

# DÍA DE LA TIERRA 2024

Opinión pública sobre el cambio  
climático

Abril 2024



# CONTENIDOS



*Este documento es interactivo,  
pinche en los links para ir a los hallazgos*

**1**

Resumen

**2**

Gobiernos,  
empresas e  
individuos

**3**

Aumento de la  
apatía y la fatiga  
climática

**4**

¿Deberían hacer  
más los países  
desarrollados?

**5**

Conceptos  
erróneos y brecha  
creencia-realidad

**6**

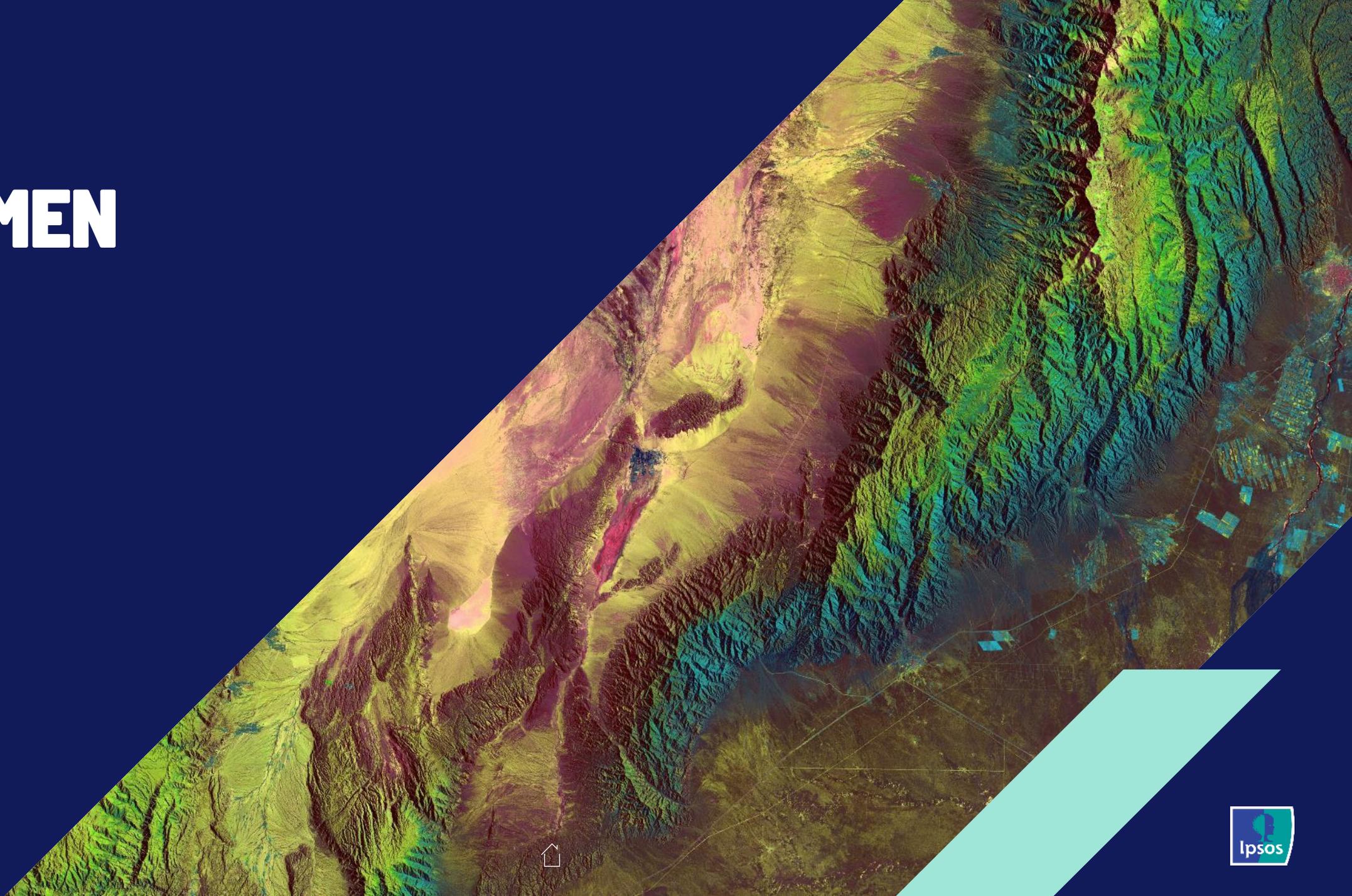
Abandonar los  
combustibles  
fósiles

**7**

Metodología



# RESUMEN



# Hallazgos clave



## Disminuye la convicción sobre el cambio climático

A nivel global, en 33 países, la mayoría piensa que los gobiernos, las empresas y los particulares tienen la responsabilidad de hacer frente al cambio climático. Pero la convicción ha disminuido notablemente en los últimos tres años.



## Fatalismo entre los jóvenes

Los hombres de la generación Millennial y de la Generación Z se sienten más apáticos y fatalistas respecto al cambio climático en comparación con las generaciones mayores y con las mujeres. Tres de cada diez afirman que ya es "demasiado tarde" para hacer frente al cambio climático.



## Los contaminadores deben allanar el camino

Una mayoría global cree que los países desarrollados, con emisiones históricamente elevadas, deberían contribuir más a la acción por el clima. Como era de esperar, los habitantes de los países desarrollados están menos de acuerdo con esta idea.



## Las creencias van por detrás de la realidad climática

Aunque la concienciación está mejorando, a nivel global la gente sigue juzgando mal qué acciones domésticas tendrían más impacto en la reducción de su huella de carbono. La gente sobrestima la eficacia de acciones de bajo impacto como el reciclaje.



## La transición a la energía limpia tiene un precio

La mayoría se muestra optimista sobre los beneficios medioambientales de la transición hacia una economía sin combustibles fósiles, pero hay opiniones encontradas sobre las repercusiones económicas y de asequibilidad.



## Que sea barato y fácil

Los incentivos económicos y el acceso a la información son los principales motivadores a escala global que podrían impulsar una mayor acción climática por parte de los individuos, seguidos de la observación de las repercusiones climáticas en su país.



# Empresas, gobiernos e individuos tienen un papel que desempeñar en la lucha contra el cambio climático

## Estamos todos juntos en esto, ¿verdad?

Aunque muchos creen que las empresas, los gobiernos y los individuos tienen un papel que desempeñar en la lucha contra el cambio climático, hay una gran variación dependiendo del país en el que se viva.

En 28 de los 33 países encuestados, la mayoría está de acuerdo en que si su gobierno no actúa ahora para combatir el cambio climático, estará fallando a la población

de su país. Los rumanos son los que menos de acuerdo están (33%), mientras que los indonesios (80%) son los que más de acuerdo están.

La actitud de los ciudadanos sobre el papel de las empresas sigue una pauta similar. La mayoría de los ciudadanos en 28 de los 33 países también están de acuerdo en que si las empresas de su país no actúan ahora para combatir el cambio climático, estarán fallando a sus empleados y clientes, siendo los

japoneses los menos propensos a estar de acuerdo (31%) y los indios e indonesios los más propensos (75% en ambos casos).

En 31 de los 33 países, la mayoría está de acuerdo en que "si las personas como yo no actuamos ahora para combatir el cambio climático, estaremos fallando a las generaciones futuras". Sólo el 35% de los japoneses está de acuerdo, frente al 80% de los indonesios.



# Los hombres de la Gen Z y los Millennials están hastiados de tomar medidas contra el cambio climático

**El cambio climático es un problema tan grave que algunos creen que no pueden cambiar las cosas.**

Nuestra encuesta global revela que casi uno de cada tres hombres jóvenes se siente particularmente impotente.

Los hombres Millennials, seguidos muy de cerca por los de la Generación Z, son la cohorte más propensa a estar de acuerdo en que el cambio climático escapa a

nuestro control y que es demasiado tarde para hacer algo al respecto (32% y 30% respectivamente).

Proporciones similares de hombres jóvenes están de acuerdo en que no tiene sentido cambiar su propio comportamiento para hacer frente al cambio climático porque, de todos modos, no cambiará nada (hombres de la Generación Z, 32%; hombres Millennials, 31%).

Además, a pesar del aumento

de noticias sobre el calor, las inundaciones y los incendios relacionados con el cambio climático en los últimos años, los hombres Millennials y los hombres de la Generación Z son también la cohorte más propensa a decir que el impacto negativo del cambio climático está demasiado lejos en el futuro como para preocuparse (31% y 30% respectivamente).



# Se espera que los países desarrollados lideren la lucha contra el cambio climático, pero es necesaria la colaboración mundial

## Tú hiciste el desastre, ¿tú lo limpias?

Cerca de dos tercios (63% en promedio de 33 países) parecen mantener esta opinión, y están de acuerdo en que "es correcto que los países desarrollados (como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania y Francia), que son los que más han contribuido a la emergencia climática al producir la mayor parte de las emisiones de carbono, paguen más para resolver el problema". Tal vez no sorprenda que los

habitantes de estos países, históricamente emisores, sean los que menos de acuerdo están con la idea de que los países históricamente emisores deberían pagar más (Francia, 54%; Alemania, 54%; Gran Bretaña, 52%; Estados Unidos, 49%; Canadá, 47%)

Mientras tanto, el 70% en promedio global, está de acuerdo en que los países desarrollados deberían hacer más para combatir el cambio climático y sólo el 46% piensa que los países

desarrollados están liderando actualmente la lucha contra el cambio climático.

Aun así, una gran mayoría parece querer que tanto las economías en desarrollo como las desarrolladas participen en la solución de este problema climático que ningún país ha creado por sí solo. Casi tres de cada cuatro (el 74% en 33 países) están de acuerdo en que no podremos abordar plenamente el cambio climático a menos que todos los países trabajen juntos.



# La gente no sabe qué acciones individuales tienen más impacto

**El viaje hacia un mundo más verde puede empezar con un solo paso, pero no todos los pasos son iguales.**

Durante mucho tiempo se creyó, por ejemplo, que tirar las botellas de plástico a la papelera de reciclaje era un pequeño hábito con un gran impacto. Pero una avalancha de artículos académicos y noticias que cuestionan la veracidad de esta creencia parece haber hecho cambiar de opinión a algunas personas.

En 2022, un promedio del 51% de los encuestados de 31 países consideraba que el reciclaje era una de las formas más eficaces de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en los hogares. Este porcentaje se redujo significativamente en 2023, hasta el 33%, y ahora se sitúa en el 34% en 2024.

Aunque ha habido cierto movimiento, el reciclaje sigue considerándose la mejor forma de reducir la

huella de carbono, justo por detrás de la compra de energía renovable (38%), que tiene un impacto mucho mayor, según la [investigación publicada en Environmental Research Letters](#)

Por supuesto, cualquier paso para ser más ecológicos es bueno, pero está claro que los gobiernos y las empresas tienen mucho trabajo por hacer para comunicar qué acciones tendrán realmente el mayor impacto en la reducción de emisiones.



# El temor al coste de la vida en los países desarrollados podría obstaculizar la transición hacia las energías renovables

**Aunque muchos ven la importancia de abandonar los combustibles fósiles para luchar contra la crisis climática, la preocupación generalizada en algunos países podría ralentizar el cambio.**

En promedio en los 33 países, dos de cada tres piensan que la transición a las energías renovables tendrá un impacto positivo en la calidad del aire (65%), la naturaleza (63%) y la lucha contra el cambio climático (63%). Sin embargo, esto oculta las diferencias entre países.

A pesar de la caída de las tasas de

inflación en gran parte del mundo, muchas personas, sobre todo en Europa y Norteamérica, creen que el abandono de los combustibles fósiles supone un golpe para sus bolsillos.

Globalmente, el 29% piensa que la transición hacia las energías renovables tendrá un impacto negativo en el coste de la vida. Sin embargo, esta preocupación es mayor en los países del G7 (hasta el 37%) y es especialmente elevada en Alemania (47%) y Canadá (42%).

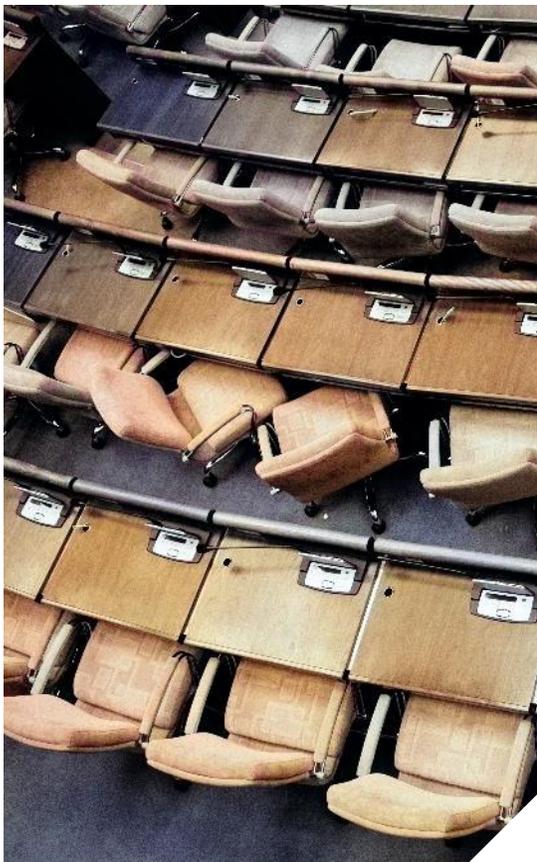
Esto es parte de un problema más amplio: los países del G7 tienen

dificultades para ver los beneficios de una transición que abandone los combustibles fósiles.

Cuando se les pregunta si creen que la transición a las energías renovables tendrá un impacto positivo en áreas como el crecimiento económico, la calidad del aire y la lucha contra el cambio climático, los habitantes de los países más desarrollados son menos propensos a ver los aspectos positivos que traerá esta transición.



# Qué significa esto para...



## Gobiernos

**Los responsables políticos de todo el mundo han hablado sobre el cambio climático, pero la falta de acción sobre el problema está provocando apatía en algunos sectores.**

En este informe, observamos un creciente sentimiento de impotencia en la lucha para abordar la crisis climática, especialmente entre los más jóvenes. El número de los que piensan que su gobierno tiene un plan claro para hacer frente al cambio climático ha disminuido desde 2022. Los que piensan que su gobierno estaría fallando a sus ciudadanos si no actúa contra el cambio climático ha descendido en la mayoría de los países en los últimos dos años.

Pero la gente quiere una respuesta ya. Se considera que el impacto negativo del cambio climático ya está aquí. Sin embargo, aún hay tiempo para luchar. La mayoría de los países encuestados, excepto uno, cree que no es demasiado tarde para luchar contra el cambio climático.

La mejora de la comunicación y la educación para ayudar a las personas a saber dónde pueden tener más impacto sus acciones es un área en la que el gobierno podría mejorar. El 37% afirma que un acceso más fácil a la información les animaría a tomar más medidas.

Los ciudadanos creen que pueden influir personalmente en la lucha contra el cambio climático, pero necesitan más información sobre cómo tomar las decisiones más eficaces.

# Qué significa esto para ...



## Marcas

**¿Deben participar las empresas en la lucha contra el cambio climático? La mayoría dice que sí.**

Casi tres de cada cinco están de acuerdo en que si las empresas de su país no actúan ahora para combatir el cambio climático estarán fallando a sus empleados y clientes, con un consenso generalizado entre las distintas generaciones al respecto.

Así pues, las marcas que hablan del cambio climático y toman medidas para combatirlo están haciendo lo que la mayoría, desde los estudiantes novatos hasta los veteranos, espera que hagan. Aunque es importante señalar que, si bien los jóvenes suelen ser más optimistas que los mayores en una serie de cuestiones, nuestra encuesta mundial revela que el cambio climático parece ser la excepción a la regla.

Por ejemplo, mientras que casi tres de cada cuatro Boomers (73%) y Gen X (71%) están de acuerdo en que si todo el mundo hiciera pequeños cambios en su vida cotidiana esto podría tener un gran impacto en la lucha contra el cambio climático, los Millennials (68%) y Gen Z (63%) son menos propensos a pensar así.

Esto significa que las empresas que están elaborando estrategias de acción por el clima podrían tener que ajustar los anuncios y mensajes destinados a los más jóvenes y, al menos en este tema, a los empleados y clientes más escépticos.

