

PELIGROS DE LA PERCEPCIÓN

Peligros medioambientales

Abril 2021



Estos son los últimos hallazgos de la encuesta Ipsos Peligros de la Percepción. Fue realizada en 30 mercados e interrogaba a las personas sobre qué pueden hacer los individuos para enfrentar el cambio climático.

Las principales fuentes de datos “reales” usados en el estudio sobre el impacto de acciones individuales en el cambio climático pueden encontrarse al final del reporte.

Resumen

A pesar de la alta preocupación y alta confianza de que sabemos qué hacer en nuestra propia vida para combatir el cambio climático, abundan las percepciones erróneas, y muchas veces simplemente no sabemos.

En los diferentes mercados, la gente en promedio subestima las acciones con mayor impacto que pueden realizar, y sobreestima las con menor impacto climático.

Se ve poca consciencia de los impactos del cambio climático. Pocos saben cuán calurosos han sido los últimos años y cuántas vidas ya están siendo impactadas por el cambio climático.

Los mensajes sobre la acción climática pueden confundir: muchos piensan que es mejor comer carne local que vegetales importados, cuando lo real es lo opuesto: el vegetarianismo tiene mucho mayor impacto

Un Promedio Global de Países de **7 de cada 10 piensa:**

“Entiendo qué debo hacer para desempeñar mi papel en el combate contra el cambio climático.”

Pero ¿lo entendemos en realidad?

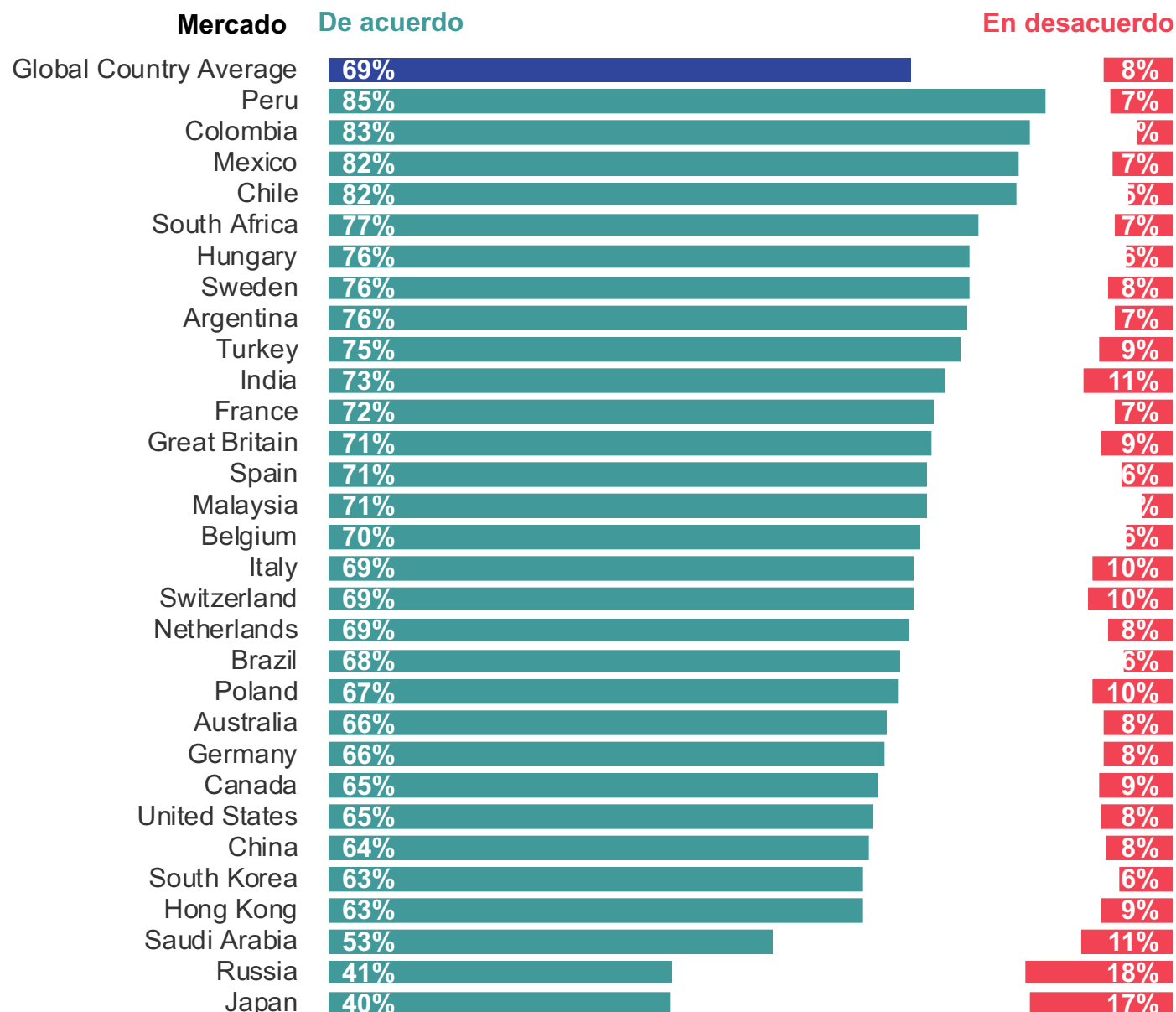
Q.

En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación:

Entiendo qué debo hacer para desempeñar mi papel en el combate contra el cambio climático

En casi todos los mercados, la mayoría coincide en que entienden lo que deben hacer para enfrentar el cambio climático

Pero ¿lo saben en realidad?



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

Percepciones de comportamiento

¿Cómo reducimos
nuestro impacto
climático?



