

DÍA DE LA TIERRA 2024

Edición Bolivia

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

Metodología

Hallazgos clave



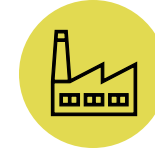
Empresas, gobiernos e individuos tienen un papel en la lucha contra el cambio climático

Bolivia es el país que hace más énfasis en la responsabilidad de estos tres actores (gobierno y ciudadanos, 86%; empresas, 83%). Pero, es baja la proporción que considera al país como un referente en esta problemática (35%).



Aun es tiempo de generar cambios colectivos, sin embargo...

A nivel global, sólo un cuarto de la población (25%) piensa que el cambio climático está fuera de control, mientras que 69% cree que pequeños cambios personales pueden generar grandes impactos; 85% de los bolivianos comulga con esta opinión, pero 47% piensa que las acciones individuales no harían ninguna diferencia.



Todos deben trabajar unidos, pero hay países con más responsabilidad

Una mayoría global cree que todos los países deben aunar esfuerzos (74%) y que los países desarrollados deberían hacer más para combatir el cambio climático (70%). Bolivia es la región que más de acuerdo está con estos 2 puntos de vista (83% y 85% respectivamente).



Los esfuerzos pueden estar enfocados en acciones menos efectivas

Pese a que reciclar no es la acción más eficaz para reducir la emisión de gases de efecto invernadero¹, es reconocida como tal por el 34% a nivel global y por 53% de los bolivianos.



El calentamiento global se atribuye al daño de la capa de ozono

La mayoría de los países de LATAM cree que el uso de productos nocivos para la capa de ozono es la razón principal del calentamiento global; mientras que, para los bolivianos la contaminación causada por el transporte es la causa central de este fenómeno (25%)



La población boliviana se siente bien informada sobre el cambio climático

Siete de cada diez consultados en Bolivia dicen estar bien informados sobre los efectos del cambio climático (73%). La generación Baby Boomers expresa más conocimiento sobre esta problemática (82%)

¹ Fuente: [Environmental Research Letters](#)