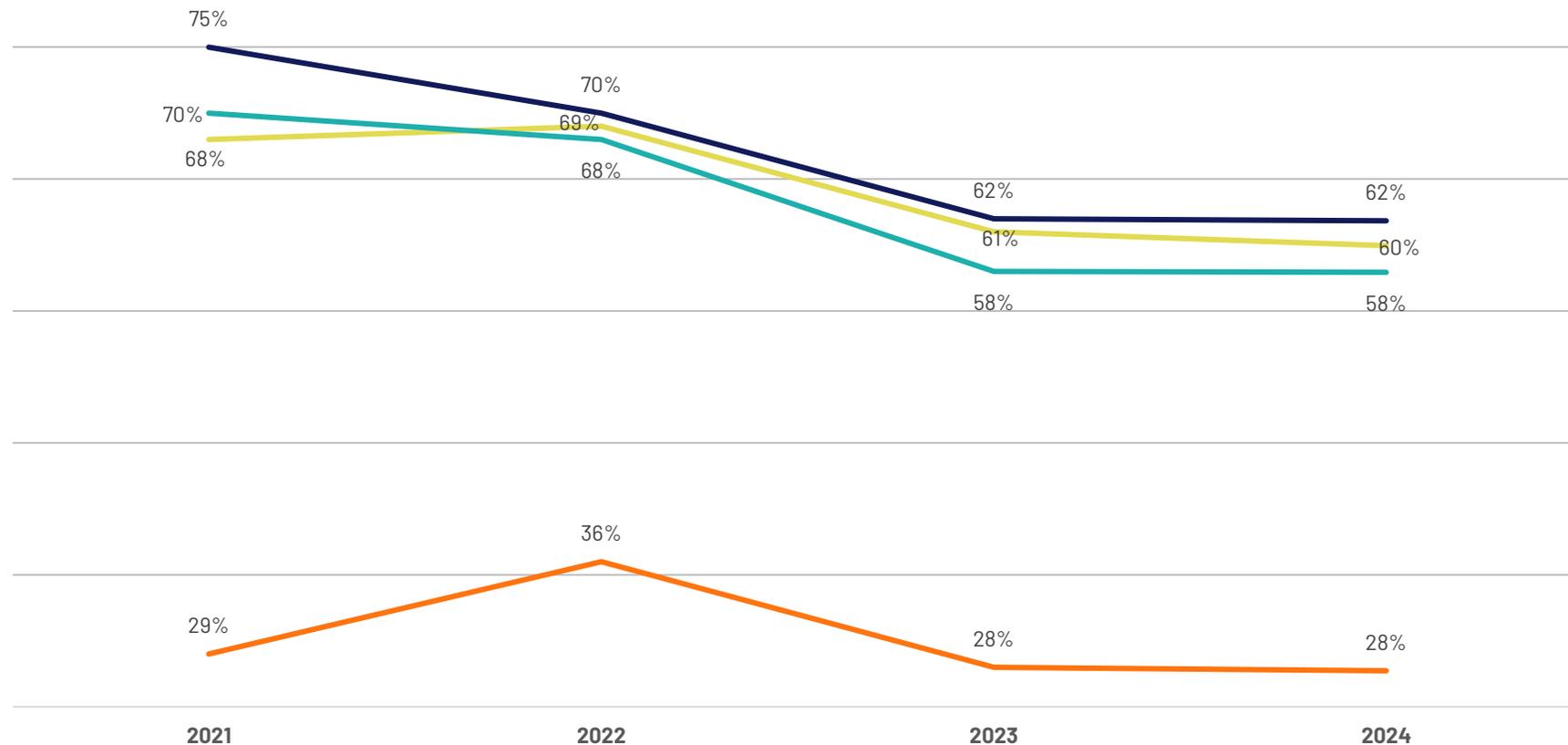
# GOBIERNOS, EMPRESAS E INDIVIDUOS



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

(Comparación de 26 países - tendencia)

Base: 2024. 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan - 9 Feb 2024. 2023: 21,231 online adults under the age of 75, interviewed 20 Jan - 3 March 2023; 2022: 22,033 online adults under the age of 75, interviewed 18 Feb - 4 Mar 2022; 2021: 20,511 online adults under the age of 75, interviewed 19 Feb - 5 Mar 2021. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population. The 26 comparator countries include: Argentina, Australia, Belgium, Brazil, Canada, Chile, Colombia, France, Great Britain, Germany, Hungary, India, Italy, Japan, Malaysia, Mexico, the Netherlands, Peru, Poland, South Africa, South Korea, Spain, Sweden, Switzerland, Türkiye and USA



- Si las personas como yo no actúan ahora para combatir el cambio climático, les fallaremos a las generaciones futuras
- Si las empresas en ... no actúan ahora para combatir el cambio climático, le estarán fallando a sus empleados y clientes
- Si el gobierno de ... no actúa ahora para combatir el cambio climático, le estará fallando a la gente de ...
- El gobierno de ... tiene un plan claro en cuanto a cómo el gobierno, las empresas y las personas trabajarán en conjunto para combatir el cambio climático



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

El gobierno de [PAÍS] tiene un plan claro en cuanto a cómo el gobierno, las empresas y las personas trabajarán en conjunto para combatir el cambio climático

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

País	De acuerdo	En desacuerdo	Cambio De acuerdo/ 23	Cambio De acuerdo/ 22
<b>33-Country Average</b>	31%	33%	#N/A	#N/A
China	75%	6%	#N/A	-7
India	73%	6%	+6	+8
Indonesia	54%	12%	+5	#N/A
Thailand	44%	20%	-3	#N/A
Malaysia	41%	16%	-8	-5
Brazil	40%	28%	-1	-1
Sweden	38%	26%	+9	=
Singapore	38%	21%	-14	#N/A
United States	35%	23%	+16	+8
Mexico	35%	27%	-4	-5
Great Britain	34%	29%	+7	-5
Colombia	33%	29%	-2	-3
New Zealand	32%	29%	#N/A	#N/A
South Africa	31%	35%	+7	+1
Germany	30%	34%	+3	-5
Canada	29%	28%	+6	-1
Switzerland	29%	31%	-3	-15
France	28%	33%	+4	-6
Chile	28%	32%	-2	-12
Netherlands	27%	33%	+4	-3
Spain	25%	37%	-1	-10
<b>Peru</b>	<b>24%</b>	<b>38%</b>	<b>-3</b>	<b>-12</b>
Australia	24%	34%	-6	-13
South Korea	23%	36%	+1	-18
Ireland	22%	39%	#N/A	#N/A
Italy	20%	45%	-9	-21
Türkiye	20%	54%	-11	-18
Argentina	20%	34%	+4	-5
Belgium	17%	41%	-2	-9
Poland	13%	60%	-10	-19
Japan	12%	52%	-2	-18
Romania	10%	58%	#N/A	#N/A
Hungary	9%	57%	-6	-20



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Si el gobierno de [PAÍS] no actúa ahora para combatir el cambio climático, le estará fallando a la gente de [PAÍS]

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

País	De acuerdo	En desacuerdo	Cambio De acuerdo/ 23	Cambio De acuerdo/ 22
<b>33-Country Average</b>	60%	15%	#N/A	#N/A
Indonesia	80%	7%	+14	#N/A
Peru	78%	7%	+7	-2
South Africa	76%	10%	+1	-9
India	75%	9%	+8	+4
Colombia	74%	9%	-3	-11
Mexico	70%	10%	+1	-7
Brazil	69%	9%	-1	-6
Thailand	68%	9%	-4	#N/A
Chile	68%	9%	=	-18
New Zealand	66%	15%	#N/A	#N/A
China	65%	10%	#N/A	-10
France	64%	14%	-1	-10
Malaysia	64%	9%	-1	-12
Hungary	63%	11%	-2	-5
Singapore	62%	11%	+1	#N/A
Argentina	61%	13%	-7	-22
Great Britain	60%	18%	-6	-6
Sweden	60%	20%	+7	-9
Australia	59%	17%	-2	-11
Spain	59%	17%	-4	-11
Poland	59%	18%	+4	-4
Ireland	58%	18%	#N/A	-15
Canada	56%	21%	-1	-8
Italy	54%	16%	-1	-14
Belgium	54%	19%	-6	-18
United States	54%	20%	=	-8
South Korea	53%	15%	+6	-7
Türkiye	53%	19%	-6	-8
Netherlands	49%	25%	-5	-11
Germany	47%	26%	-3	-14
Switzerland	46%	25%	-3	-10
Japan	37%	25%	+1	-10
Romania	33%	29%	#N/A	#N/A



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Si las empresas en [PAÍS] no actúan ahora para combatir el cambio climático, le estarán fallando a sus empleados y clientes

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan - 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

País	De acuerdo	En desacuerdo	Cambio De acuerdo/ 23	Cambio De acuerdo/ 22
<b>33-Country Average</b>	59%	15%	#N/A	#N/A
India	75%	10%	+8	+6
Indonesia	75%	6%	+11	#N/A
Colombia	74%	9%	+2	-10
Peru	71%	6%	+5	-12
Brazil	71%	9%	+2	-6
Mexico	70%	10%	+1	-9
South Africa	70%	11%	=	-11
Chile	68%	10%	-1	-13
Thailand	67%	9%	+1	#N/A
France	65%	13%	+1	-9
China	65%	9%	#N/A	-10
New Zealand	62%	15%	#N/A	#N/A
Malaysia	61%	9%	+2	-6
Singapore	59%	11%	+1	#N/A
Spain	59%	17%	-1	-11
Great Britain	58%	16%	-5	-9
Argentina	58%	11%	-3	-19
Hungary	58%	13%	-2	-6
Sweden	57%	18%	+5	-14
Ireland	57%	18%	#N/A	-17
Australia	55%	19%	-2	-13
Belgium	55%	15%	-3	-14
Italy	53%	16%	+1	-13
Poland	53%	20%	+2	-10
Netherlands	53%	21%	-7	-12
Türkiye	52%	23%	-5	-9
United States	52%	20%	=	-9
Canada	51%	22%	-4	-11
South Korea	48%	18%	+6	-12
Switzerland	46%	24%	-3	-12
Germany	44%	26%	-5	-18
Romania	40%	20%	#N/A	#N/A
Japan	31%	25%	+3	-13



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Si las personas como yo no actúan ahora para combatir el cambio climático, les fallaremos a las generaciones futuras

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

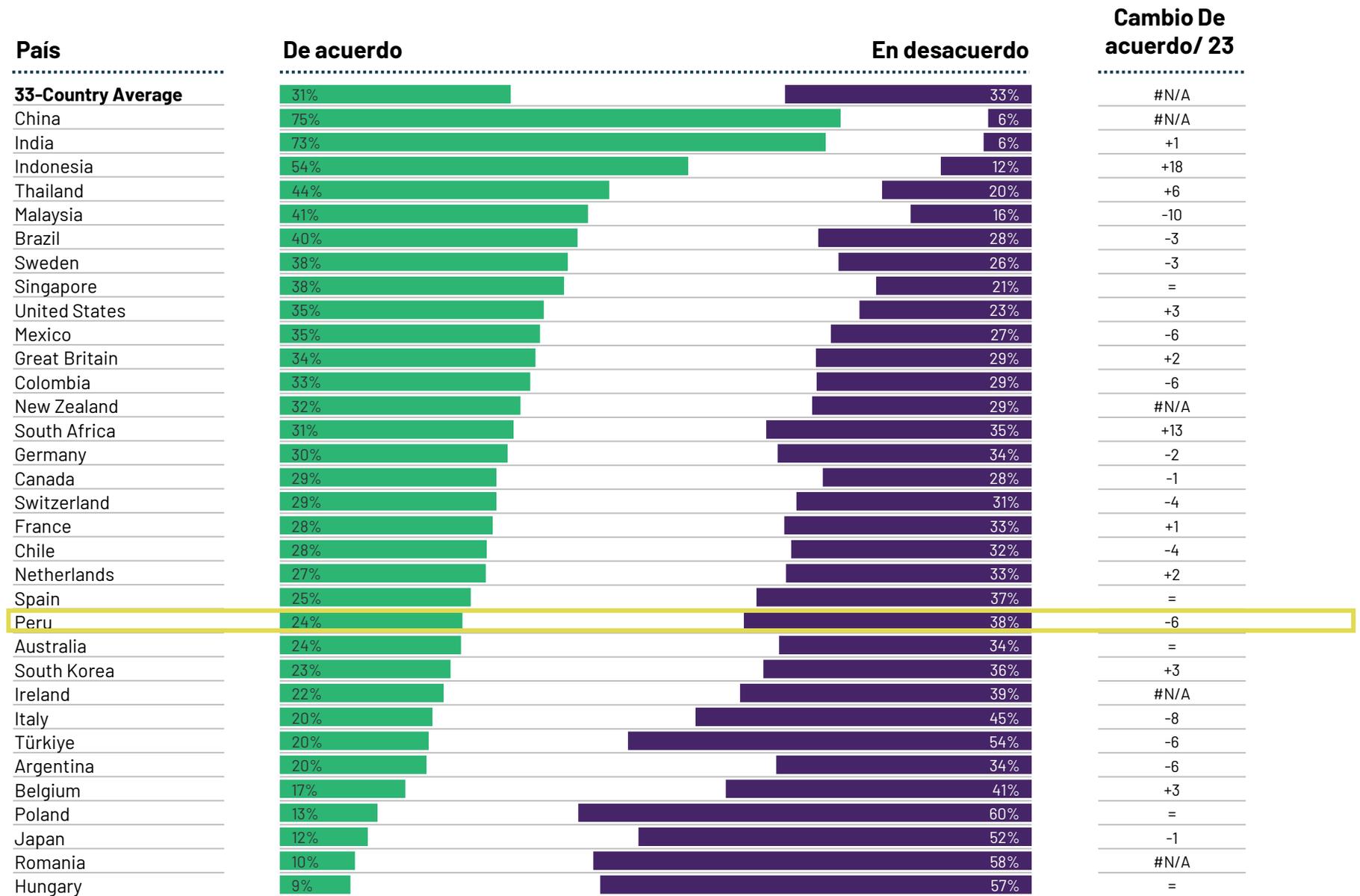
País	De acuerdo	En desacuerdo	Cambio De acuerdo/ 23	Cambio De acuerdo/ 22
<b>33-Country Average</b>	63%	14%	#N/A	#N/A
Indonesia	80%	5%	+13	#N/A
India	77%	9%	+8	+2
Colombia	77%	8%	-2	-10
Mexico	76%	8%	=	-7
South Africa	76%	10%	+2	-5
<b>Peru</b>	<b>74%</b>	<b>9%</b>	<b>+3</b>	<b>-9</b>
China	73%	8%	#N/A	-6
Chile	72%	10%	-1	-12
Brazil	72%	8%	-1	-4
Argentina	69%	10%	-5	-14
Thailand	68%	9%	-1	#N/A
Singapore	66%	12%	-4	#N/A
New Zealand	64%	15%	#N/A	#N/A
Malaysia	64%	9%	+1	-13
France	63%	16%	-1	-4
Türkiye	61%	14%	-4	-8
Italy	61%	13%	-1	-10
Poland	61%	16%	+3	=
Spain	61%	17%	-2	-12
Great Britain	61%	17%	-5	-5
Sweden	60%	17%	+4	-11
Hungary	60%	11%	-2	-8
Ireland	58%	18%	#N/A	-16
South Korea	58%	15%	+3	-10
Australia	56%	20%	-2	-12
Canada	55%	21%	-5	-7
Romania	55%	18%	#N/A	#N/A
Switzerland	55%	21%	+1	-9
United States	54%	19%	=	-7
Netherlands	53%	22%	-3	-10
Belgium	51%	21%	-7	-14
Germany	50%	25%	-3	-12
Japan	35%	25%	+5	-9



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

[PAÍS] es un líder mundial en la lucha contra el cambio climático

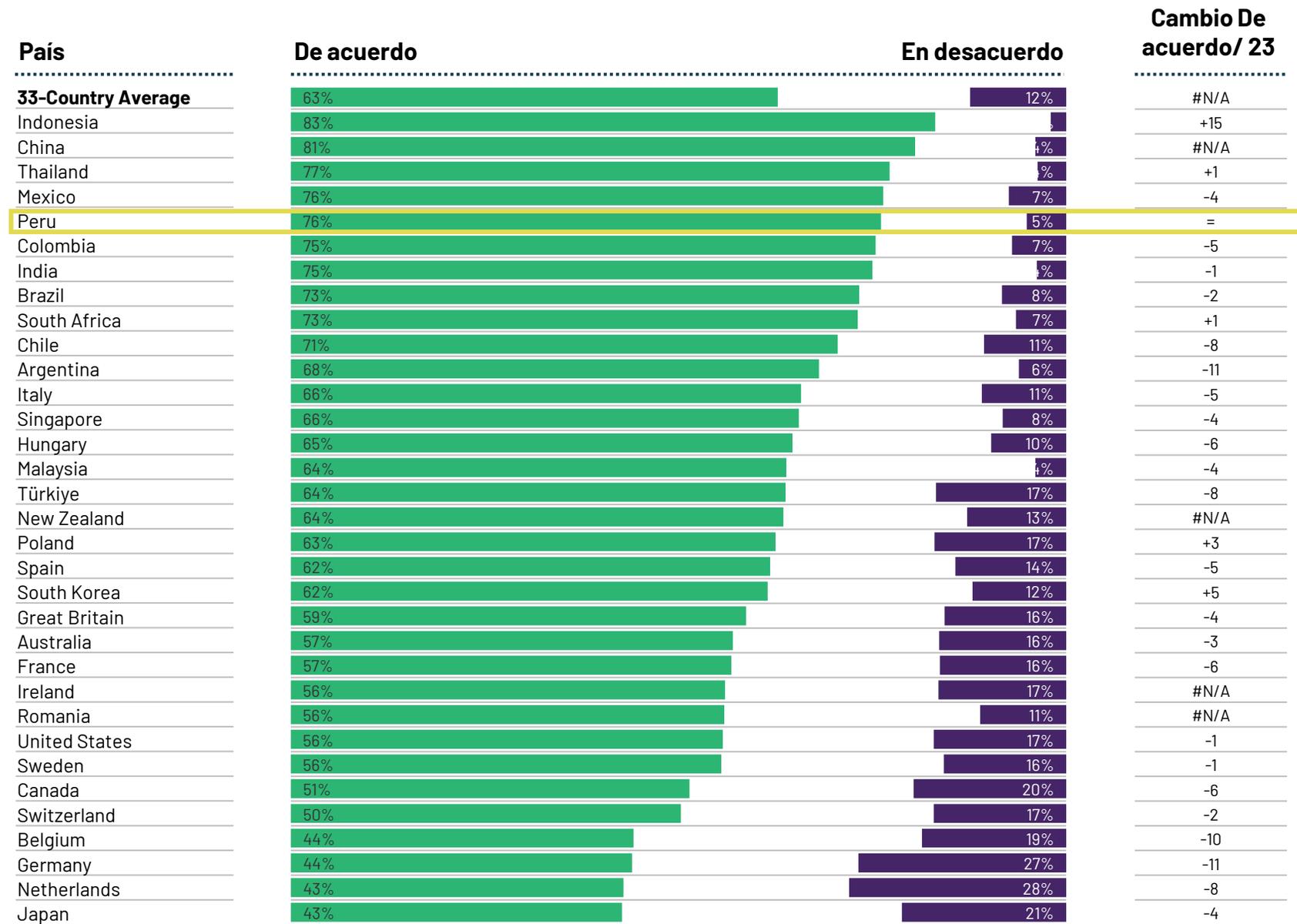
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