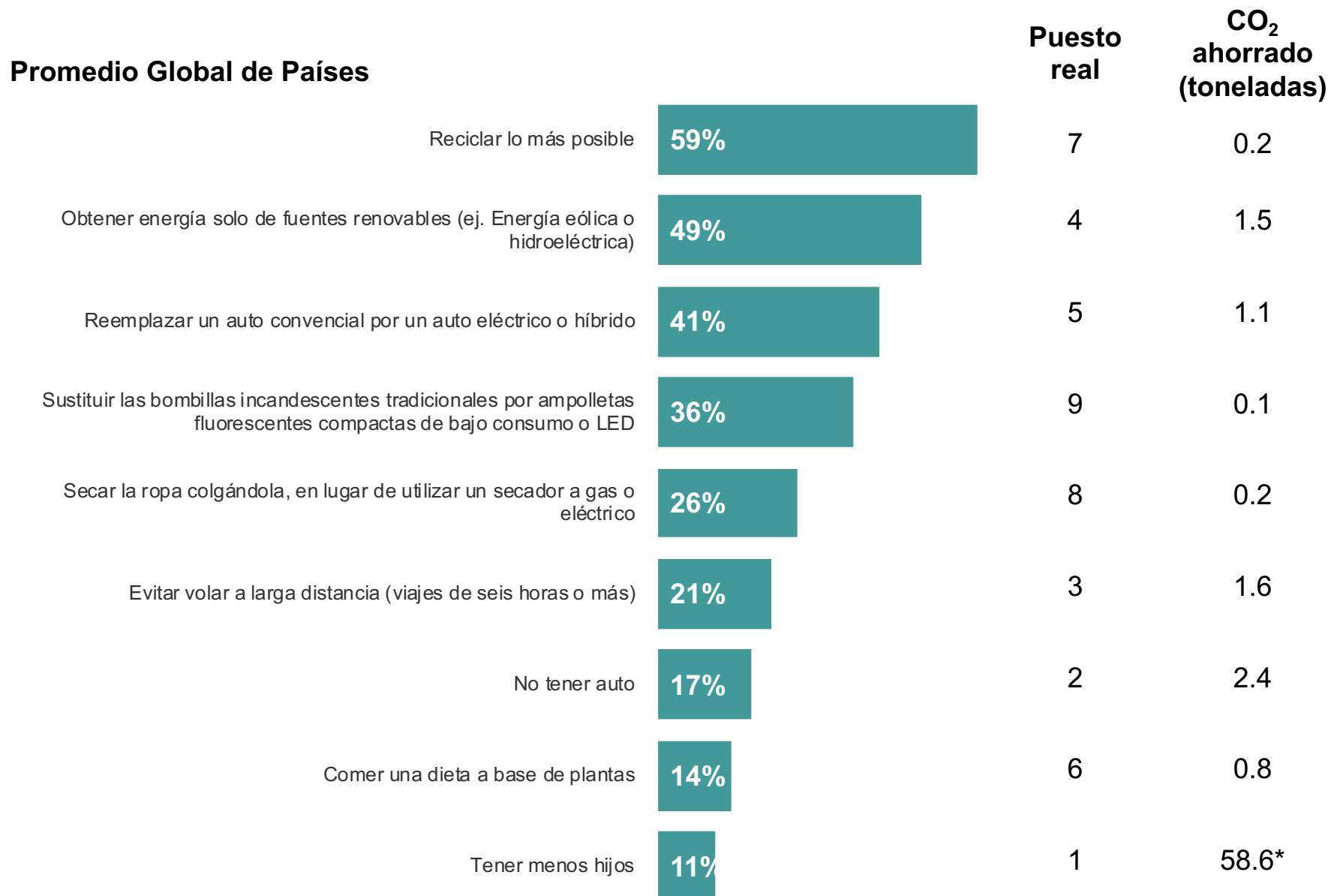
**Mirando algunas conocidas acciones
“verdes”, ¿cuánto ahorro potencial de
gases de efecto invernadero cree el público
que tiene cada una?**

Q.

A partir de esta lista de opciones, ¿cuáles son las tres acciones que cree que reducirían más las emisiones de gases de efecto invernadero de una persona que vive en uno de los países más ricos del mundo?

Promedio Global de países

Aunque todas las acciones pueden aportar, las con mayor impacto quedan en un lugar demasiado bajo, y las que menos impactan clasifican demasiado alto en las estimaciones del público sobre el ahorro de carbono



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: Institute of Physics, 2017. The most effective individual steps to tackle climate change aren't being discussed. Available here: <https://phys.org/news/2017-07-effective-individual-tackle-climate-discussed.html>

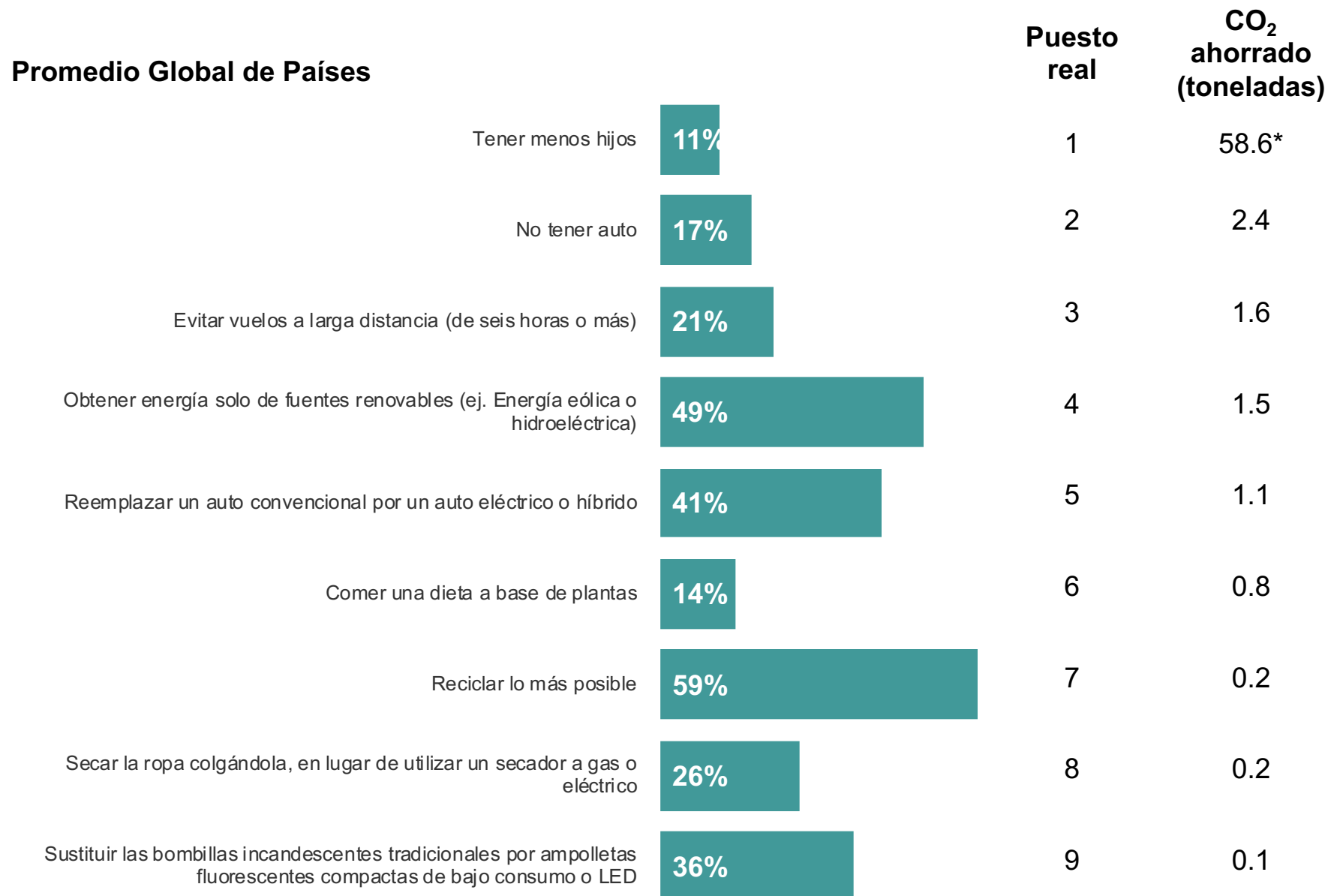
NB: Emissions saved from having one fewer child is calculated by quantifying future emissions of descendants based on historical rates, based on heredity

Q.

A partir de esta lista de opciones, ¿cuáles son las tres acciones que cree que reducirían más las emisiones de gases de efecto invernadero de una persona que vive en uno de los países más ricos del mundo?

Promedios Globales de países

La diferencia queda clara al ordenarlas por puestos reales: acciones como reciclar, secar a mano y usar ampolletas de bajo consumo están sobreestimadas en comparación a no tener un auto o evitar vuelos a larga distancia.