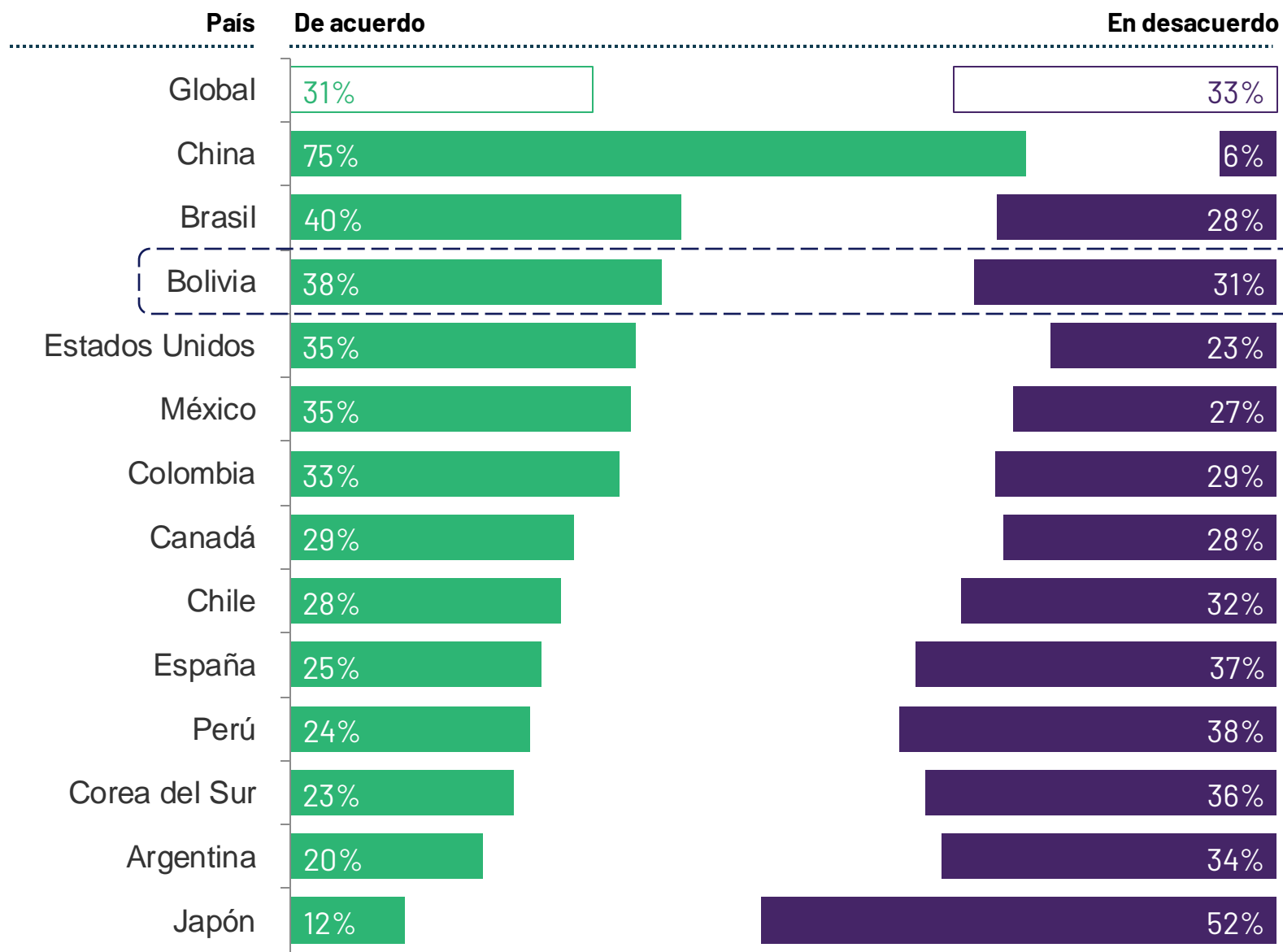
GOBIERNOS, EMPRESAS E INDIVIDUOS



¿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

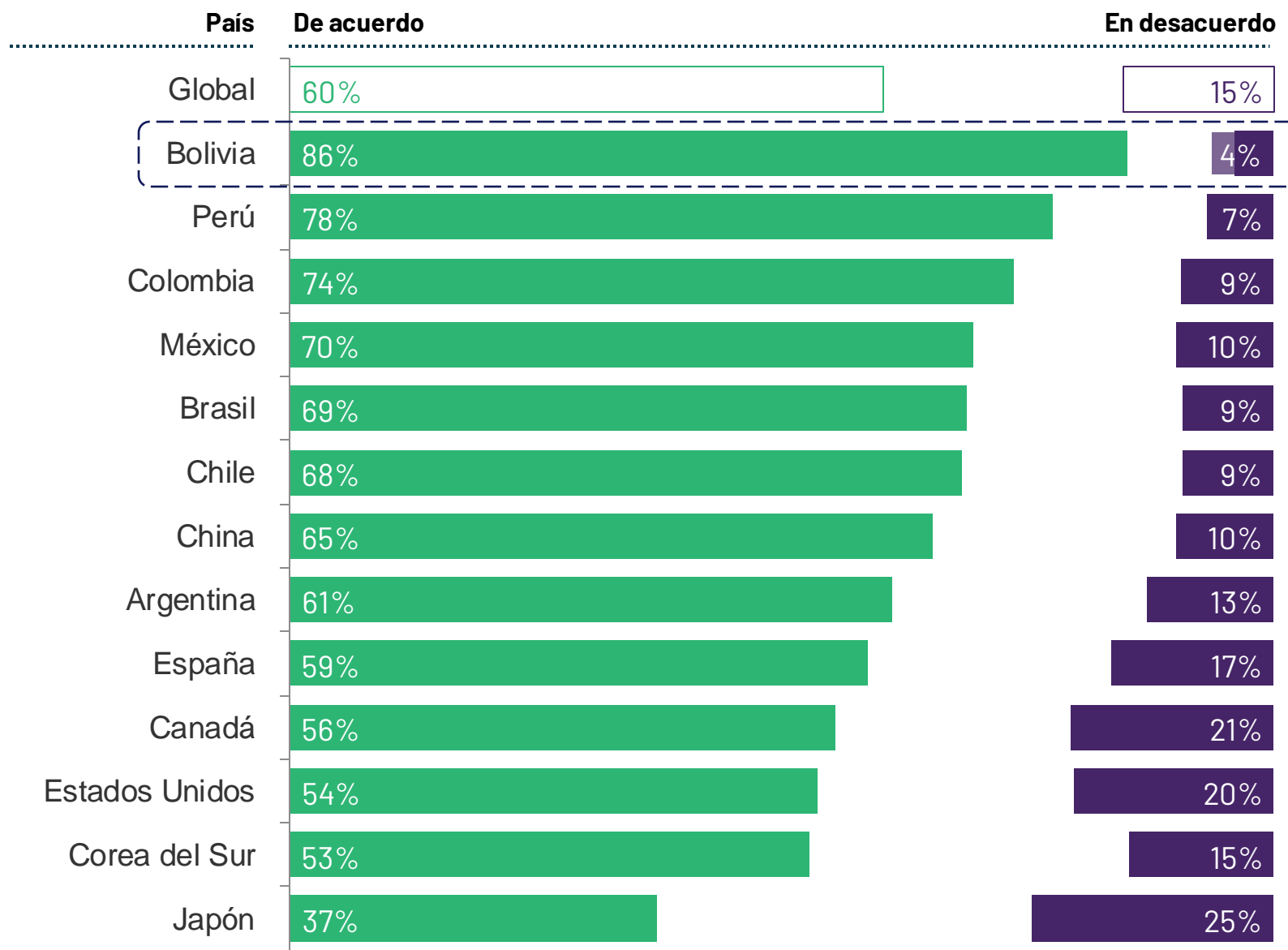
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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]

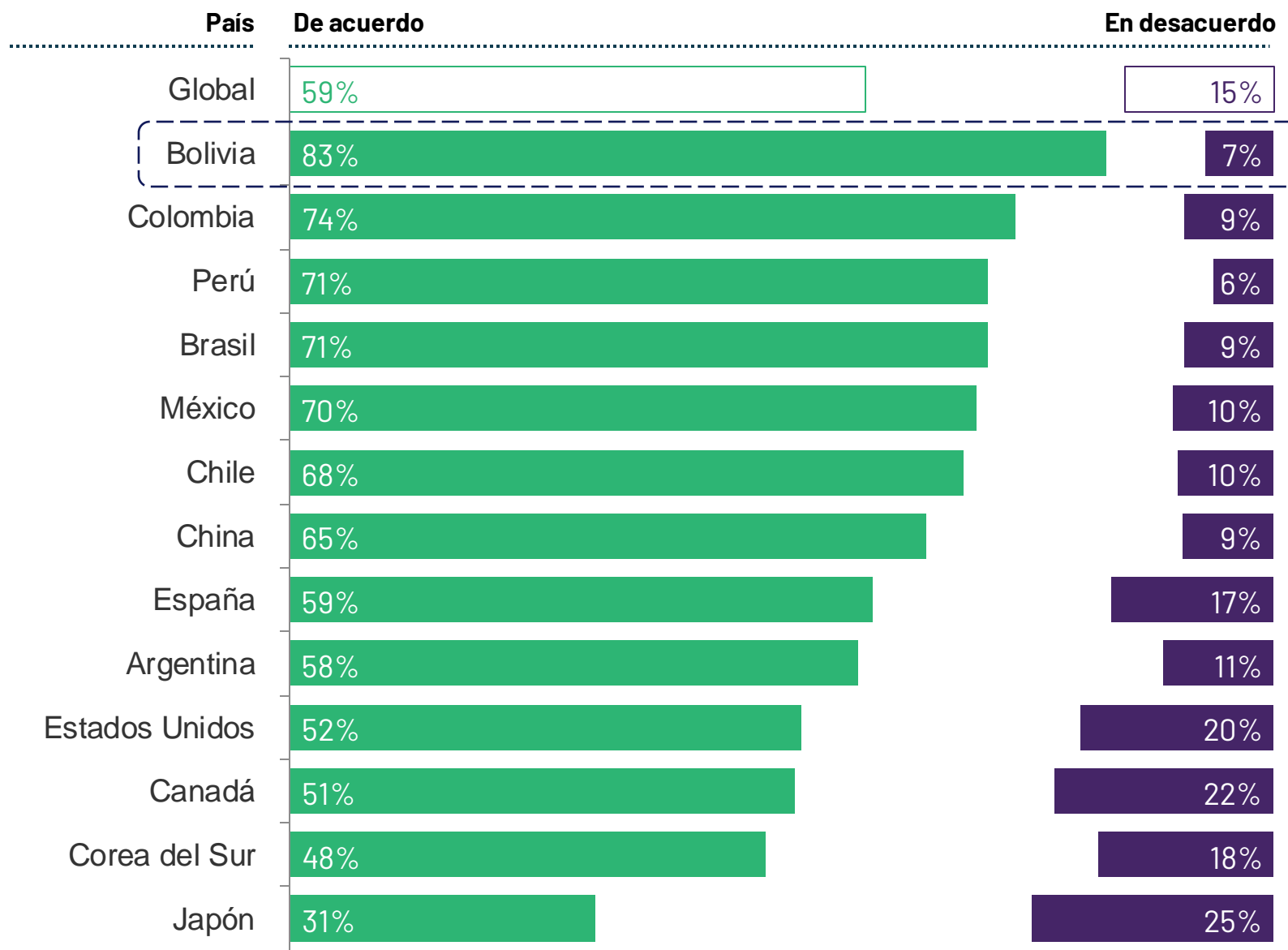
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