[PAÍS] debería hacer más en la lucha contra el cambio climático

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



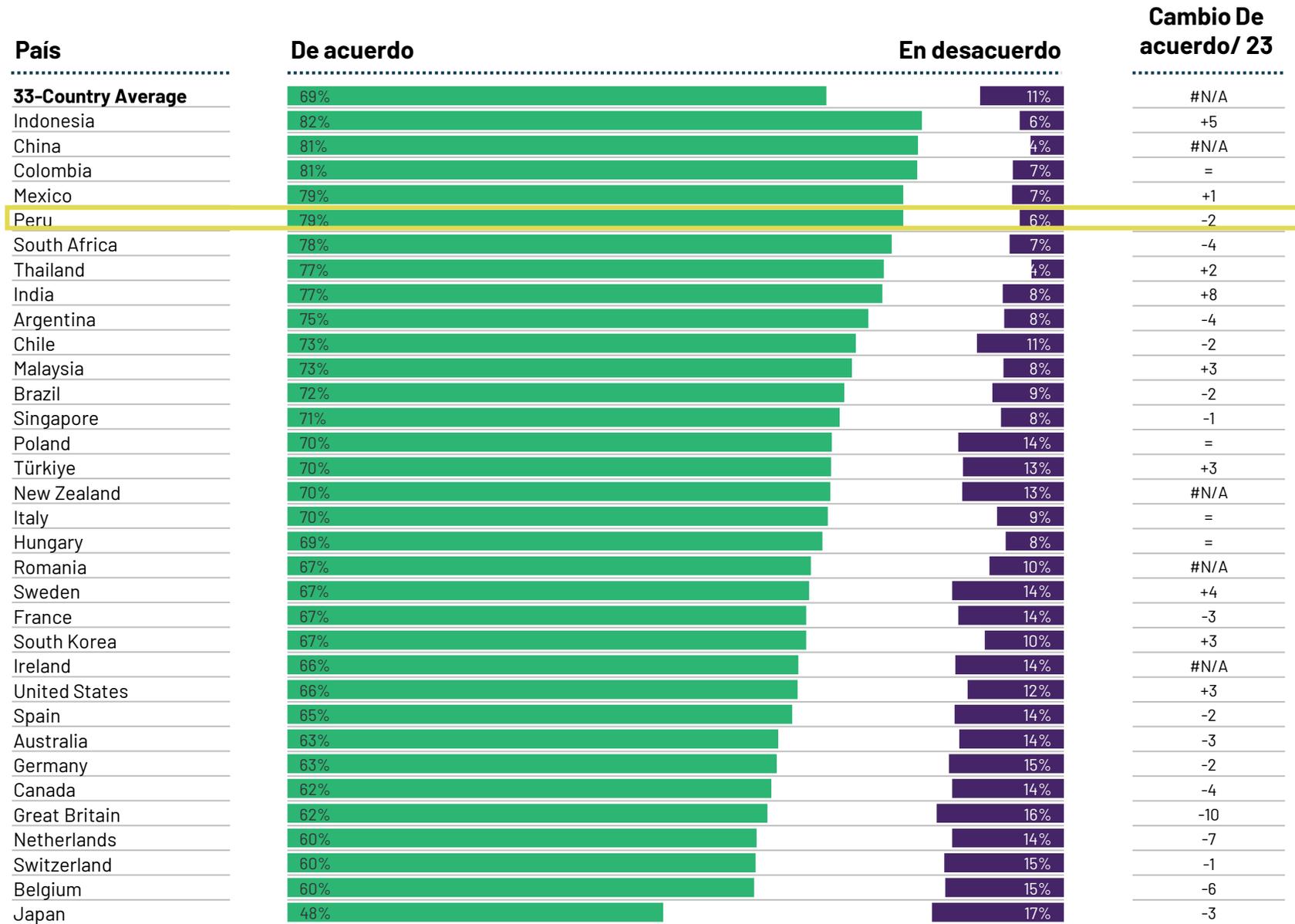
# AUMENTO DE LA APATÍA Y LA FATIGA CLIMÁTICA



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Si todos hicieran pequeños cambios en sus vidas cotidianas, podría tener un gran impacto en la lucha contra el cambio climático

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

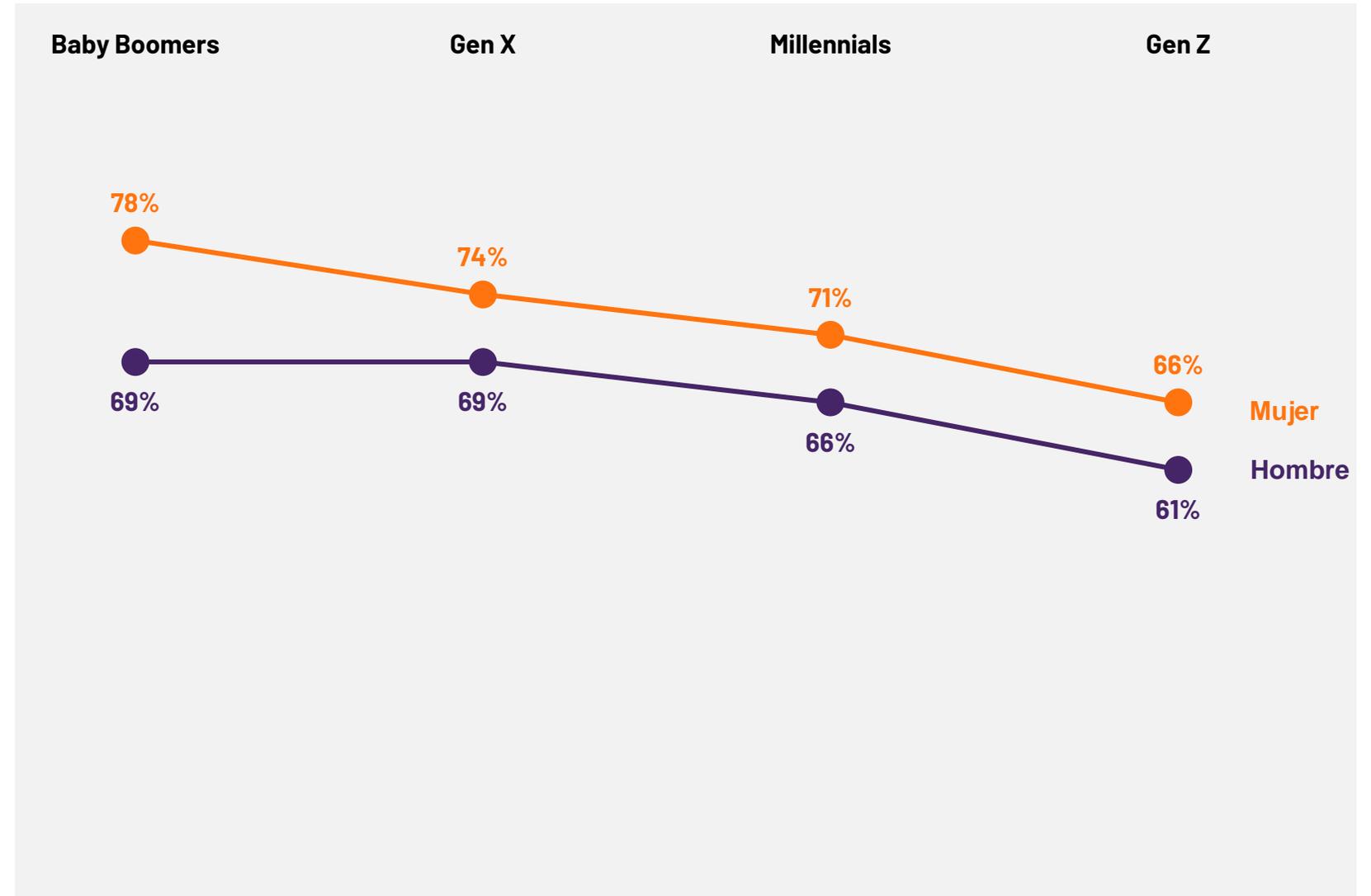


## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Si todos hicieran pequeños cambios en sus vidas cotidianas, podría tener un gran impacto en la lucha contra el cambio climático

% De acuerdo

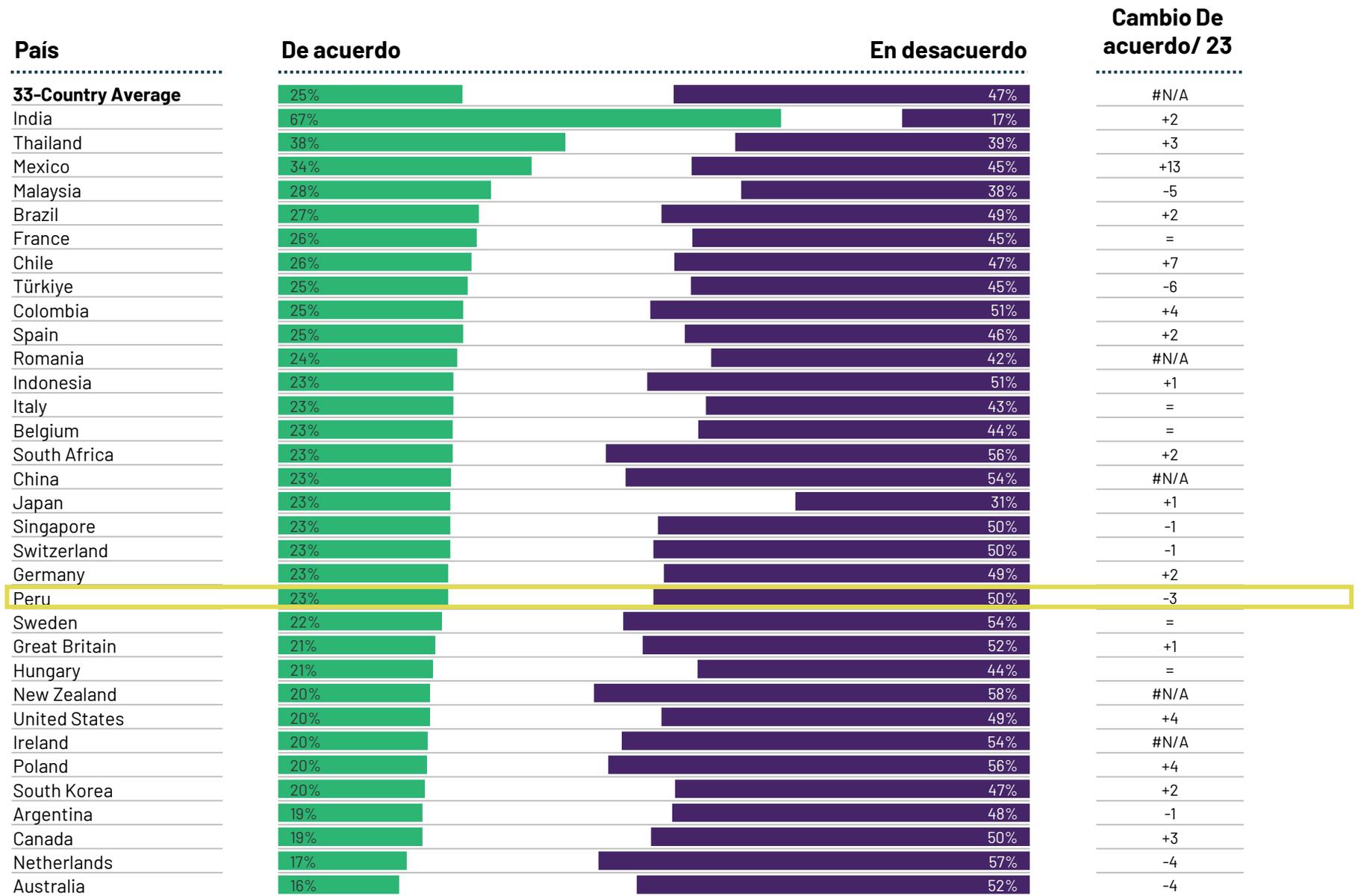
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

El cambio climático está fuera de nuestro control, ya es tarde para hacer algo al respecto

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

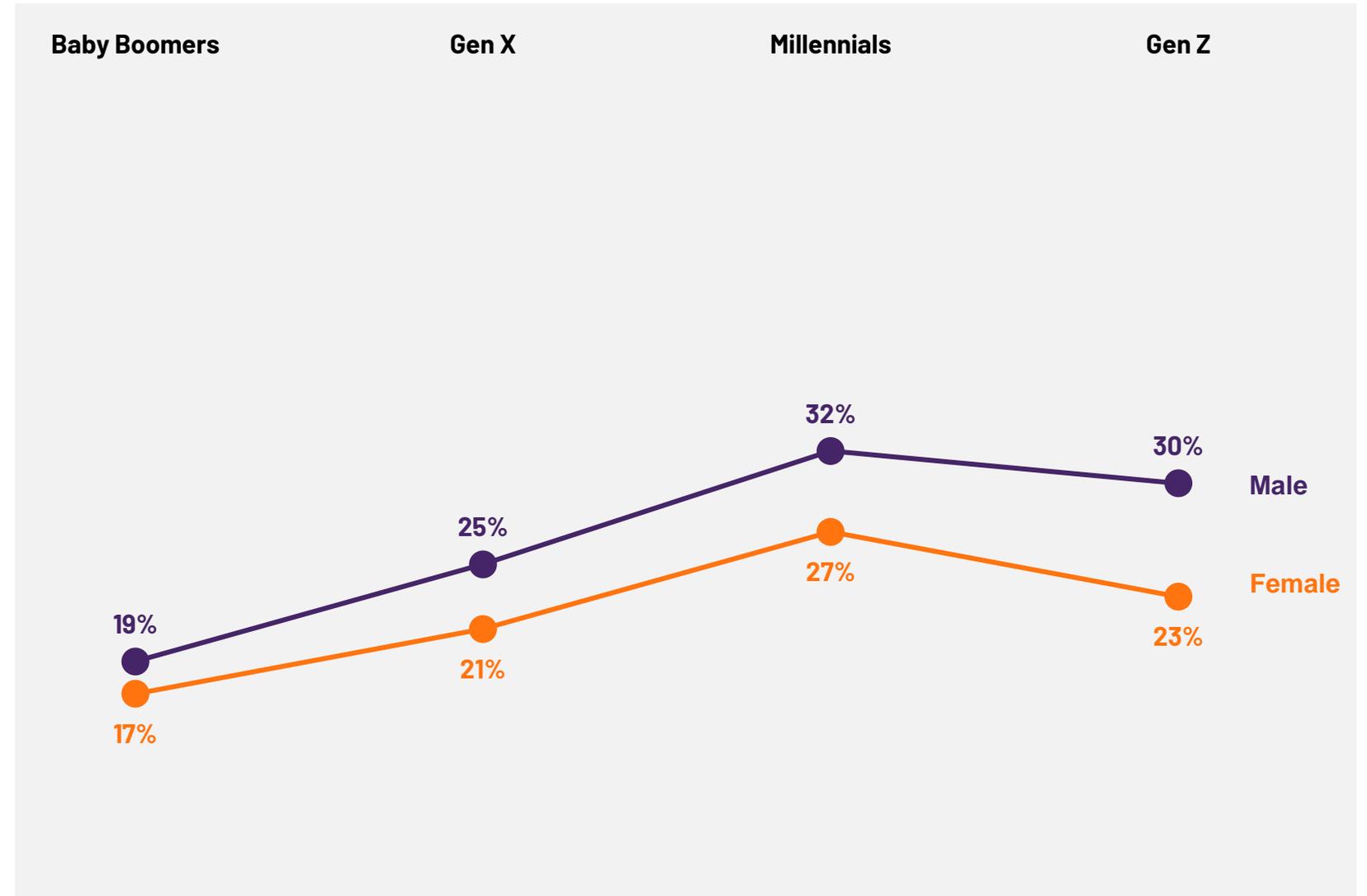


## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

El cambio climático está fuera de nuestro control, ya es tarde para hacer algo al respecto

% De acuerdo

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

El impacto negativo del cambio climático se verá en un futuro muy lejano como para preocuparme