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: Institute of Physics, 2017. The most effective individual steps to tackle climate change aren't being discussed. Available here: <https://phys.org/news/2017-07-effective-individual-tackle-climate-discussed.html>

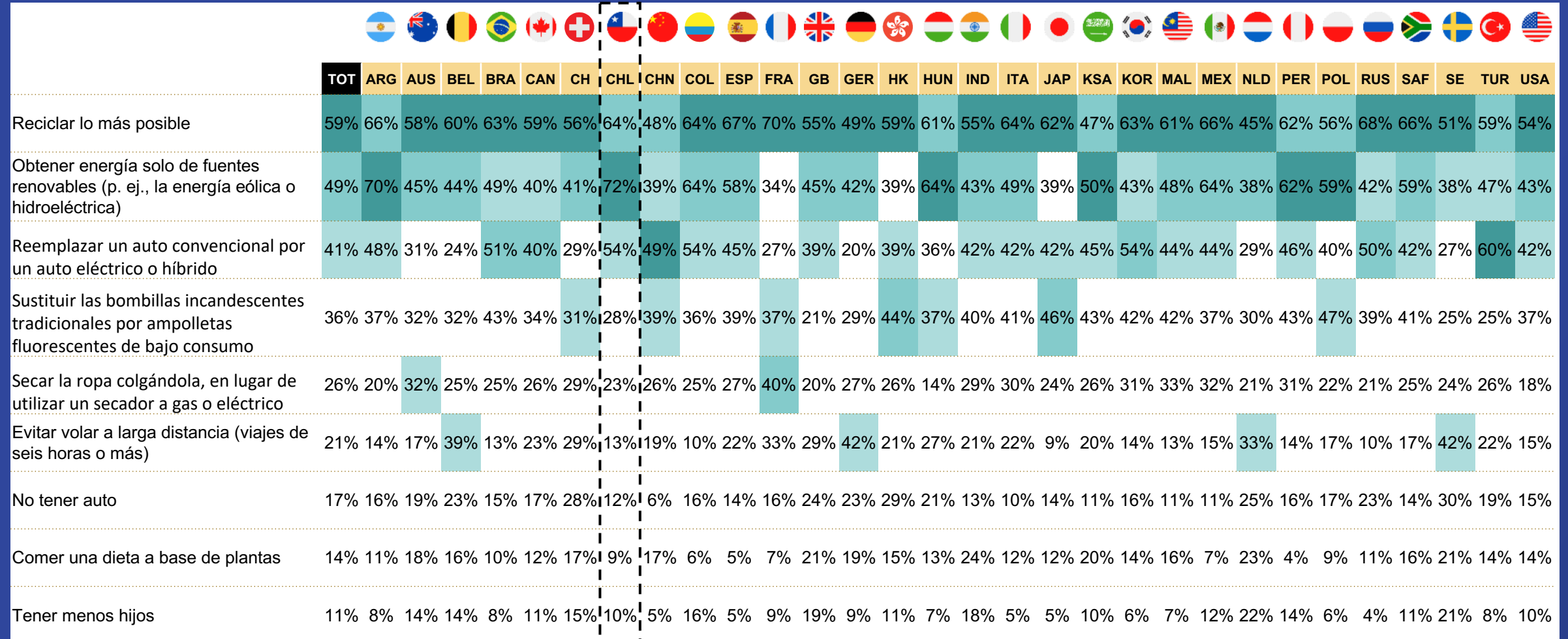
NB: Emissions saved from having one fewer child is calculated by quantifying future emissions of descendants based on historical rates, based on heredity

Resumen de mercados - Las tres acciones más efectivas para reducir emisiones de gas de invernadero

A partir de esta lista de opciones, ¿cuáles son las tres acciones que cree que reducirían más las emisiones de gases de efecto invernadero de una persona que vive en uno de los países más ricos del mundo?

Primeras tres acciones:

- #1 acción en mercado
- #2 acción en mercado
- #3 acción en mercado



Más allá de lo obvio, ¿qué otras acciones podemos tomar? Y ¿entendemos qué impacto pueden tener?

Q.

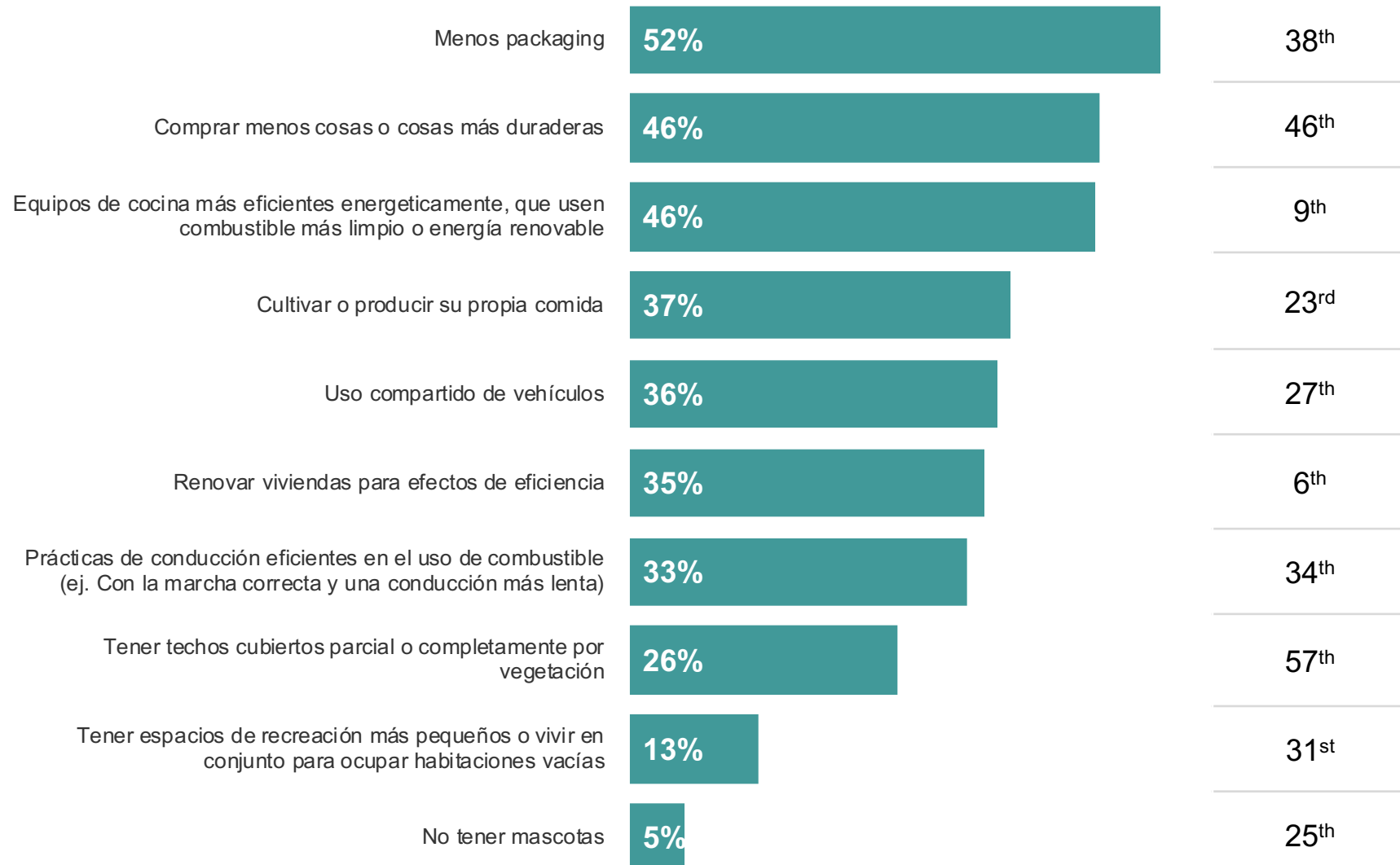
¿Cuáles de las siguientes acciones cree que aparecen en las 30 maneras principales de reducir nuestro impacto personal en el cambio climático? Seleccione hasta cinco opciones

Promedio Global de Países

Los encuestados en general fueron más precisos al elegir las principales acciones para reducir nuestro impacto climático.

