

GLOBAL VIEWS ON CLIMATE CHANGE

Impacto | Informação | Ação
Uma pesquisa Global Advisor

Novembro 2023



IMPACTO DO CLIMA

OS DESTAQUES



Muitos cidadãos ao redor do mundo (57%) já testemunharam um impacto severo das mudanças climáticas onde vivem.

No México, Brasil e Turquia, quase oito em cada dez dizem que as mudanças climáticas tiveram um efeito severo onde vivem. No entanto, países como a Suécia (24%) e a Grã-Bretanha (34%) são muito menos afetados.



Em todos os 31 países, mais da metade da população antecipa efeitos graves das mudanças climáticas em sua região no longo dos próximos dez anos.

Quase nove em cada dez cidadãos sul-coreanos esperam ver impactos graves das mudanças climáticas em sua região ao longo da próxima década.

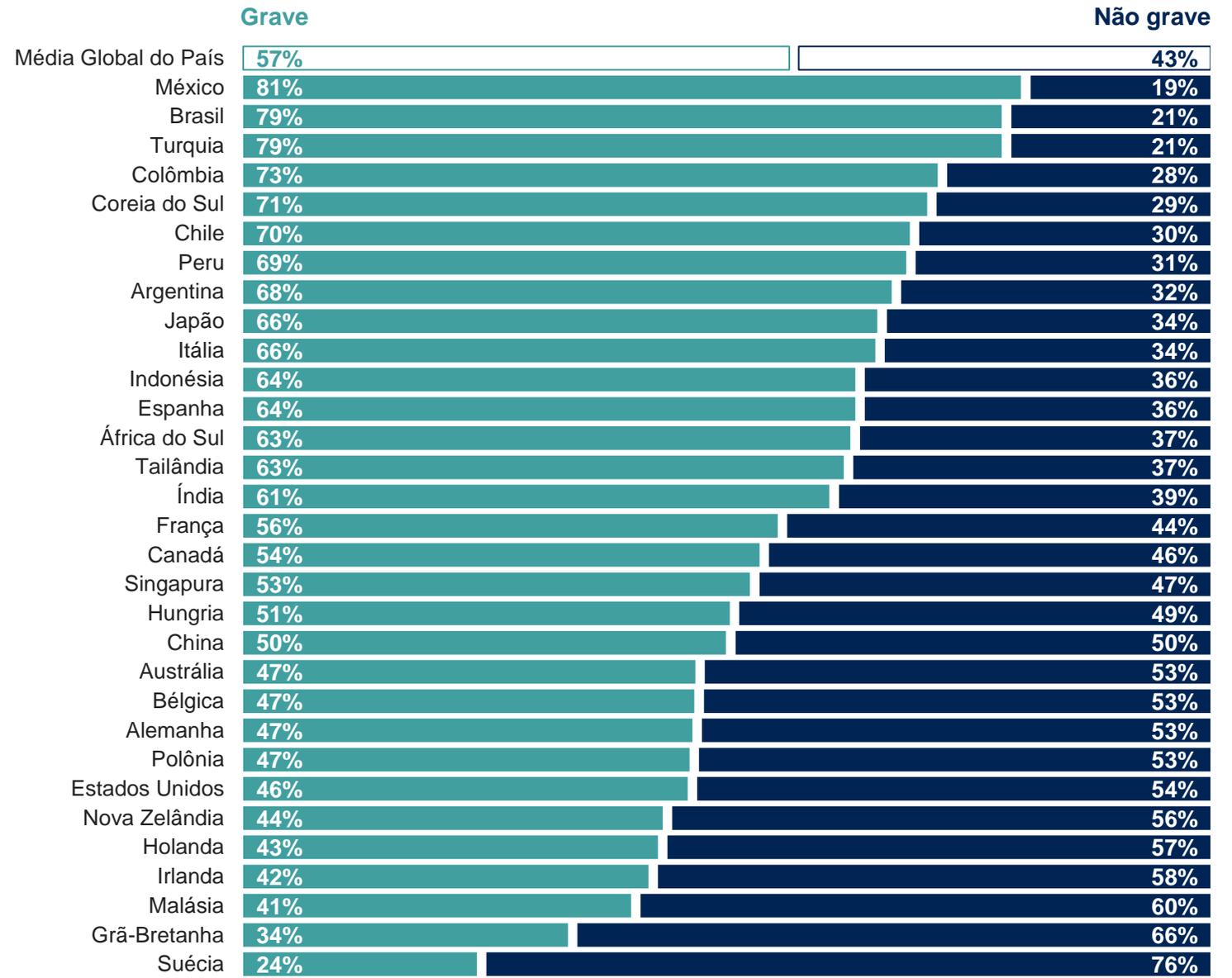


Mais de um terço dos cidadãos globais espera ser deslocado devido às mudanças climáticas nos próximos 25 anos.

Isso chega a mais da metade da população em Turquia, Brasil, Índia, Malásia e Indonésia.

Quase seis em cada dez relatam um efeito severo das mudanças climáticas na área onde vivem, mas isso varia muito de país para país

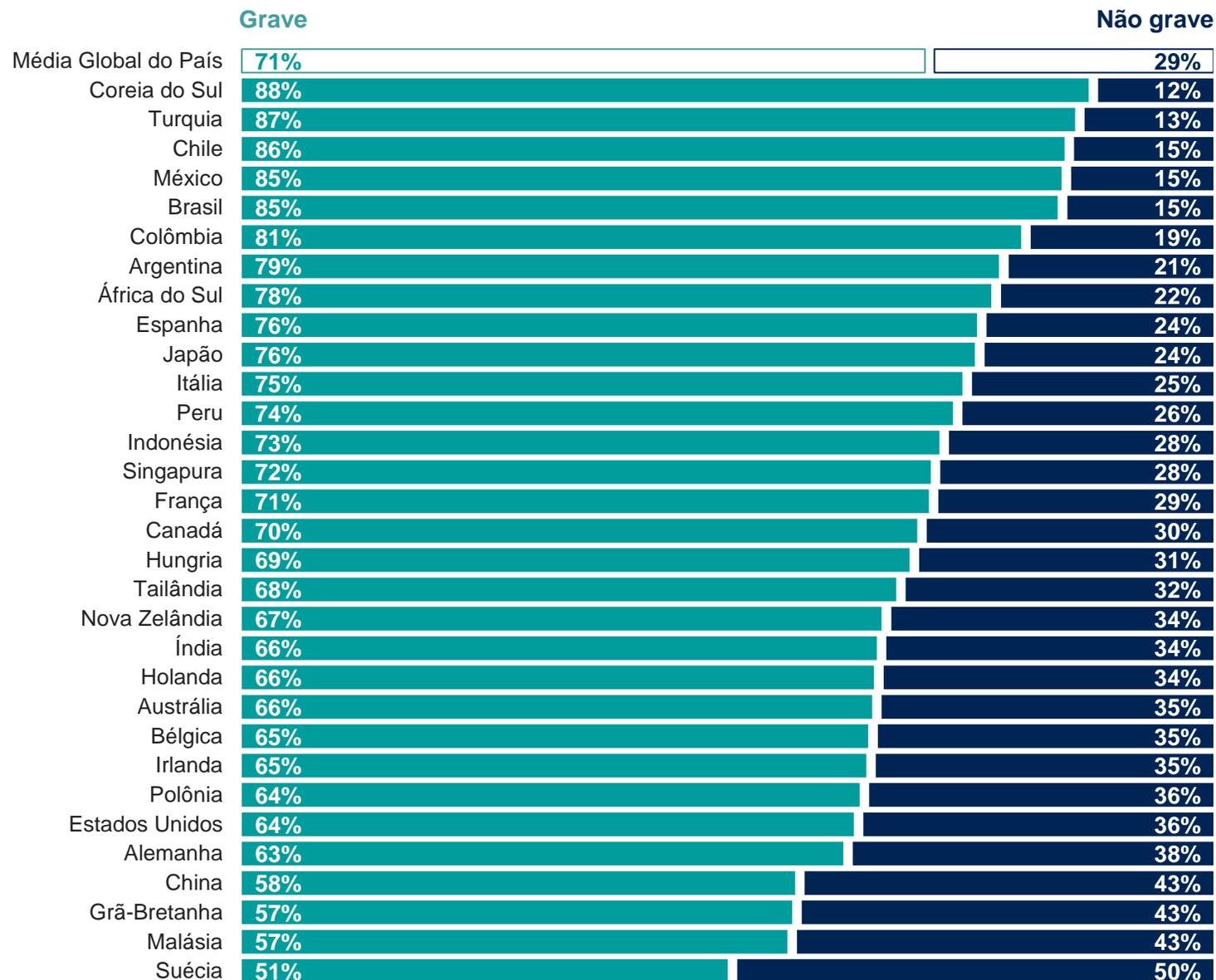
P. Quão grave você diria que foi o efeito das mudanças climáticas até agora na área onde você mora?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. Nota: foram entrevistados adultos com idade igual ou superior a 18 anos na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e em Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Mais da metade dos cidadãos em todos os países antecipam um impacto severo das mudanças climáticas em sua região na próxima década