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

País	De acuerdo	En desacuerdo	Cambio De acuerdo/ 23
<b>33-Country Average</b>	23%	52%	#N/A
India	68%	15%	+6
Thailand	40%	36%	+2
<b>Peru</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>=</b>
Mexico	36%	43%	+2
Colombia	33%	47%	-1
Malaysia	31%	37%	-2
Argentina	27%	47%	-3
Singapore	26%	46%	-1
Chile	25%	55%	+2
Poland	24%	55%	+9
Brazil	24%	55%	+4
Indonesia	22%	60%	+3
Ireland	22%	52%	#N/A
Great Britain	21%	55%	+2
South Africa	21%	56%	+1
Sweden	20%	54%	-4
China	20%	60%	#N/A
Australia	19%	51%	=
Netherlands	19%	54%	-3
Spain	19%	56%	=
Belgium	19%	57%	+5
United States	19%	49%	+4
Romania	19%	44%	#N/A
Canada	17%	54%	=
Switzerland	17%	56%	-3
Germany	17%	54%	-3
South Korea	17%	56%	+3
Türkiye	17%	59%	-5
Italy	16%	61%	=
Hungary	15%	55%	=
New Zealand	15%	63%	#N/A
France	14%	64%	-1
Japan	12%	54%	+1

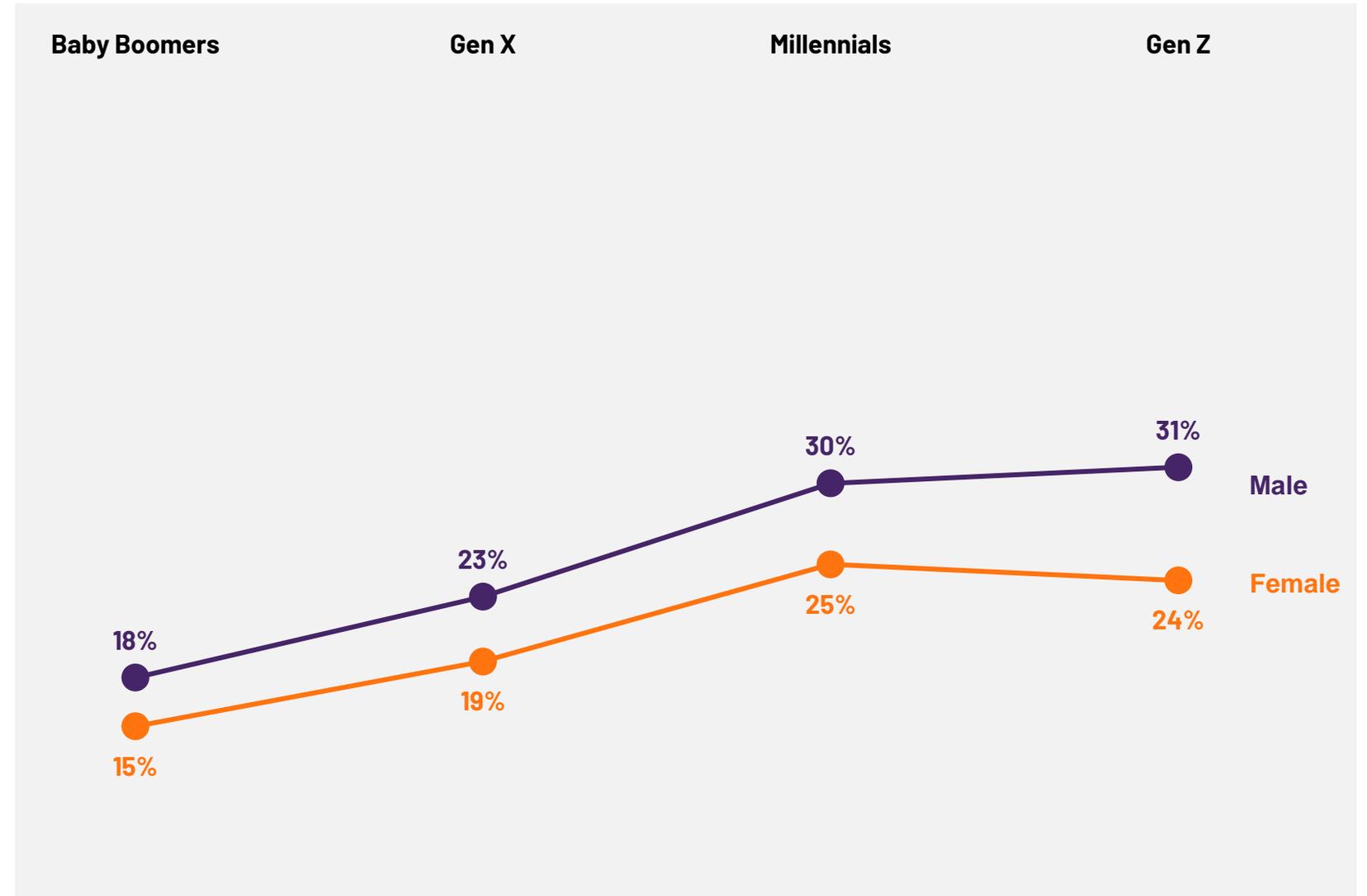


## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

El impacto negativo del cambio climático se verá en un futuro muy lejano como para preocuparme

% De acuerdo

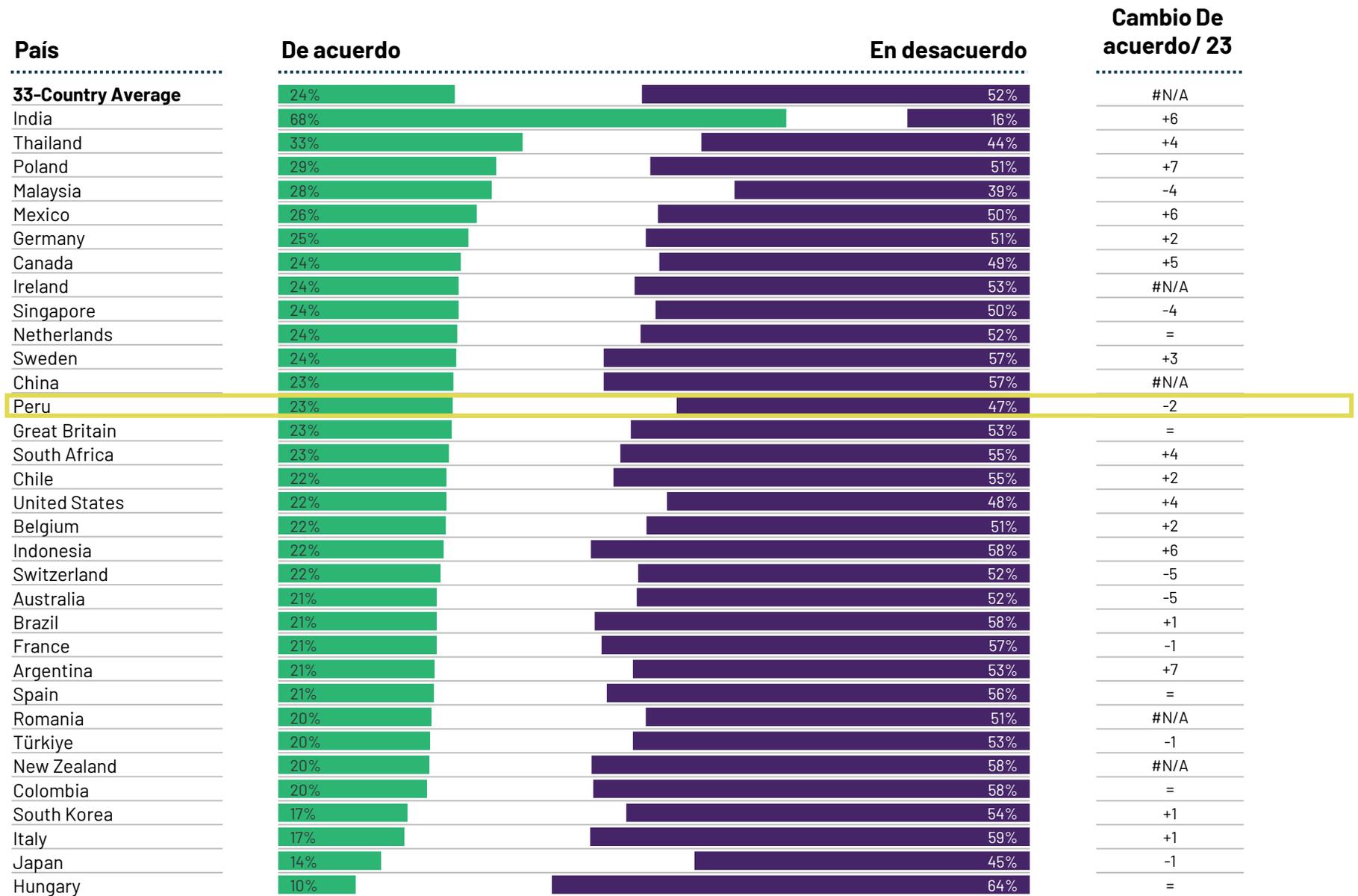
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

No tiene sentido que cambie mi comportamiento para luchar contra el cambio climático porque, de todos modos, no hará ninguna diferencia

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

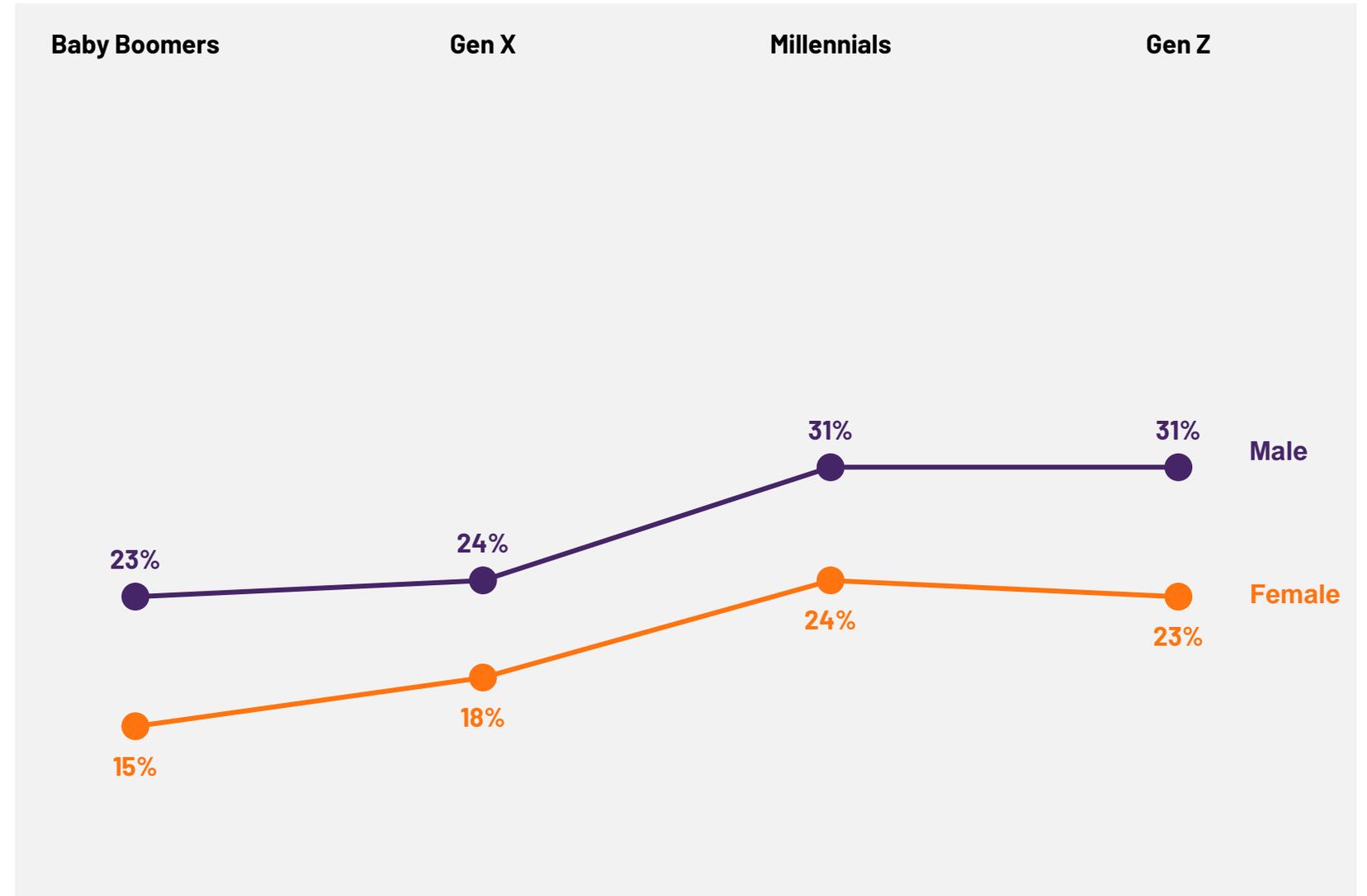


## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

No tiene sentido que cambie mi comportamiento para luchar contra el cambio climático porque, de todos modos, no hará ninguna diferencia

% De acuerdo

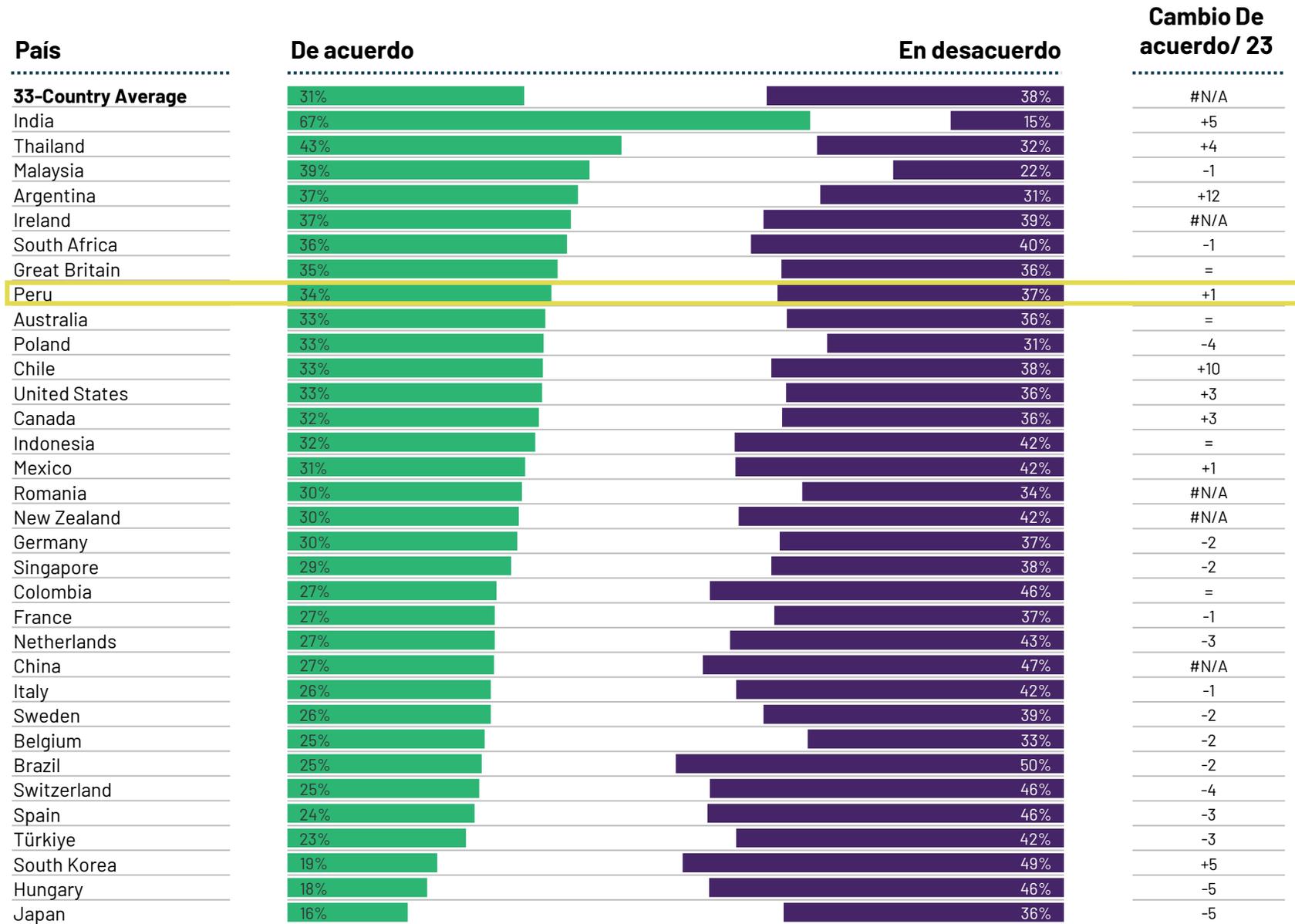
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Ahora no es momento de invertir en medidas para reducir el cambio climático debido a las difíciles condiciones económicas

