

# DÍA DE LA TIERRA 2023

**Opinión pública sobre el  
cambio climático**

Abril 2023

Ipsos Global Advisor

# ¿Se está perdiendo el interés por el cambio climático?



Un Promedio Mundial de Países de **casi un tercio de los encuestados (31%)** está de acuerdo en que su **gobierno tiene un plan claro sobre cómo el gobierno, las empresas y los ciudadanos van a trabajar juntos para hacer frente al cambio climático**. Este porcentaje ha disminuido ligeramente desde el año pasado, lo que quizá indique un cambio en el enfoque de los gobiernos debido a la necesidad de abordar cuestiones políticas, sociales y económicas más inmediatas. Esto se ve corroborado por otros resultados en los que se observa división sobre si ahora es el momento adecuado para invertir en el cambio climático o no. Aunque la mayoría no está de acuerdo en que el impacto negativo del cambio climático esté demasiado lejos en el futuro como para preocuparse por él.



En cuanto a **saber de quién es la responsabilidad de actuar**, se sigue reconociendo que es una responsabilidad compartida entre el gobierno, las empresas y los ciudadanos. Sin embargo, este reconocimiento de la necesidad de actuar también ha retrocedido ligeramente y de forma notable cuando se examina el papel percibido de las empresas.



A pesar del debilitamiento de la percepción de que los gobiernos tienen un plan para actuar, así como de la reducción de la visión de la responsabilidad que cada uno debe asumir, existe un reconocimiento, en los 29 países, de que **el costo económico del cambio climático** en sí mismo será mayor que el costo de las medidas para reducirlo. En este sentido, existe consenso sobre la necesidad de un **esfuerzo de colaboración entre los países** para hacer frente al cambio climático, al tiempo que se afirma que **los países que más han contribuido al cambio climático** deben asumir una mayor responsabilidad financiera para financiar dicho cambio.

# ¿Se está perdiendo el interés por el cambio climático?



A nivel individual ciudadano, sigue existiendo un sentimiento de esperanza de que **el cambio climático no está fuera de nuestro control (48%)** y, en general, la gente acepta el impacto positivo que pueden tener **las pequeñas acciones individuales para atajar el cambio climático (70%)**.



Alineado con esto, casi **un tercio de los ciudadanos de todo el mundo (30%)** afirma que estaría dispuesto a pagar más impuestos para ayudar a prevenir el cambio climático. Y que estarían más alentados a tomar más medidas para luchar contra el cambio climático a través de **incentivos financieros/reducciones fiscales para las compras respetuosas con el medio ambiente (38%)** o teniendo **fácil acceso a la información (36%)**, lo que les ayudaría a animarse a tomar más medidas para luchar contra el cambio climático. También existe una brecha notable en cuanto a la oportunidad que tienen los ciudadanos de cambiar, ya que **sólo algo más de 1 de cada 10 (14%) afirma estar haciendo ya todo lo que puede**.



A diferencia del año pasado, ha aumentado la comprensión de los comportamientos que **pueden adoptar los hogares para reducir su huella de carbono**. En particular, ha aumentado la conciencia del impacto positivo de **pasar a comprar energía renovable**. Así pues, es posible que empiece a reducirse la brecha entre "creencia y verdad" (es decir, la diferencia entre las creencias y la realidad).

# ¿Cuál es el plan?

¿Quién debe actuar para combatir el cambio climático?

Un Promedio Mundial de Países de algo **menos de un tercio (31%)** está de acuerdo en que su gobierno tiene **un plan claro** sobre cómo el gobierno, las empresas y los ciudadanos van a trabajar juntos para hacer frente al cambio climático. Esta cifra es inferior al **36%** del año pasado.

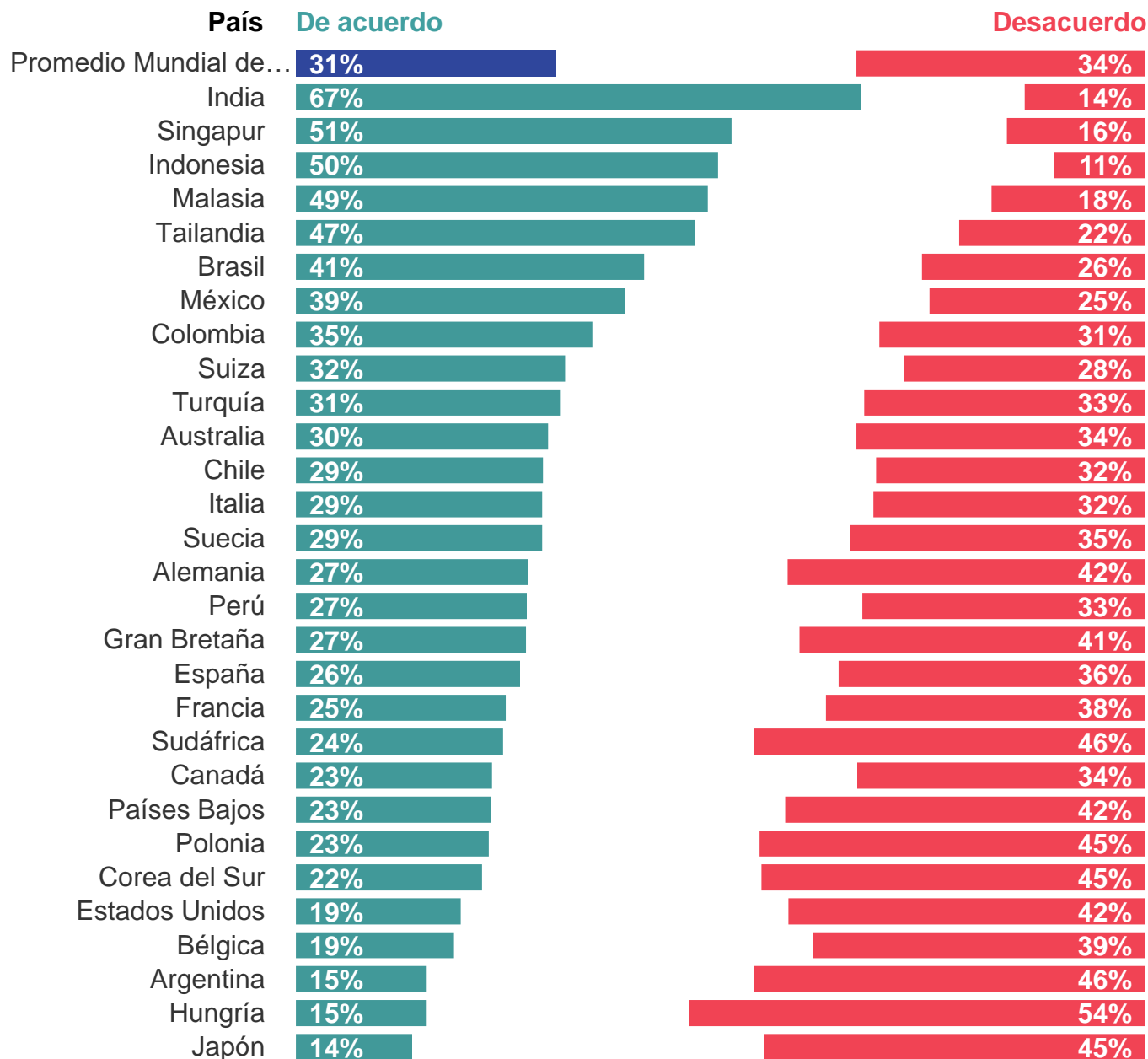
Sin embargo, existe un sentimiento de **responsabilidad compartida entre los ciudadanos, el gobierno y las empresas** para combatir el cambio climático.

# Fuera de India y el sudeste asiático, no hay un fuerte acuerdo de los ciudadanos de que su gobierno tenga un plan claro para abordar el cambio climático.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

El gobierno de [PAÍS] tiene un plan claro sobre cómo el gobierno, las empresas y las personas mismas van a trabajar juntas para enfrentar el cambio climático.



Base: 21.231 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras en algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# Los ciudadanos perciben la lucha contra el cambio climático como una responsabilidad compartida

A escala mundial, aproximadamente dos tercios de los ciudadanos creen que los gobiernos, las empresas y los individuos deben poner de su parte, o corren el riesgo de fallar a los demás, aunque esta cifra ha disminuido en todos los casos en comparación con 2022.



Una Promedio Mundial de Países del 63% está de acuerdo en que si las personas no actúan ahora para combatir el cambio climático estarán fallando a las generaciones futuras.



El 59% afirma que si las empresas no actúan ahora para combatir el cambio climático están fallando a sus empleados y clientes, lo que supone un descenso de 10 pp con respecto a 2022.

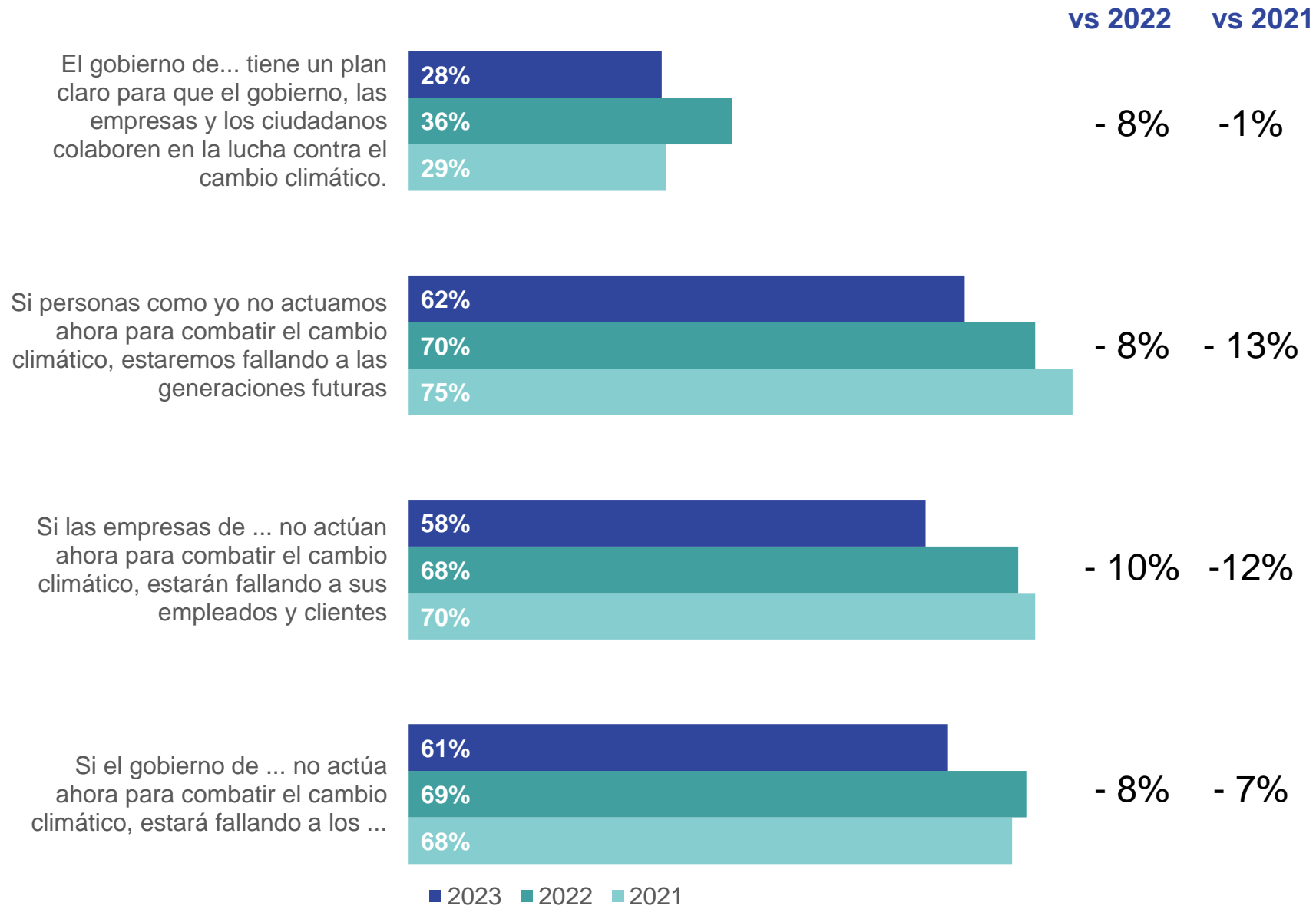


El 61% afirma que si su gobierno nacional no actúa ahora para combatir el cambio climático, está fallando a los ciudadanos.

# Aunque se sigue percibiendo como una responsabilidad compartida, se cree menos en la necesidad de actuar frente al cambio climático para evitar fallarle a las personas

## 26 países de comparación – tendencia

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente...?



Base: 2023: 21.231 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 20 de enero al 3 de marzo de 2023; 2022: 22.033 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 18 de febrero al 4 de marzo de 2022; 2021: 20.511 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 19 de febrero al 5 de marzo de 2021. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Los 26 países de comparación son: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Turquía.