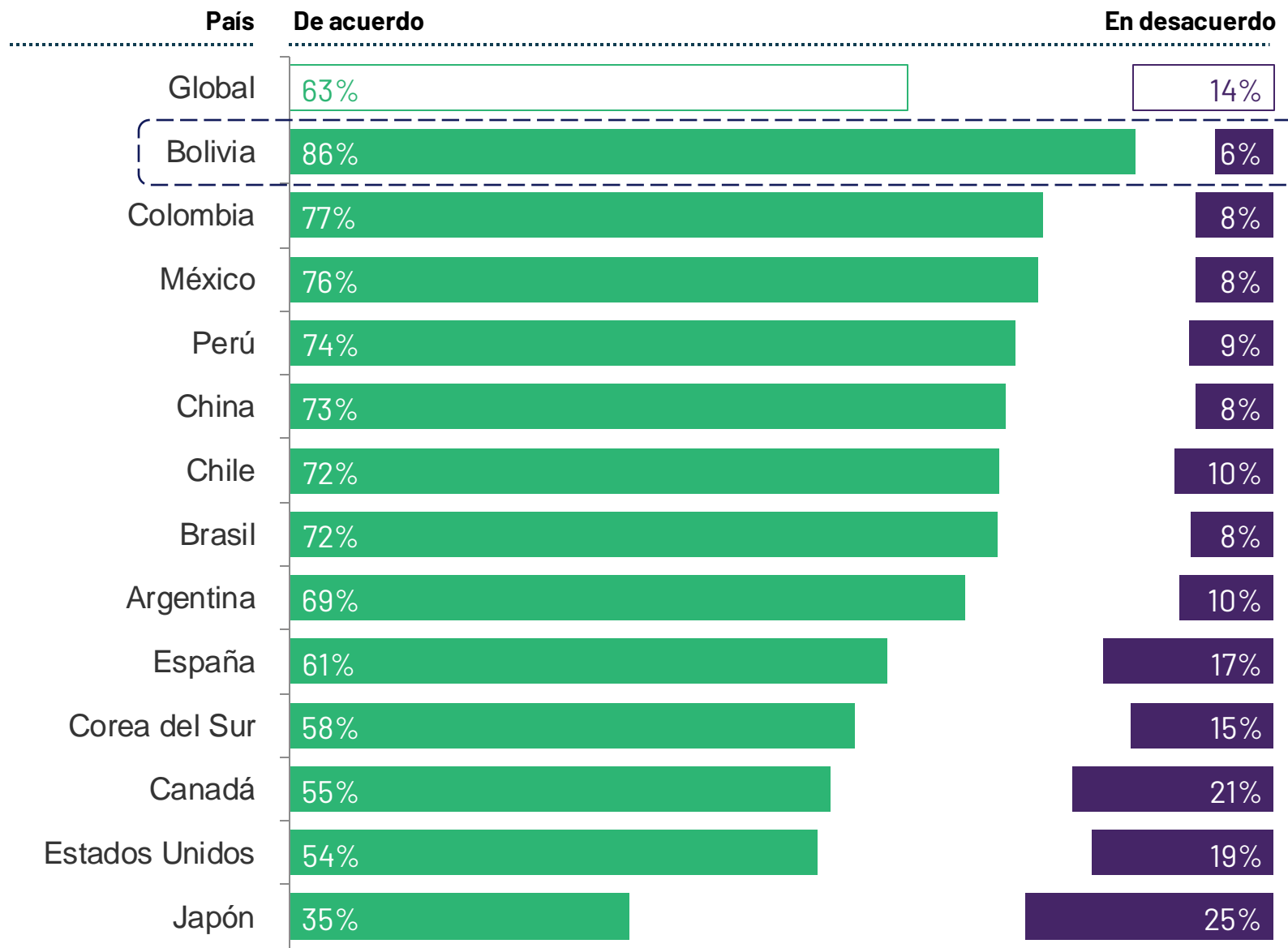
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan - 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