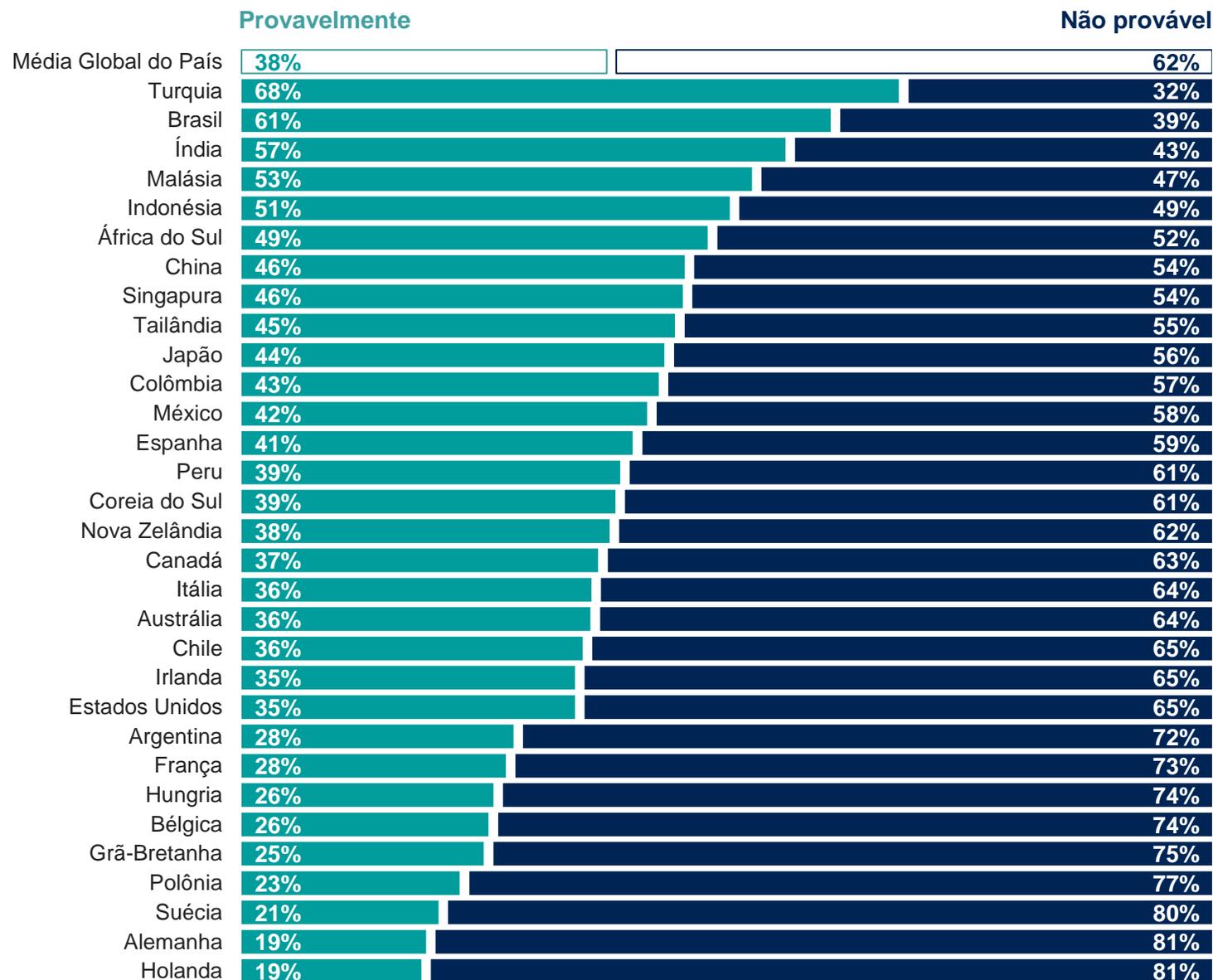
P. Qual é a gravidade dos efeitos que você espera que a mudança climática tenha em sua região nos próximos 10 anos?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. Nota: adultos entrevistados com idade igual ou superior a 18 anos na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Cerca de quatro em cada dez pessoas acreditam que terão que se mudar por causa das mudanças climáticas nos próximos 25 anos, com previsões muito mais altas de probabilidade na Turquia, Brasil e Índia

P. O quão provável você diria que é que você e sua família terão que deixar suas casas como resultado das mudanças climáticas em algum momento nos próximos 25 anos?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB adultos pesquisados com idade igual ou superior a 18 anos na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

INFORMAÇÕES CLIMÁTICAS

OS DESTAQUES



Globalmente, seis em cada dez cidadãos afirmam que tanto seu governo quanto as empresas fazem não fornecer a eles informações suficientes para ajudá-los a fazer melhores escolhas para lidar com as mudanças climáticas.

Notavelmente, os cidadãos indianos estão divididos em relação ao fato de as informações fornecidas pelo governo e pelas empresas não serem suficientes, serem adequadas ou serem demais.



Metade (52%) da população global se sente mal informada pelo seu governo sobre os possíveis impactos das mudanças climáticas em sua região, e um em cada dez diz que não é informado de forma alguma.

Cidadãos no Peru se sentem menos informados, com oito em cada dez afirmando que faltam informações adequadas.