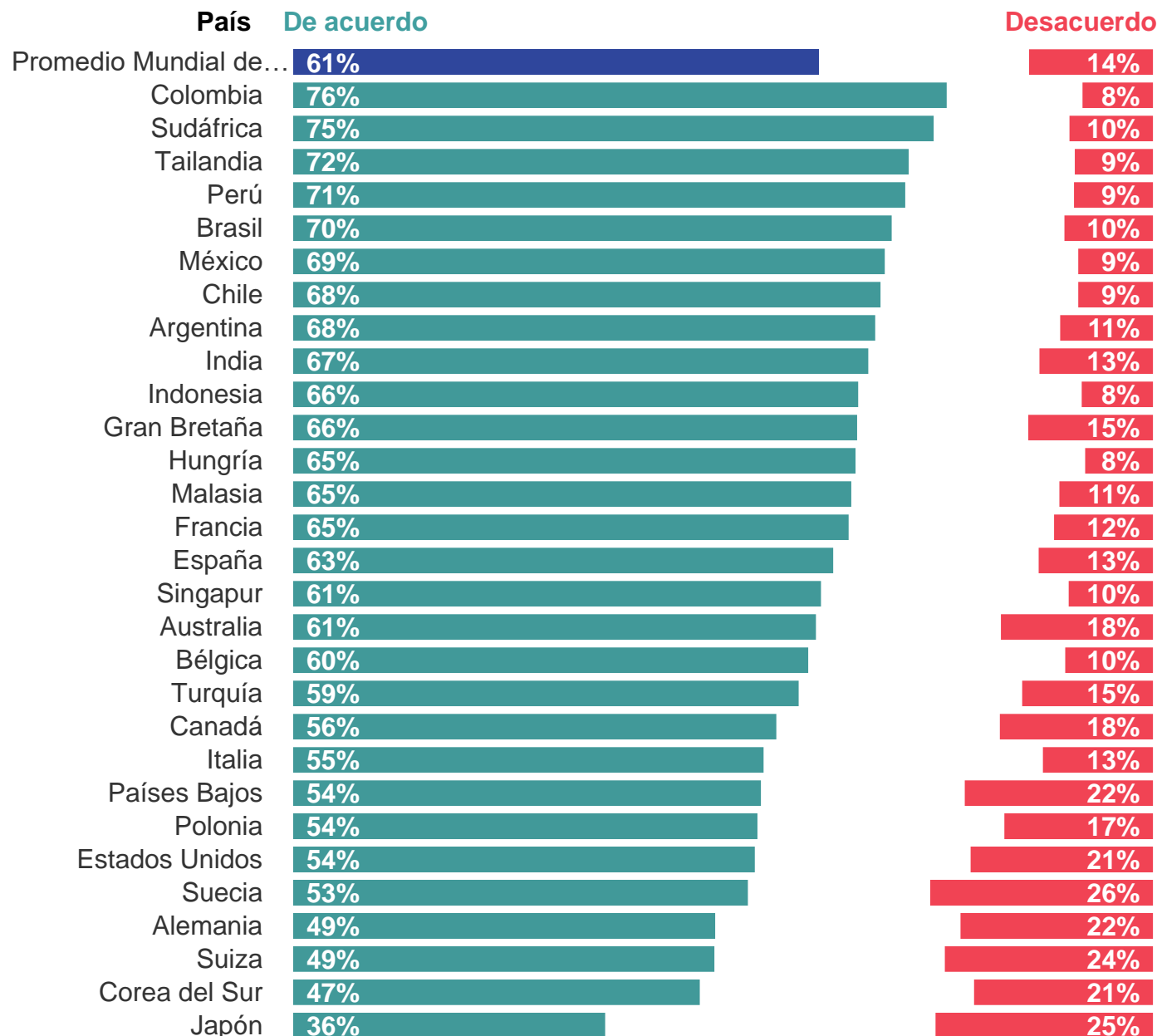


# Existe un fuerte consenso en que si los gobiernos no abordan el cambio climático ahora estarán fallando a sus ciudadanos, pero esto se ha debilitado.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

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



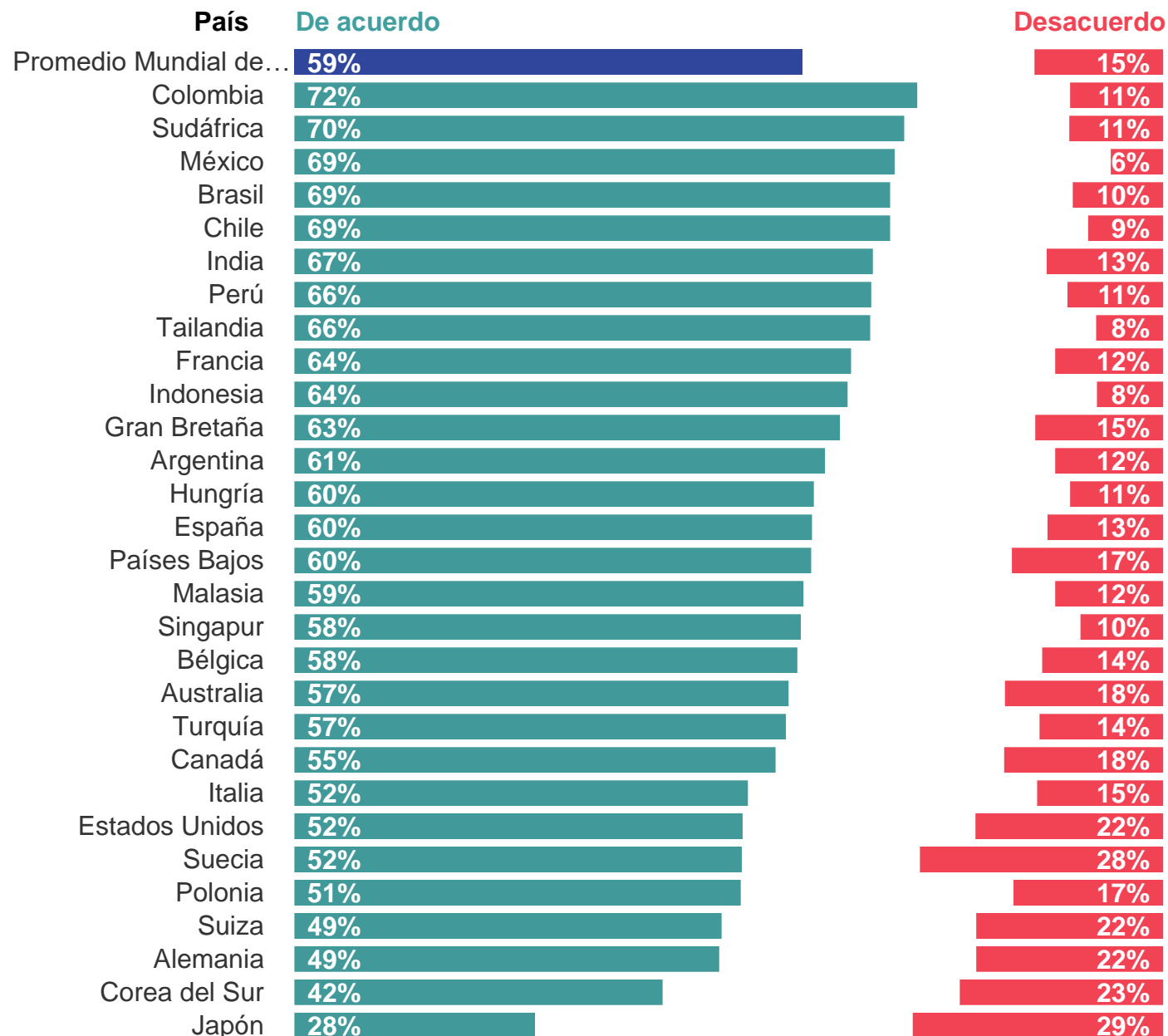
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# El acuerdo sobre la necesidad de que las empresas luchan contra el cambio climático sigue siendo firme, pero se ha reducido considerablemente

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

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



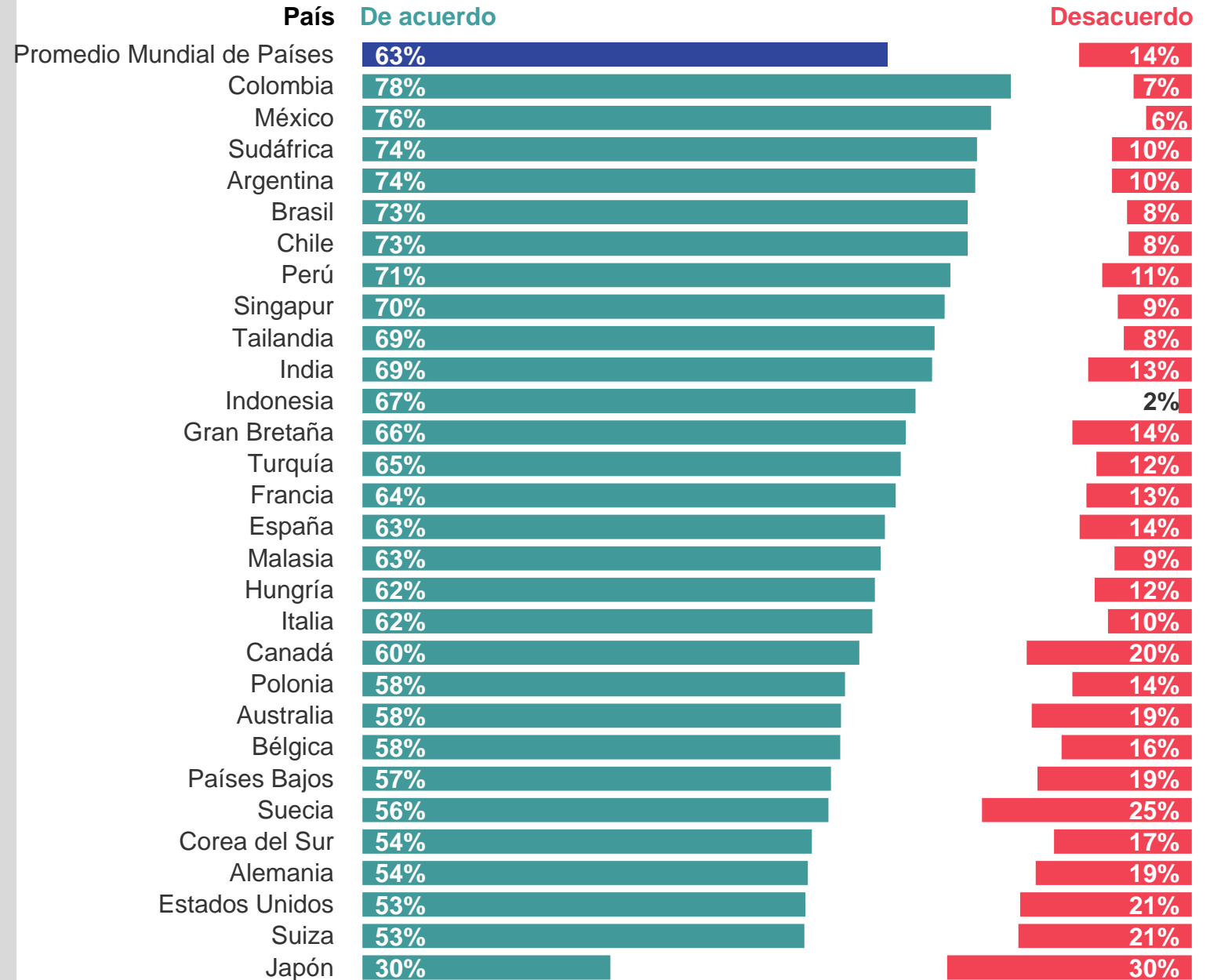
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Los individuos también ven que ellos también tienen que actuar para combatir el cambio climático, pero esto también ha disminuido

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Si individuos como yo no actúan ahora para combatir el cambio climático, estaremos fallando a las generaciones futuras.



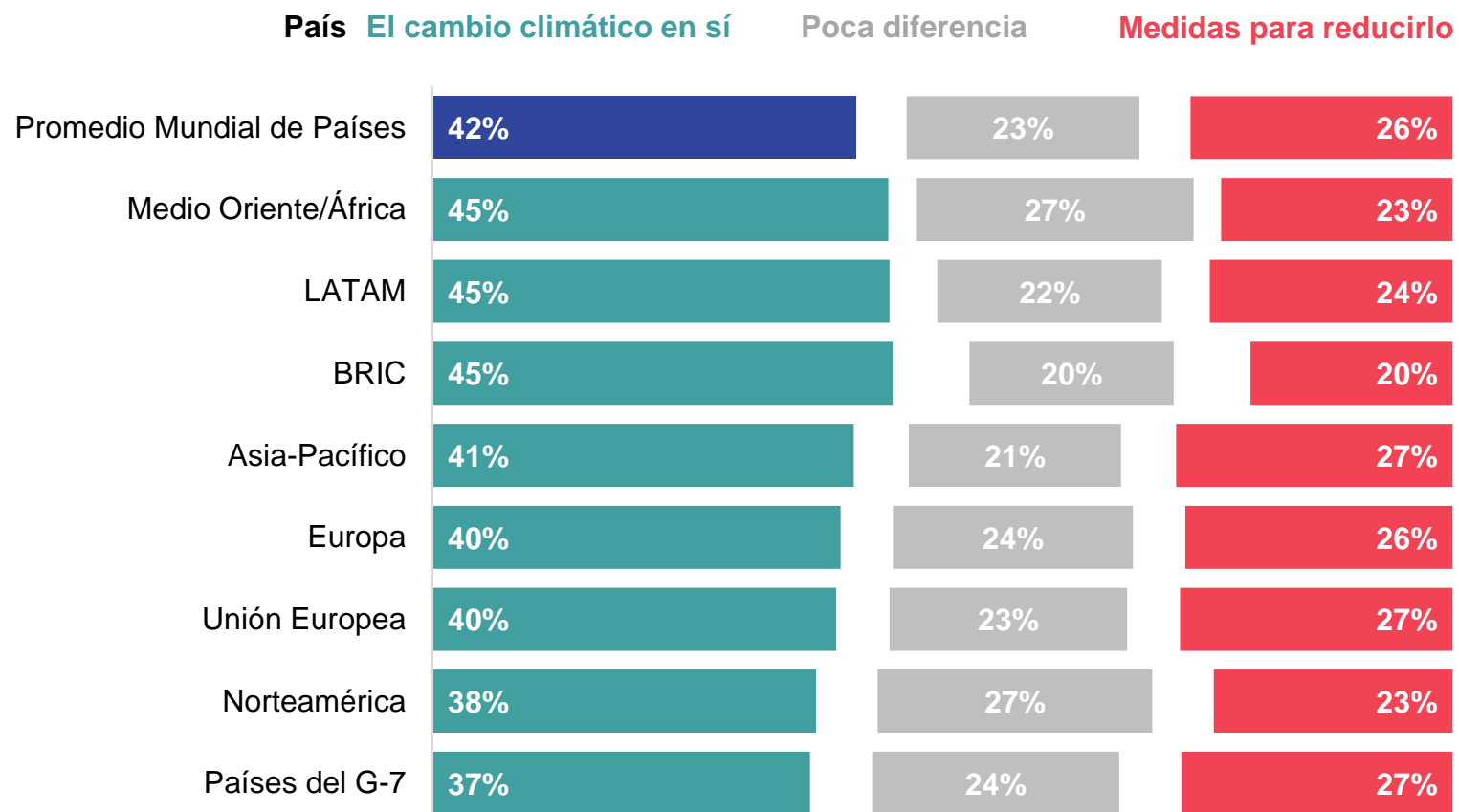
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

En general, son más los ciudadanos que opinan que **el costo económico del propio cambio climático será mayor que el costo de las medidas para reducirlo.**

Pero **no se trata de un consenso ni de una mayoría:** dos quintas partes (42%) a nivel mundial así lo afirmaron, pero una cuarta parte (26%) dijo que los costos de mitigar el cambio climático serían mayores.

# En todas las regiones, más ciudadanos creen que el costo económico del cambio climático en sí será mayor que el costo de las medidas para reducirlo.