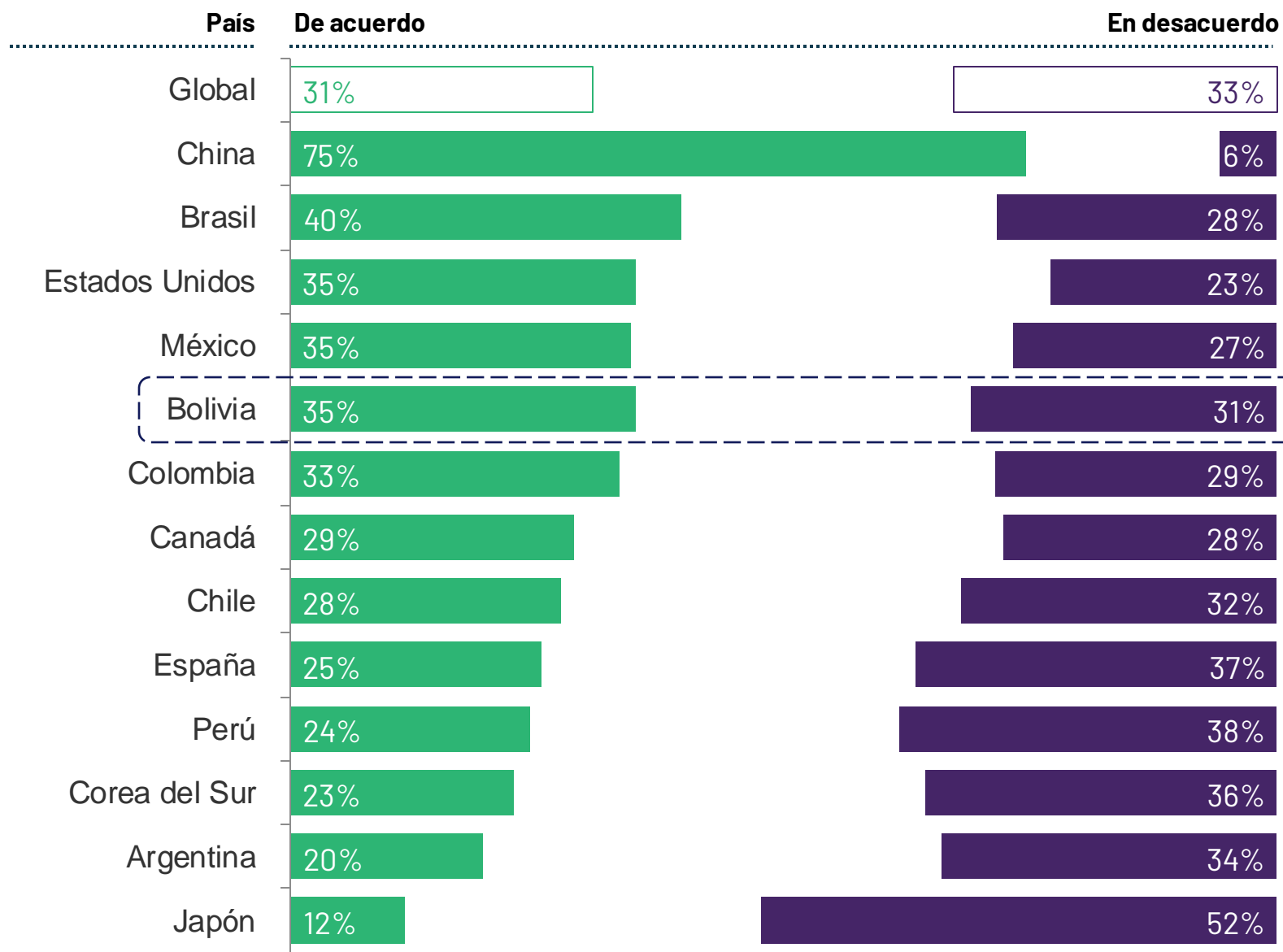
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

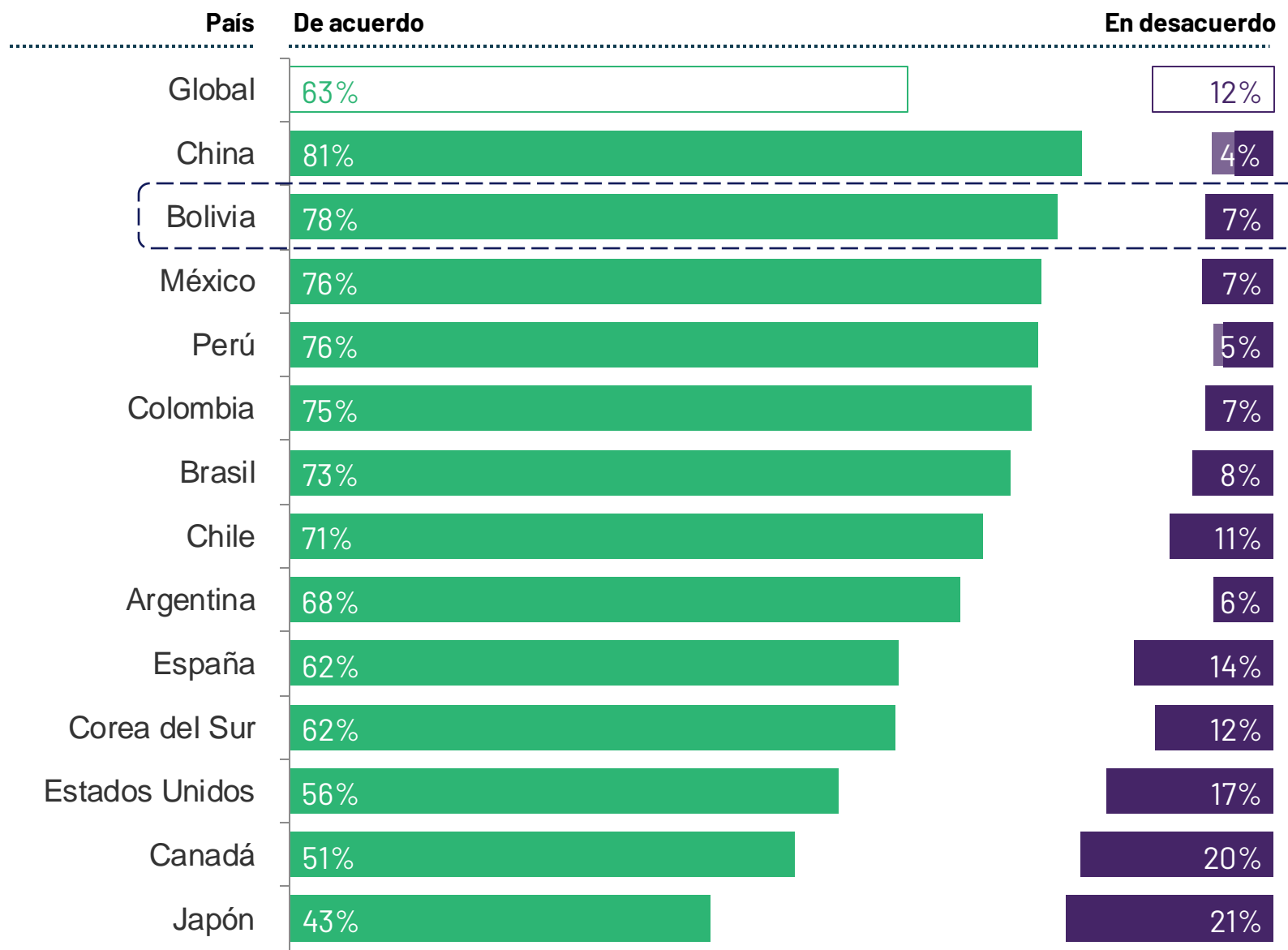
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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 Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