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

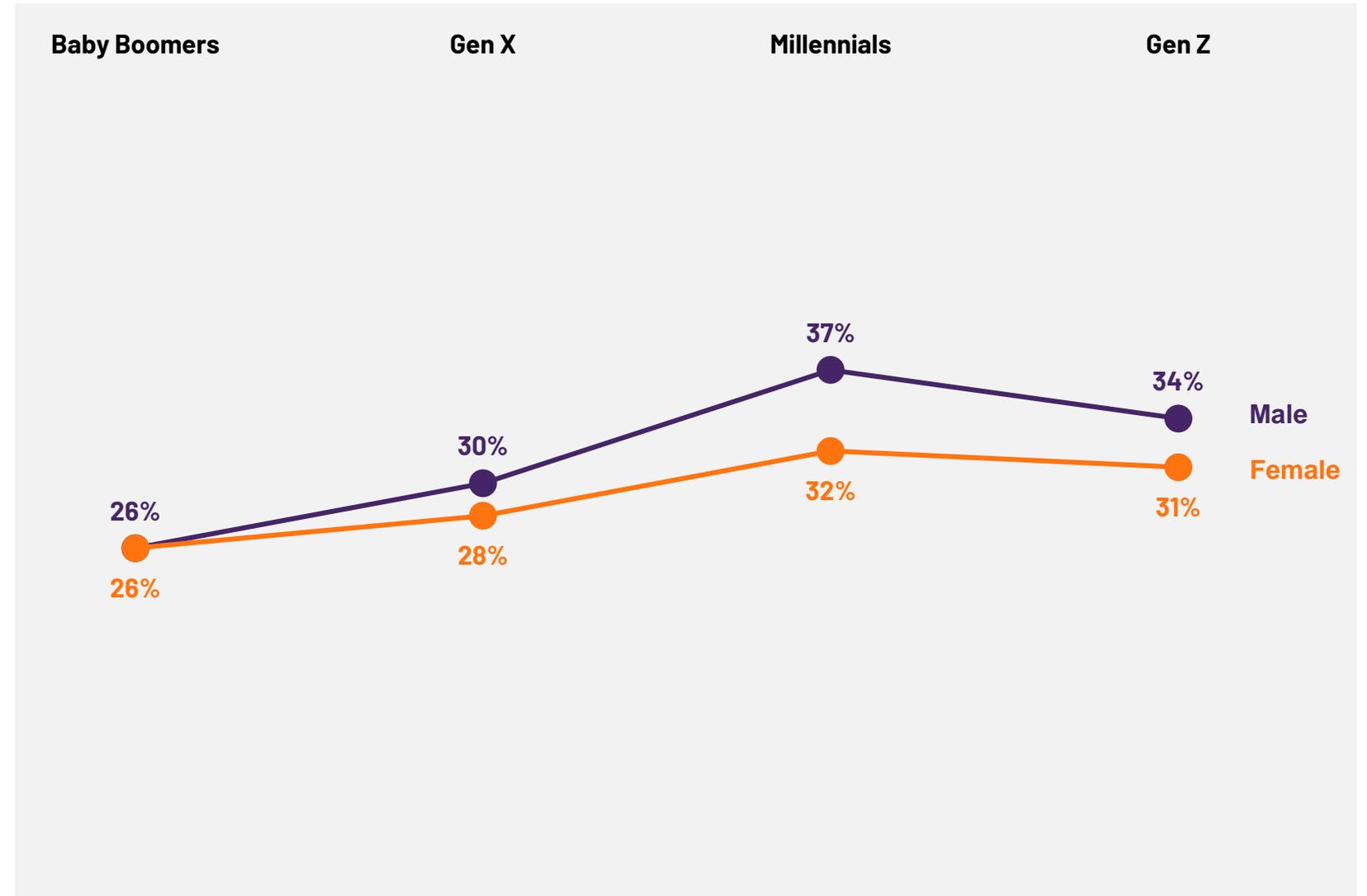


## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Ahora no es momento de invertir en medidas para reducir el cambio climático debido a las difíciles condiciones económicas

% De acuerdo

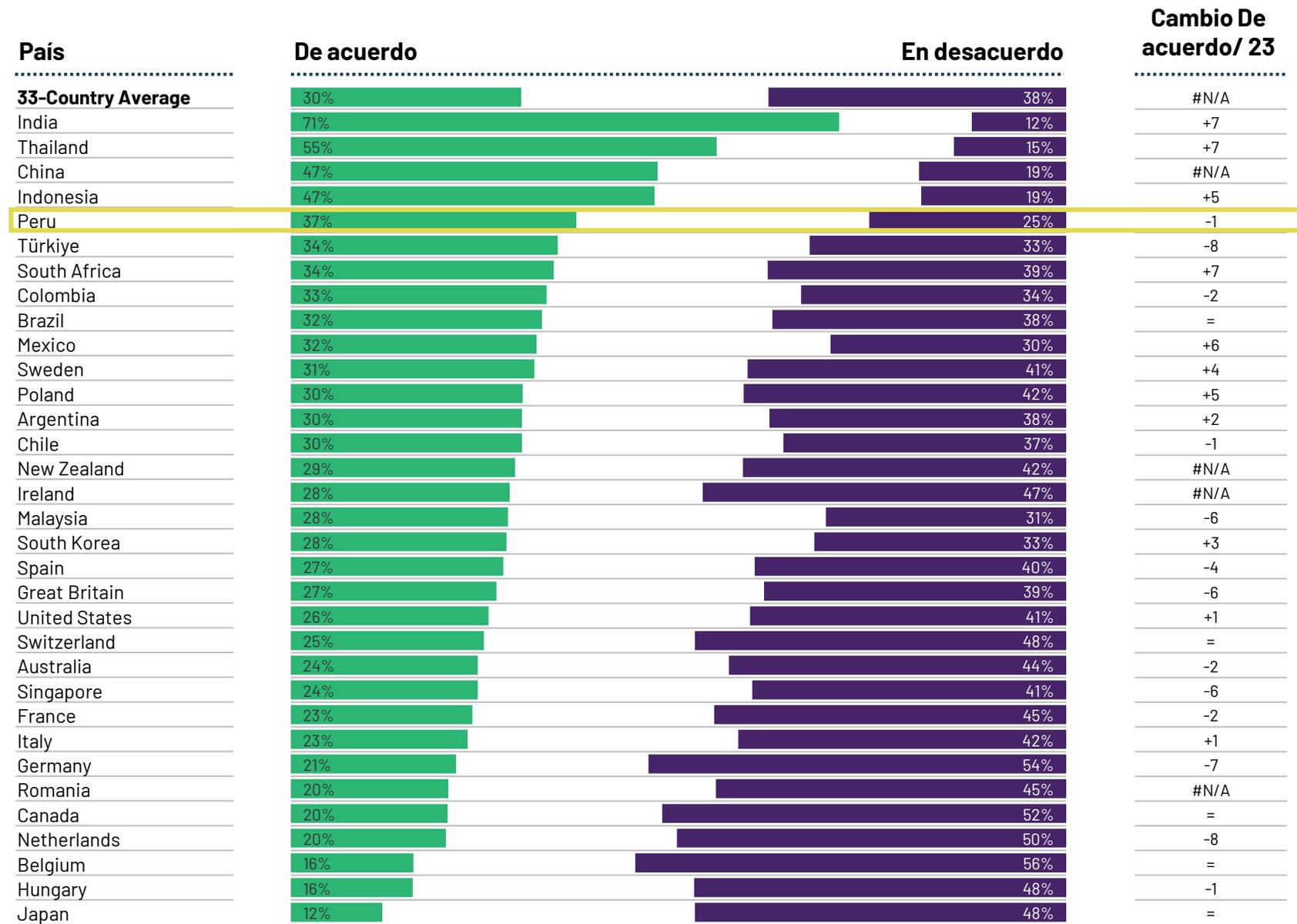
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Pagaría más impuestos que los que pago actualmente para ayudar a prevenir el cambio climático

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



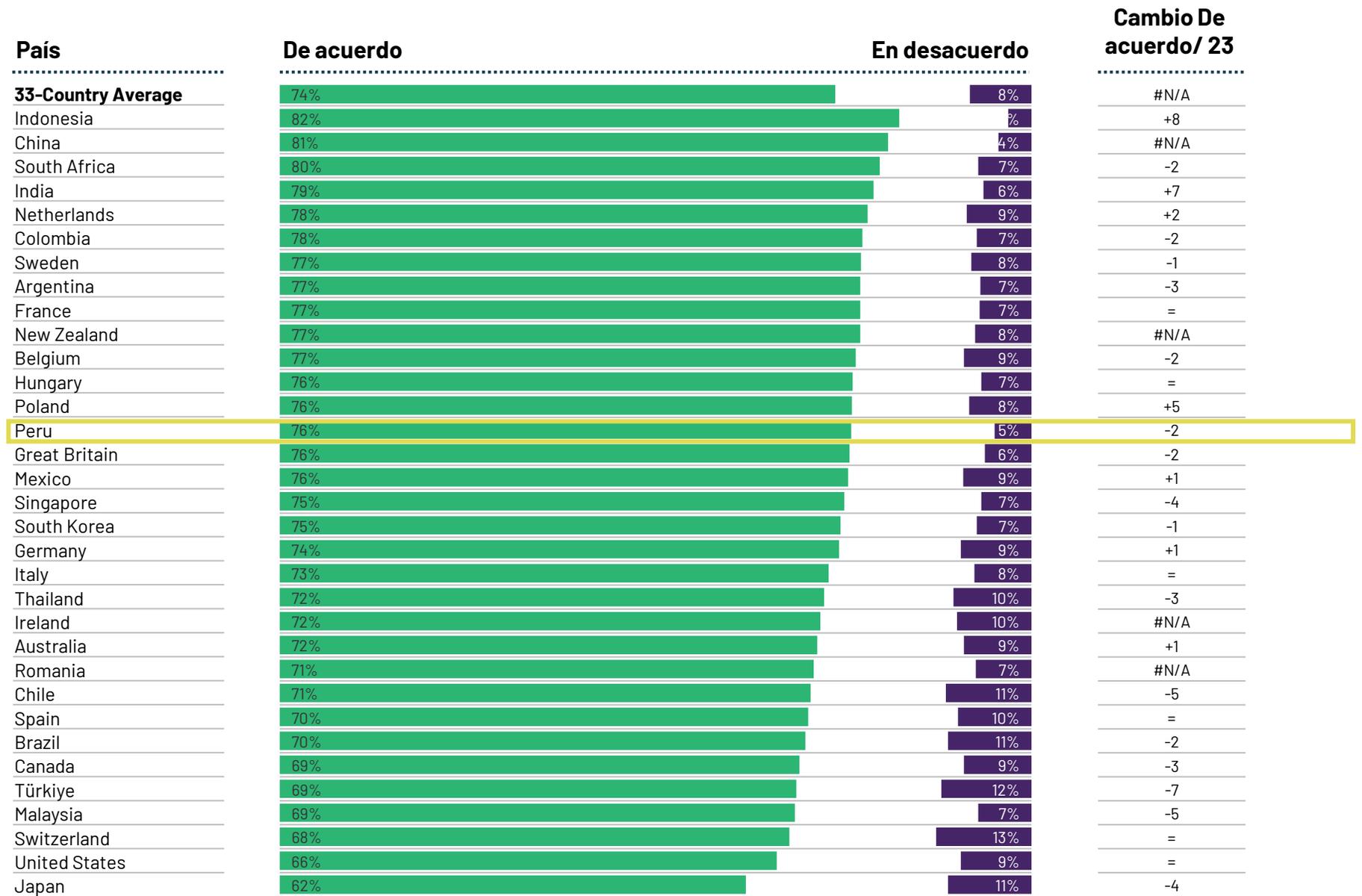
# ¿DEBERÍAN HACER MÁS LOS PAÍSES DESARROLLADOS?



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

No podemos abordar el cambio climático por completo, a menos que todos los países trabajen juntos

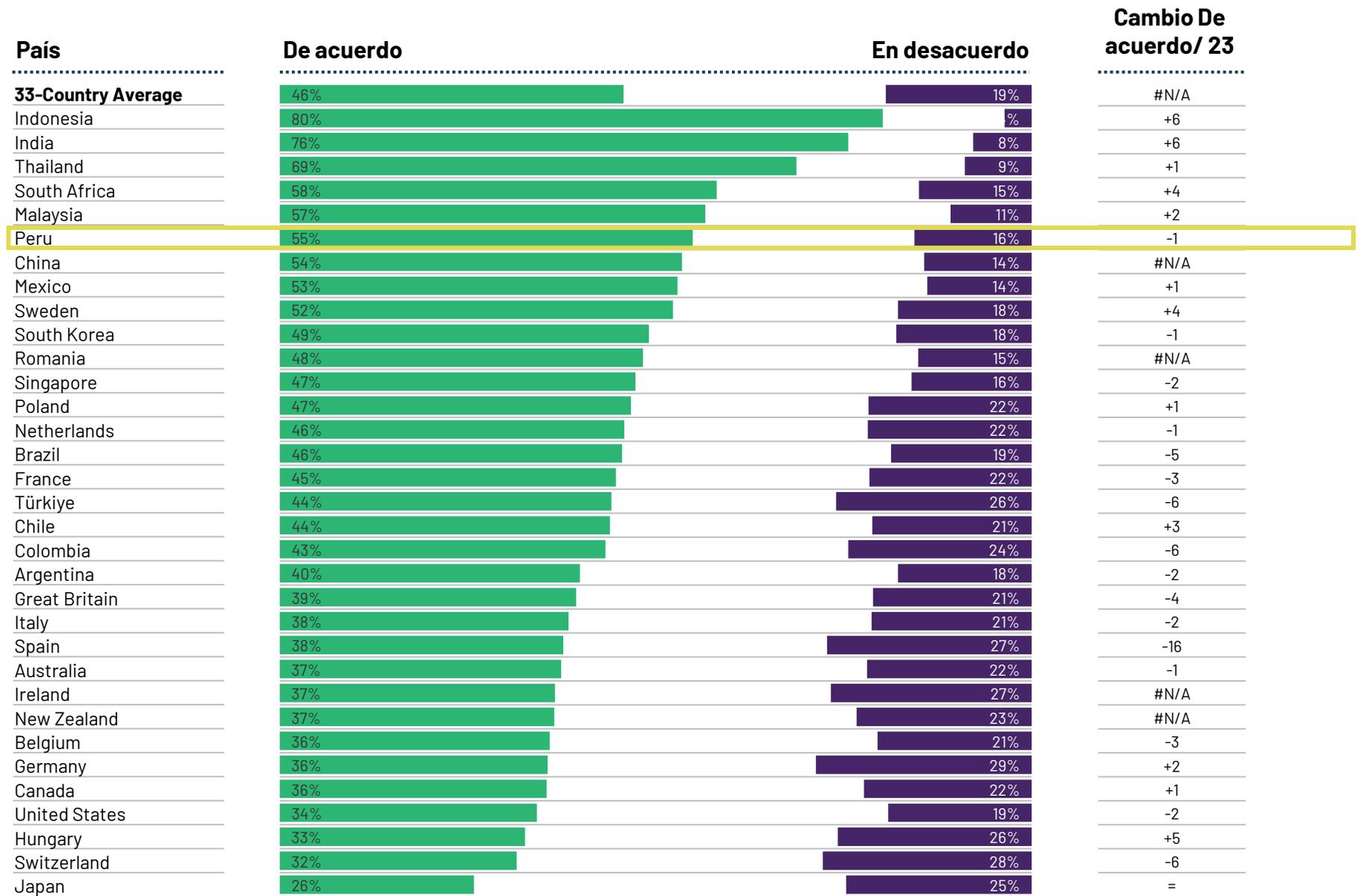
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los países desarrollados lideran la lucha contra el cambio climático