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

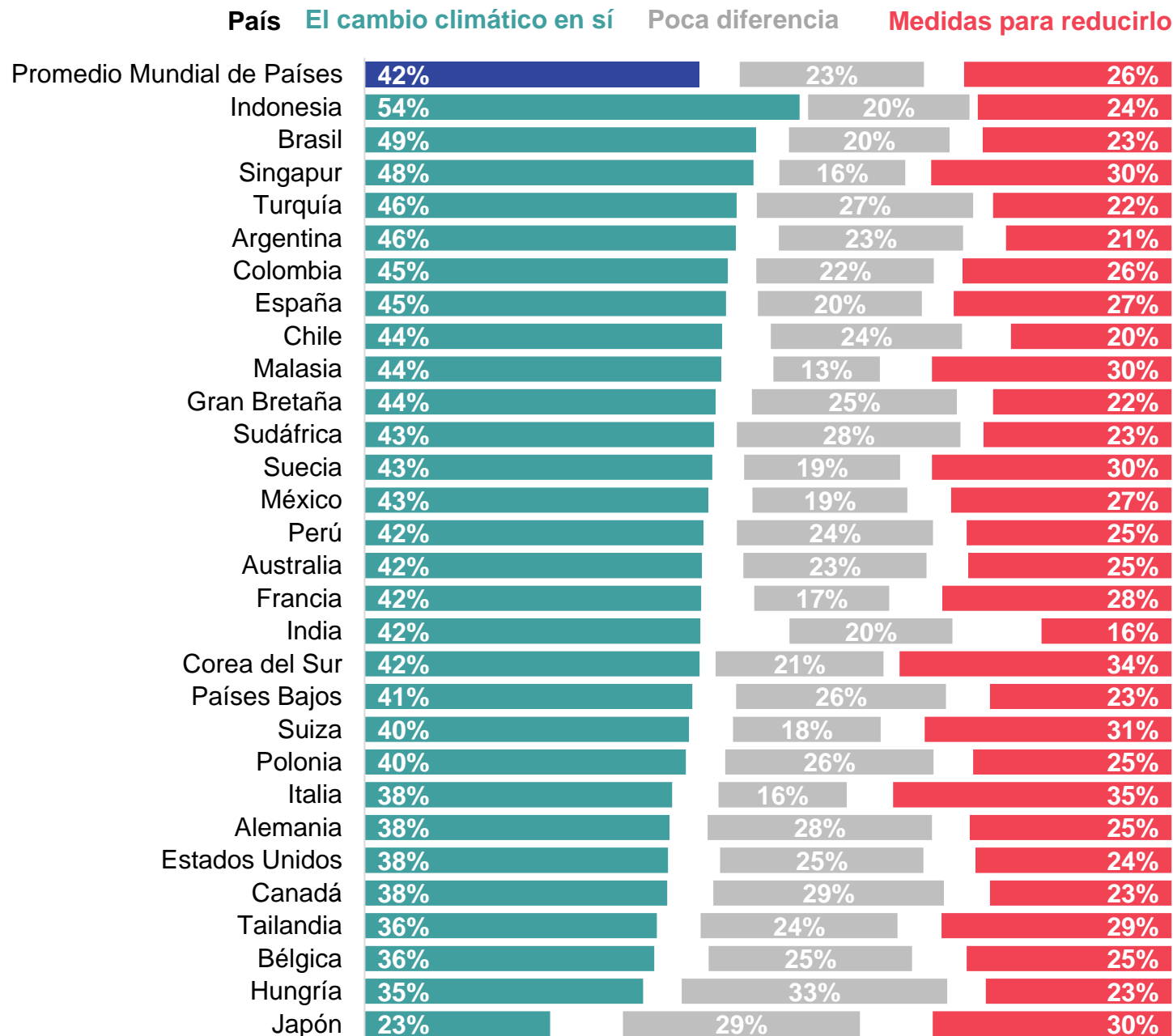


Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Aparte de Japón, se cree firmemente que el costo económico del cambio climático será mayor que el costo de las medidas para reducirlo.

## Datos de los países

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



Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# ¿Quién lidera el grupo?



Globalmente, los ciudadanos en general **no ven a su país como un líder** en la lucha contra el cambio climático.

Hay consenso en que **los países deben hacer más para combatir el cambio climático**, y que la mayor carga debe recaer en **los países que históricamente han contribuido más al cambio climático**, y en los países que actualmente están **más desarrollados económicamente**.

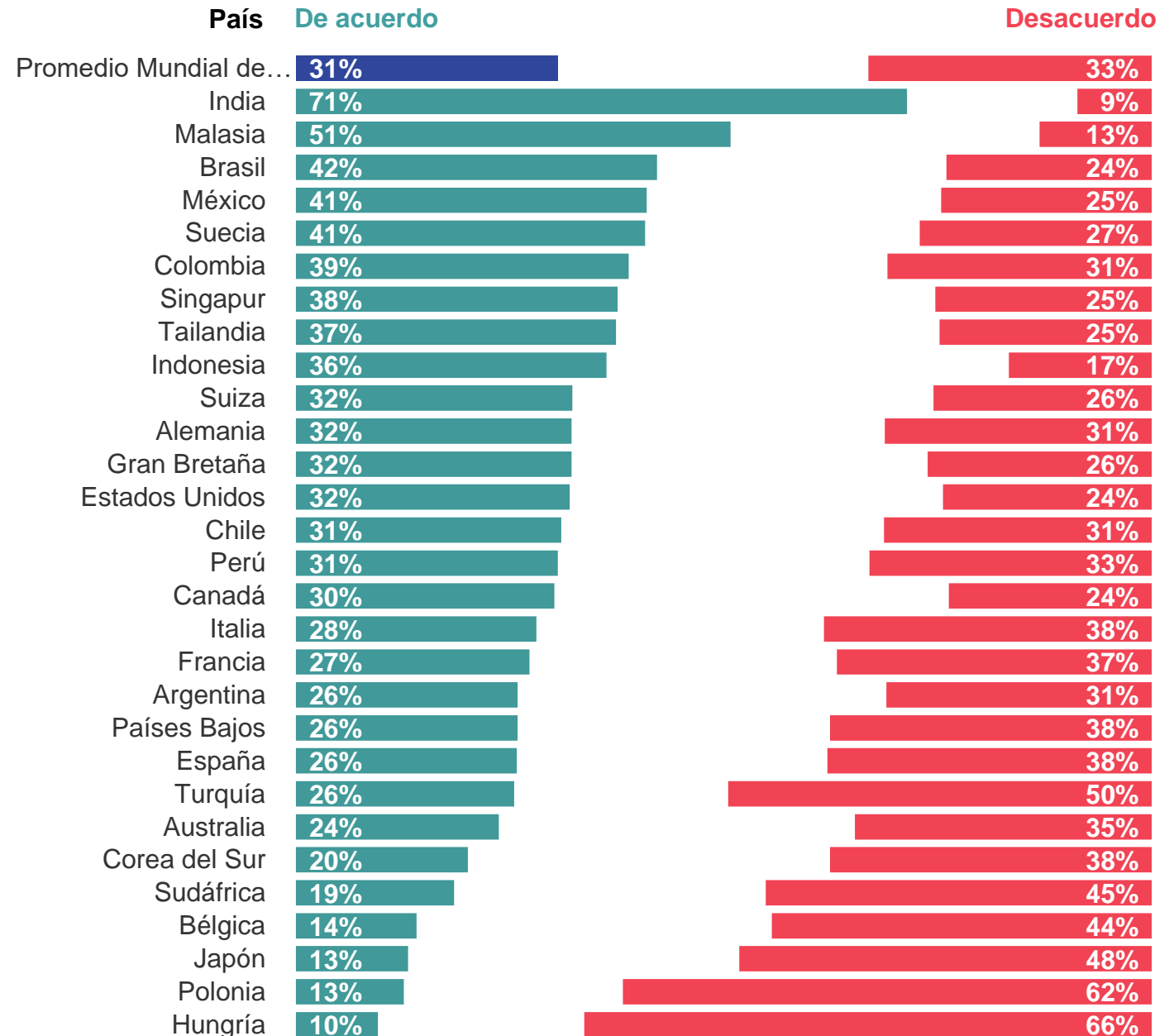
En general, se está de acuerdo en que **los países desarrollados lideran la lucha contra el cambio climático** (46%), pero hay más división sobre si **se está pidiendo a su propio país que sacrifique demasiado** para hacer frente al cambio climático.



# Solo un tercio a nivel mundial ve a su país como líder mundial contra el cambio climático

## Datos de los países

P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país es un líder mundial en la lucha contra el cambio climático?

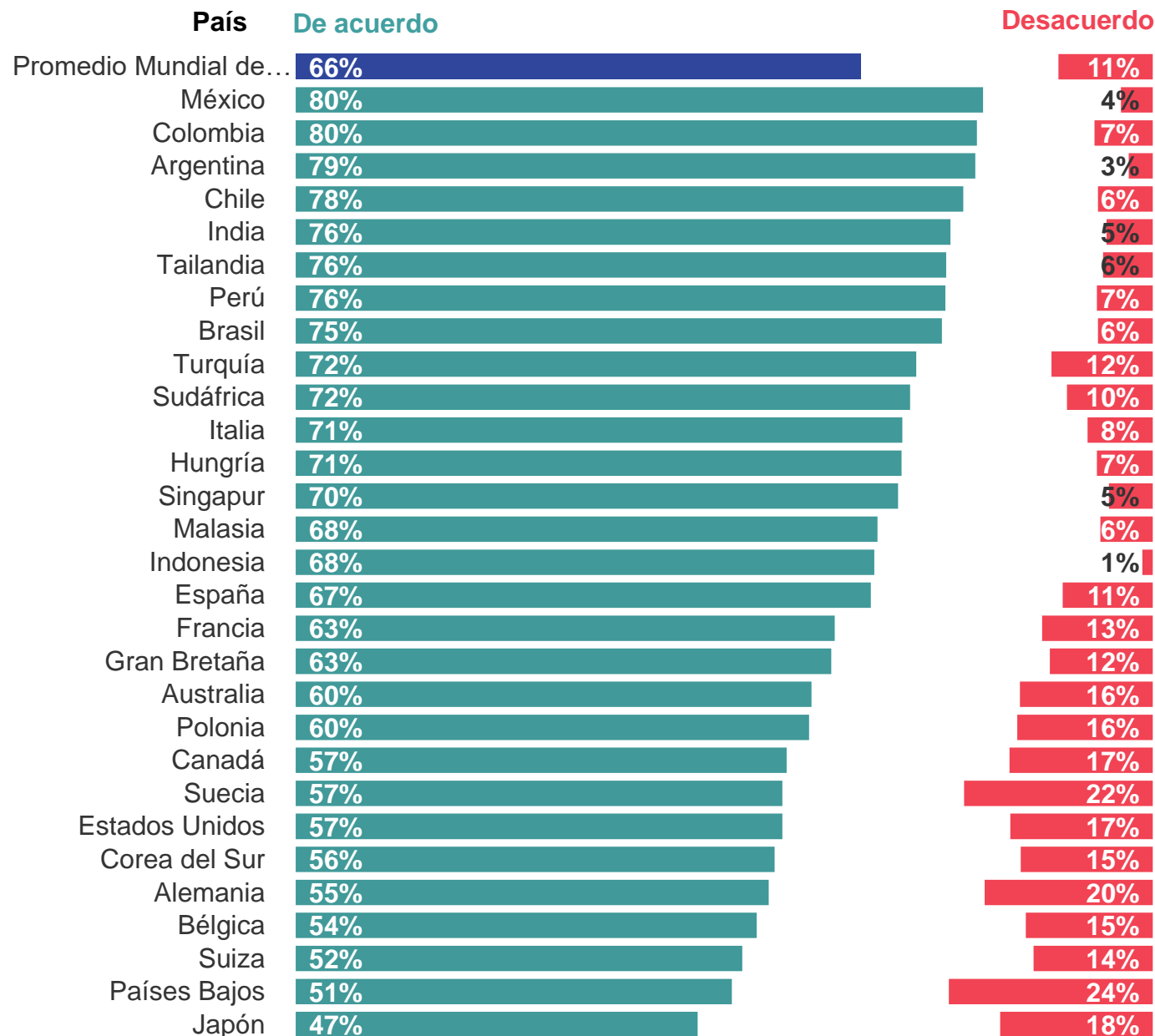


Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# La mayoría está de acuerdo en que su país debería hacer más en la lucha contra el cambio climático

## Datos de los países

P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país debería hacer más en la lucha contra el cambio climático?



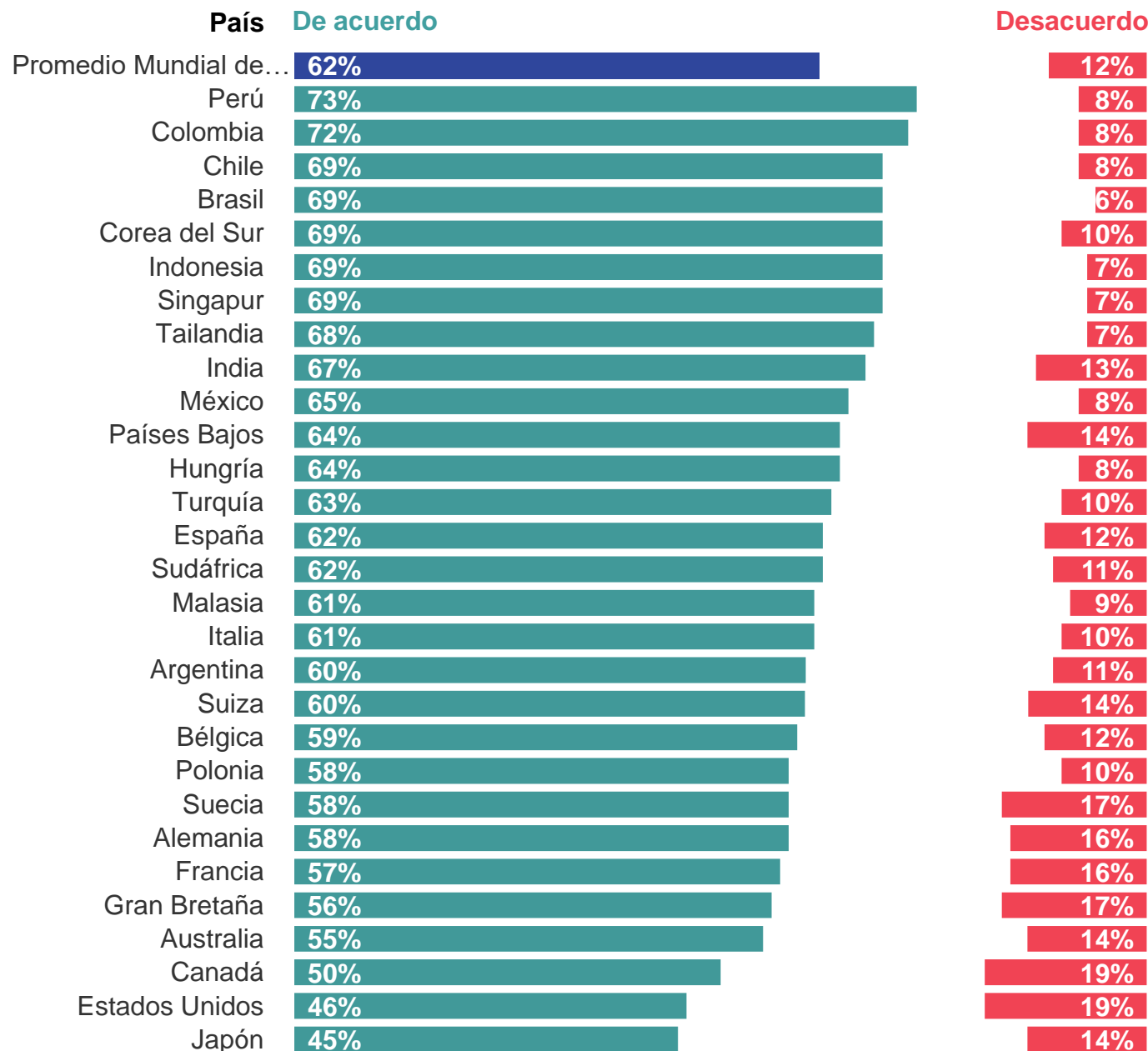
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Existe un fuerte consenso de que los países más responsables de la emergencia climática pagan más para resolver el problema

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Es correcto que los países desarrollados (como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania y Francia) que más han contribuido a la emergencia climática, al producir la mayor cantidad de emisiones de carbono, deberían pagar más para resolver el problema.