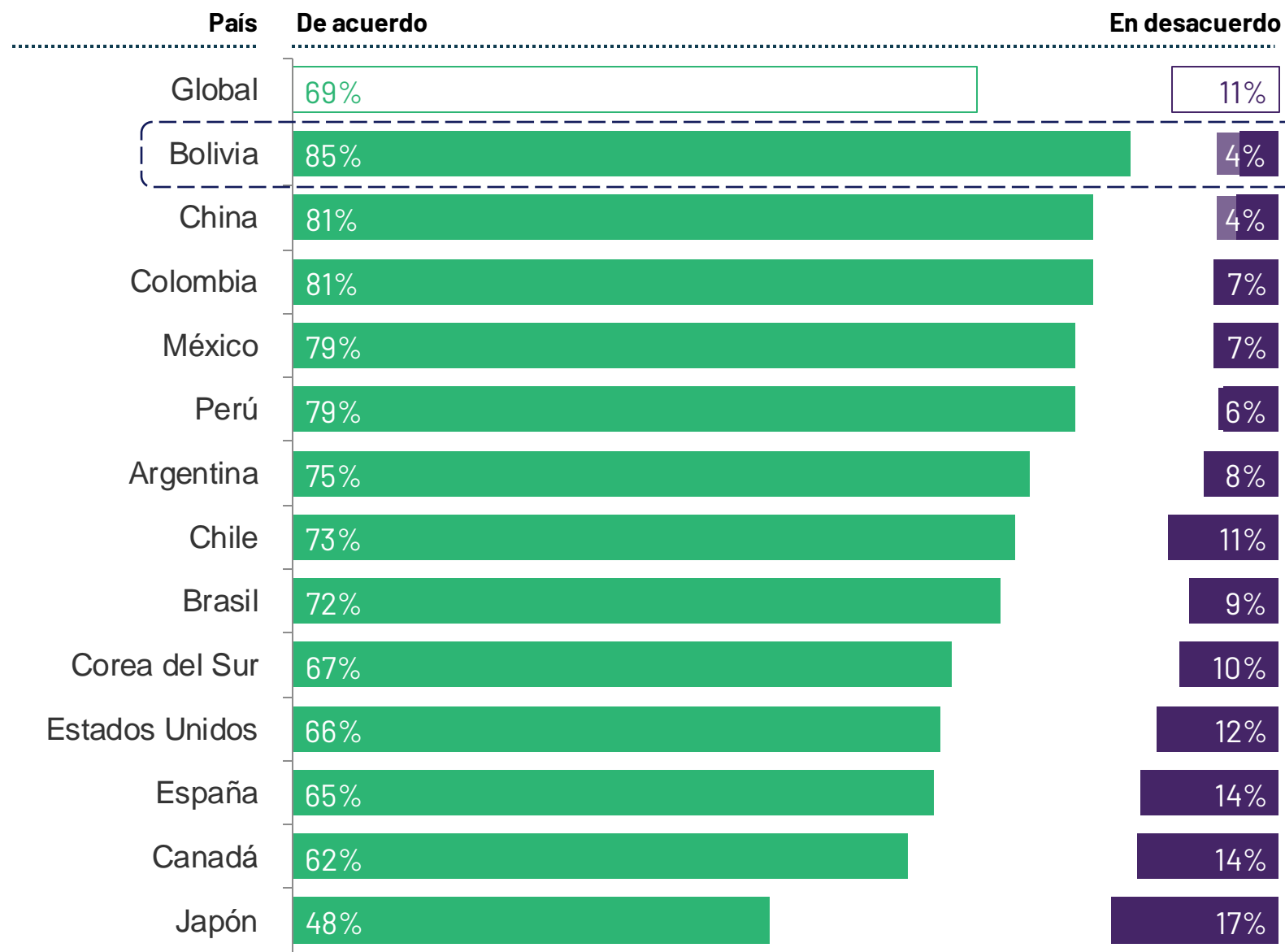
AUMENTO DE LA APATÍA Y LA FATIGA CLIMÁTICA