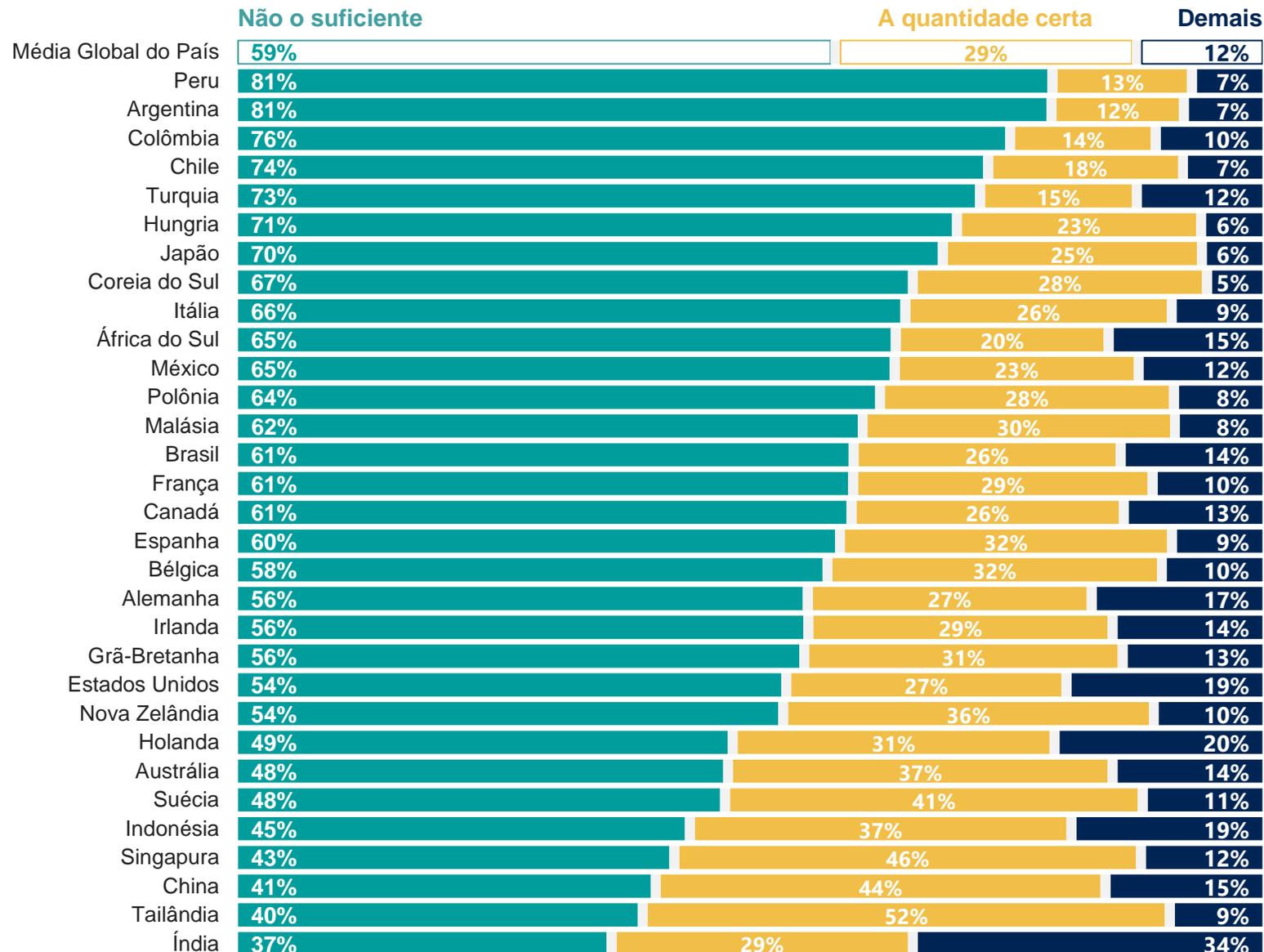


Muitos sentem que a cobertura da mídia sobre as mudanças climáticas em seu país tende a subestimar ou superestimar o impacto. Globalmente, apenas 24% afirmam que a mídia oferece uma boa representação.

Cidadãos na China são os mais propensos a dizer que a mídia oferece uma boa representação dos impactos das mudanças climáticas (45%).

A maior parte dos cidadãos, globalmente, afirmam que seu governo não está fornecendo informações suficientes sobre como eles podem fazer escolhas melhores para enfrentar as mudanças climáticas.

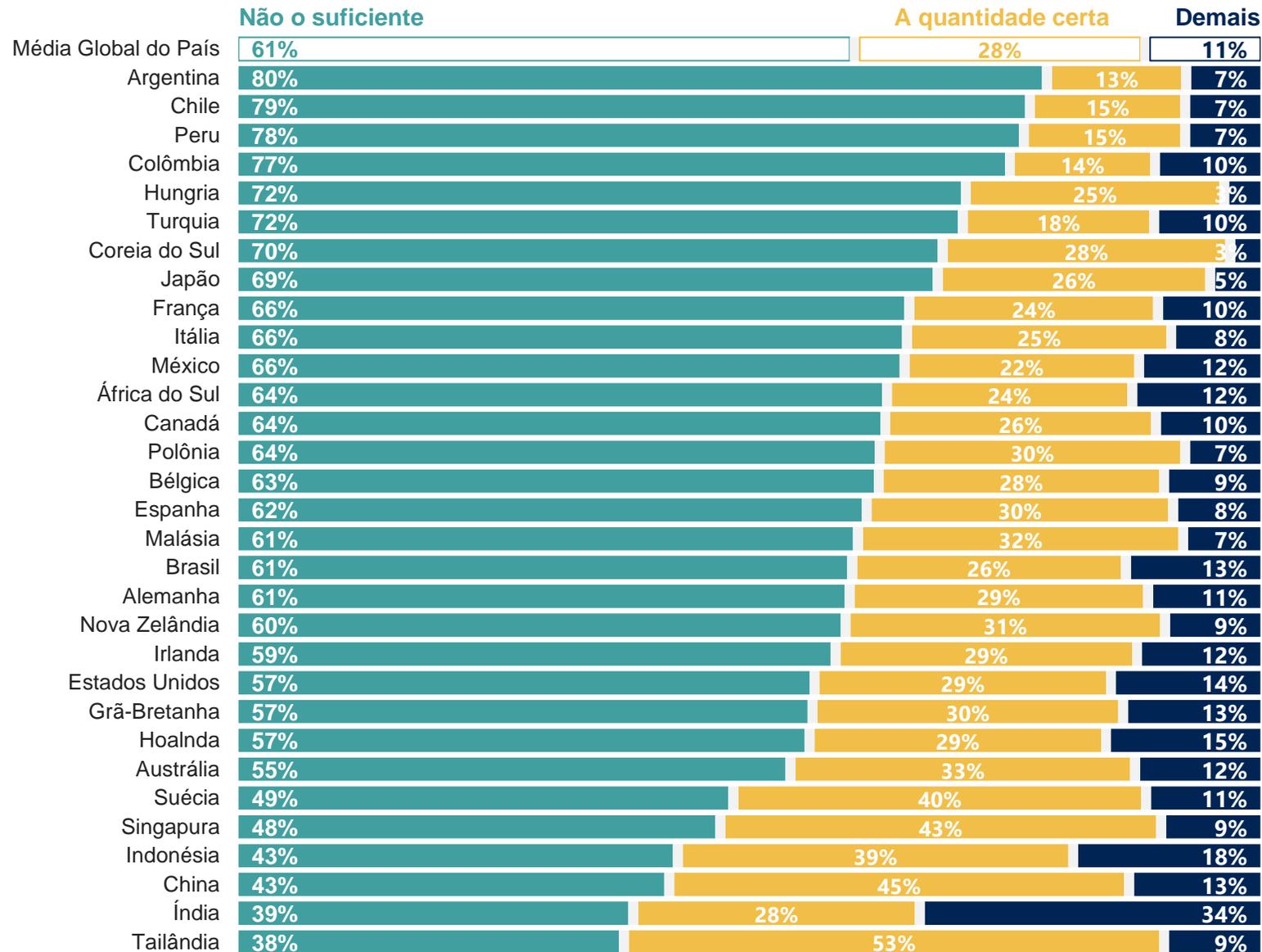
P. Por favor, selecione a afirmação abaixo que melhor reflete sua opinião sobre a quantidade de informações que o governo (em seu país) está fornecendo para ajudar você a tomar melhores decisões para lidar com as mudanças climáticas.



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB adultos com 18 anos ou mais foram entrevistados na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, na República da Irlanda, em Israel, na Malásia, na Nova Zelândia, na África do Sul, na Turquia e nos Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e em Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Apenas um terço dos cidadãos globalmente afirmam que as empresas em seu país estão fornecendo a quantidade certa de informações sobre mudanças climáticas.