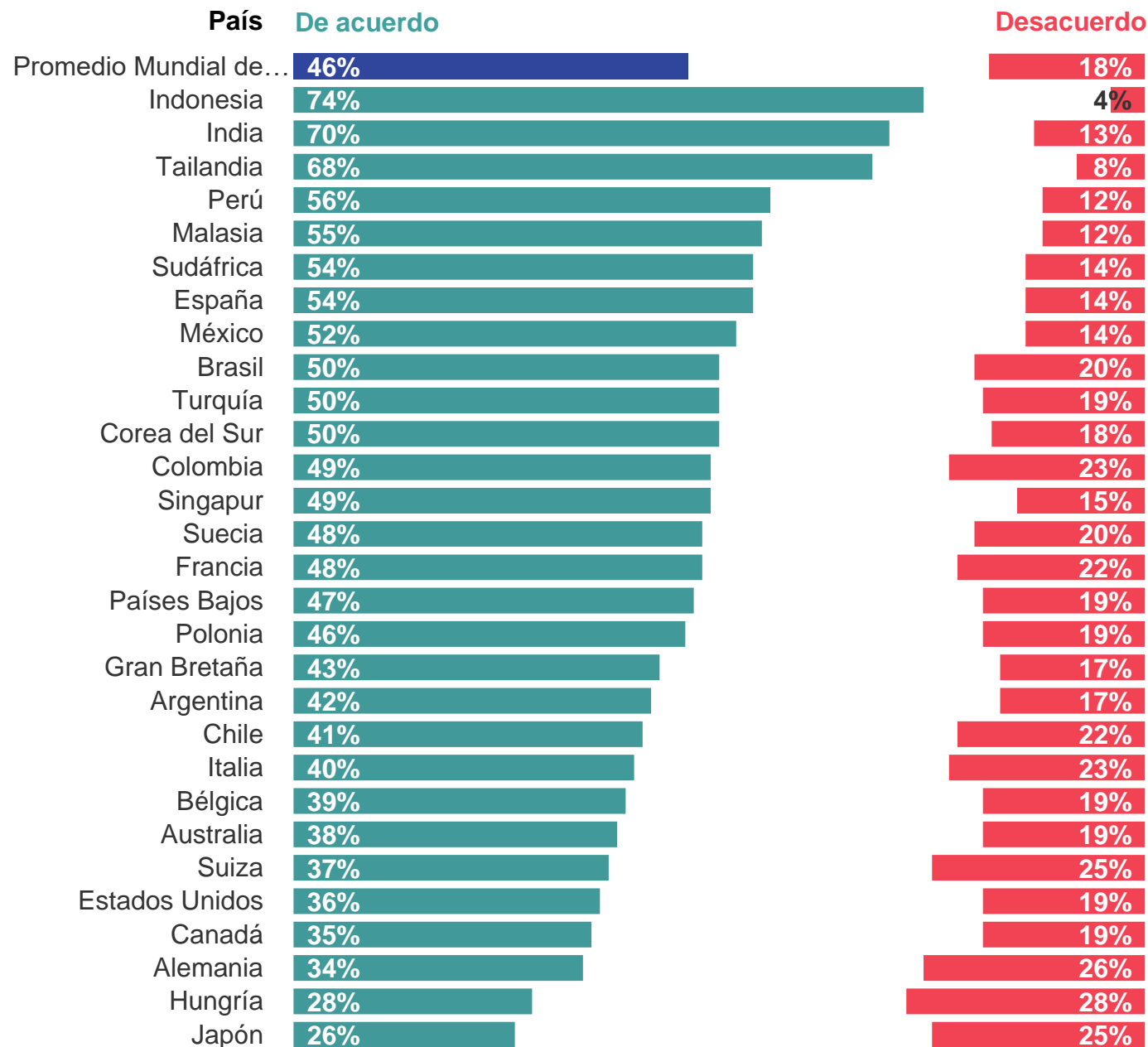
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Hay acuerdo en que los países desarrollados lideran la lucha contra el cambio climático

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los países desarrollados lideran la lucha contra el cambio climático



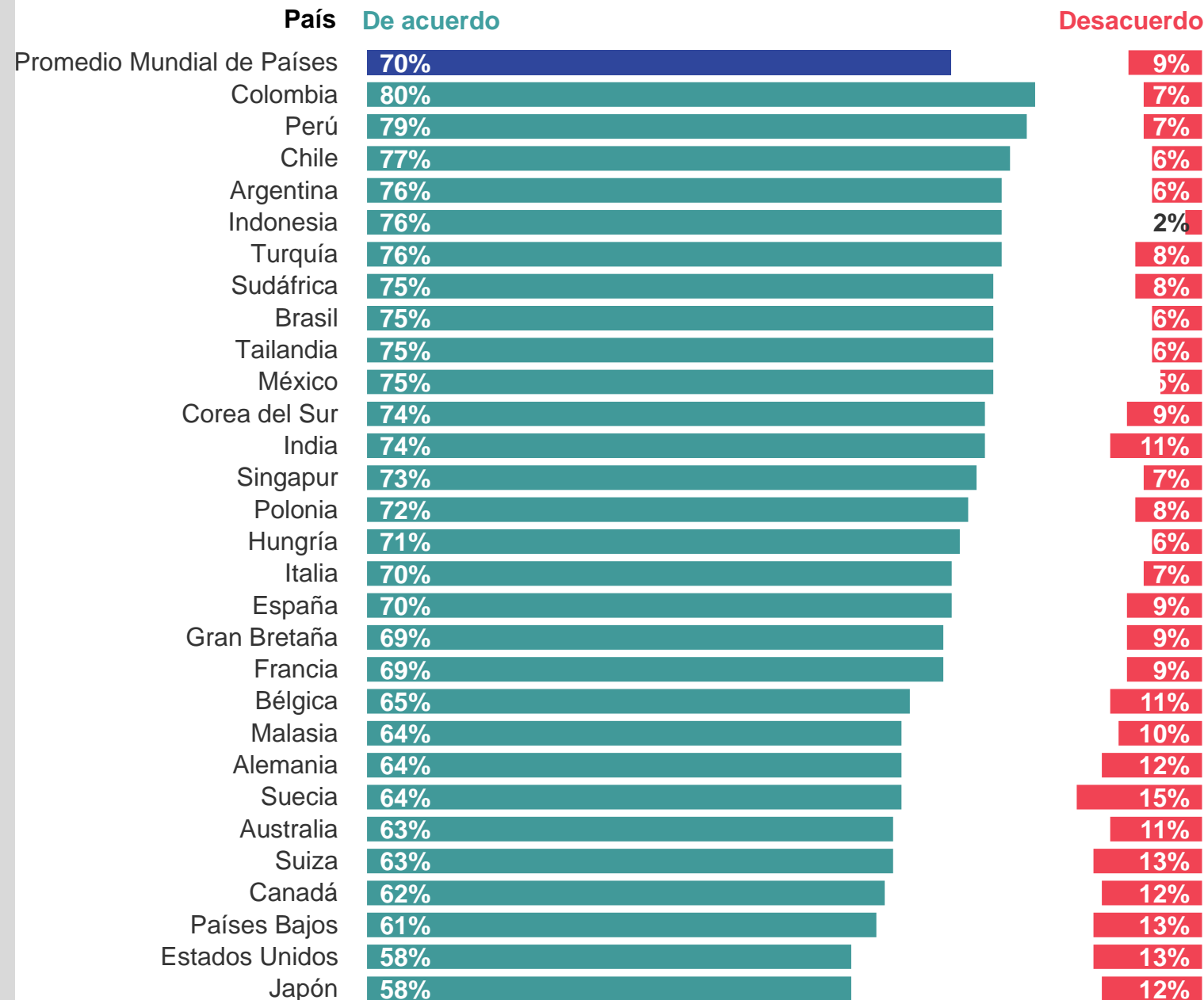
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Pero también existe un consenso abrumador de que los países desarrollados deberían hacer más para combatir el cambio climático.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Los países desarrollados deben hacer más para combatir el cambio climático



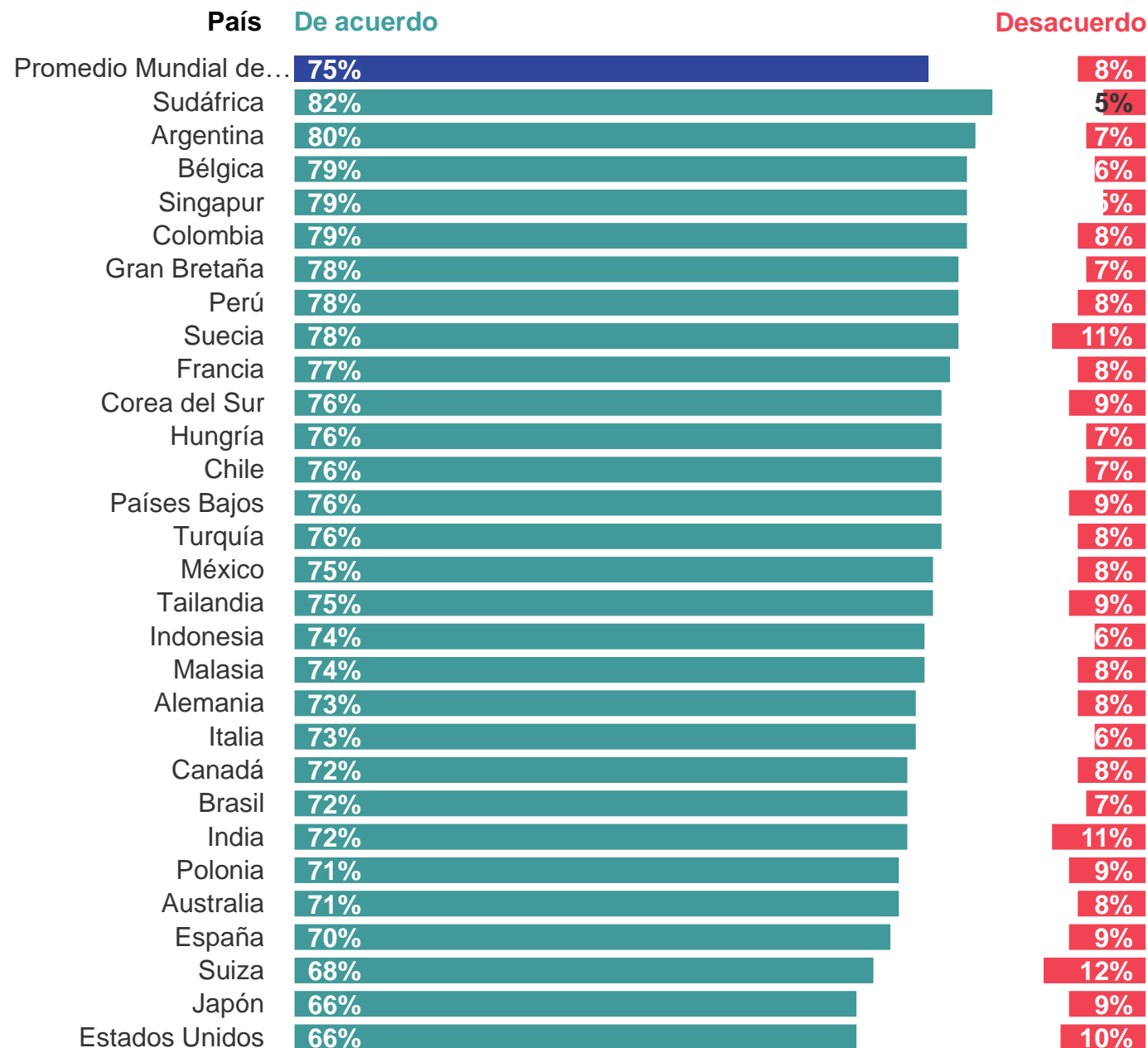
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Los países están de acuerdo en que no podemos abordar plenamente el cambio climático a menos que todos los países colaboren.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

No podemos abordar completamente el cambio climático a menos que todos los países trabajen juntos