¿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

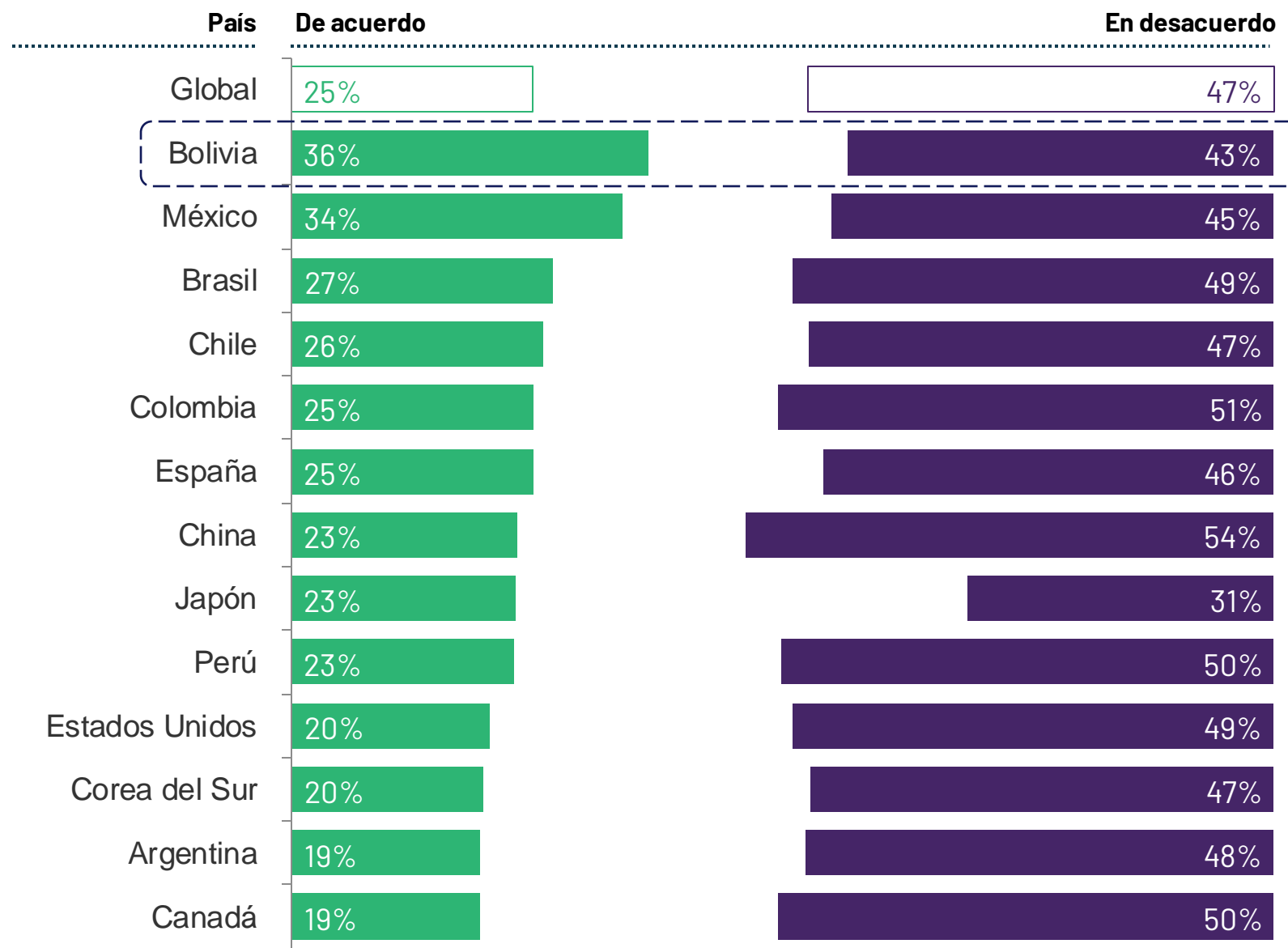
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

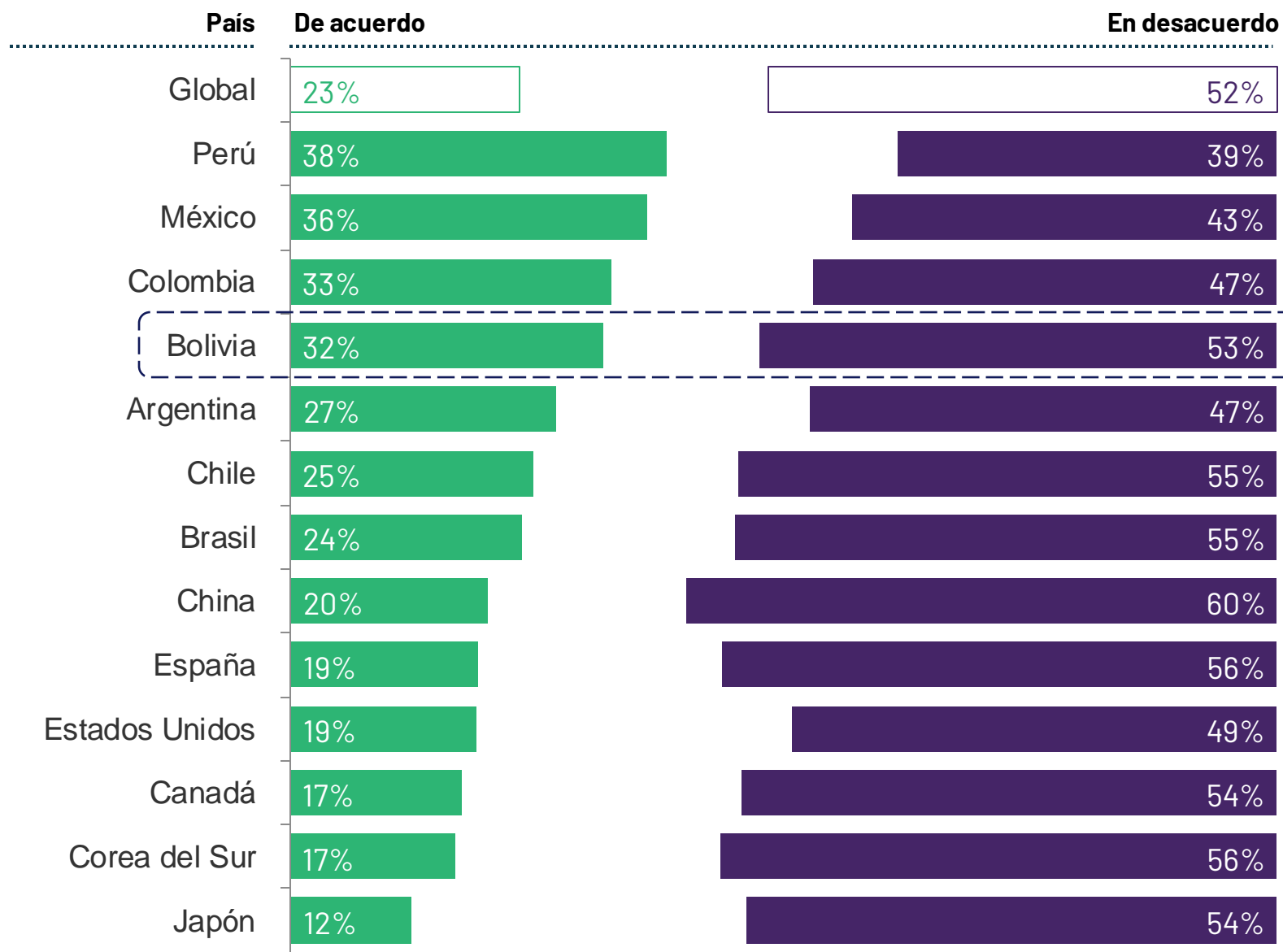
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