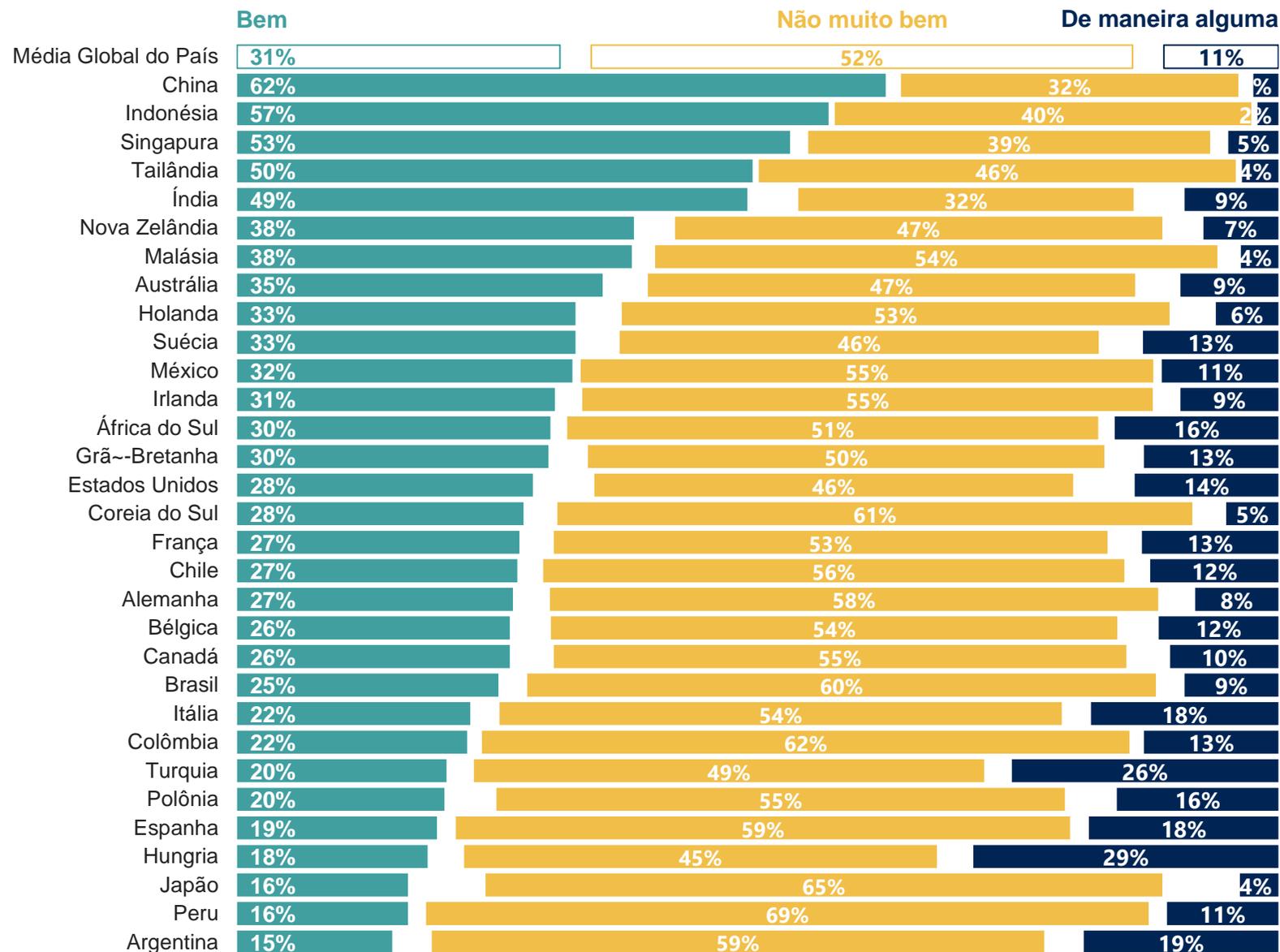
P. Por favor, selecione a declaração abaixo que melhor reflete sua opinião sobre a quantidade de informações que as empresas (em seu país) estão fornecendo para ajudá-lo a fazer escolhas melhores para lidar com as mudanças climáticas.



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB entrevistou adultos com idade igual ou superior a 18 anos na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Türkiye e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Singapura e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Cerca de metade dos entrevistados sente que seu governo não os mantém bem informados sobre os impactos potenciais da mudança climática em sua região, se é que mantém algum tipo de informação.

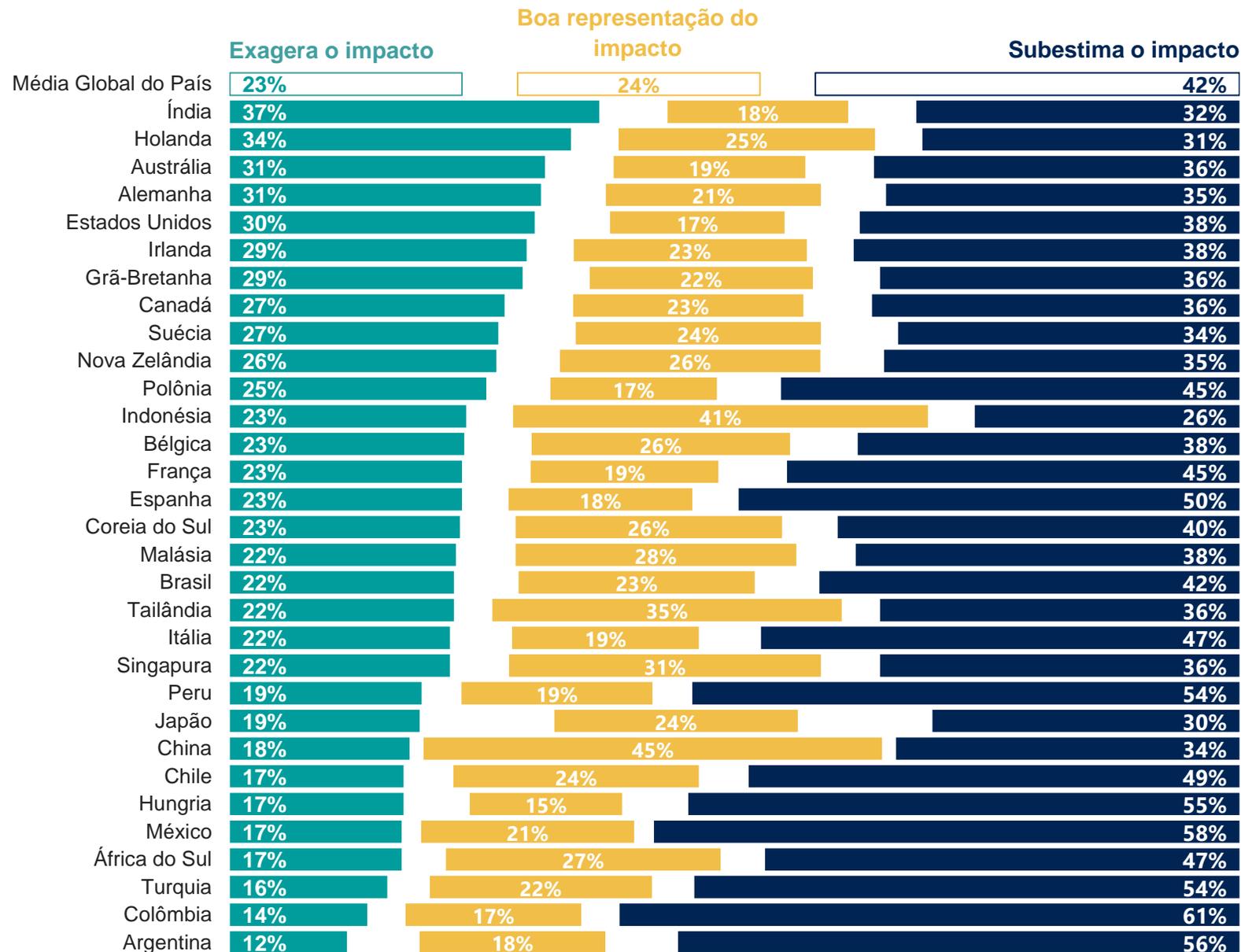
P. Quão bem, ou não, você sente que seu governo mantém você informada(o) sobre os potenciais impactos das mudanças climáticas em sua região/país?