Sin embargo, la mitad cree que menos packaging (52%) y comprar menos (46%) estaban en las primeras treinta, más que, por ejemplo, renovar viviendas para mayor eficiencia (35%).

Promedio Global de Países



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*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/ab8589/pdf>

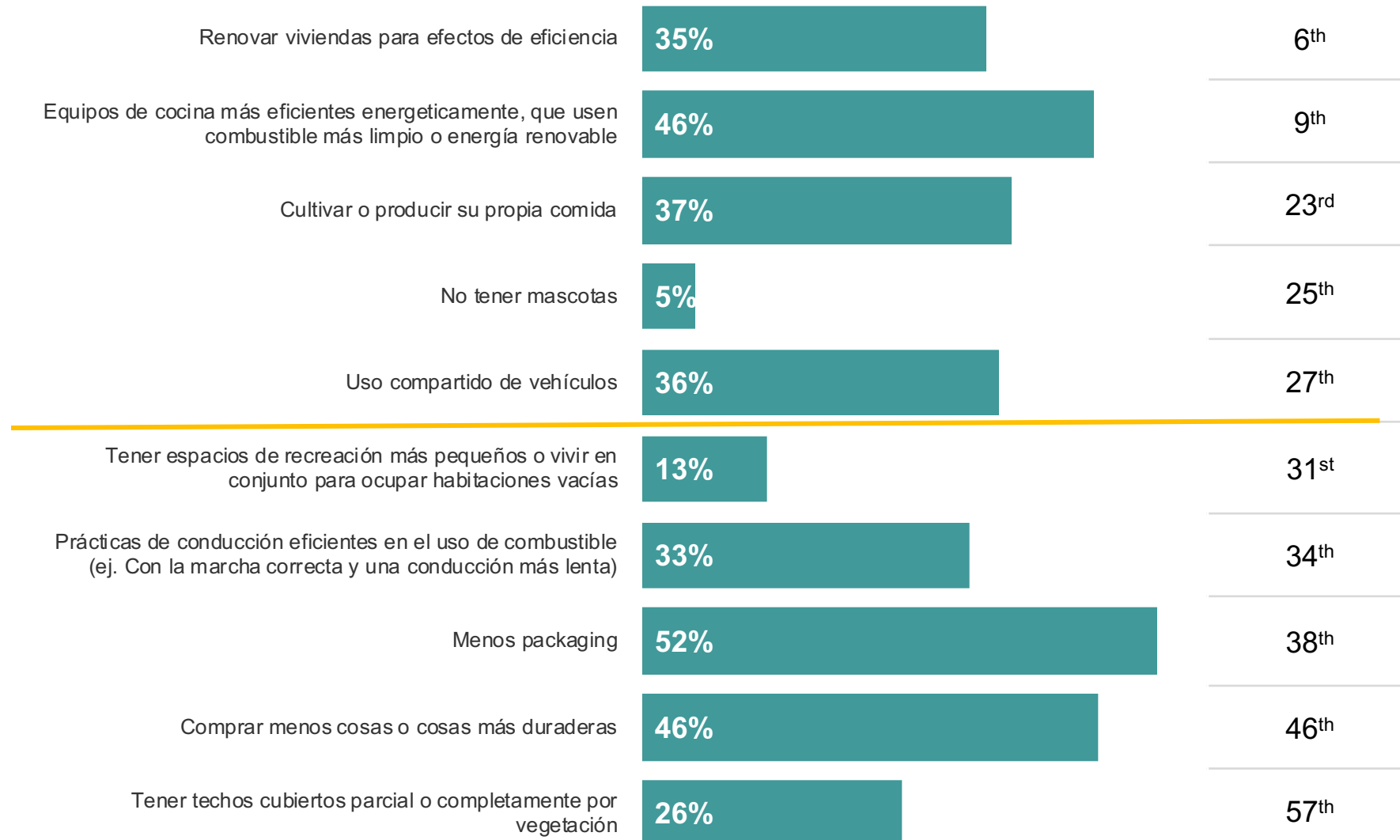
Q.

¿Cuáles de las siguientes acciones cree que aparecen en las 30 maneras principales de reducir nuestro impacto personal en el cambio climático? Seleccione hasta cinco opciones

Promedio Global de Países

La diferencia queda clara al ordenarlas por puestos reales: acciones como comprar productos con menos packaging y comprar menos cosas están sobreestimadas en comparación con renovar viviendas para efectos de eficiencia energética.

Promedio Global de Países



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

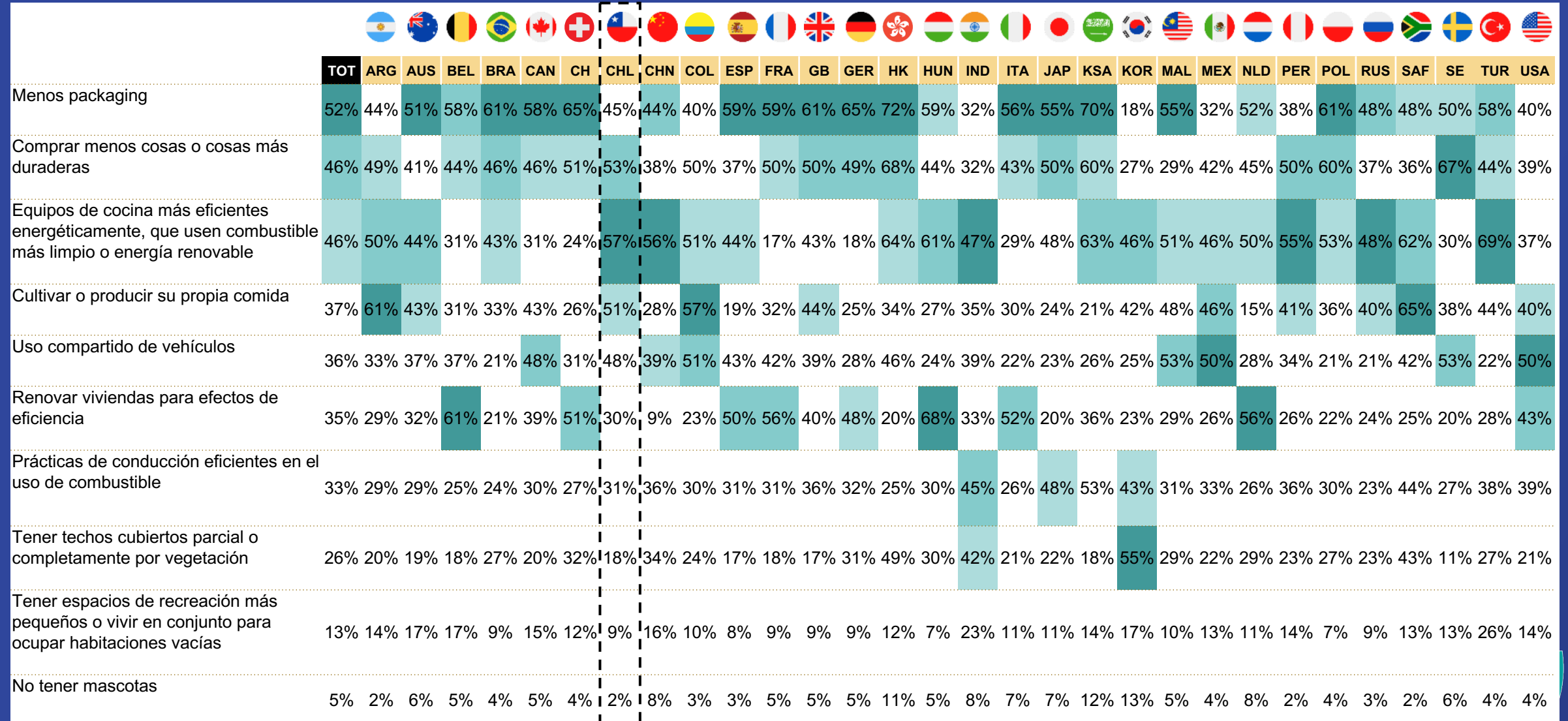
*Source: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. Available here: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>

Resumen de mercados- Acciones percibidas entre las 30 maneras principales de reducir el impacto climático

¿Cuáles de las siguientes acciones cree que aparecen en las 30 maneras principales de reducir nuestro impacto personal en el cambio climático?