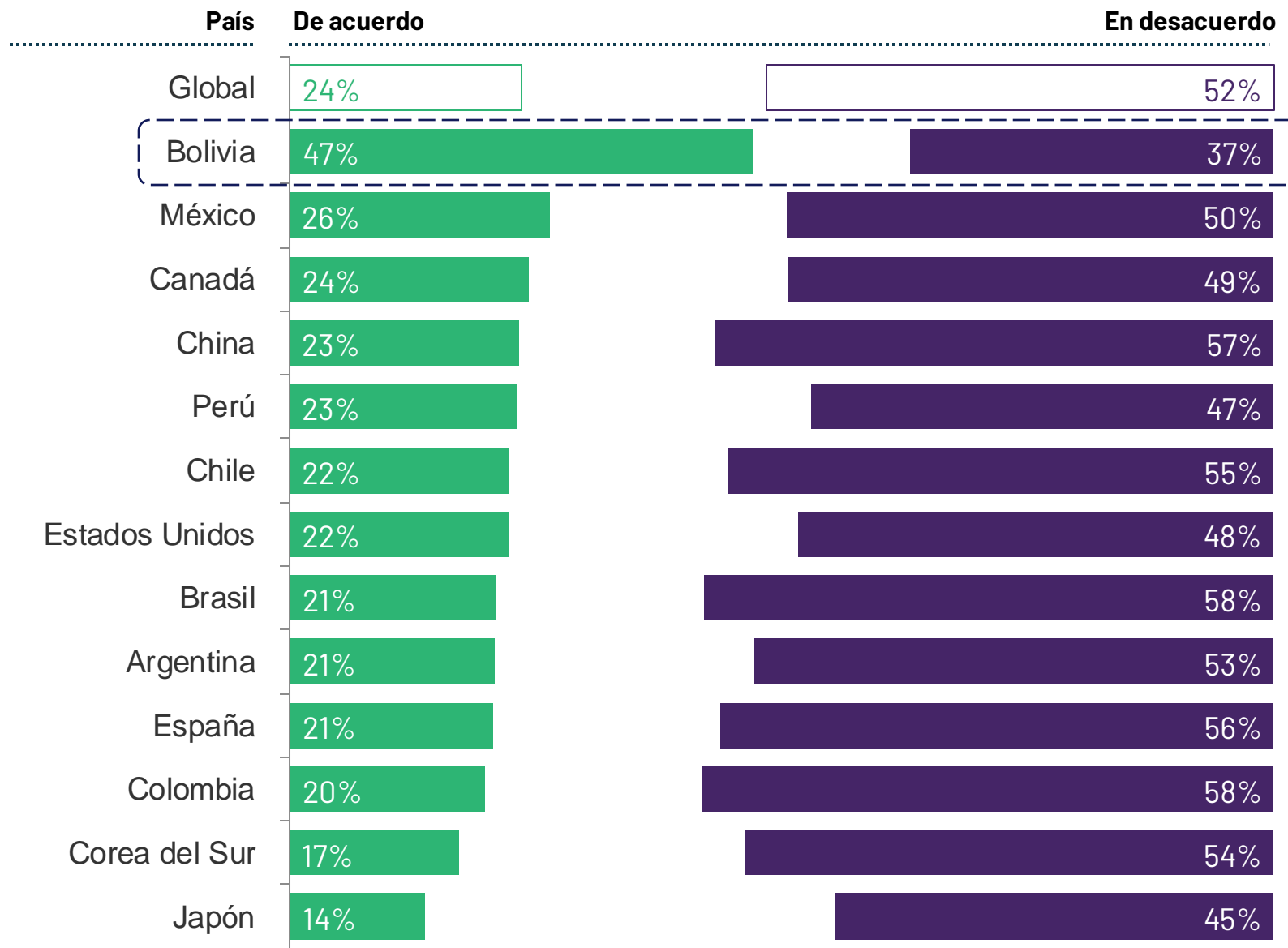
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