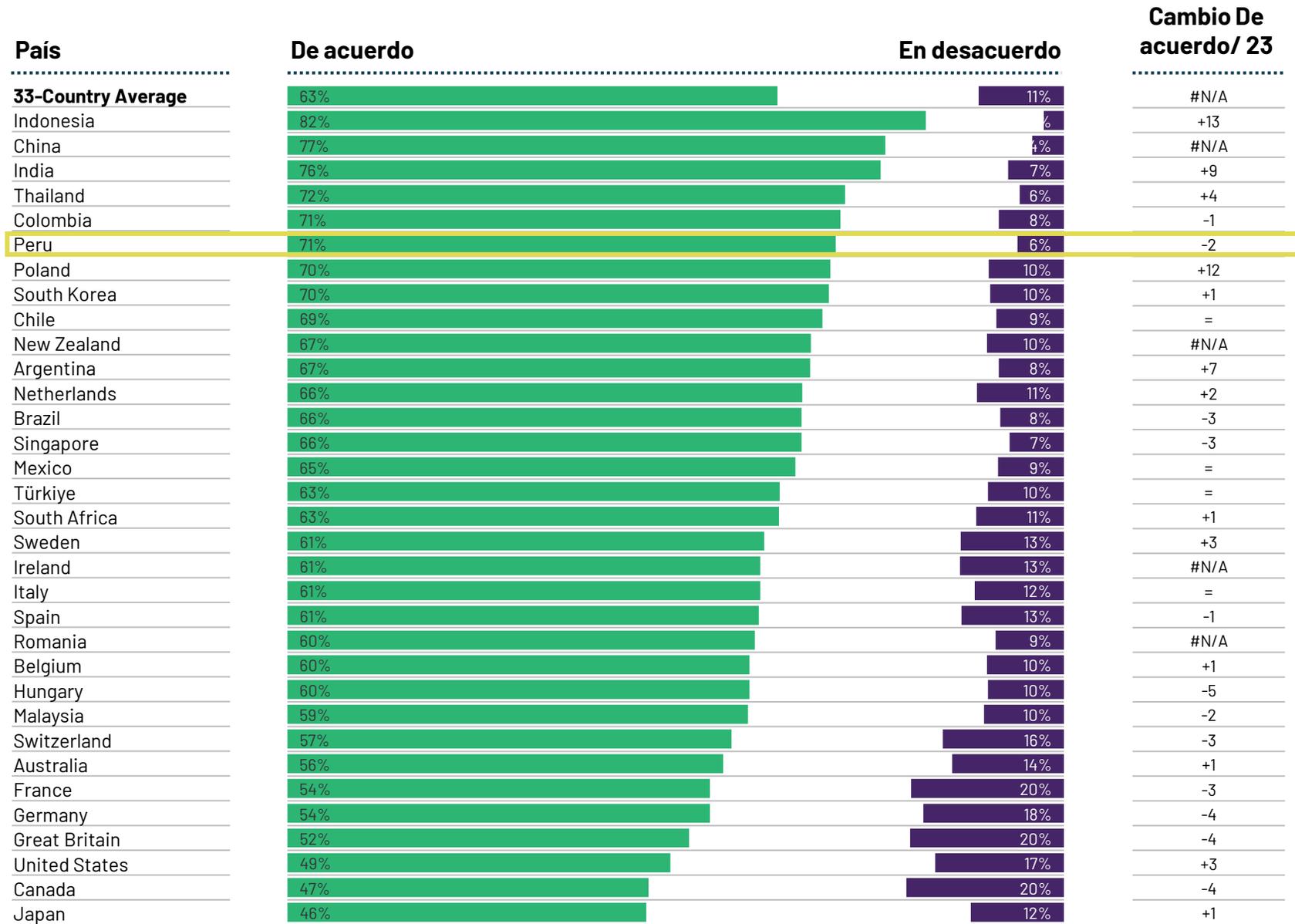
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Es justo que países desarrollados (como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania y Francia), que son los que más han contribuido a la emergencia climática dado que producen la mayor parte de las emisiones de carbono, paguen más para resolver el problema

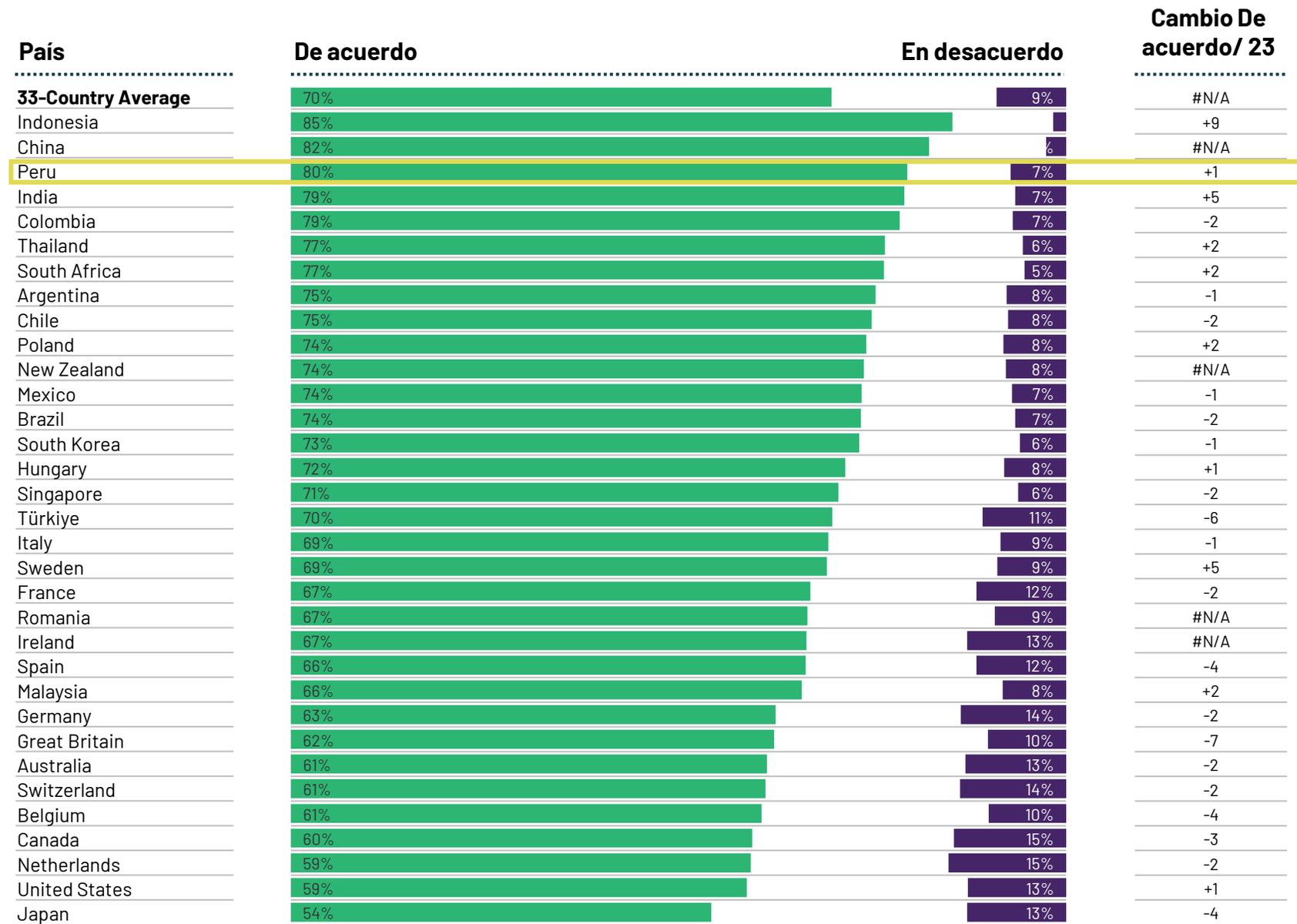
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los países desarrollados deberían hacer más para combatir el cambio climático

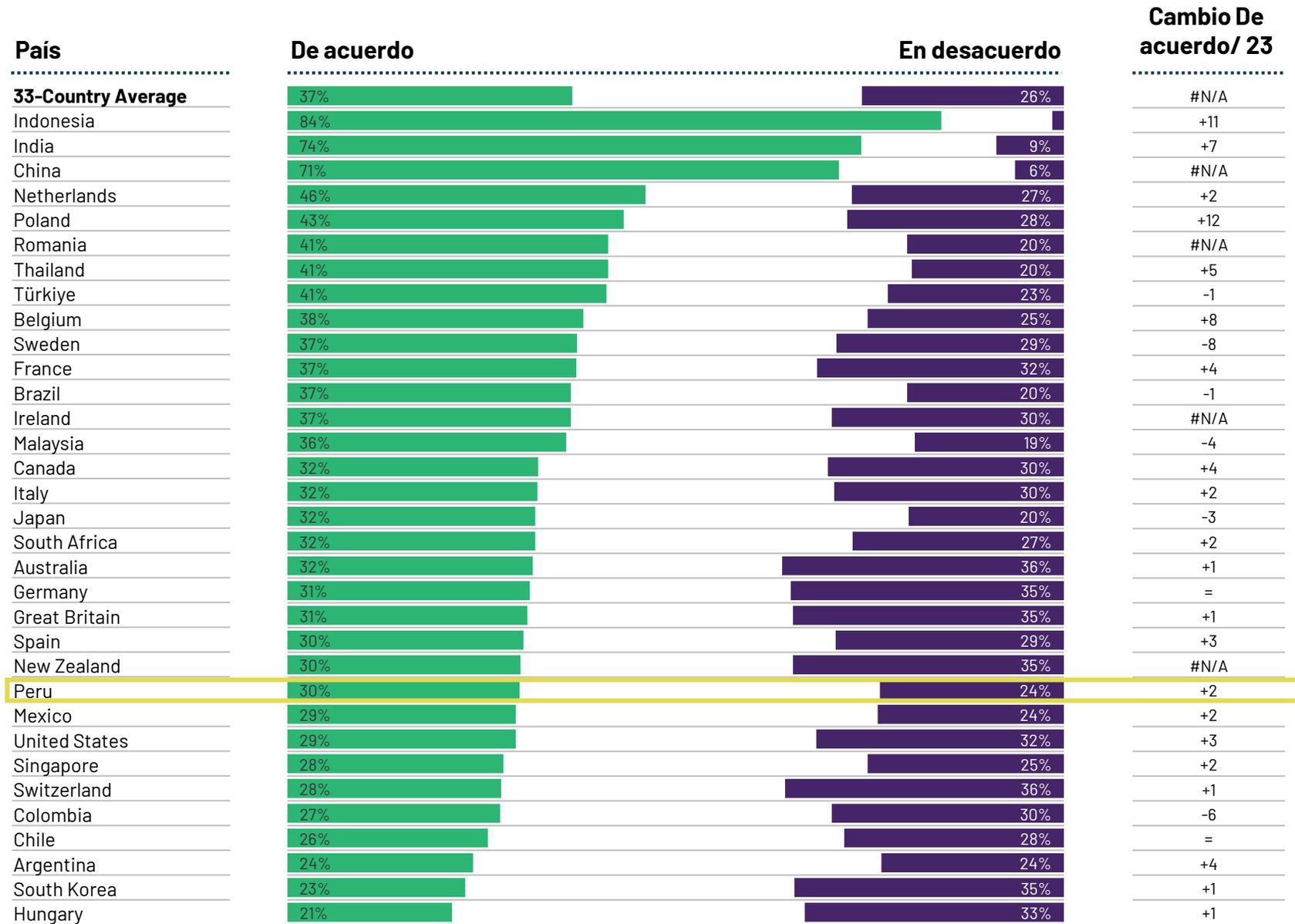
Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

A mi país se le está pidiendo que sacrifique demasiado para enfrentar el cambio climático

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



# CONCEPTOS ERRÓNEOS Y BRECHA CREENCIA- REALIDAD

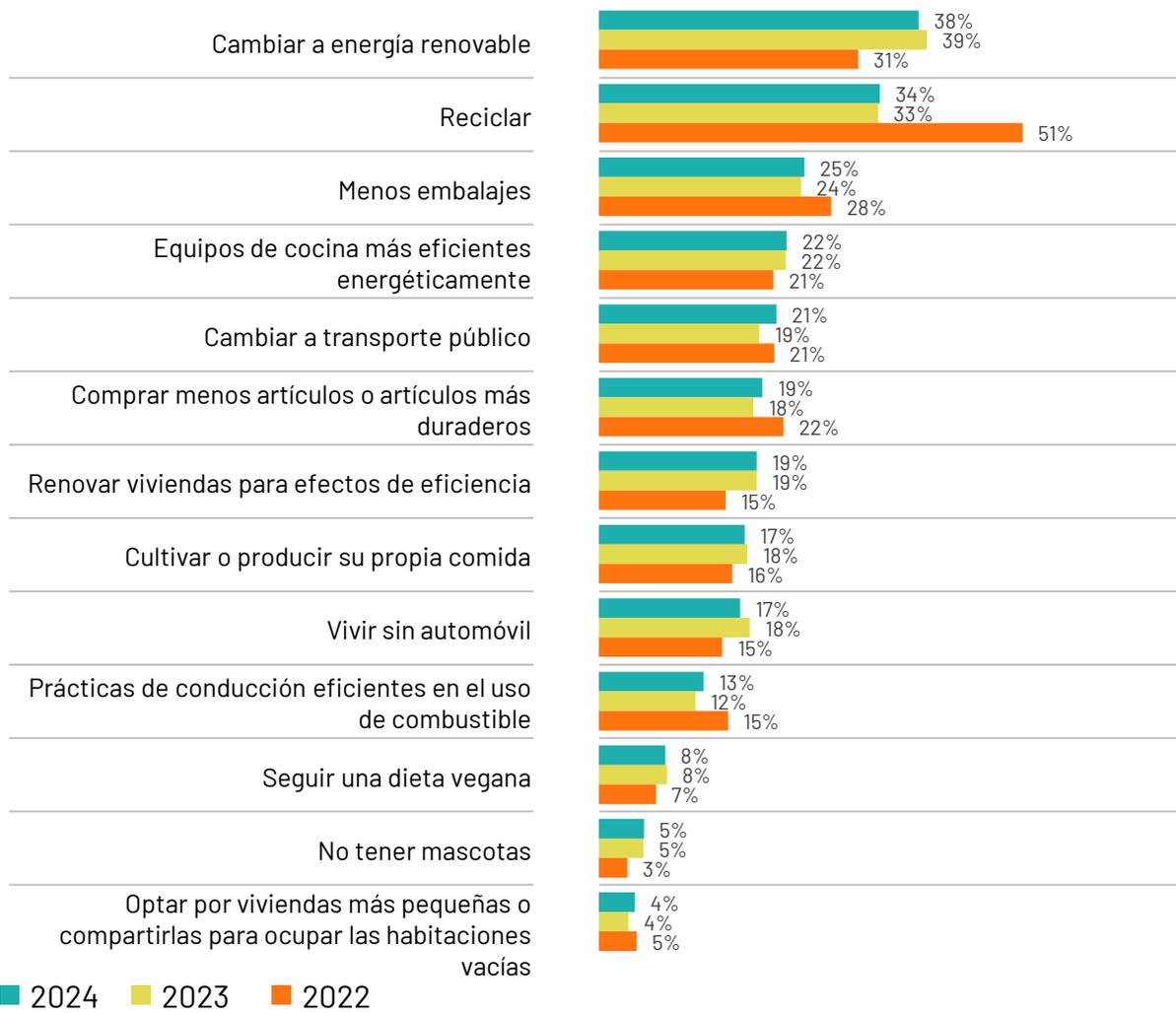


## Promedio de 33 países

A continuación, se presenta una lista de diferentes maneras en las que se podrían cambiar los comportamientos en los hogares para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (o huellas de carbono) a nivel global. ¿Cuáles tres de las siguientes medidas, si corresponde, cree que tendrían el mayor impacto en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

### Acciones



### Ranking real de reducción de emisiones\*

4
60
38
9
5
6
23
46
1
34
7
25
31

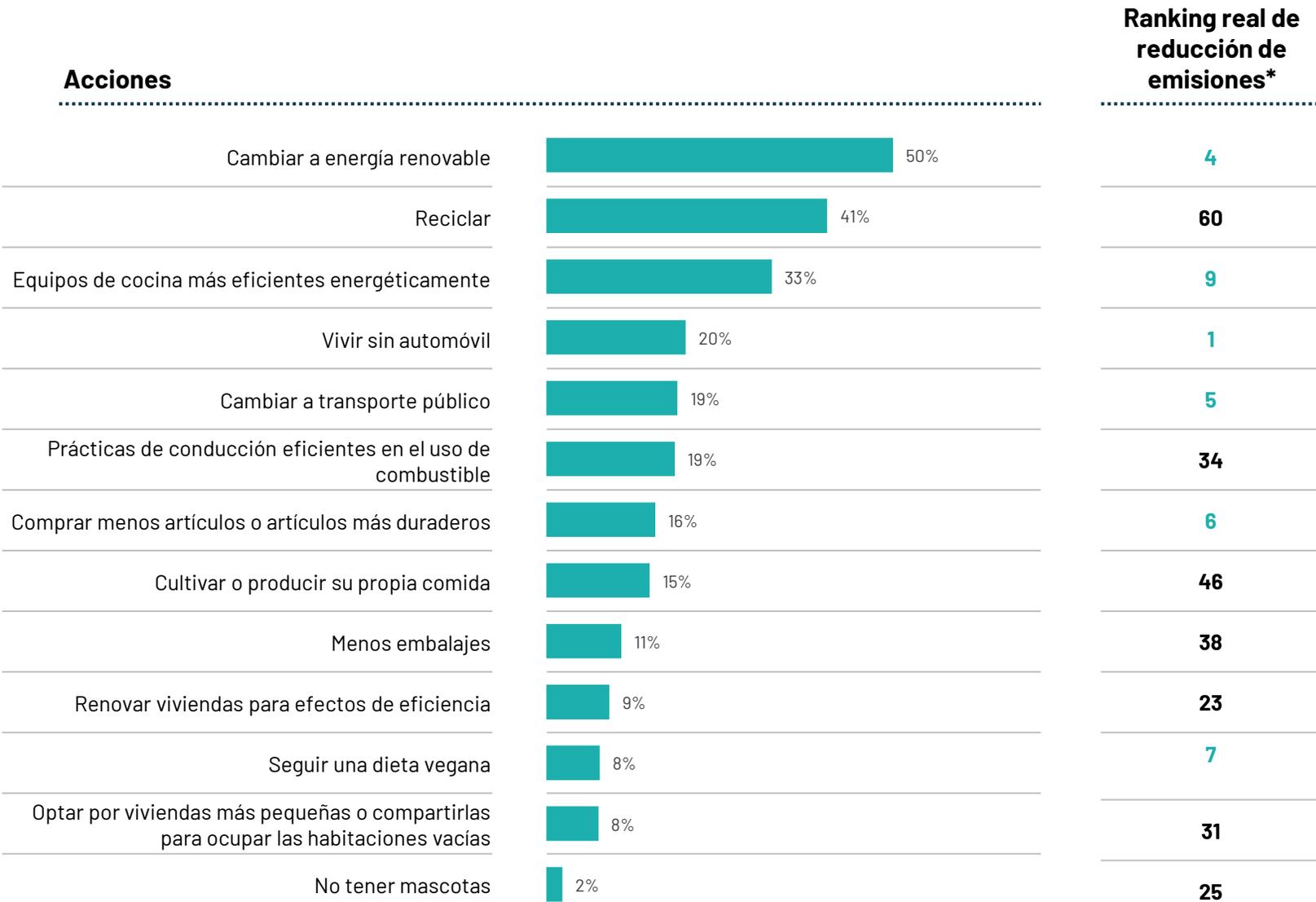
\*Source: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab>