Primeras tres acciones:

- #1 acción en mercado
- #2 acción en mercado
- #3 acción en mercado



Impactos del cambio climático



El cambio climático ya desplaza a más personas que los conflictos, pero solo una minoría lo sabe

Q.

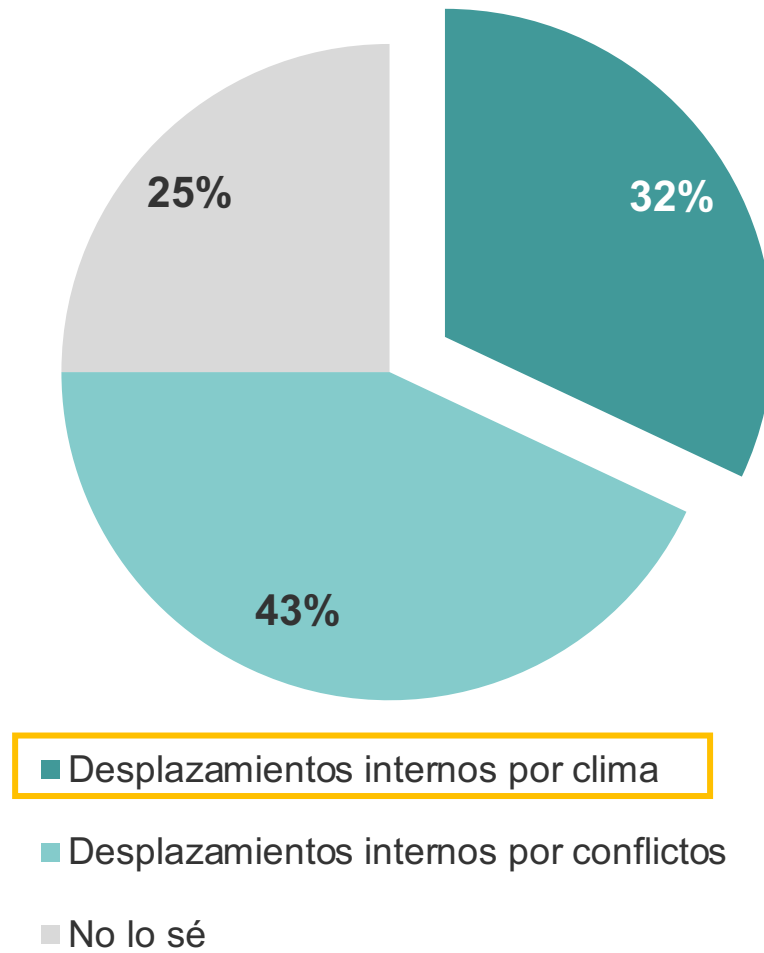
En el 2020, ¿cree que más personas sufrieron un desplazamiento interno como resultado de un conflicto (como guerra o violencia criminal y política) o de desastres climáticos y derivados de estos (como huracanes, tormentas e inundaciones)?

Promedios Globales de Países

Dos quintos (43%) creen que el conflicto es una mayor causa de desplazamiento interno, mientras que un tercio (32%) eligió desastres climáticos y relacionados.

La verdadera causa (clima) es responsable de dos tercios (67%) de los nuevos desplazamientos en los primeros seis meses de 2020

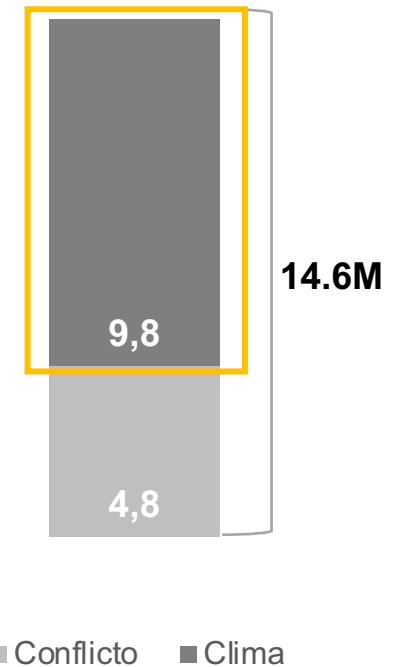
Promedio Global de Países



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: GRID, 2020. 2020 Mid-Year Update. Available here: <https://www.internal-displacement.org/sites/default/files/publications/documents/2020%20Mid-year%20update.pdf>

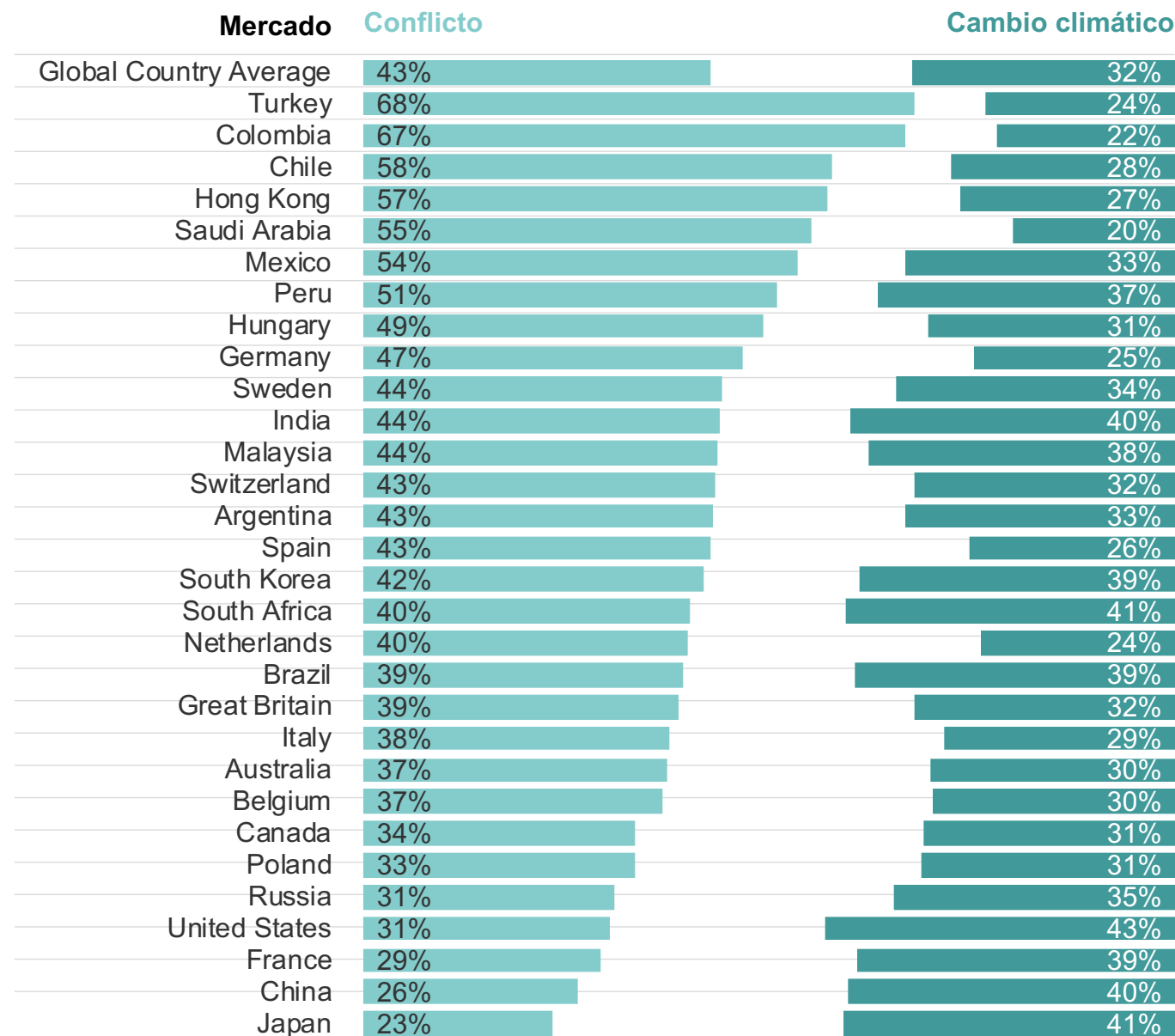
Causas reales de nuevos desplazamientos (millones de personas), primera mitad de 2020*