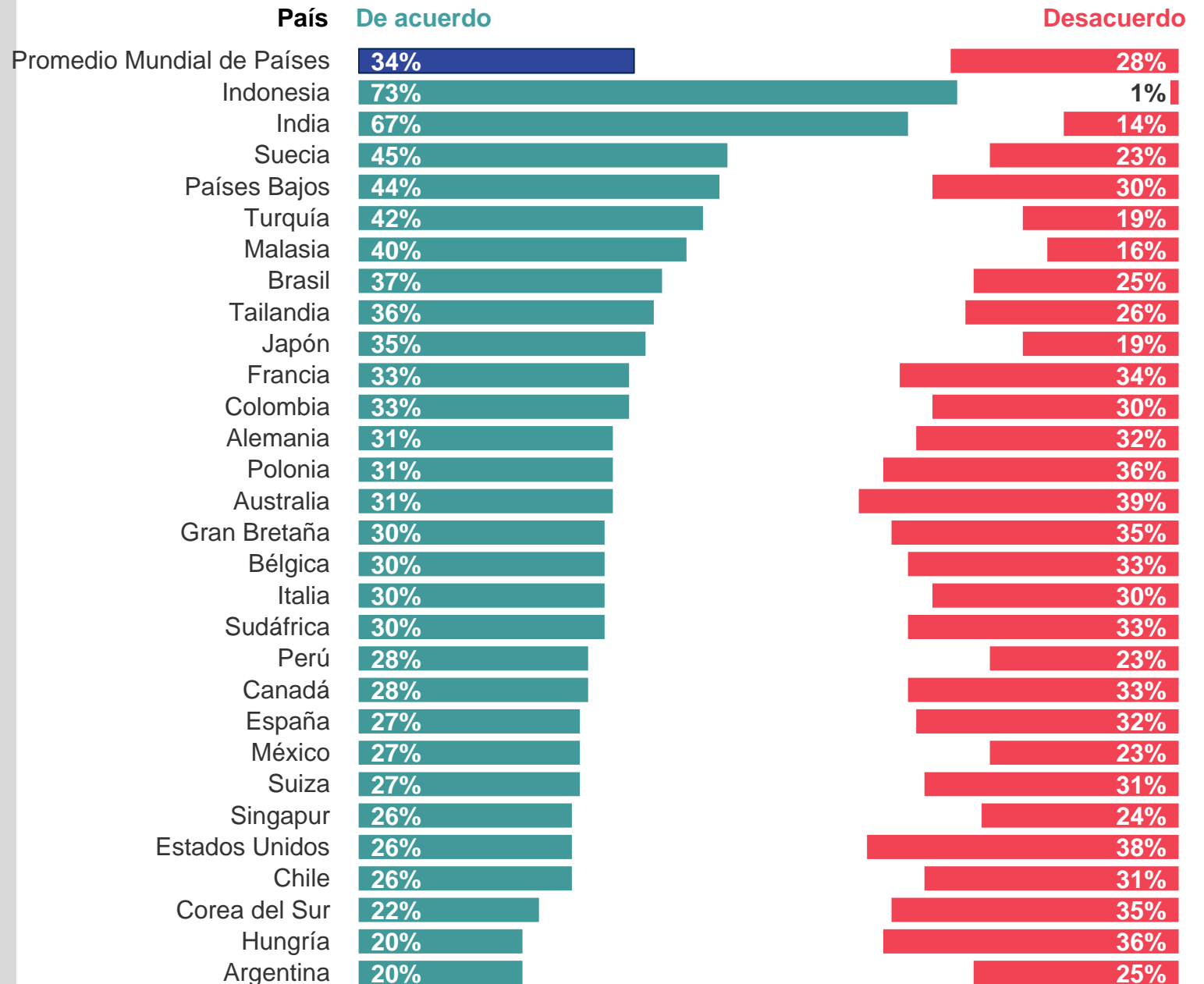
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Existe división sobre si los países sienten que se les pide que sacrifiquen demasiado para abordar el cambio climático.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

A mi país se le pide que sacrifique demasiado para hacer frente al cambio climático



Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# ¿Qué vamos a hacer?





# Resumen: acción pública



En general, los ciudadanos no desestiman la importancia de la acción individual, y hubo un fuerte consenso en que todos haciendo pequeños cambios en su vida cotidiana tendría un gran impacto. Además, la mayoría no cree que el cambio climático escape a nuestro control.



Hubo división sobre si ahora es el momento adecuado o no para invertir en el cambio climático, pero la mayoría de los ciudadanos discreparon en que las repercusiones negativas del cambio climático estaban demasiado lejos como para preocuparse por ellas.



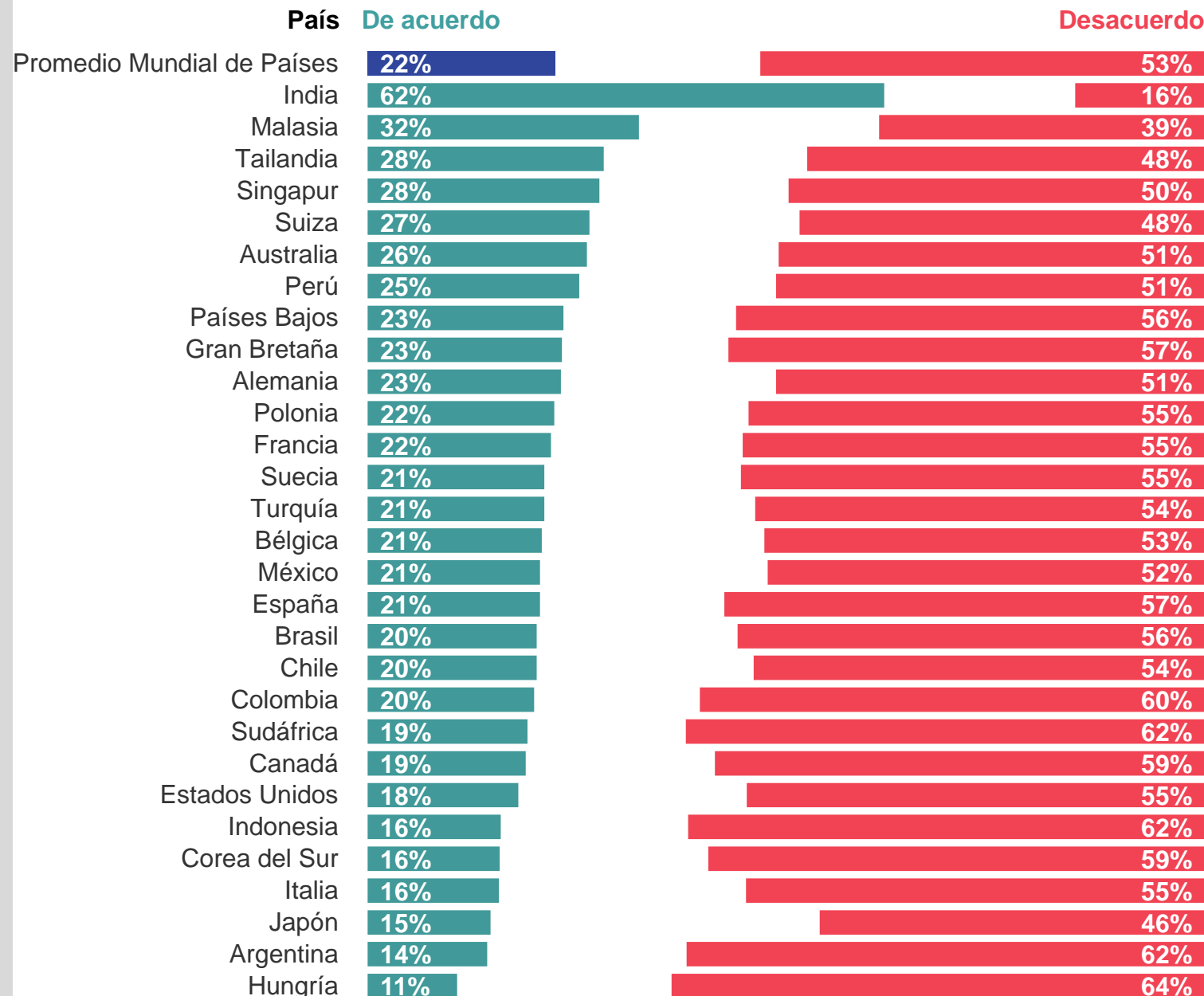
Globalmente, alrededor de un tercio pagaría más de sus ingresos en impuestos para ayudar a prevenir el cambio climático. Cuando se les preguntó qué les motivaría a cambiar, los ciudadanos se decantaron por un incentivo económico o una reducción de impuestos para compras respetuosas con el medio ambiente, o por un acceso fácil a la información sobre las opciones correctas. Los ciudadanos también dijeron que ver el impacto de los fenómenos meteorológicos de origen climático en su propio país sería un motivador para cambiar sus comportamientos.

# En general, los ciudadanos no desestiman la importancia de la acción individual

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

No tiene sentido cambiar mi propio comportamiento para abordar el cambio climático porque de todos modos no hará ninguna diferencia.



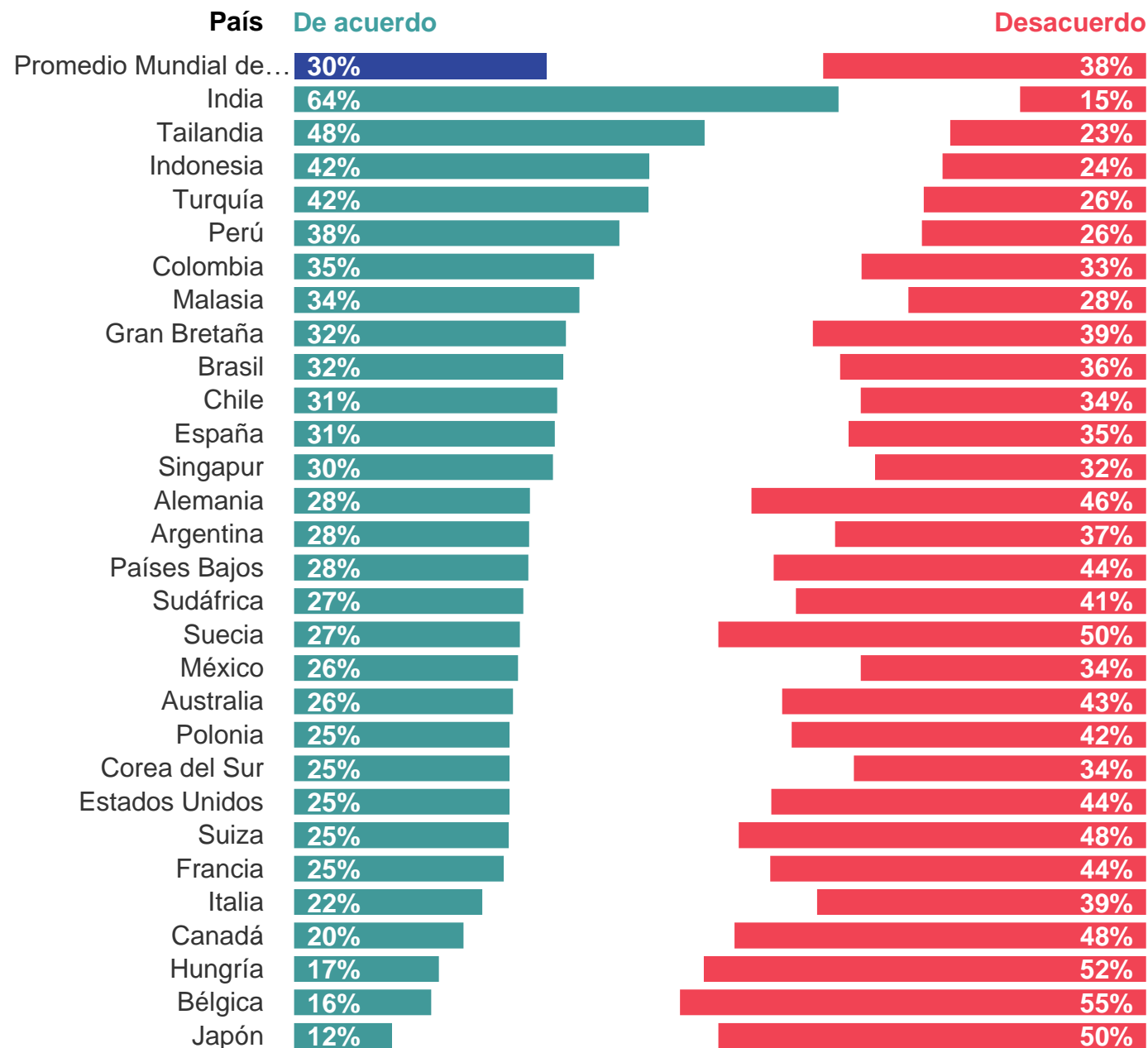
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

En promedio, cerca de un tercio dice que pagaría más de sus ingresos en impuestos para ayudar a prevenir el cambio climático, pero la oposición es mayor en muchos países.

### Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Pagaría más de mis ingresos en impuestos de lo que actualmente pago para ayudar a prevenir el cambio climático



Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

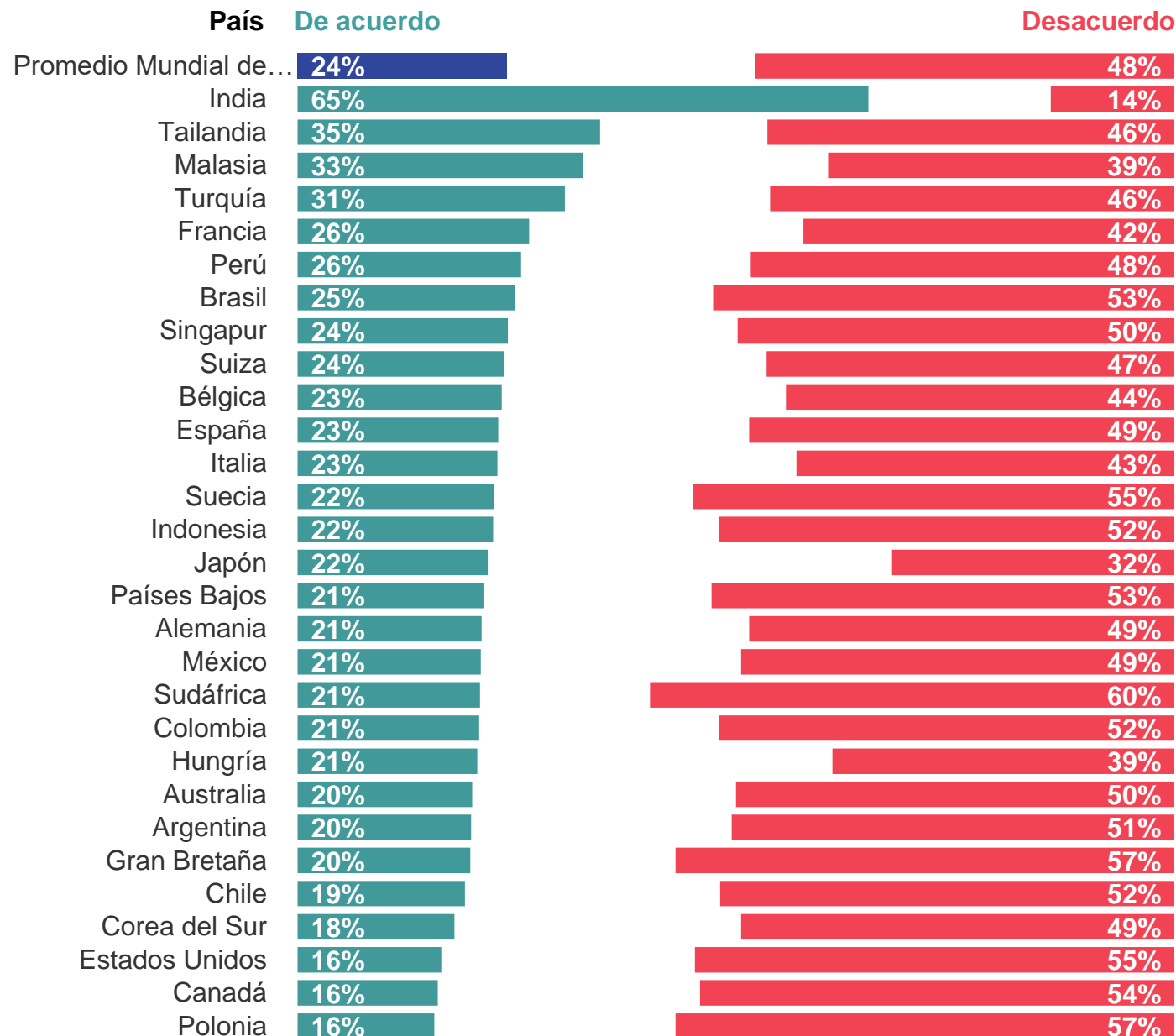


# Hay más personas en desacuerdo que de acuerdo en que el cambio climático escapa a nuestro control

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

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



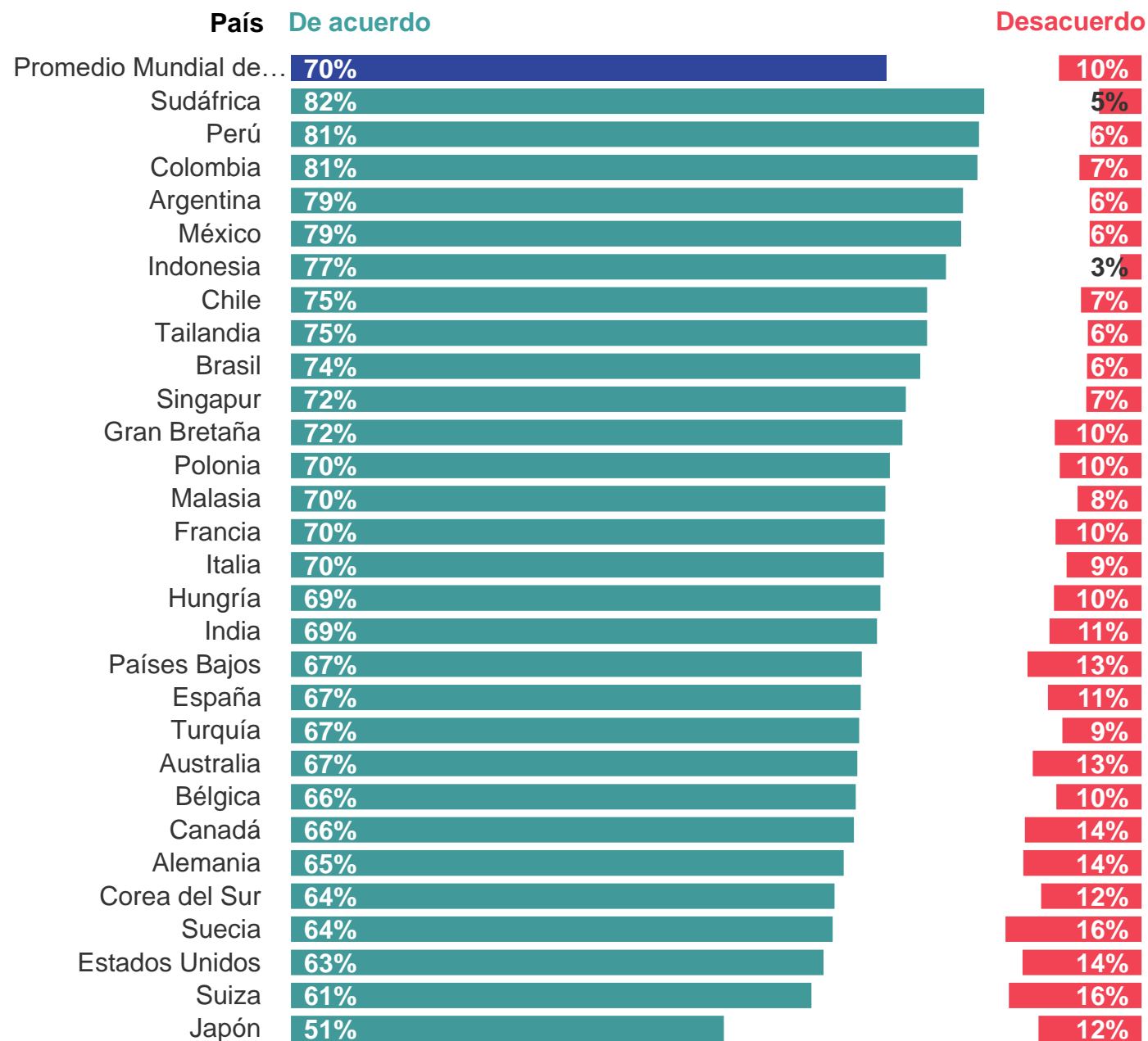
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Existe un fuerte acuerdo en que si todos hicieran pequeños cambios, esto podría tener un gran impacto en la lucha contra el cambio climático.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Si todos hicieran pequeños cambios en su vida cotidiana, esto podría tener un gran impacto en la lucha contra el cambio climático.



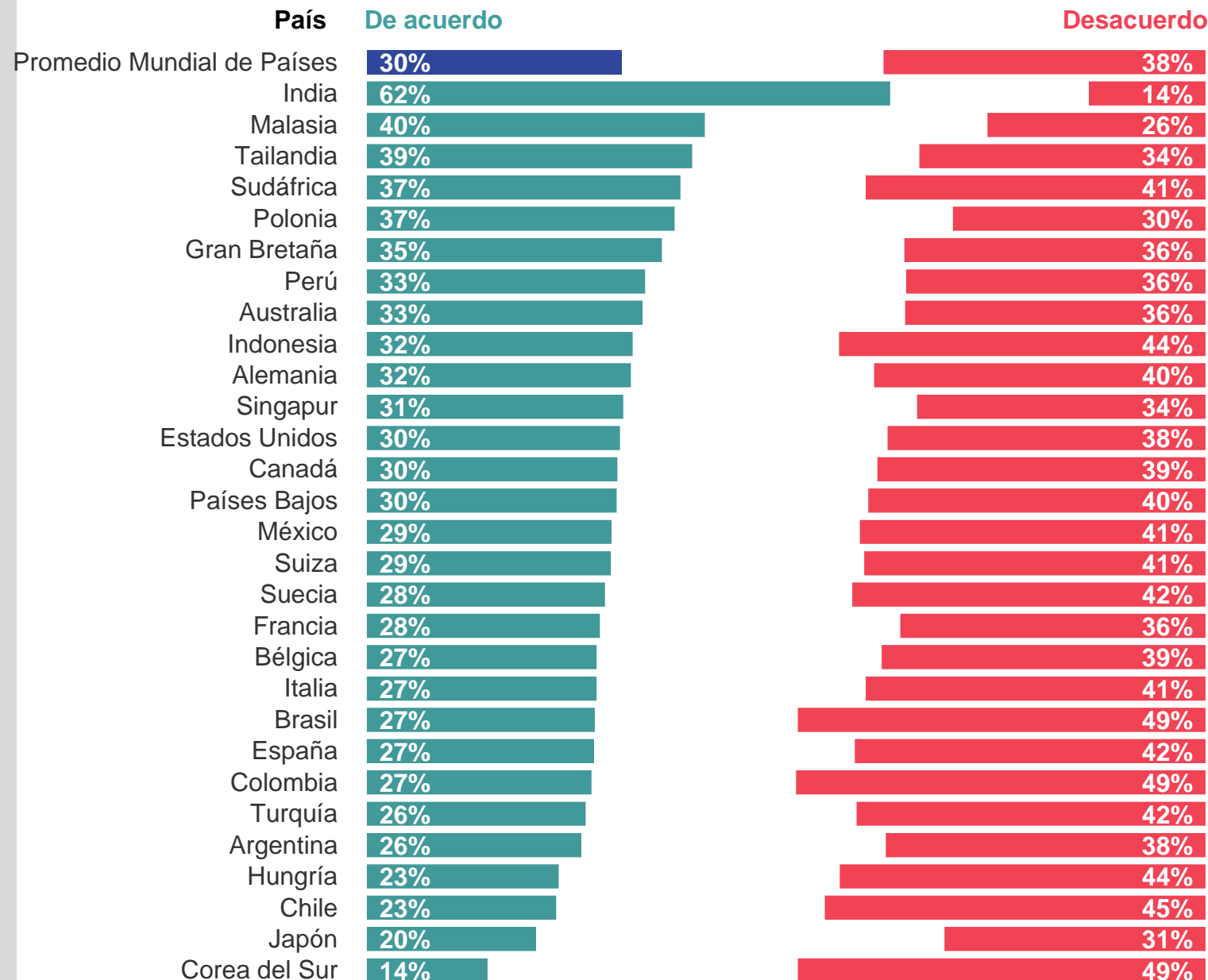
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Existe división sobre si ahora es el momento adecuado, o no, para invertir en el cambio climático

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

Ahora no es el momento adecuado para invertir en medidas para reducir el cambio climático dadas las difíciles condiciones económicas



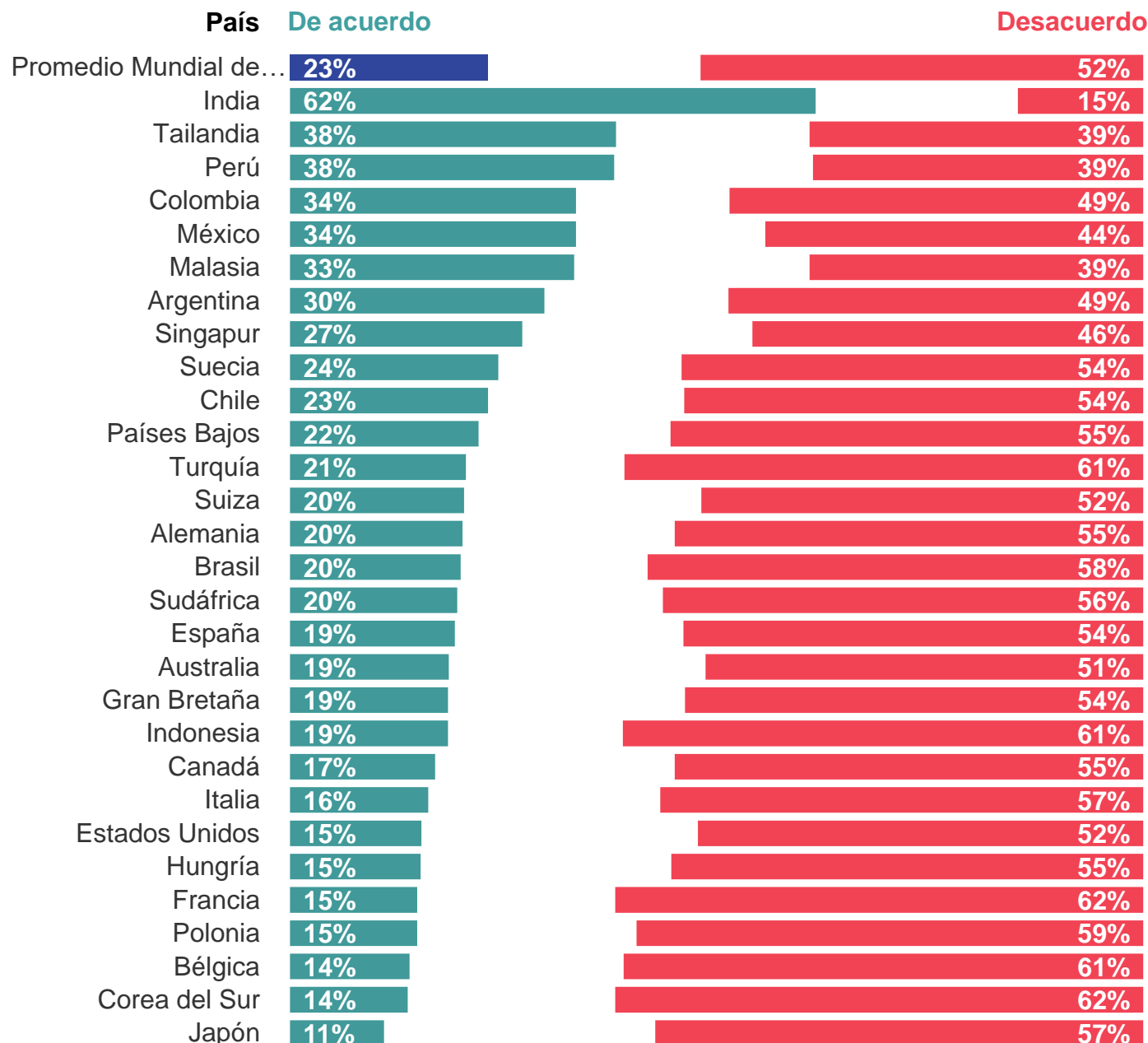
Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# La mayoría no está de acuerdo en que el impacto negativo del cambio climático esté demasiado lejos en el futuro como para preocuparse.