## Peruanos conectados

A continuación, se presenta una lista de diferentes maneras en las que se podrían cambiar los comportamientos en los hogares para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (o huellas de carbono) a nivel global. ¿Cuáles tres de las siguientes medidas, si corresponde, cree que tendrían el mayor impacto en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



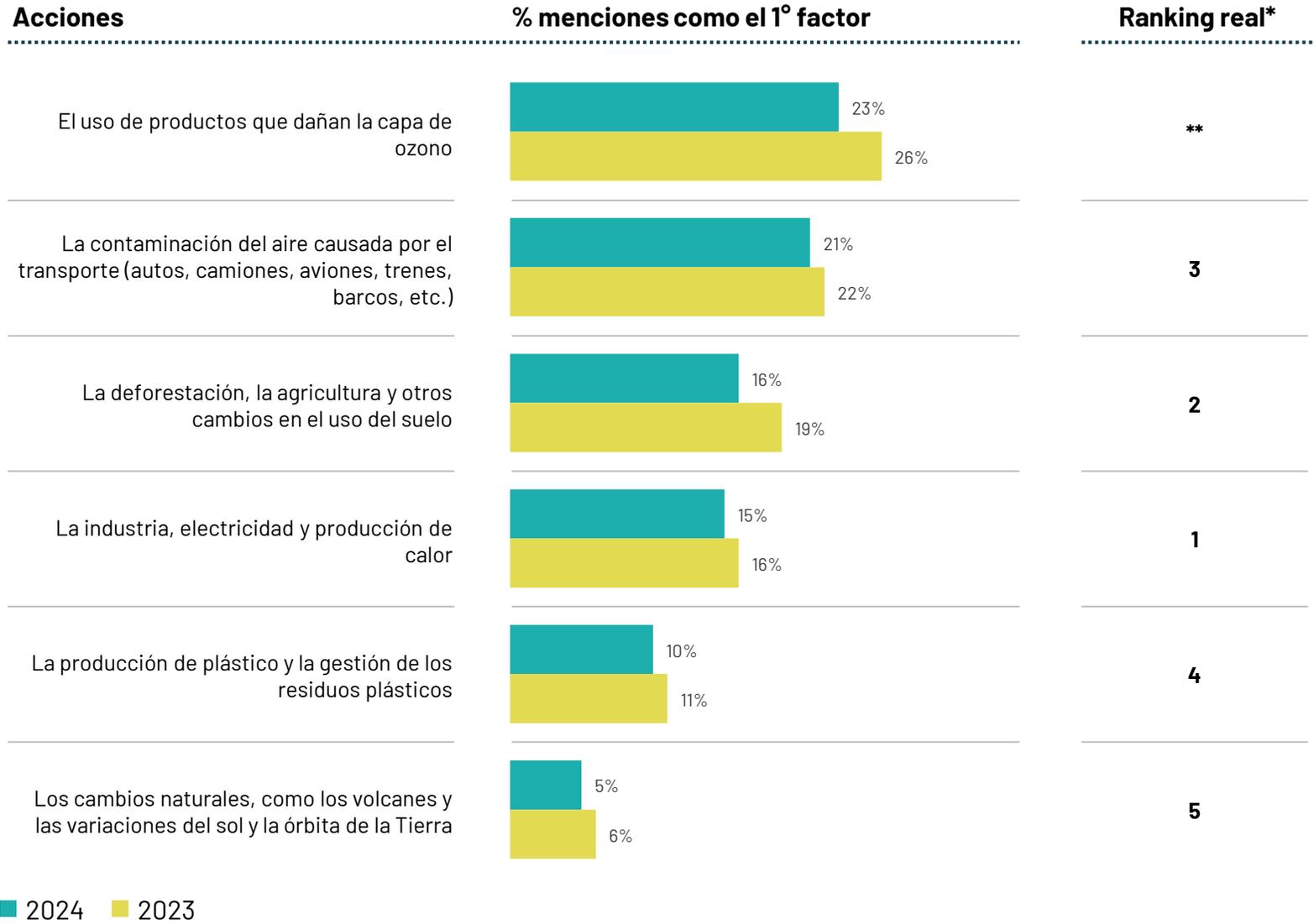
\*Source: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab>



## Promedio de 33 países

De la siguiente lista, clasifique de mayor a menor los tres factores principales según cuánto cree que contribuyen, si es que contribuyen, al calentamiento global.

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



\*Source: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab>

\*\*Not a major contributor to global warming



## Peruanos conectados

De la siguiente lista, clasifique de mayor a menor los tres factores principales según cuánto cree que contribuyen, si es que contribuyen, al calentamiento global.

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

Acciones	% menciones como el 1º factor	Ranking real*
El uso de productos que dañan la capa de ozono	29%	**
La contaminación del aire causada por el transporte (autos, camiones, aviones, trenes, barcos, etc.)	17%	3
La deforestación, la agricultura y otros cambios en el uso del suelo	16%	2
La industria, electricidad y producción de calor	11%	1
La producción de plástico y la gestión de los residuos plásticos	7%	4
Los cambios naturales, como los volcanes y las variaciones del sol y la órbita de la Tierra	2%	5

\*Source: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab>

\*\*Not a major contributor to global warming



# Contribución percibida de los distintos factores del calentamiento global

Q. De la siguiente lista, clasifique de mayor a menor los tres factores principales según cuánto cree que contribuyen, si es que contribuyen, al calentamiento global.

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

	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	France	Germany	Great Britain	Hungary	India	Indonesia	Ireland	Italy	Japan
El uso de productos que dañan la capa de ozono	23%	20%	16%	28%	17%	25%	22%	23%	18%	20%	18%	19%	66%	37%	20%	18%	23%
La contaminación del aire causada por el transporte (autos, camiones, aviones, trenes, barcos, etc.)	15%	18%	22%	17%	22%	15%	20%	17%	21%	20%	19%	20%	29%	29%	24%	23%	12%
La deforestación, la agricultura y otros cambios en el uso del suelo	19%	20%	21%	18%	17%	18%	14%	20%	19%	17%	17%	20%	29%	8%	13%	16%	16%
La industria, electricidad y producción de calor	9%	17%	17%	12%	12%	11%	27%	10%	16%	14%	20%	15%	24%	9%	15%	21%	12%
La producción de plástico y la gestión de los residuos plásticos	7%	8%	7%	5%	9%	14%	7%	11%	13%	7%	8%	10%	19%	10%	10%	9%	10%
Los cambios naturales, como los volcanes y las variaciones del sol y la órbita de la Tierra	4%	8%	5%	3%	9%	3%	6%	4%	5%	7%	7%	4%	16%	2%	6%	4%	10%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



# Contribución percibida de los distintos factores del calentamiento global

Q. De la siguiente lista, clasifique de mayor a menor los tres factores principales según cuánto cree que contribuyen, si es que contribuyen, al calentamiento global.

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

	Malaysia	Mexico	Netherlands	New Zealand	Peru	Poland	Romania	Singapore	South Africa	South Korea	Spain	Sweden	Switzerland	Thailand	Türkiye	United States
El uso de productos que dañan la capa de ozono	27%	28%	13%	15%	29%	20%	24%	25%	21%	23%	22%	15%	18%	29%	31%	18%
La contaminación del aire causada por el transporte (autos, camiones, aviones, trenes, barcos, etc.)	18%	18%	22%	23%	17%	16%	28%	19%	23%	24%	23%	32%	22%	19%	15%	24%
La deforestación, la agricultura y otros cambios en el uso del suelo	19%	17%	18%	19%	16%	12%	14%	16%	10%	7%	16%	11%	19%	20%	17%	15%
La industria, electricidad y producción de calor	9%	10%	25%	12%	11%	26%	9%	15%	16%	19%	14%	17%	12%	12%	18%	13%
La producción de plástico y la gestión de los residuos plásticos	7%	10%	5%	14%	7%	11%	11%	14%	8%	15%	13%	7%	9%	10%	8%	10%
Los cambios naturales, como los volcanes y las variaciones del sol y la órbita de la Tierra	4%	3%	5%	7%	2%	7%	5%	5%	7%	4%	4%	6%	5%	2%	4%	7%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



¿Qué cree que será mayor, los costos económicos de las medidas para reducir el cambio climático, los costos económicos del cambio climático en sí, o cree que habrá poca diferencia?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

País	Cambio climático en sí	Poca diferencia	Medidas para reducirlo	Cambio De acuerdo/ 23
<b>33-Country Average</b>	39%	28%	23%	#N/A
Indonesia	56%	23%	19%	+2
China	50%	28%	18%	#N/A
Spain	45%	28%	19%	+1
New Zealand	45%	26%	23%	#N/A
Colombia	45%	26%	20%	-1
Sweden	44%	22%	22%	+1
France	43%	28%	17%	+1
Singapore	43%	34%	17%	-6
Türkiye	42%	23%	29%	-4
Chile	42%	26%	21%	-2
Mexico	42%	27%	23%	=
Australia	41%	28%	23%	-1
Argentina	41%	19%	28%	-5
Thailand	41%	30%	22%	+5
South Korea	41%	36%	19%	-1
Ireland	40%	32%	21%	#N/A
Germany	39%	27%	25%	+2
Switzerland	39%	30%	20%	-1
Brazil	39%	25%	25%	-9
Great Britain	38%	27%	25%	-5
Netherlands	38%	25%	27%	-2
<b>Peru</b>	<b>38%</b>	<b>29%</b>	<b>26%</b>	<b>-4</b>
South Africa	38%	30%	25%	-5
United States	38%	24%	27%	=
Canada	36%	26%	26%	-1
Italy	36%	34%	20%	-3
Malaysia	35%	37%	15%	-9
Poland	35%	30%	24%	-5
Belgium	33%	26%	24%	-3
Hungary	30%	24%	34%	-4
Romania	30%	37%	22%	#N/A
Japan	23%	28%	29%	=
India	22%	19%	36%	-20



## Promedio de 33 países

Si piensa en las medidas que puede tomar personalmente para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría animarlo(a) a tomar más medidas, si hubiera algo?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

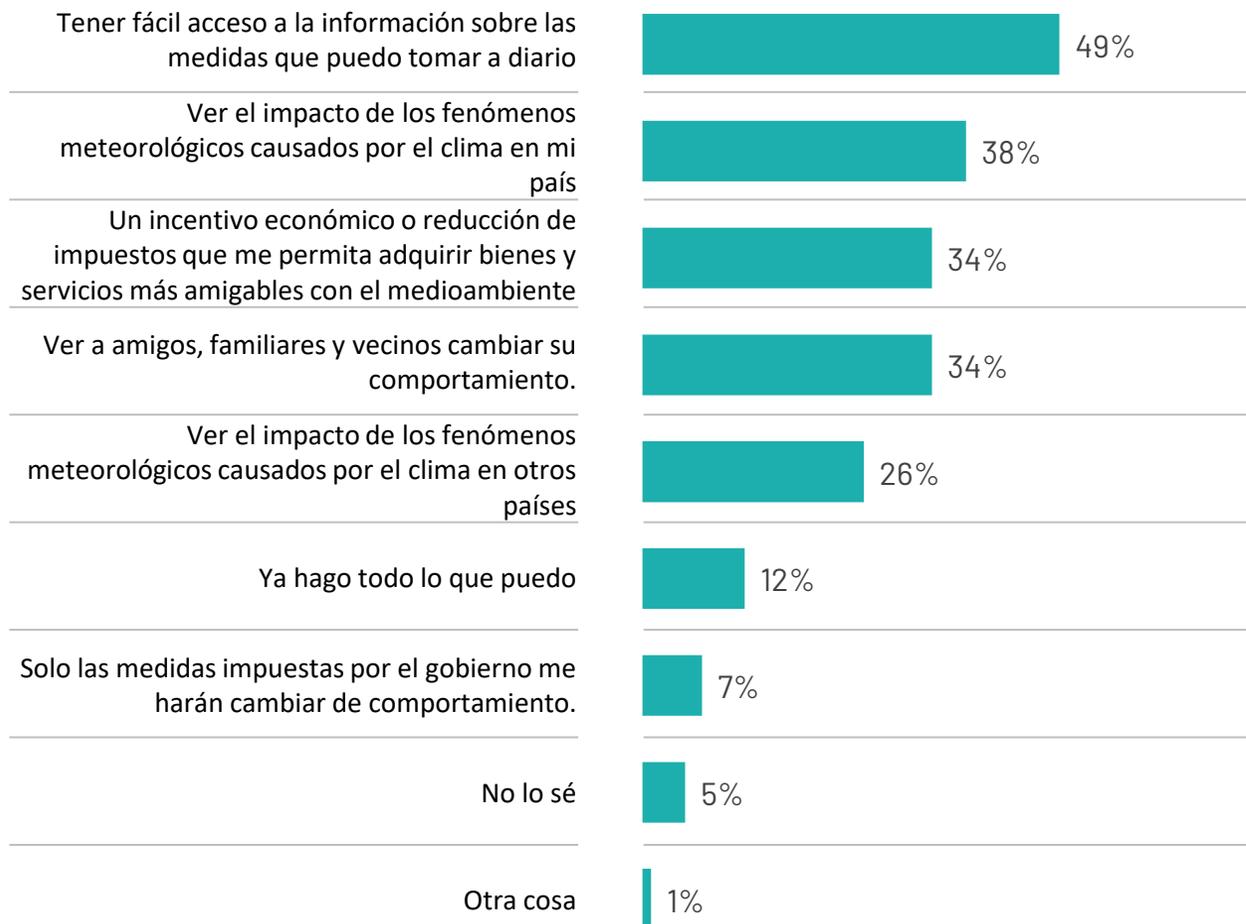


## Peruanos conectados

Si piensa en las medidas que puede tomar personalmente para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría animarlo(a) a tomar más medidas, si hubiera algo?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

## Acciones



# Incentivos para actuar contra el cambio climático en 2024

Q. Si piensa en las medidas que puede tomar personalmente para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría animarlo(a) a tomar más medidas, si hubiera algo?

	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	France	Germany	Great Britain	Hungary	India	Indonesia	Ireland	Italy	Japan
Un incentivo económico o reducción de impuestos que me permita adquirir bienes y servicios más amigables con el medioambiente	38%	40%	39%	36%	38%	47%	45%	40%	36%	39%	40%	39%	27%	34%	45%	42%	30%
Tener fácil acceso a la información sobre las medidas que puedo tomar a diario	40%	36%	26%	39%	32%	49%	41%	46%	28%	27%	35%	35%	28%	50%	35%	29%	21%
Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos causados por el clima en mi país	34%	33%	22%	35%	32%	34%	46%	39%	29%	24%	34%	39%	29%	62%	38%	27%	33%
Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos causados por el clima en otros países	18%	24%	17%	27%	23%	21%	41%	21%	22%	23%	30%	29%	30%	38%	33%	21%	32%
Ver a amigos, familiares y vecinos cambiar su comportamiento.	26%	24%	13%	30%	25%	30%	30%	31%	16%	14%	21%	23%	23%	16%	26%	22%	14%
Solo las medidas impuestas por el gobierno me harán cambiar de comportamiento.	5%	6%	9%	7%	4%	6%	5%	5%	6%	3%	5%	2%	5%	8%	7%	6%	3%
Otra cosa	2%	2%	1%	1%	3%	2%	1%	3%	2%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	2%	2%
Ya hago todo lo que puedo	19%	18%	23%	11%	19%	12%	14%	13%	25%	26%	17%	14%	3%	11%	14%	18%	6%
No lo sé	7%	11%	15%	8%	14%	4%	3%	4%	11%	10%	12%	10%	23%	4%	8%	8%	32%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



# Incentivos para actuar contra el cambio climático en 2024

Q. Si piensa en las medidas que puede tomar personalmente para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría animarlo(a) a tomar más medidas, si hubiera algo?