Q.

En el 2020, ¿cree que más personas sufrieron un desplazamiento interno como resultado de un conflicto (como guerra o violencia criminal y política) o de desastres climáticos y derivados de estos (como huracanes, tormentas e inundaciones)?

En la mayoría de los mercados, los encuestados percibieron el conflicto como la principal causa de desplazamientos internos, excepto algunas excepciones como EEUU, Francia, China y Japón.



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

**¿Sientes mucho calor? Solo una entre
veinticinco personas sabe que todos los
últimos seis años estuvieron en el
récord de temperatura**

Q.

La Organización Meteorológica Mundial recopila los datos de las temperaturas globales anuales para saber si están subiendo o bajando en todo el mundo. Los registros se remontan a 1850. Desde el 2015, ¿cuántos años han sido el año más caluroso que se haya registrado?

Global Country Averages

Casi todos los encuestados subestimaron (22%) o no sabían (73%) cuántos años desde el 2015 han estado entre los más calurosos.

Solo una entre veinticinco personas (4%) respondió correctamente que los 6 años desde 2015 han estado entre los más calurosos.

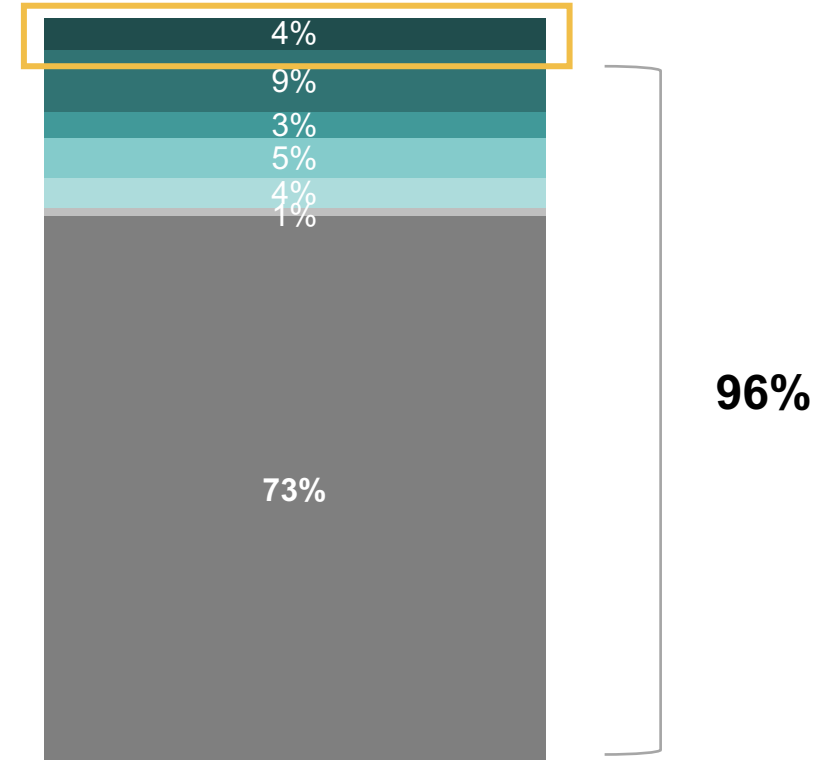
Promedio Global de Países

Respuesta promedio entre los encuestados que dan una respuesta:

Desde el 2015, 4 años han estado entre los más calurosos registrados

Dato real:

Desde el 2015, **6 años** han estado entre los más calurosos registrados



■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 ■ 0 ■ No lo sé

Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: The World Meteorological Organisation, 2021. 2020 was one of three warmest years on record. Available here: <https://public.wmo.int/en/media/press-release/2020-was-one-of-three-warmest-years-record>

Cambio climático y dieta



Comer en base a plantas hace una mayor diferencia en tu huella de carbono que comer productos locales, pero la gente piensa que es al revés.

Q.

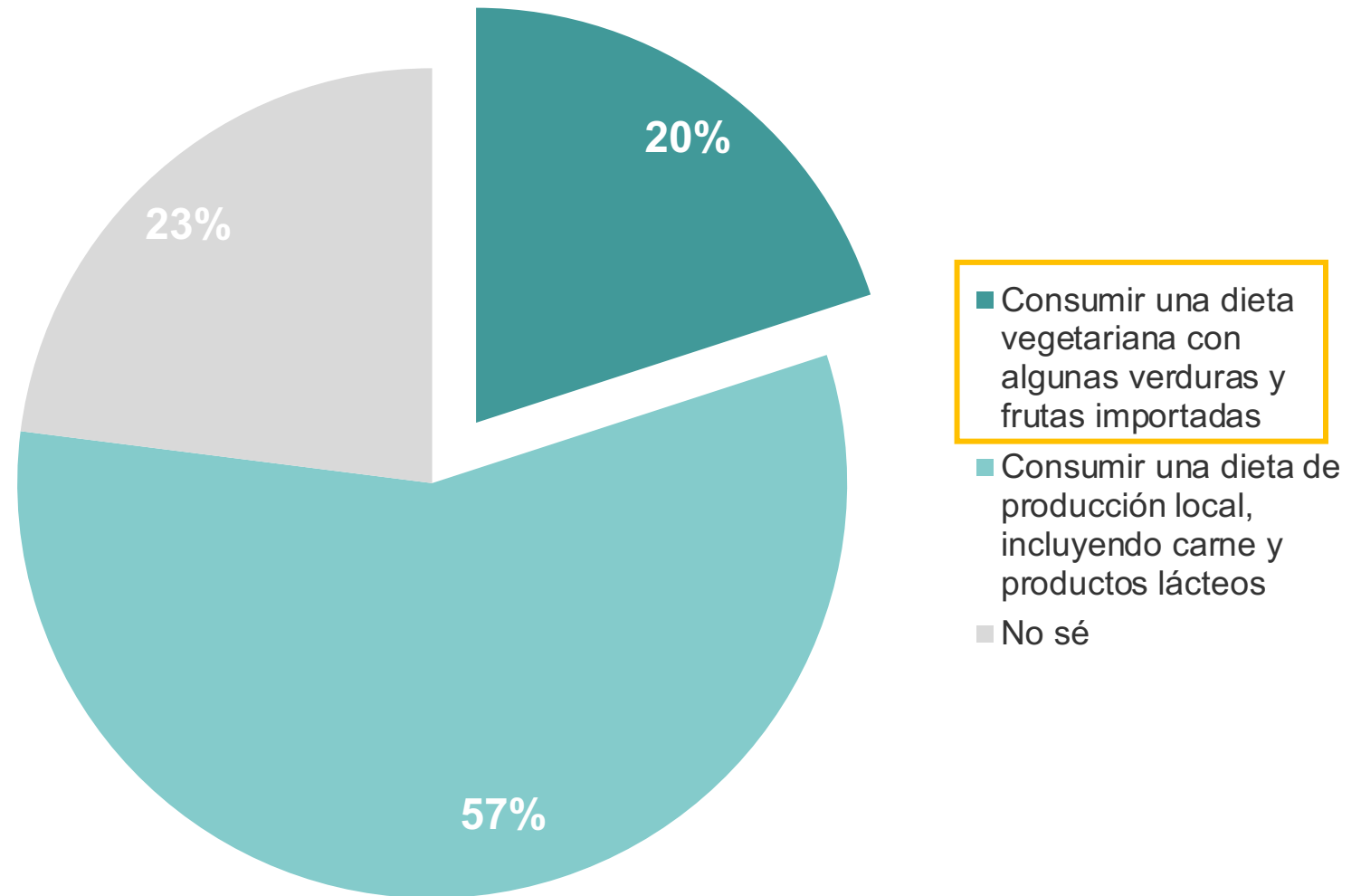
¿Cuál de estas dos acciones cree que reduciría más las emisiones de gases de efecto invernadero de una persona?