Base: 24,220 adultos online em 31 países, 22 de setembro - 6 de outubro de 2023. NB adultos pesquisados com 18 anos ou mais na Índia, 18-74 no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, 20-74 na Tailândia, 21-74 na Indonésia e Cingapura, e 16-74 em outros 24 países.

De maneira geral, as pessoas acreditam que a cobertura midiática subestima o impacto das mudanças climáticas. Indonésia e China são os países que mais concordam que as mídias em seu país transmitem informações precisas.

P. Em termos gerais, você acha que a cobertura midiática das mudanças climáticas em seu país...



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB entrevistou adultos com idade igual ou superior a 18 anos na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

AÇÃO SOBRE O CLIMA



OS DESTAQUES



Um pouco mais de um terço (36%) dos cidadãos, globalmente, acredita que seu governo estão empenhados no combater as mudanças climáticas.

Na Argentina, apenas 9% dos cidadãos acham que seu governo está trabalhando duro na questão, em comparação com a China, onde a concordância é quase nove vezes mais alta.



A confiança nos esforços das empresas para combater as mudanças climáticas também é baixa, com 32%. E, globalmente, sete em cada dez pessoas acreditam que as empresas ocasionalmente, se não regularmente, usam pautas ambientais de forma vazia (greenwashing).

Quase metade (48%) dos cidadãos britânicos acredita que as empresas fazem regularmente uso de pautas ambientais sem colocar em prática.



Os cidadãos também sentem que eles próprios também não estão trabalhando duro o suficiente, ou de forma alguma, para combater as mudanças climáticas (59%).

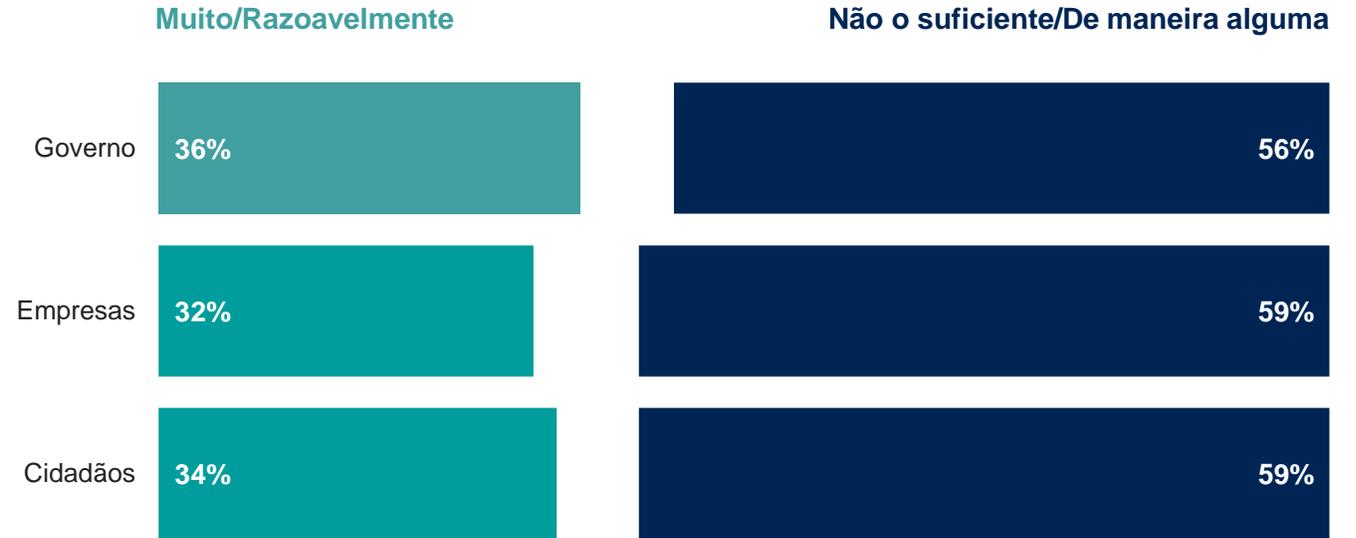
As pessoas no Peru são as que têm menos probabilidade de dizer que estão tomando medidas para lidar com o problema (79%), seguidos pela Argentina (77%) e Colômbia (77%).



A maioria dos cidadãos acredita que o governo, as empresas e os cidadãos não estão se esforçando o suficiente, ou de forma alguma, para enfrentar as mudanças climáticas.

P. O quão empenhados você acha que os seguintes grupos (em seu país) estão trabalhando para combater as mudanças climáticas?