	Malaysia	Mexico	Netherlands	New Zealand	Peru	Poland	Romania	Singapore	South Africa	South Korea	Spain	Sweden	Switzerland	Thailand	Türkiye	United States
Un incentivo económico o reducción de impuestos que me permita adquirir bienes y servicios más amigables con el medioambiente	33%	35%	43%	48%	34%	40%	39%	42%	40%	57%	39%	44%	38%	24%	41%	37%
Tener fácil acceso a la información sobre las medidas que puedo tomar a diario	36%	42%	31%	41%	49%	37%	30%	35%	52%	46%	35%	39%	31%	39%	41%	37%
Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos causados por el clima en mi país	42%	34%	25%	42%	38%	26%	35%	36%	48%	34%	27%	29%	24%	51%	32%	31%
Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos causados por el clima en otros países	36%	22%	22%	33%	26%	20%	36%	35%	33%	36%	24%	33%	24%	46%	33%	25%
Ver a amigos, familiares y vecinos cambiar su comportamiento.	23%	28%	16%	29%	34%	25%	15%	27%	34%	20%	22%	22%	18%	27%	29%	24%
Solo las medidas impuestas por el gobierno me harán cambiar de comportamiento.	12%	12%	5%	4%	7%	8%	10%	9%	7%	6%	5%	6%	5%	5%	7%	5%
Otra cosa	3%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	3%	1%	2%	2%
Ya hago todo lo que puedo	6%	16%	19%	13%	12%	18%	14%	11%	9%	4%	18%	16%	20%	17%	12%	15%
No lo sé	11%	4%	17%	9%	5%	8%	9%	9%	6%	10%	10%	11%	8%	4%	6%	17%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



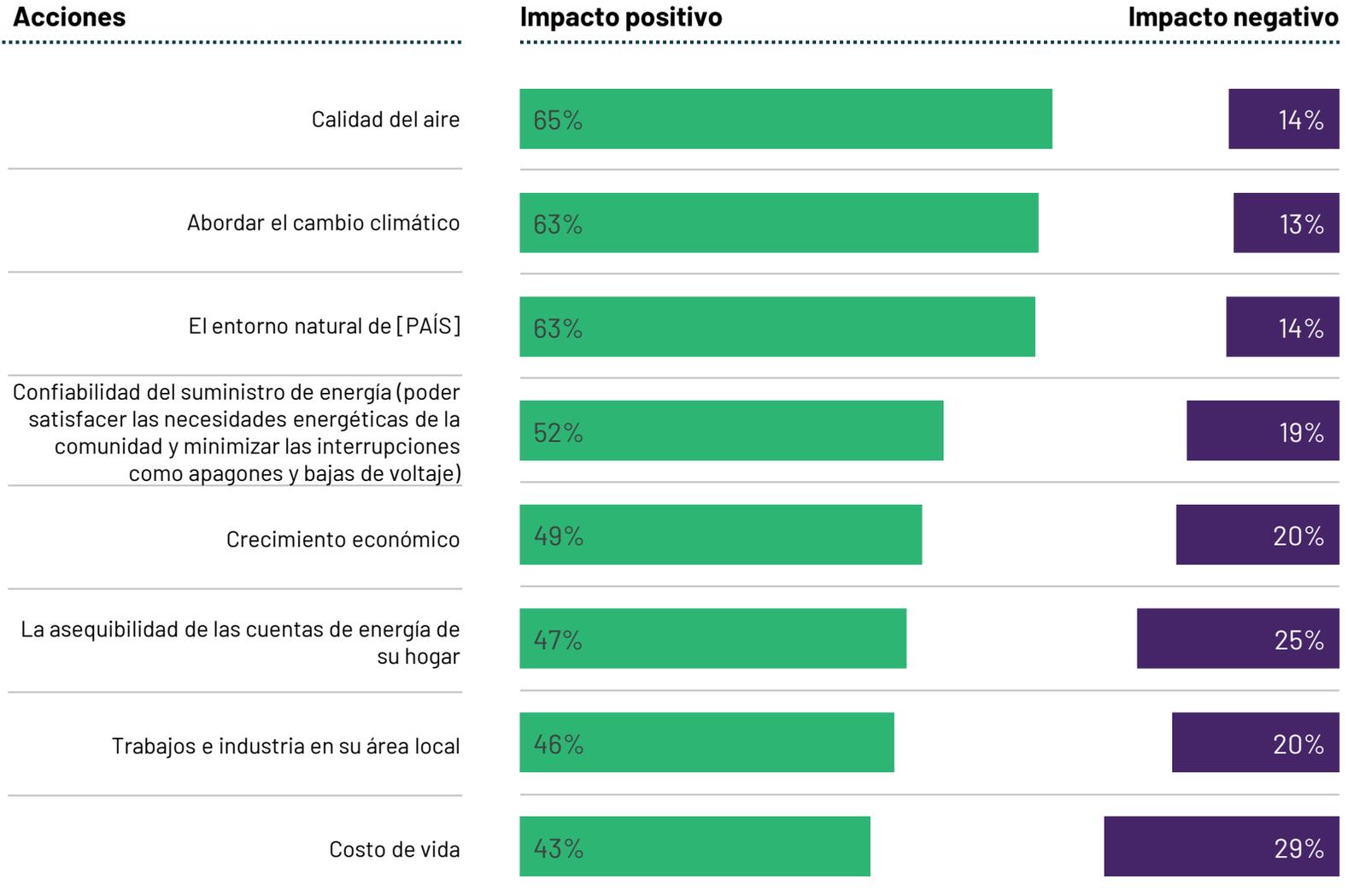
# ABANDONAR LOS COMBUSTIBLES FÓSILES



## Promedio de 33 países

¿De qué manera cree que cambiar la economía de [PAÍS] desde los combustibles fósiles hacia la energía renovable puede afectar cada una de las siguientes opciones?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



## Promedio de 33 países

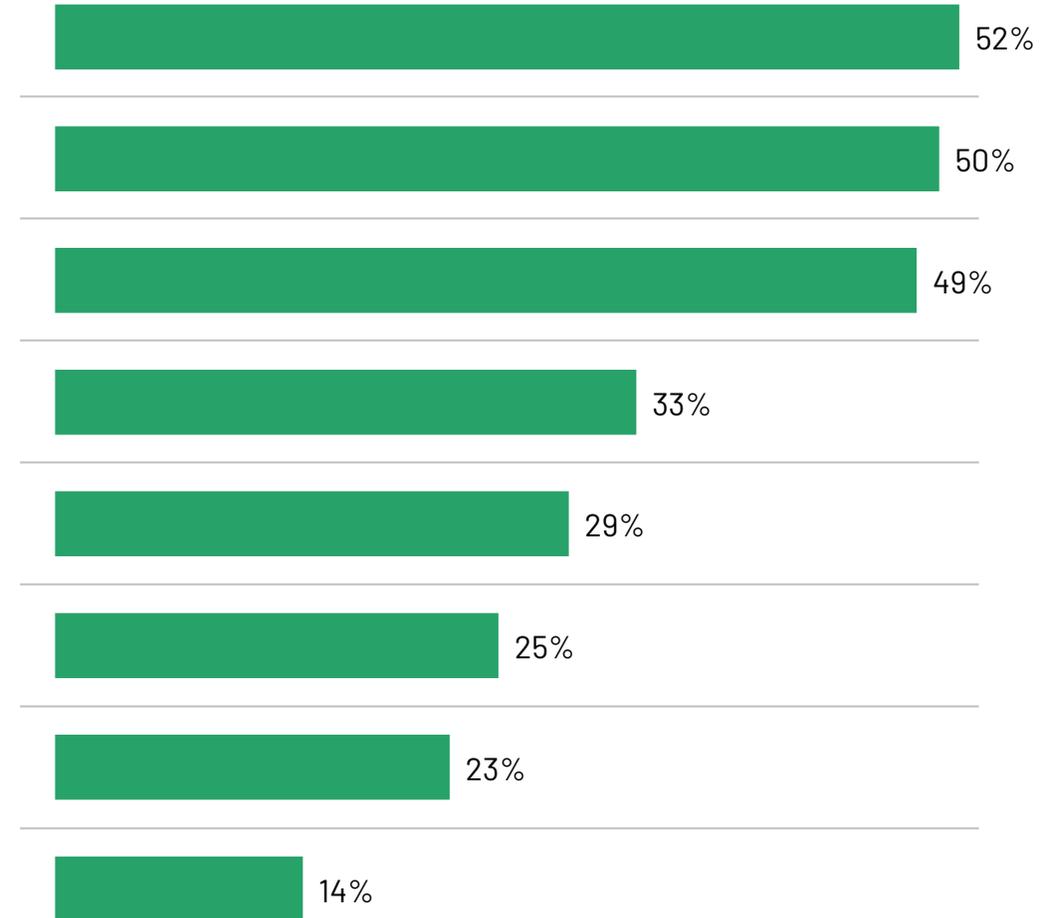
¿De qué manera cree que cambiar la economía de [PAÍS] desde los combustibles fósiles hacia la energía renovable puede afectar cada una de las siguientes opciones?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

### Acciones

Calidad del aire
Abordar el cambio climático
El entorno natural de [PAÍS]
Confiabilidad del suministro de energía (poder satisfacer las necesidades energéticas de la comunidad y minimizar las interrupciones como apagones y bajas de voltaje)
Crecimiento económico
Trabajos e industria en su área local
La asequibilidad de las cuentas de energía de su hogar
Costo de vida

### Promedio de la diferencia impacto positivo menos negativo (.pts)



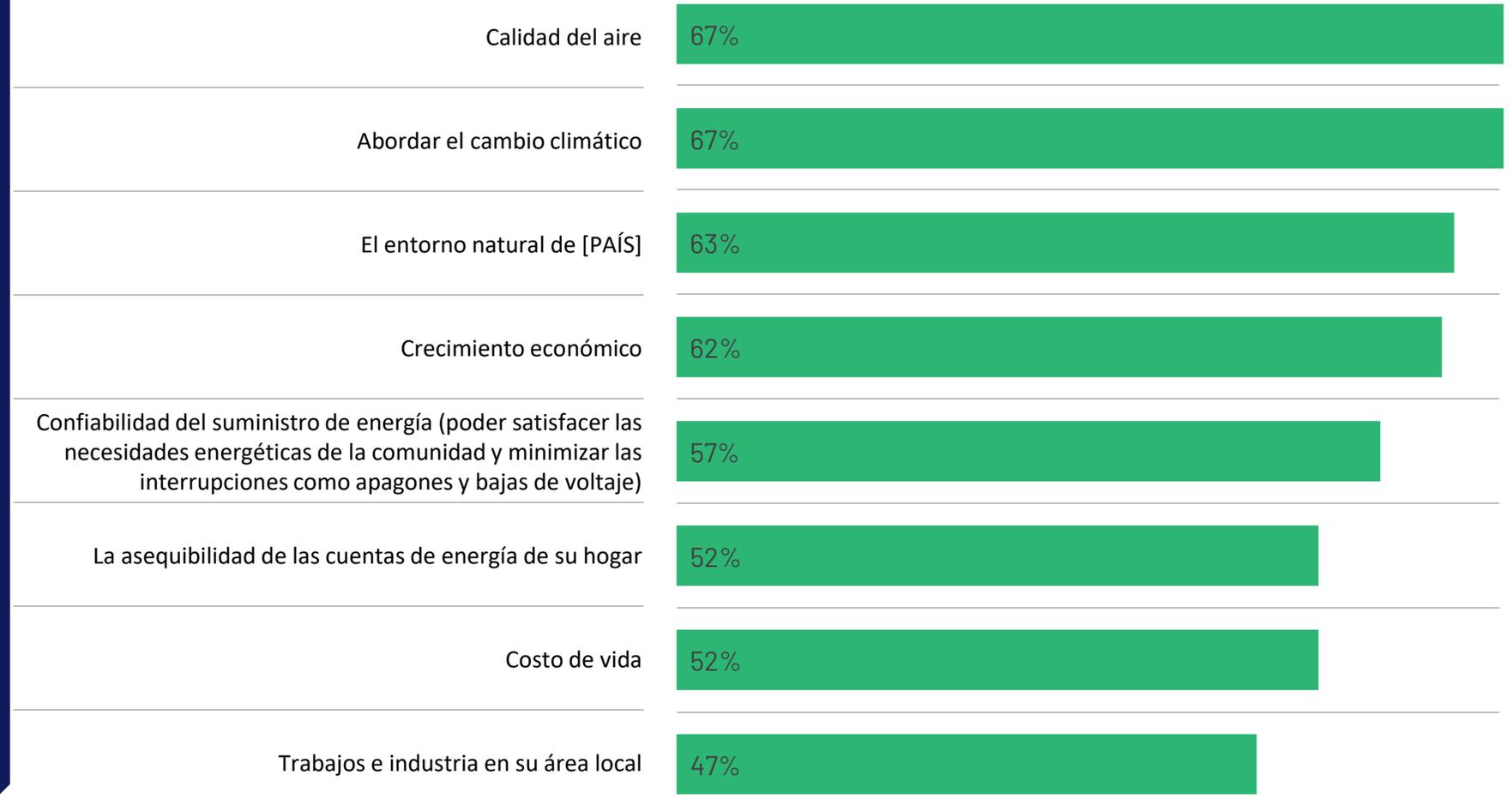
## Peruanos conectados

¿De qué manera cree que cambiar la economía de [PAÍS] desde los combustibles fósiles hacia la energía renovable puede afectar cada una de las siguientes opciones?

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

### Acciones

### Promedio de la diferencia impacto positivo menos negativo (.pts)



# Percepción del impacto de pasar de los combustibles fósiles a las energías renovables

Q. ¿De qué manera cree que cambiar la economía de [PAÍS] desde los combustibles fósiles hacia la energía renovable puede afectar cada una de las siguientes opciones?

Neto % (Positivo menos Negativo)	Argentina	Australia	Belgium	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	France	Germany	Great Britain	Hungary	India	Indonesia	Ireland	Italy	Japan
Calidad del aire	62%	50%	40%	46%	41%	62%	64%	62%	44%	39%	53%	55%	38%	68%	51%	58%	24%
Abordar el cambio climático	64%	46%	40%	38%	39%	61%	64%	62%	47%	31%	49%	54%	40%	79%	46%	53%	25%
El entorno natural de [PAÍS]	59%	46%	35%	45%	39%	64%	64%	57%	39%	38%	48%	53%	40%	72%	47%	52%	23%
Confiabilidad del suministro de energía (poder satisfacer las necesidades energéticas de la comunidad y minimizar las interrupciones como apagones y bajas de voltaje)	53%	13%	6%	43%	10%	55%	47%	50%	19%	-1%	27%	31%	39%	62%	28%	35%	6%
Crecimiento económico	52%	16%	4%	42%	5%	50%	43%	42%	14%	-4%	23%	28%	39%	73%	21%	30%	-4%
Trabajos e industria en su área local	44%	12%	4%	35%	4%	44%	35%	39%	19%	-5%	20%	22%	40%	51%	20%	23%	0%
La asequibilidad de las cuentas de energía de su hogar	44%	8%	-9%	40%	-4%	45%	20%	49%	11%	-9%	10%	28%	37%	56%	10%	34%	-14%
Costo de vida	46%	-7%	-9%	32%	-14%	38%	21%	40%	-1%	-23%	-2%	12%	39%	47%	-4%	16%	-20%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



# Percepción del impacto de pasar de los combustibles fósiles a las energías renovables

Q. ¿De qué manera cree que cambiar la economía de [PAÍS] desde los combustibles fósiles hacia la energía renovable puede afectar cada una de las siguientes opciones?

Neto % (Positivo menos Negativo)	Malaysia	Mexico	Netherlands	New Zealand	Peru	Poland	Romania	Singapore	South Africa	South Korea	Spain	Sweden	Switzerland	Thailand	Türkiye	United States
Calidad del aire	44%	70%	53%	62%	67%	51%	46%	47%	63%	50%	45%	61%	41%	38%	60%	50%
Abordar el cambio climático	43%	69%	50%	60%	67%	51%	43%	51%	59%	52%	47%	54%	33%	46%	59%	43%
El entorno natural de [PAÍS]	48%	68%	41%	63%	63%	48%	48%	44%	59%	48%	35%	51%	37%	42%	60%	42%
Confiabilidad del suministro de energía (poder satisfacer las necesidades energéticas de la comunidad y minimizar las interrupciones como apagones y bajas de voltaje)	46%	73%	9%	28%	57%	23%	29%	37%	57%	34%	25%	9%	20%	43%	56%	26%
Crecimiento económico	42%	60%	8%	29%	62%	25%	27%	25%	47%	19%	17%	13%	10%	40%	48%	21%
Trabajos e industria en su área local	33%	53%	12%	22%	47%	10%	28%	17%	40%	26%	14%	17%	9%	36%	48%	16%
La asequibilidad de las cuentas de energía de su hogar	32%	59%	-7%	16%	52%	4%	30%	9%	46%	16%	9%	9%	1%	38%	50%	20%
Costo de vida	26%	54%	7%	1%	52%	-1%	18%	-3%	37%	7%	1%	-2%	-14%	27%	44%	5%

Base: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024. The samples in some countries and regions are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



# METODOLOGÍA



# METODOLOGÍA

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 33 países por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 26 de enero y el viernes 9 de febrero de 2024. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 24.290 adultos mayores de 18 años en India, de 18 a 74 años en Canadá, República de Irlanda, 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 1.000 individuos en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón y Nueva Zelanda, y 500 individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur, Hungría,

Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumanía, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia y Turquía. La muestra de la India consta de unas 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, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Suecia y Suiza pueden considerarse representativas de la población adulta general menor de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, China, Colombia, Indonesia, Irlanda, Malasia, México, Perú, Rumanía, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más prósperas

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 de modo 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 de los 33 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 de +/- 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 obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.



# Para más información

## **Jamie Stinson**

Content Director  
Ipsos Knowledge Centre

*Jamie.Stinson@ipsos.com*

## **Emilie Rochester**

Senior Content Executive  
Ipsos Knowledge Centre

*Emilie.Rochester@ipsos.com*

## **0 visita:**

<https://www.ipsos.com/en/ipsos-and-esg>