Promedios Globales de Países

*Comer productos locales no necesariamente significa comer más ecológicamente, mientras que cambiarse a una dieta vegetariana con algunos productos importados sí puede reducir más efectivamente las emisiones individuales de gases de invernadero.**

Sin embargo, tres quintos (57%) creen que comer una dieta producida localmente con productos animales es más amigable con el medioambiente.

Promedio Global de Países



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: Our World in Data, 2020. You want to reduce the carbon footprint of your food? Focus on what you eat, not whether your food is local. Available here: <https://ourworldindata.org/food-choice-vs-eating-local>

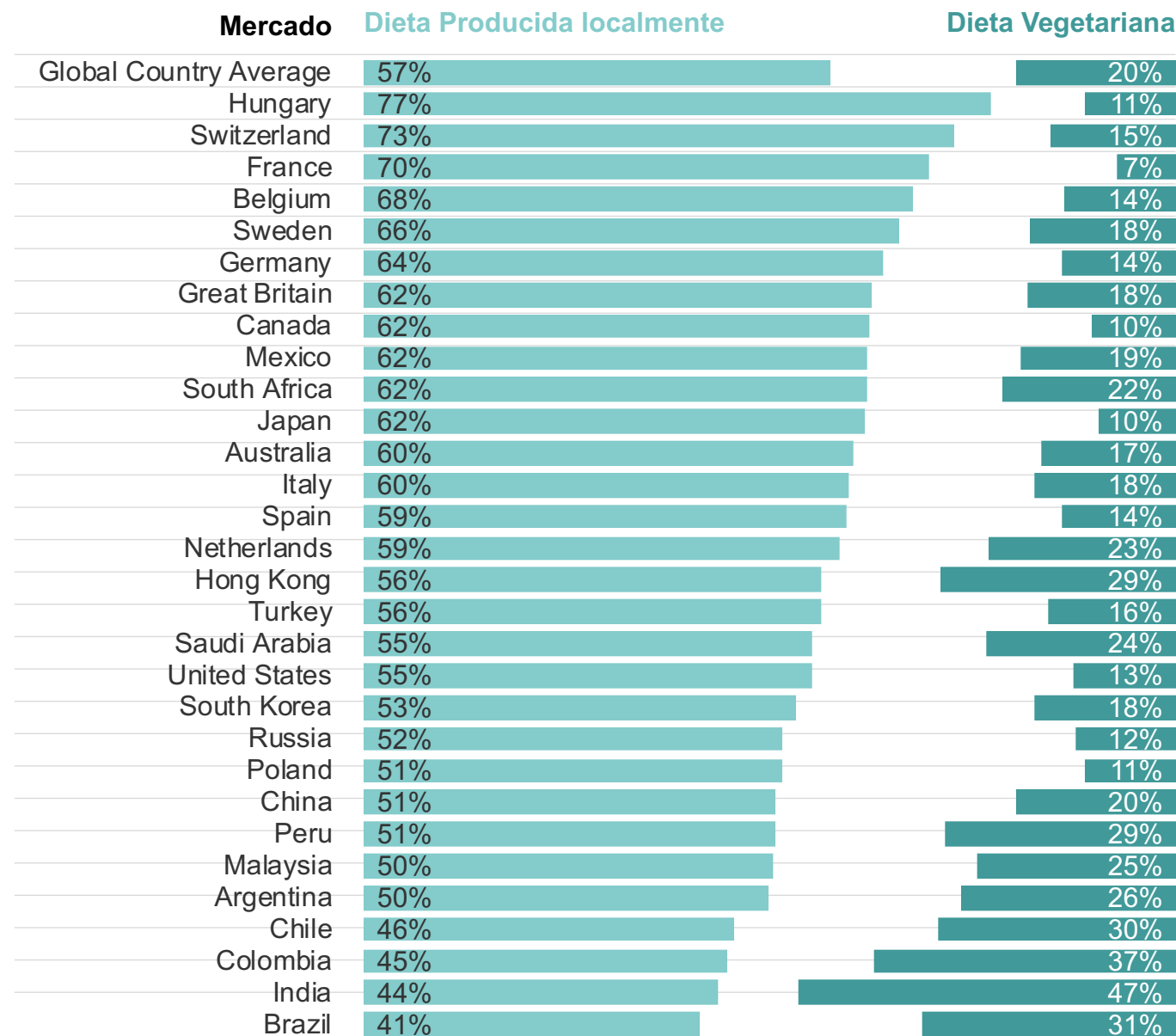
Q.

¿Cuál de estas dos acciones cree que reduciría más las emisiones de gases de efecto invernadero de una persona?

¿Consumir una dieta de producción principalmente local, incluidos productos lácteos y carne producidos de manera local?

¿Consumir una dieta vegetariana, incluso si algunas de las frutas y verduras fueron importadas de otros países?

En la mayoría de los mercados, los encuestados creen que una dieta producida localmente tiene menores emisiones que una vegetariana con algunos productos importados. India fue la excepción, con encuestados más divididos.



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

¿El verdadero significado de las “food miles”? El entendimiento del público sobre el impacto relativo de la carne y la distancia es bajo. Tenemos poca idea de cómo las hamburguesas se comparan a las emisiones de carbono de conducir un auto.

Q.