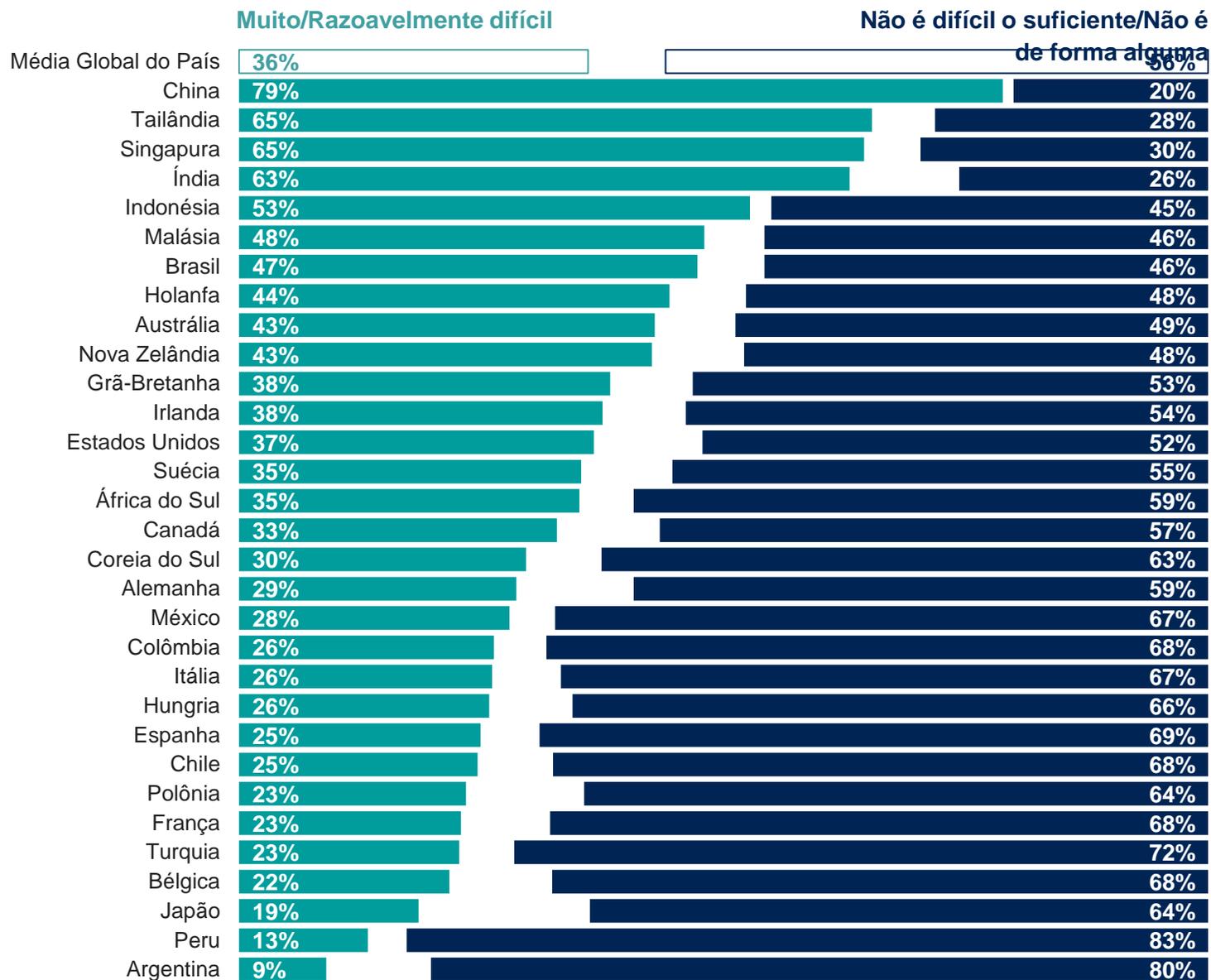
Média global do países pesquisados



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB entrevistou adultos com 18 anos ou mais na Índia, de 18 a 74 no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 na Tailândia, de 21 a 74 na Indonésia e em Cingapura, e de 16 a 74 em outros 24 países.

Apenas um terço acredita que seu governo está trabalhando arduamente para combater as mudanças climáticas, com uma concordância muito baixa no Peru e na Argentina

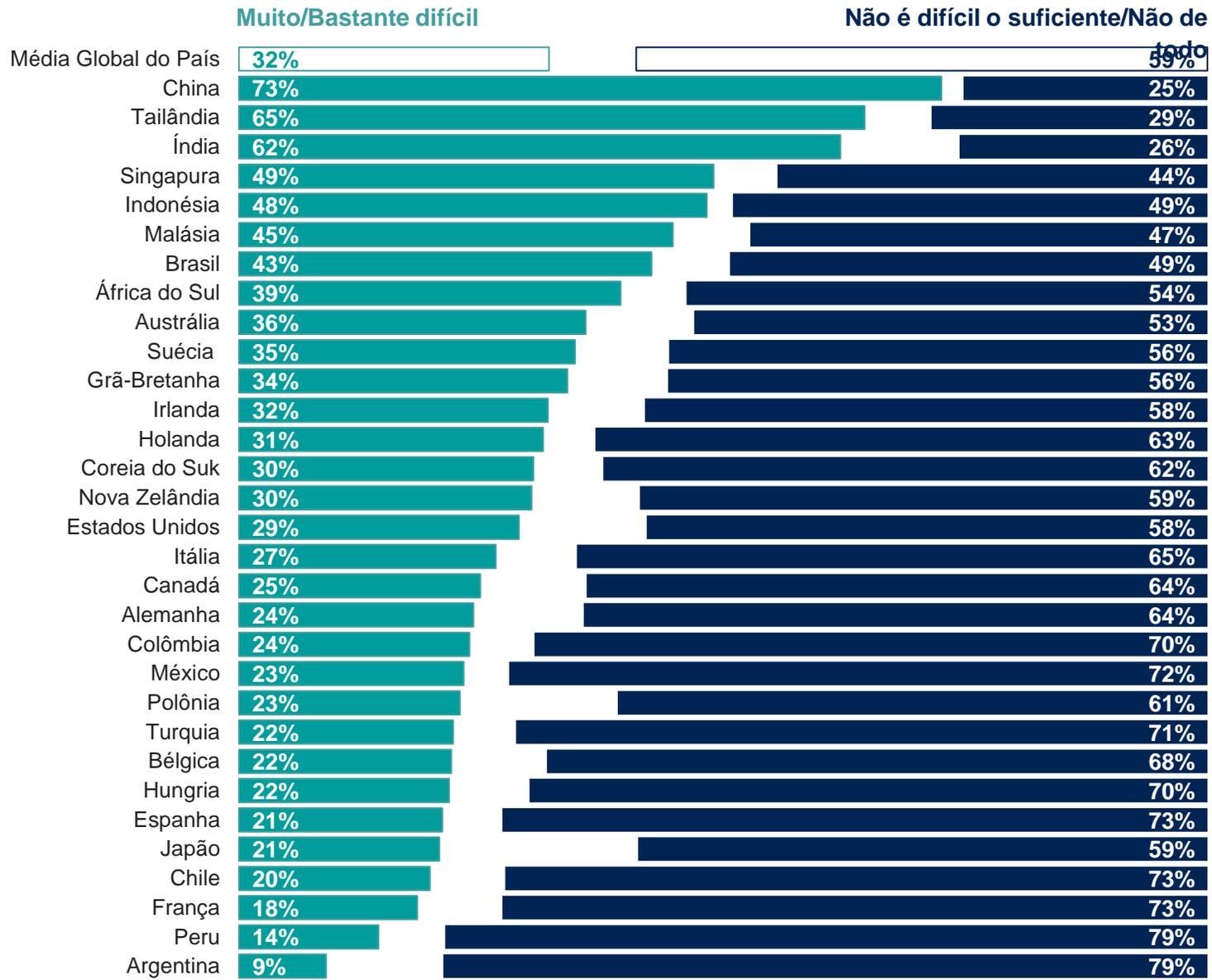
P. Quão empenhado você acha que o governo (em seu país) está trabalhando para combater as mudanças climáticas?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB entrevistou adultos com 18 anos ou mais na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, na República da Irlanda, em Israel, na Malásia, na Nova Zelândia, na África do Sul, na Turquia e nos Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e em Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

A confiança nos esforços das empresas para combater as mudanças climáticas é uma minoria, com exceção da China, Tailândia e Índia.

