, nuestro enfoque en la calidad y la mejora continua significa que hemos incorporado un enfoque de "correcto a la primera" en toda nuestra organización.

ISO 20252 – es el estándar internacional específico para la investigación social, de mercado y de opinión, incluyendo insights y análisis de datos. Ipsos en el Reino Unido 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 fundamentales de la marca MRS de profesionalidad, excelencia en la investigación y eficacia empresarial, y se compromete a cumplir 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 de MRS; más de 350 empresas han seguido nuestro ejemplo.

ISO 9001 – Norma general internacional para 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 de seguridad adecuados y proporcionados. 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 el Reglamento General de Protección de Datos del Reino Unido y la Ley de Protección de Datos del Reino Unido; abarca el tratamiento de datos personales y la protección de la privacidad.

HMG Cyber Essentials – Un producto respaldado por el gobierno y clave del Programa Nacional de Seguridad Cibernética del Reino Unido. Ipsos UK fue validada para la 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 frecuentes de amenazas procedentes de Internet..

Fair Data – Ipsos UK se ha inscrito como empresa de "datos justos" al aceptar adherirse a doce principios básicos. Los principios apoyan y complementan otras normas, como las ISO, y los requisitos de la legislación sobre protección de datos.

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

© Ipsos | COP28 | November 2023 | Version 1

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera mayor 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 poderosos conocimientos 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 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 con confianza 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.

Esta es la razón por la que 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, simplicidad, 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.

***

“**Game Changers**” – nuestro lema: resume nuestra ambición de ayudar a nuestros clientes a navegar más fácilmente por un mundo en profunda transformación.

Gracias

Name:
Pippa Bailey

Details:
Pippa.Bailey@ipsos.com