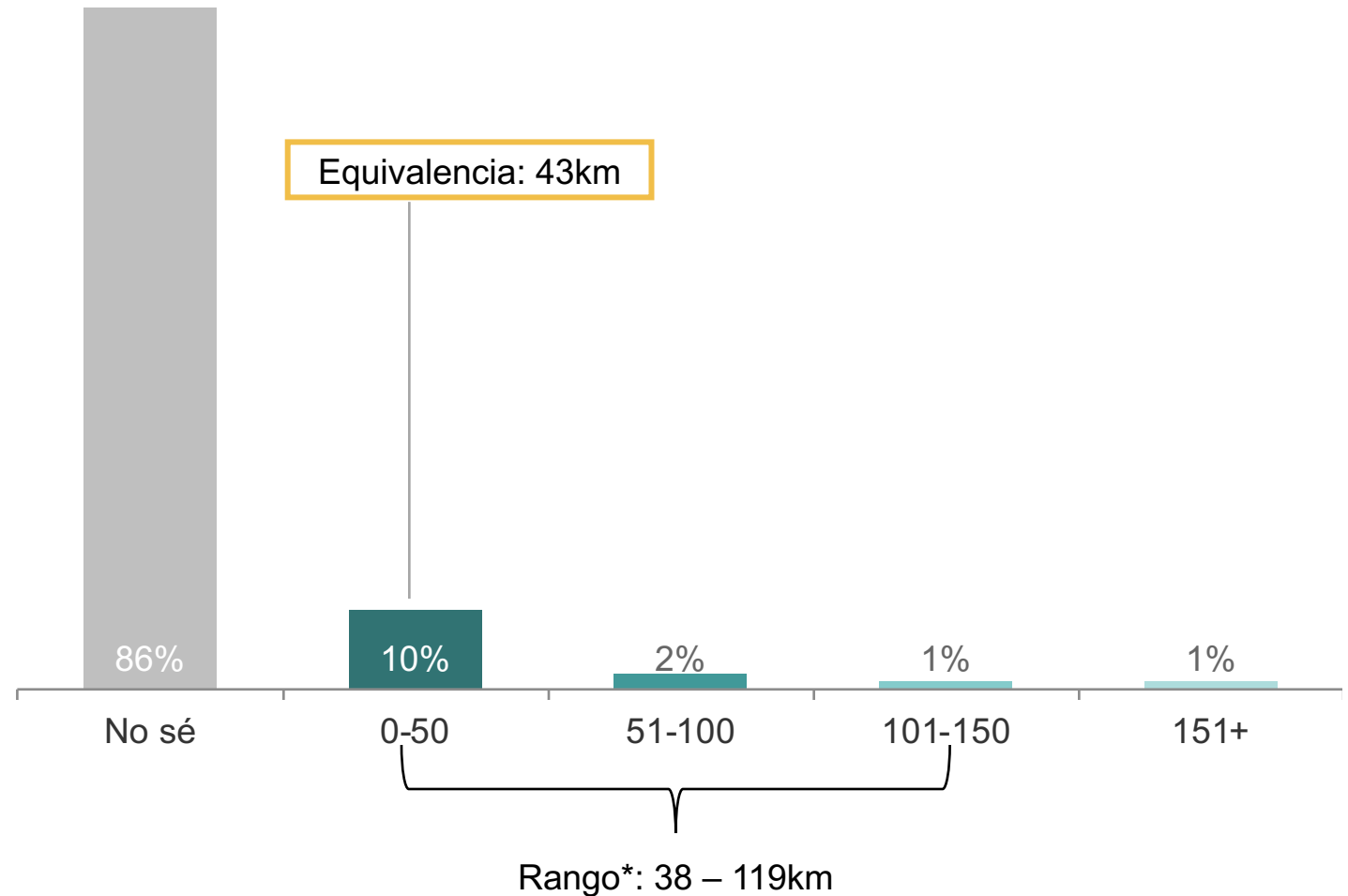
¿La cantidad de dióxido de carbono que se libera en la atmósfera como resultado de hacer una hamburguesa de carne de res es equivalente a conducir qué distancia en un auto?

Promedio Global de Países – equivalencia en km

La mayoría de los encuestados (86%) no saben cuántos km de conducción equivalen a una hamburguesa de res. De quienes respondieron, uno de cada diez (10%) creen que son 50 km o menos.

El rango de distancia real es entre 38 y 119 km, dependiendo en la eficiencia del auto. La respuesta promedio (43km) está en el extremo inferior de este rango.

Promedio Global de Países



Base: 21,011 online adults aged 16-74 across 30 countries/markets, 19 Feb – 5 Mar 2021

*Source: Our World in Data, 2020. You want to reduce the carbon footprint of your food? Focus on what you eat, not whether your food is local. Available here: <https://ourworldindata.org/food-choice-vs-eating-local>; IEA 2021. Tracking Transport 2020. Available here: <https://www.iea.org/reports/tracking-transport-2020/rail#abstract>. Quarter pounder burger patty weight of 113.4g is assumed.

Estos son los hallazgos de la ola 152 de *Global Advisor* (GA 152), una encuesta de Ipsos realizada entre el 19 de febrero y el 5 de marzo de 2021.

El instrumento de encuesta se realiza mensualmente en 30 mercados de todo el mundo a través del sistema Ipsos Online Panel. Los mercados que informan aquí 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 los Estados Unidos de América.

Para los resultados de la encuesta que se presentan en este documento, se entrevistó a una muestra internacional de 21,011 adultos de 18 a 74 años en los EE. UU., Canadá, Hong Kong, Malasia, Sudáfrica y Turquía, y de 16 a 74 años en todos los demás mercados. Aproximadamente más de 1000 personas participaron país por país a través del Panel en línea de Ipsos,

con la excepción de Argentina, Chile, Colombia, Hong Kong, Hungría, India, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rusia, Arabia Saudita, Sur África, Corea del Sur, Suecia, Suiza y Turquía, donde cada uno tiene una muestra de aproximadamente 500+. La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de Ipsos de los intervalos de credibilidad, visite el sitio web de Ipsos.

17 de los 29 países encuestados en línea generan muestras representativas a nivel nacional en sus países (Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia,

Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y Estados Unidos).

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, Hong Kong, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía son más urbanas y educadas y / o más prósperas que la población en general. Nos referimos a estos encuestados como "ciudadanos consumidores de nivel superior". No son representativos a nivel nacional de su país.

Fuentes para datos reales

Se utilizó una variedad de fuentes de datos para obtener los valores "reales" a los que se hace referencia en esta presentación. Los detalles de cada fuente y las suposiciones realizadas se incluyen en las diapositivas correspondientes. La lista completa de fuentes se incluye a continuación:

GRID, 2020. *2020 Mid-Year Update*. Available here: <https://www.internal-displacement.org/sites/default/files/publications/documents/2020%20Mid-year%20update.pdf>

;IEA 2021. *Tracking Transport 2020*. Available here: <https://www.iea.org/reports/tracking-transport-2020/rail#abstract>

Institute of Physics, 2017. *The most effective individual steps to tackle climate change aren't being discussed*. Available here: <https://phys.org/news/2017-07-effective-individual-tackle-climate-discussed.html>

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/ab8589/pdf>

Our World in Data, 2020. *You want to reduce the carbon footprint of your food? Focus on what you eat, not whether your food is local*. Available here: <https://ourworldindata.org/food-choice-vs-eating-local>

The World Meteorological Organisation, 2021. *2020 was one of three warmest years on record*. Available here: <https://public.wmo.int/en/media/press-release/2020-was-one-of-three-warmest-years-record>

Para más información

Carolina Suez
Directora de Comunicaciones
carolina.suez@ipsos.com

Alejandra Ojeda
Directora de Public Affairs
miguelangel.pinto@ipsos.com

Miguel Angel Pinto
Public Affairs
miguelangel.pinto@ipsos.com

SOBRE IPSOS

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

Nuestros profesionales de investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades únicas de múltiples especialistas que brindan información poderosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

“Game Changers”, nuestro lema, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma 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

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones confiables 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 verdad procesable.

Es por eso que nuestros expertos apasionadamente curiosos no solo brindan la medición más precisa, sino que la moldean para brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

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

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

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

Actúas mejor cuando estás seguro.