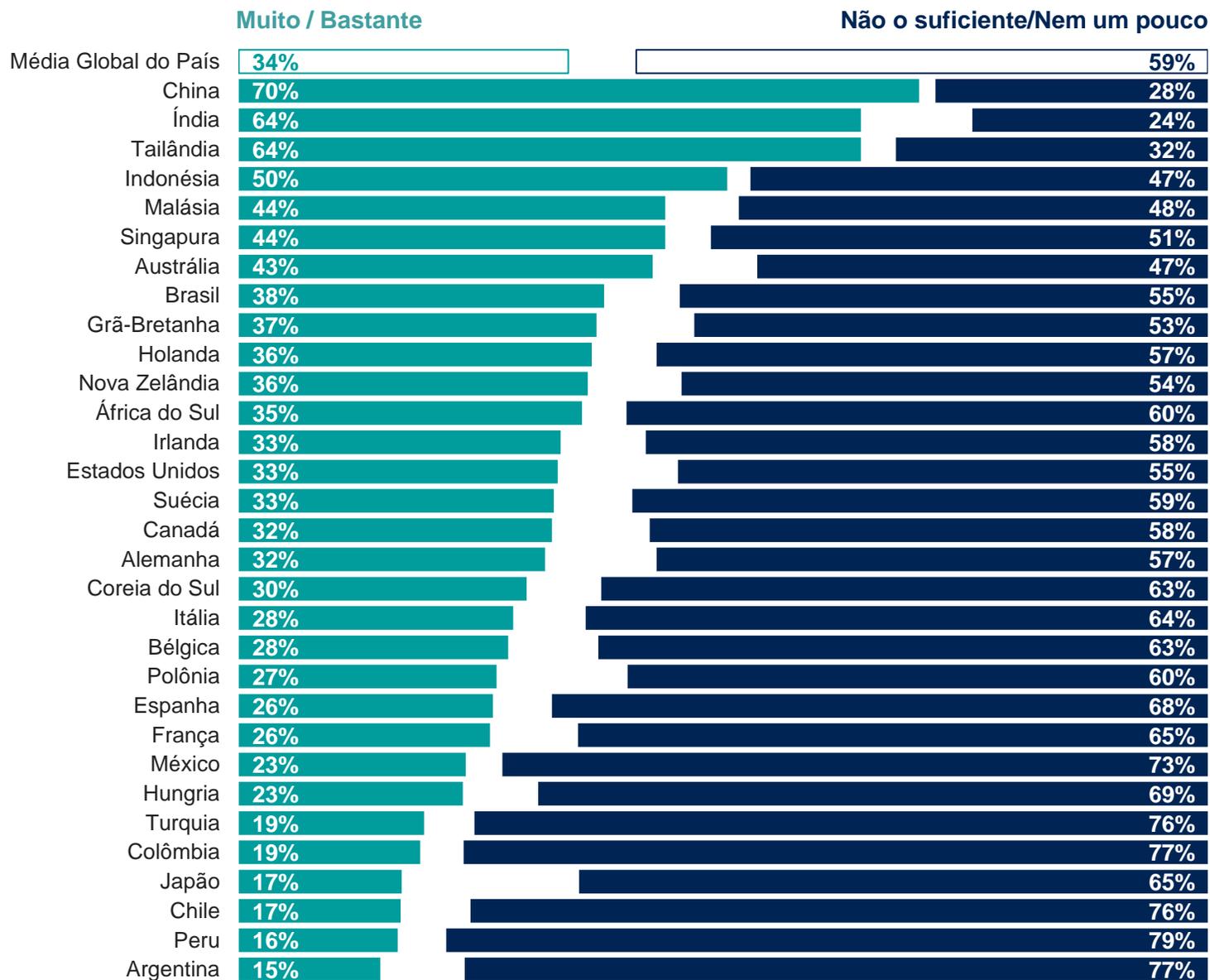
P. O quanto você acha que as empresas (em seu país) estão trabalhando para combater as mudanças climáticas?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB adultos pesquisados com 18 anos ou mais na Índia, de 18 a 74 no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 na Tailândia, de 21 a 74 na Indonésia e Cingapura, e de 16 a 74 em outros 24 países.

Seis em cada dez dizem que os cidadãos não estão fazendo o suficiente, ou nada mesmo, para desempenhar seu papel no combate às mudanças climáticas

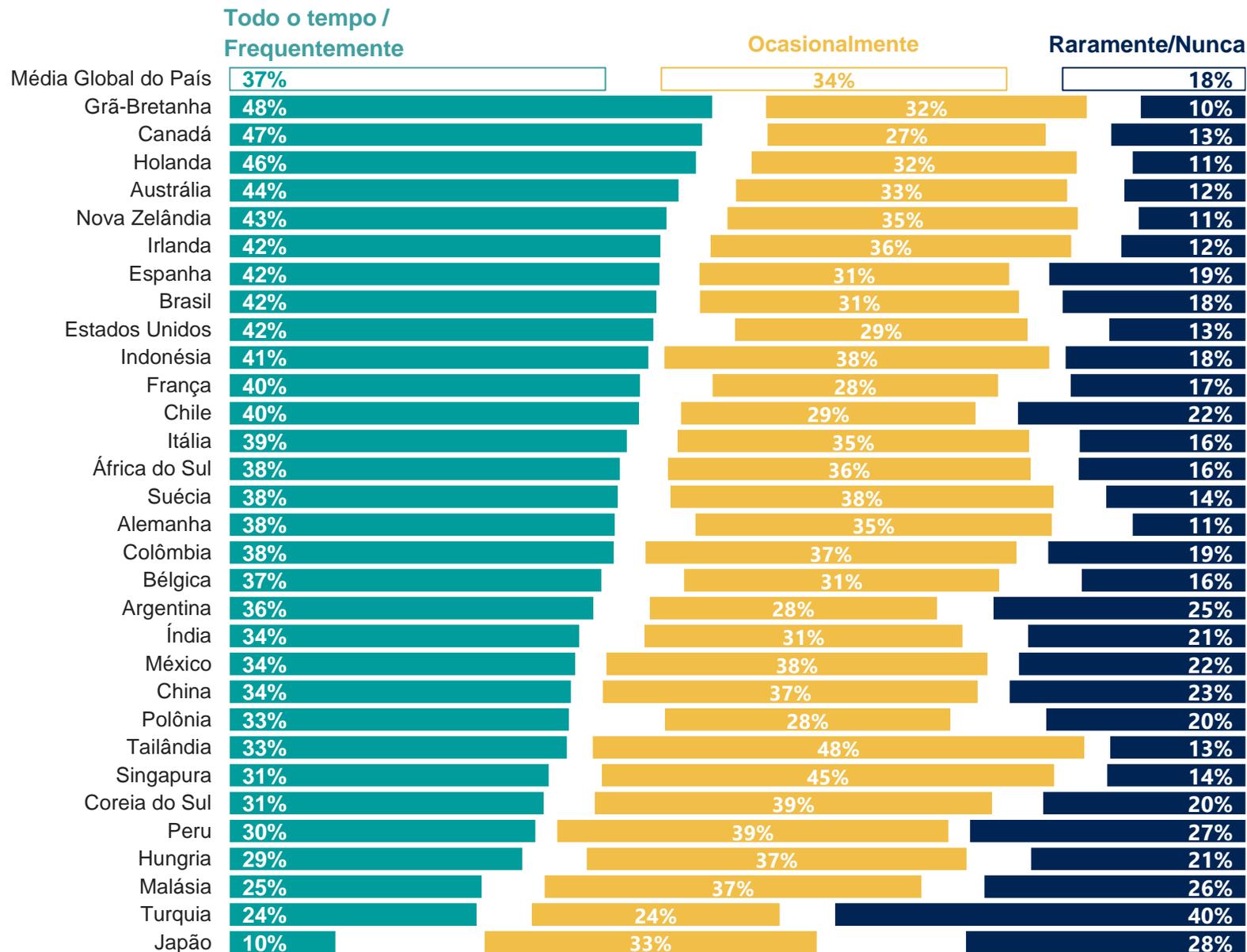
P. O quão empenhados você acha que os cidadãos (em seu país) estão trabalhando para assumir a sua parte no combate às mudanças climáticas?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. NB entrevistou adultos com 18 anos ou mais na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Cingapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Há um consenso generalizado de que as empresas, pelo menos ocasionalmente, se não regularmente, fazem uso de pautas ambientais sem compromissos sólidos.

P. Em que medida você acha que as empresas (em seu país) usam pautas ambientais sem se comprometer com uma mudança real?



Base: 24.220 adultos online em 31 países, de 22 de setembro a 6 de outubro de 2023. Obs.: adultos pesquisados com 18 anos ou mais na Índia, de 18 a 74 anos no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Türkiye e Estados Unidos, de 20 a 74 anos na Tailândia, de 21 a 74 anos na Indonésia e Singapura, e de 16 a 74 anos em outros 24 países.

Estes são os resultados da pesquisa Ipsos *Global Advisor*, conduzida entre 22 de setembro e 6 de outubro de 2023

Estes são os resultados de uma pesquisa realizada em 31 países pelo Ipsos em sua plataforma online Global Advisor e, na Índia, em sua plataforma online IndiaBus plataforma, entre sexta-feira, 22 de setembro e sexta-feira, 6 de outubro de 2023. Para esta pesquisa, a Ipsos entrevistou um total de 24.220 adultos com 18 anos ou mais na Índia, 18-74 no Canadá, República da Irlanda, Israel, Malásia, Nova Zelândia, África do Sul, Turquia e Estados Unidos, 20-74 na Tailândia, 21-74 na Indonésia e Cingapura, e 16-74 em todos os outros países.