## Datos de los países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

El impacto negativo del cambio climático está demasiado lejos en el futuro para que yo me preocupe

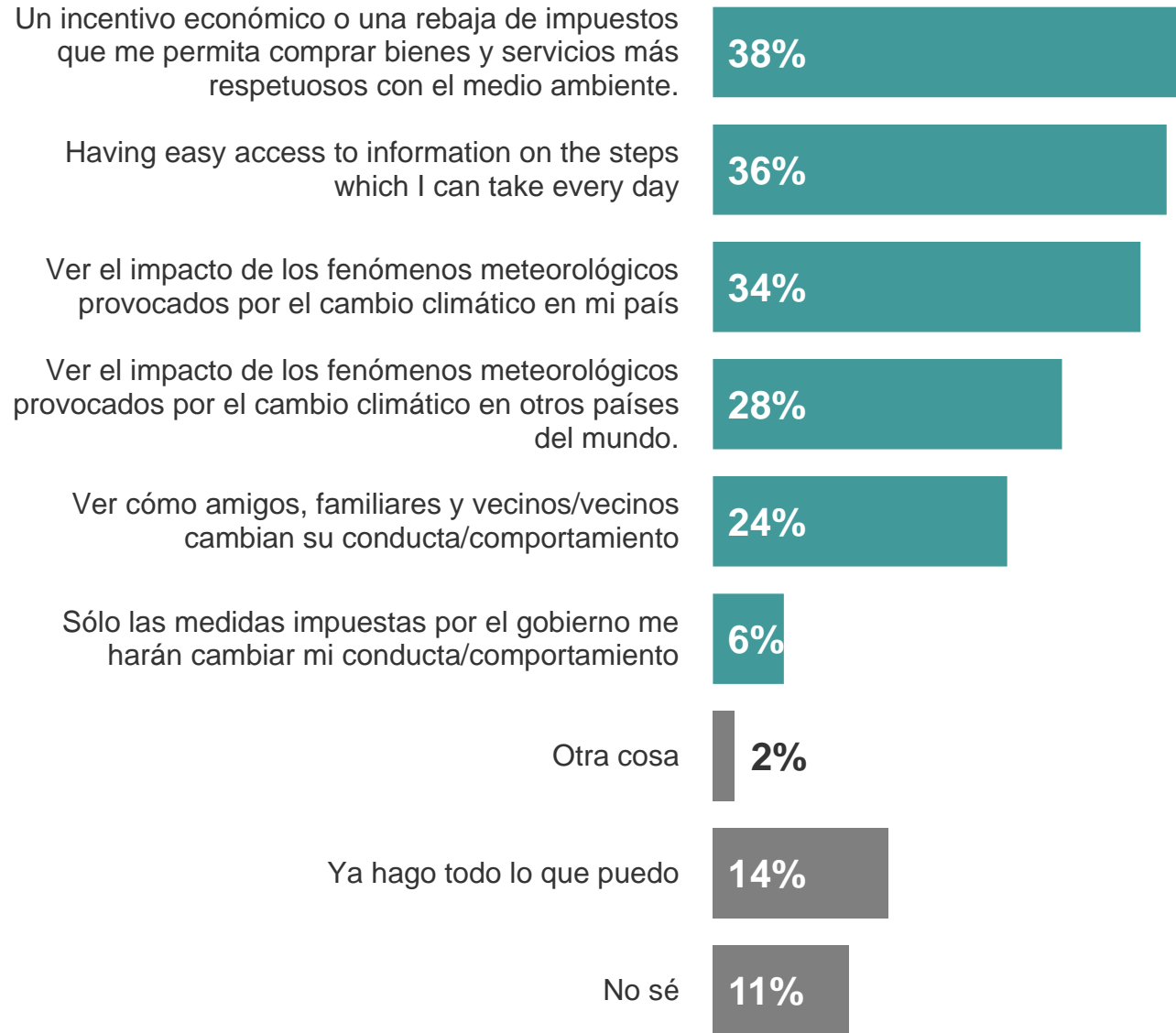


Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países 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.

# Los ciudadanos dicen que un incentivo financiero / recorte de impuestos para compras respetuosas con el medio ambiente o tener fácil acceso a la información ayudaría a alentarlos a tomar más medidas para combatir el cambio climático

## Promedio Mundial de Países

P. Pensando en las medidas que usted personalmente puede tomar para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría animarle a tomar más medidas, si es que hay algo?



Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.



# Probabilidad de adoptar medidas contra el cambio climático en 2023 en los distintos países

P. Pensando en las acciones que usted personalmente puede tomar para ayudar a combatir el cambio climático, ¿qué podría alentarle a tomar más medidas, si es que lo hace?

|                                                                                                                                          | Top three actions: |               |               |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                                                                                                                                          | #1 in country      | #2 in country | #3 in country | TOT | ARG | AUS | BEL | BRA | CAN | CHE | CHL | COL | FRA | GER | GBR | HUN | IND | IDA | ITA | JPN | MAS | MEX | NED | PER | POL | SIN | RSA | KOR | ESP | SWE | THA | TUR |
| Un incentivo financiero o recorte de impuestos para permitirme hacer compras de bienes y servicios más respetuosos con el medio ambiente | 38%                | 39%           | 35%           | 42% | 36% | 41% | 38% | 39% | 41% | 36% | 36% | 43% | 44% | 26% | 36% | 39% | 30% | 34% | 35% | 41% | 36% | 41% | 46% | 41% | 55% | 37% | 45% | 18% | 43% | 33% |     |     |
| Tener fácil acceso a la información sobre los pasos que puedo tomar todos los días                                                       | 36%                | 46%           | 35%           | 27% | 43% | 32% | 29% | 45% | 48% | 29% | 27% | 34% | 35% | 32% | 43% | 29% | 22% | 38% | 43% | 33% | 46% | 37% | 35% | 49% | 40% | 31% | 36% | 36% | 42% | 34% |     |     |
| Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos impulsados por el clima en mi país                                                        | 34%                | 41%           | 35%           | 27% | 36% | 30% | 23% | 37% | 33% | 32% | 25% | 32% | 38% | 36% | 54% | 26% | 33% | 44% | 41% | 27% | 36% | 27% | 39% | 41% | 36% | 27% | 29% | 47% | 33% | 30% |     |     |
| Ver el impacto de los fenómenos meteorológicos impulsados por el clima en otros países del mundo                                         | 28%                | 20%           | 25%           | 23% | 28% | 22% | 23% | 22% | 26% | 21% | 28% | 28% | 23% | 33% | 35% | 20% | 33% | 40% | 25% | 30% | 23% | 25% | 35% | 34% | 33% | 23% | 33% | 41% | 35% | 23% |     |     |
| Ver a amigos, familiares y vecinos / vecinos haciendo cambios en su conducta / comportamiento.                                           | 24%                | 31%           | 22%           | 20% | 31% | 22% | 18% | 29% | 33% | 18% | 15% | 19% | 20% | 23% | 18% | 21% | 12% | 22% | 26% | 20% | 31% | 23% | 28% | 36% | 20% | 22% | 20% | 29% | 34% | 22% |     |     |
| Solo la acción impuesta por el gobierno me hará cambiar mi conducta / comportamiento.                                                    | 6%                 | 4%            | 4%            | 5%  | 8%  | 3%  | 7%  | 6%  | 4%  | 6%  | 4%  | 6%  | 2%  | 3%  | 4%  | 9%  | 7%  | 9%  | 8%  | 5%  | 8%  | 6%  | 8%  | 7%  | 7%  | 5%  | 6%  | 7%  | 5%  | 4%  |     |     |

Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# **Peligros de la percepción**



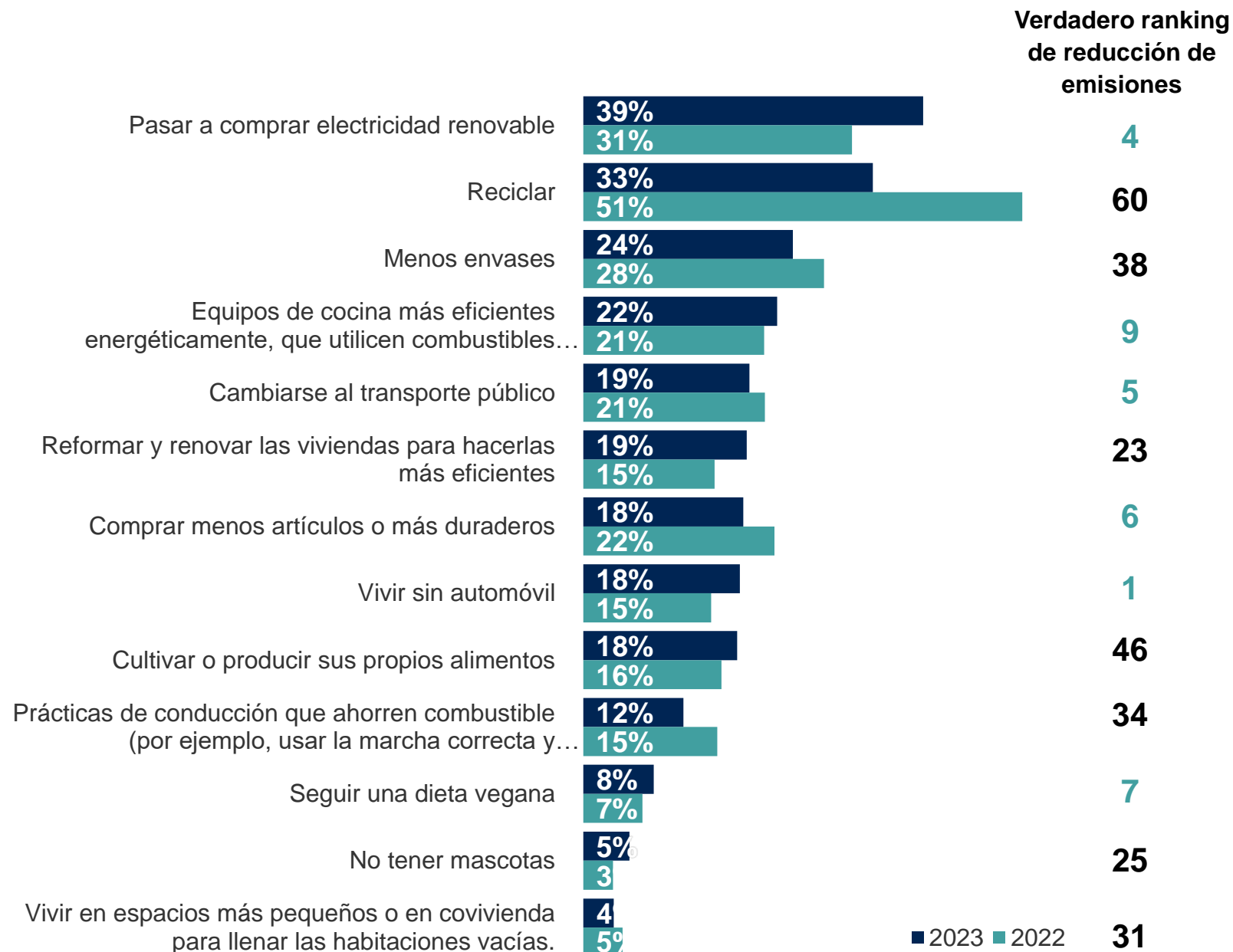
En general, **el público tiende a percibir que muchas acciones tienen un impacto mucho mayor** en la reducción de emisiones de lo que realmente tienen – globalmente, la "brecha creer-verdadero" persiste.

A nivel mundial, **los ciudadanos estaban bastante divididos sobre qué sectores contribuyen más o menos al calentamiento global**, poniendo mayor énfasis en los productos que agotan el ozono que en otros sectores más contaminantes como la industria y la deforestación.

# Los ciudadanos perciben que muchas acciones tienen un impacto mucho mayor en la reducción de emisiones de lo que tienen

## Promedio Mundial de Países

P. A continuación se muestra una lista de diferentes formas en que los hogares podrían cambiar sus comportamientos para reducir las emisiones globales de gases de efecto invernadero (o huellas de carbono). ¿Cuáles de las tres de las siguientes acciones, si las hay, cree que tendrían más impacto en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero?



Base: 2023: 21.231 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 20 de enero al 3 de marzo de 2023; 2022: 22.033 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 18 de febrero al 4 de marzo de 2022; 2021: 20.511 adultos en línea menores de 75 años, entrevistados del 19 de febrero al 5 de marzo de 2021. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Los 26 países de comparación son: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Turquía.

\*Fuente: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Disponible aquí: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>



# Impacto de las acciones en la reducción del cambio climático en todos los países

P. ¿Qué tres de las siguientes acciones, si es que hay alguna, cree que tendrían un mayor impacto en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero?

tres primeras acciones:

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



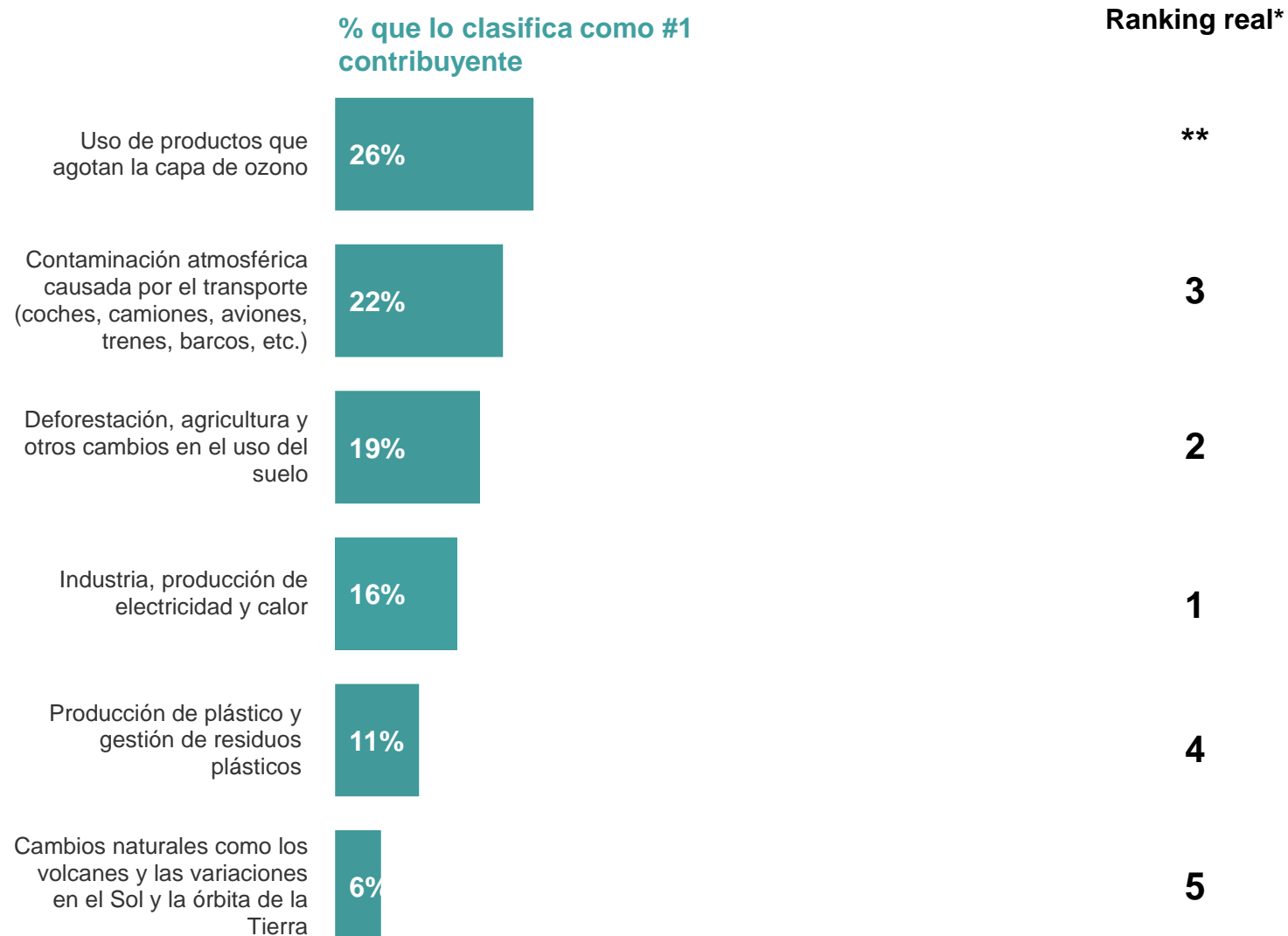
|                                                                                     | TOT | ARG | AUS | BEL | BRA | CAN | CHE | CHL | COL | FRA | GER | GBR | HUN | IND | IDA | ITA | JPN | MAS | MEX | NED | PER | POL | SIN | RSA | KOR | ESP | SWE | THA | TUR | USA |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Pasar a comprar electricidad renovable                                              | 39% | 58% | 38% | 33% | 35% | 27% | 32% | 56% | 51% | 28% | 44% | 38% | 42% | 18% | 45% | 42% | 25% | 32% | 55% | 35% | 52% | 43% | 31% | 51% | 35% | 42% | 24% | 33% | 47% | 34% |
| Reciclar                                                                            | 33% | 43% | 35% | 34% | 38% | 44% | 31% | 41% | 50% | 32% | 25% | 32% | 30% | 7%  | 31% | 31% | 31% | 37% | 40% | 26% | 41% | 29% | 34% | 45% | 24% | 26% | 30% | 37% | 25% | 40% |
| Menos envases                                                                       | 25% | 18% | 27% | 36% | 36% | 32% | 34% | 9%  | 13% | 35% | 32% | 24% | 19% | 15% | 31% | 28% | 25% | 26% | 12% | 25% | 12% | 35% | 28% | 13% | 30% | 34% | 21% | 31% | 20% | 19% |
| Equipos de cocina más eficientes energéticamente                                    | 23% | 22% | 23% | 16% | 22% | 15% | 13% | 21% | 28% | 10% | 8%  | 23% | 29% | 21% | 38% | 15% | 23% | 30% | 22% | 29% | 29% | 31% | 26% | 30% | 30% | 27% | 10% | 25% | 37% | 19% |
| Cambiarse al transporte público                                                     | 20% | 13% | 17% | 17% | 16% | 13% | 14% | 20% | 19% | 18% | 17% | 16% | 14% | 13% | 30% | 24% | 25% | 25% | 22% | 13% | 17% | 20% | 35% | 16% | 41% | 25% | 23% | 15% | 30% | 10% |
| Rehabilitar y renovar las viviendas para hacerlas más eficientes                    | 18% | 17% | 16% | 26% | 9%  | 18% | 28% | 21% | 10% | 39% | 24% | 23% | 39% | 17% | 12% | 25% | 6%  | 12% | 12% | 29% | 10% | 15% | 12% | 13% | 14% | 25% | 14% | 16% | 10% | 17% |
| Cultivar o producir sus propios alimentos                                           | 18% | 22% | 23% | 17% | 18% | 22% | 15% | 16% | 20% | 17% | 10% | 18% | 13% | 24% | 30% | 13% | 8%  | 24% | 20% | 12% | 21% | 14% | 14% | 39% | 7%  | 9%  | 22% | 23% | 17% | 23% |
| Comprar menos artículos o artículos más duraderos                                   | 18% | 17% | 21% | 19% | 14% | 24% | 19% | 17% | 19% | 25% | 21% | 20% | 16% | 5%  | 12% | 14% | 20% | 10% | 16% | 23% | 17% | 21% | 21% | 9%  | 23% | 18% | 40% | 12% | 13% | 18% |
| Vivir sin automóvil                                                                 | 18% | 19% | 14% | 18% | 21% | 15% | 17% | 19% | 22% | 13% | 19% | 21% | 23% | 24% | 11% | 21% | 17% | 10% | 28% | 16% | 21% | 10% | 27% | 13% | 15% | 14% | 24% | 12% | 26% | 11% |
| Prácticas de conducción que ahorren combustible                                     | 12% | 13% | 11% | 6%  | 14% | 11% | 10% | 9%  | 10% | 10% | 12% | 12% | 9%  | 12% | 13% | 7%  | 18% | 11% | 15% | 7%  | 13% | 10% | 12% | 18% | 17% | 9%  | 10% | 10% | 8%  | 17% |
| Seguir una dieta vegana                                                             | 8%  | 4%  | 9%  | 5%  | 8%  | 6%  | 9%  | 7%  | 4%  | 8%  | 11% | 14% | 4%  | 26% | 6%  | 7%  | 2%  | 13% | 5%  | 13% | 5%  | 5%  | 8%  | 9%  | 6%  | 7%  | 14% | 8%  | 5%  | 5%  |
| No tener mascotas                                                                   | 5%  | 2%  | 5%  | 6%  | 5%  | 4%  | 6%  | 2%  | 4%  | 3%  | 6%  | 5%  | 3%  | 17% | 2%  | 4%  | 4%  | 6%  | 4%  | 9%  | 3%  | 5%  | 5%  | 4%  | 8%  | 5%  | 8%  | 4%  | 7%  | 4%  |
| Vivir en espacios más pequeños o en covivienda para llenar las habitaciones vacías. | 3%  | 5%  | 6%  | 6%  | 4%  | 3%  | 4%  | 3%  | 3%  | 3%  | 3%  | 2%  | 1%  | 4%  | 1%  | 2%  | 2%  | 2%  | 7%  | 3%  | 4%  | 3%  | 4%  | 4%  | 3%  | 3%  | 6%  | 5%  | 3%  | 4%  |

Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# Los ciudadanos estaban divididos sobre qué contribuía más al calentamiento global, pero a menudo subestimaban las contribuciones de los sectores con mayores emisiones.

## Promedio Mundial de Países

P. De la lista a continuación, clasifique los 3 primeros de mayor a menor en términos de cuánto cree que contribuyen, si es que lo hacen, al calentamiento global.



Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

\*Fuente: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Disponible aquí: [https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/report/IPCC\\_AR6\\_WGIII\\_Chapter02.pdf](https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/report/IPCC_AR6_WGIII_Chapter02.pdf) \*\*No es un contribuyente importante al calentamiento global

# Contribución percibida de los diferentes factores detrás del calentamiento global

. P. De la lista a continuación, clasifique los 3 primeros de mayor a menor en términos de cuánto cree que contribuyen, si es que lo hacen, al calentamiento global. La tabla muestra el % de clasificación como el contribuyente # 1.

tres primeras acciones:

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



|                                                                               | TOT | ARG | AUS | BEL | BRA | CAN | CHE | CHL | COL | FRA | GER | GBR | HUN | IND | IDA | ITA | JPN | MAS | MEX | NED | PER | POL | SIN | RSA | KOR | ESP | SWE | THA | TUR | USA |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Use of products that deplete the ozone layer                                  | 26% | 34% | 18% | 15% | 37% | 17% | 19% | 29% | 28% | 17% | 22% | 17% | 20% | 37% | 37% | 24% | 27% | 37% | 35% | 20% | 37% | 21% | 28% | 30% | 24% | 24% | 16% | 29% | 33% | 21% |
| Air pollution caused by transport (cars, trucks, planes, trains, ships, etc)  | 22% | 18% | 23% | 23% | 20% | 29% | 24% | 19% | 20% | 22% | 22% | 21% | 26% | 22% | 24% | 23% | 14% | 18% | 24% | 25% | 14% | 21% | 21% | 21% | 21% | 27% | 33% | 19% | 17% | 24% |
| Industry, electricity, and heat production.                                   | 16% | 7%  | 18% | 18% | 11% | 15% | 21% | 13% | 9%  | 19% | 18% | 21% | 16% | 18% | 14% | 18% | 18% | 13% | 11% | 24% | 13% | 23% | 18% | 19% | 24% | 13% | 19% | 12% | 17% | 16% |
| Deforestation, agriculture, and other land use changes                        | 19% | 28% | 22% | 29% | 22% | 19% | 20% | 22% | 24% | 28% | 26% | 24% | 21% | 13% | 10% | 18% | 16% | 20% | 16% | 20% | 19% | 15% | 21% | 15% | 4%  | 17% | 14% | 21% | 21% | 21% |
| Production of plastic and management of plastic waste                         | 11% | 9%  | 11% | 9%  | 6%  | 13% | 10% | 12% | 12% | 10% | 7%  | 11% | 14% | 7%  | 10% | 13% | 14% | 9%  | 10% | 5%  | 12% | 11% | 9%  | 9%  | 23% | 15% | 9%  | 15% | 9%  | 9%  |
| Natural changes such as volcanoes and variations in the Sun and Earth's orbit | 6%  | 4%  | 9%  | 6%  | 4%  | 7%  | 6%  | 5%  | 6%  | 3%  | 6%  | 6%  | 4%  | 3%  | 6%  | 4%  | 12% | 2%  | 4%  | 6%  | 5%  | 9%  | 3%  | 5%  | 4%  | 4%  | 9%  | 5%  | 4%  | 9%  |

Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de 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.

# Estos son los resultados de una encuesta de Ipsos *Global Advisor* realizada entre el 20 de enero y el 3 de febrero de 2023.

Estos son los resultados de una encuesta de 29 países realizada por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 20 de enero y el viernes 3 de febrero de 2023 en 31 países y entre el viernes 17 de febrero y el viernes 3 de marzo de 2023 en Suiza.

Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 21,231 adultos mayores de 18 años en India, 18-74 en Canadá, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, 20-74 en Tailandia, 21-74 en Indonesia y Singapur, y 16-74 en todos los demás países..

La muestra consta de aproximadamente 1.000 individuos en Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y Estados Unidos, y 500 individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía.

La muestra en la India consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 fueron

entrevistados en línea.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y los Estados Unidos pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Israel, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben considerarse como un reflejo del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa un gran subconjunto de su población urbana: clases socioeconómicas A, B y C y en áreas metropolitanas y clases de ciudades de nivel 1-3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan de manera que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos censales más recientes.

El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó 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, esto puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de "no sé" o respuestas no declaradas..

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta donde N = 1.000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de donde N = 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

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



# Este informe contiene los resultados de tres conjuntos de muestras:

## 1

### Estudio mundial de 29 países 2023

A 29 países de todo el mundo a través de la plataforma en línea Ipsos Global Observer y, en India, en su plataforma IndiaBus. Base total: 21.231 adultos de 18 a 74 años en 29 países. Fechas de trabajo de campo: del viernes 20 de enero al viernes 3 de febrero de 2023 (del viernes 17 de febrero al viernes 3 de marzo de 2023 en Suiza). Los países que reportan herin son: Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, India, Indonesia, Israel, Italia, Malasia, México, Países Bajos, Japón, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suecia, Tailandia, Turquía y Estados Unidos.

## 2

### Estudio mundial de 31 países 2022

31 países de todo el mundo a través del sistema de paneles en línea de Ipsos. Base total: 23.577 adultos en línea de entre 16 y 99 años en 31 países. Fechas de trabajo de campo: del viernes 18 de febrero al viernes 4 de marzo de 2022. Los países que informan en este documento son Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Chile, Colombia, España, Estados Unidos de América, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Irlanda, Italia, Japón, Malasia, México, Noruega, Países Bajos, Perú, Polonia, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Turquía.

## 3

### Estudio de 30 mercados mundiales 2021

30 mercados en todo el mundo a través del sistema Ipsos Online Panel. Base total: 21,011 adultos en línea de entre 16 y 74 años en 30 países. Fechas de trabajo de campo: viernes 19 de febrero al viernes 5 de marzo de 2021. Los mercados que informan en este documento son Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Chile, Colombia, Francia, Gran Bretaña, Alemania, Hungría, Hong Kong, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza, Turquía y Estados Unidos de América.

# Las diapositivas de tendencias contienen hallazgos de varios subconjuntos:

## 1

**Un subconjunto de 26 países de los 29 del estudio mundial de 2023**

Esto aparece junto con un subconjunto de 26 mercados de los 30 mercados en el estudio mundial de 2021 y 31 mercados en el estudio mundial de 2022. Esto se utiliza para comparar los datos de estos mercados / países con los incluidos en el estudio de 2022 y 2021.

Consulte las notas de fondo de los gráficos de comparación para obtener una lista completa de los países incluidos en ellos.

## 2

**Un subconjunto de 26 países de los 31 del estudio mundial de 2022**

Esto aparece junto con un subconjunto de 26 mercados de los 30 mercados en el estudio mundial de 2021 y 29 mercados en el estudio mundial de 2023. Esto se utiliza para comparar los datos de estos mercados / países con los incluidos en el estudio de 2023 y 2021.

Consulte las notas de fondo de los gráficos de comparación para obtener una lista completa de los países incluidos en ellos.

## 3

**Un subconjunto de 26 países de los 30 del estudio mundial de 2021**

Esto aparece junto con un subconjunto de 26 mercados de los 31 mercados en el estudio mundial de 2022 y 29 mercados en el estudio mundial de 2023. Esto se utiliza para comparar los datos entre estos mercados / países con los incluidos en los estudios de 2023 y 2022.

Consulte las notas de fondo de los gráficos de comparación para obtener una lista completa de los países incluidos en ellos.

Para los gráficos de comparación (2023, 2022, 2021) se incluyen los siguientes 26 países: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea, España, Estados Unidos de América, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Turquía.

# Estándares y acreditaciones de Ipsos (para informes)

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 de investigación de mercado que reemplaza a BS 7911 / MRQSA e incorpora IQCS (Esquema de Control de Calidad del Entrevistador); cubre las 5 etapas de un proyecto de investigación de mercado. Ipsos UK fue la primera empresa del mundo en obtener esta acreditación.



**MRS Company Partnership** – Al ser una empresa asociada a MRS, Ipsos UK respalda y apoya los valores centrales de la marca MRS de profesionalidad, excelencia en la investigación y eficacia empresarial, y se compromete a cumplir 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 de la empresa con un enfoque en la mejora continua a través de sistemas de gestión de calidad. En 1994 nos convertimos en uno de los primeros en adoptar la norma comercial 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 en el Reino Unido en recibir esto en agosto de 2008.



**El Reglamento General de Protección de Datos del Reino Unido (GDPR del Reino Unido) y la Ley de Protección de Datos del Reino Unido 2018 (DPA)** - Ipsos UK debe cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos del Reino Unido y la Ley de Protección de Datos del Reino Unido; cubre el procesamiento de datos personales y la protección de la privacidad.



**HMG Cyber Essentials** – Un producto clave respaldado por el gobierno 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 amenaza provenientes de Internet.



**Fair Data** – Ipsos UK se inscribe como una empresa de 'Fair Data' al aceptar adherirse a diez principios básicos. Los principios apoyan y complementan otras normas como las ISO y los requisitos de la legislación de protección de datos.

**Este trabajo se llevó a cabo 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 {se ruega eliminar si el trabajo se realizó en el marco de un MSA o contrato con un cliente}.**

# SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 países y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades multi-especialistas únicas que proporcionan una poderosa visión de 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 Paris desde el 1 de julio de 1999. La compañía es parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

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

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras 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 brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los países y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, sencillez, 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 nuestro mundo profundamente cambiante.

# Gracias

**Nombre:**

Pippa Bailey

**Detalles:**

[pippa.Bailey@ipsos.com](mailto:pippa.Bailey@ipsos.com)