A amostra consiste aproximadamente de 2.000 indivíduos no Japão, 1.000 indivíduos em cada um dos seguintes países: Austrália, Brasil, Canadá, China continental, França, Alemanha, Grã-Bretanha, Itália, Nova Zelândia, Espanha e Estados Unidos, e 500 indivíduos em cada um dos seguintes países: Argentina, Bélgica, Chile, Colômbia, Hungria, Indonésia, Irlanda, Malásia, México, Holanda, Peru, Polônia, Singapura, África do Sul, Coreia do Sul, Suécia, Tailândia e Turquia. A amostra na Índia consiste aproximadamente de 2.200 indivíduos, dentre os quais, aproximadamente 1.800 foram entrevistados presencialmente e 400 foram entrevistados online.

As amostras na Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, França, Alemanha, Grã-Bretanha, Hungria, Itália, Japão, Países Baixos, Polônia, Coreia do Sul, Espanha, Suécia e EUA podem ser consideradas representativas de suas populações adultas gerais com idade inferior a 75 anos.

Amostras no Brasil, Chile, China continental, Colômbia, Indonésia, Irlanda, Malásia, México, Nova Zelândia, Peru, Singapura, África do Sul, Tailândia e

A Turquia é mais urbana, mais educada e/ou mais próspera do que a população em geral. Os resultados da pesquisa para esses países devem ser vistos como reflexo das opiniões do segmento da população mais 'conectado'.

A amostra da Índia representa um grande subconjunto de sua população urbana - classes socioeconômicas A, B e C em grandes cidades e classes de cidade de nível 1-3 em todas as quatro zonas.

Os dados são ponderados de forma que a composição da amostra de cada país reflita melhor o perfil demográfico da população adulta, de acordo com os dados mais recentes do censo. A Média Global do País reflete o resultado médio de todos os países e mercados nos quais a pesquisa foi realizada. Ela não foi ajustada para o tamanho da população de cada país ou mercado e não pretende sugerir um resultado total.

Quando as porcentagens não somam 100 ou a 'diferença' parece ser +/-1 ponto percentual a mais/menos do que o resultado real, isso pode ser devido ao arredondamento, respostas múltiplas ou a exclusão de respostas de 'não sei' ou não declaradas.

A precisão das pesquisas online da Ipsos é calculada usando um intervalo de credibilidade, sendo que uma pesquisa com N=1.000 é precisa com uma margem de erro de +/- 3,5 pontos percentuais, e uma pesquisa com N=500 é precisa com uma margem de erro de +/- 5,0 pontos percentuais. Para obter mais informações sobre o uso de intervalos de credibilidade pela Ipsos, visite o site da Ipsos.

A publicação dessas descobertas está de acordo com as regras e regulamentos locais.

Ipsos Normas e Acreditações

Os padrões e credenciamentos da Ipsos proporcionam aos nossos clientes a tranquilidade de que sempre podem contar conosco para fornecer resultados confiáveis e sustentáveis. Além disso, nosso foco na qualidade e melhoria contínua significa que adotamos uma abordagem de 'acertar de primeira' em toda a nossa organização.



ISO 20252 - é o padrão específico internacional para pesquisa de mercado, opinião e social, incluindo insights e análise de dados. Ipsos no Reino Unido foi a primeira empresa no mundo a obter essa acreditação.



MRS Empresa Parceria - Ao ser uma parceira da Empresa MRS, a Ipsos UK endossa e apoia os valores principais da marca MRS, como profissionalismo, excelência em pesquisa e efetividade nos negócios, e se compromete a cumprir o Código de Conduta MRS em toda a organização. Nós fomos a primeira empresa a se inscrever para os requisitos e a autorregulação do Código MRS; mais de 350 empresas seguiram o nosso exemplo.



ISO 9001 - Padrão internacional geral da empresa com foco na melhoria contínua por meio de sistemas de gestão da qualidade. Em 1994, nos tornamos um dos primeiros a adotar o padrão de negócios ISO 9001.



ISO 27001 - Padrão internacional de segurança da informação projetado para garantir a seleção de controles de segurança adequados e proporcionais. A Ipsos UK foi a primeira empresa de pesquisa no Reino Unido a receber esse prêmio em agosto de 2008.



A Regulação Geral de Proteção de Dados do Reino Unido (UK GDPR) & o Ato de Proteção de Dados do Reino Unido de 2018 (DPA) – A Ipsos UK é obrigada a cumprir o Regulamento Geral de Proteção de Dados do Reino Unido e a Lei de Proteção de Dados do Reino Unido; abrange o processamento de dados pessoais e a proteção da privacidade.



HMG Essenciais de Cibersegurança – Um governo apoiado e entrega chave do Programa Nacional de Segurança Cibernética do Reino Unido. A Ipsos UK foi avaliada e validada para certificação em 2016. Cyber Essentials define um conjunto de controles que, quando implementados corretamente, fornecem às organizações uma proteção básica contra as formas mais prevalentes de ameaças provenientes da internet.



Fair Data – Ipsos UK está inscrita como uma empresa de 'Dados Justos' Sobre concordando em aderir a doze princípios principais. Os princípios suportam e complementar outros padrões como as ISOs e os requisitos da legislação de Proteção de Dados.

Este trabalho foi realizado de acordo com os requisitos da norma internacional de qualidade para pesquisa de mercado, ISO 20252. e com os Termos e Condições da Ipsos UK

SOBRE A IPSOS

A Ipsos é uma empresa de pesquisa de mercado independente, presente em 90 mercados. A companhia, que tem globalmente mais de 5.000 clientes e 18.130 colaboradores, entrega dados e análises sobre pessoas, mercados, marcas e sociedades para facilitar a tomada de decisão das empresas e das organizações.

Maior empresa de pesquisa eleitoral do mundo, a Ipsos atua ainda nas áreas de marketing, comunicação, mídia, customer experience, engajamento de colaboradores e opinião pública. Os pesquisadores da Ipsos avaliam o potencial do mercado e interpretam as tendências.

Desenvolvem e constroem marcas, ajudam os clientes a construir relacionamento de longo prazo com seus parceiros, testam publicidade e medem a opinião pública ao redor do mundo.

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com/pt-br

GAME CHANGERS

Em um mundo de mudança rápidas, nunca foi tão grande a necessidade de informações seguras para tomar as melhores decisões.

Na Ipsos, acreditamos que nossos clientes procuram mais do que o fornecimento de dados, eles precisam de um parceiro que produza informações precisas e confiáveis e as transforme em verdades acionáveis.

É por isso que nossos especialistas apaixonadamente curiosos oferecem, além da medição mais precisa, análises para uma compreensão verdadeira da sociedade, dos mercados e das pessoas.

Para isso, usamos o melhor da ciência, tecnologia e know-how, e aplicamos os nossos princípios de segurança, simplicidade, supavelocidade e substância em tudo o que fazemos.

Assim, nossos clientes podem agir de maneira mais rápida, mais inteligente e mais ousada.

Por fim, o sucesso se resume a uma simples verdade:

VOCÊ AGE MELHOR QUANDO ENTENDE OS DADOS!

“**Game Changers**” – nossa tagline – resume nossa ambição de ajudar nossos clientes a navegar mais facilmente em nosso mundo em constante mudança.

Obrigad@!

Para mais informações:
comunicacao@ipsos.com