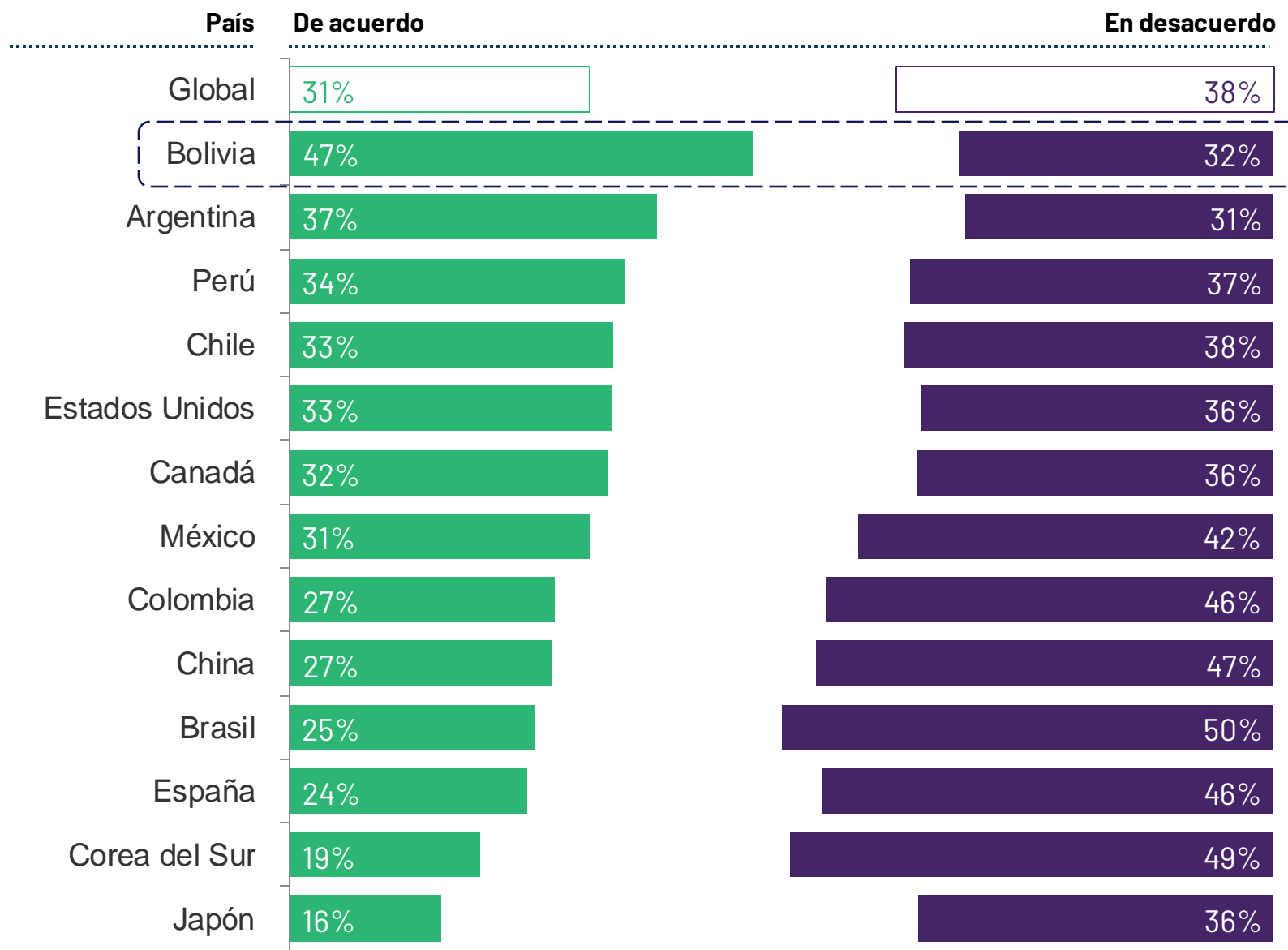
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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

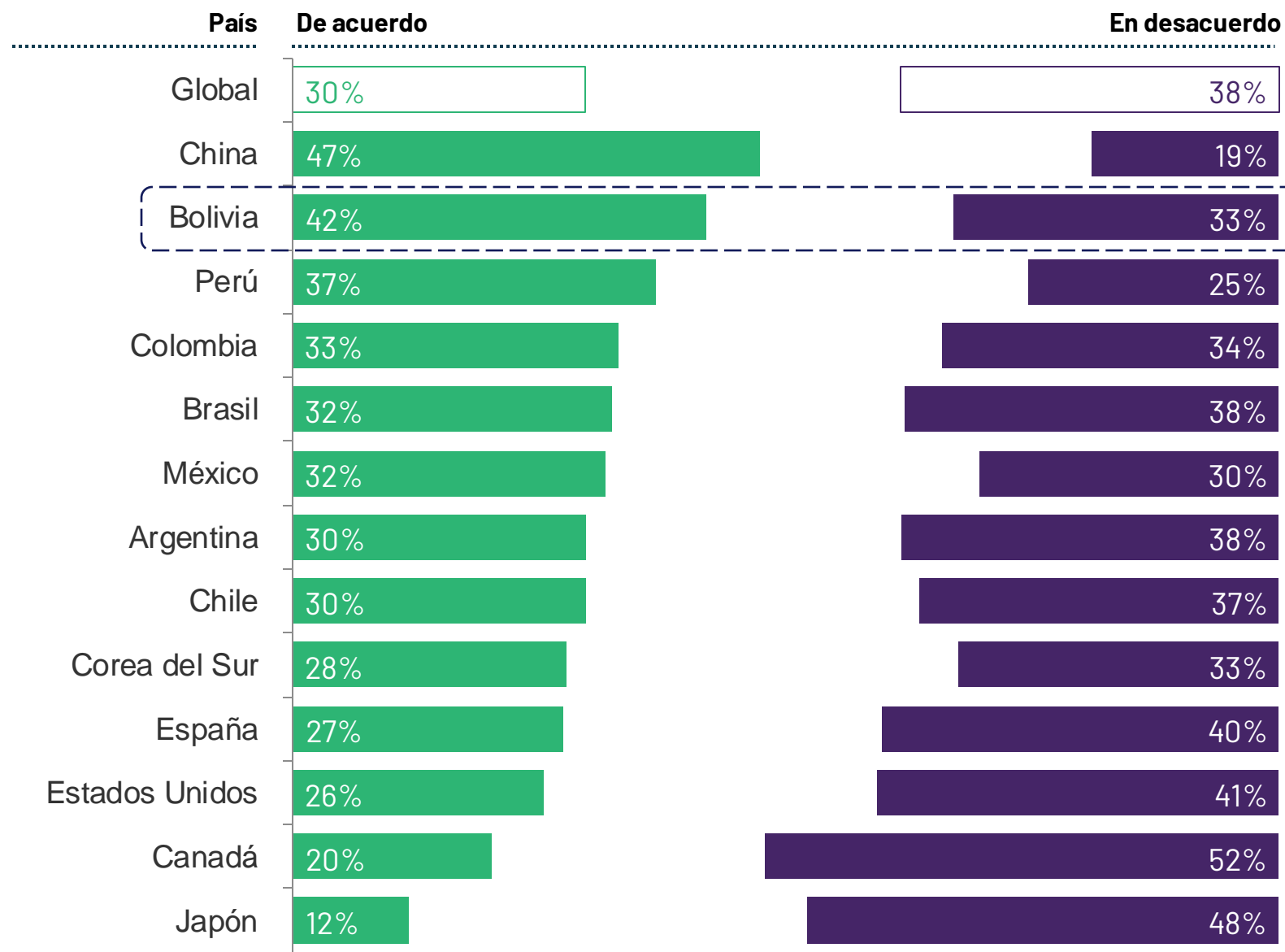
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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 Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



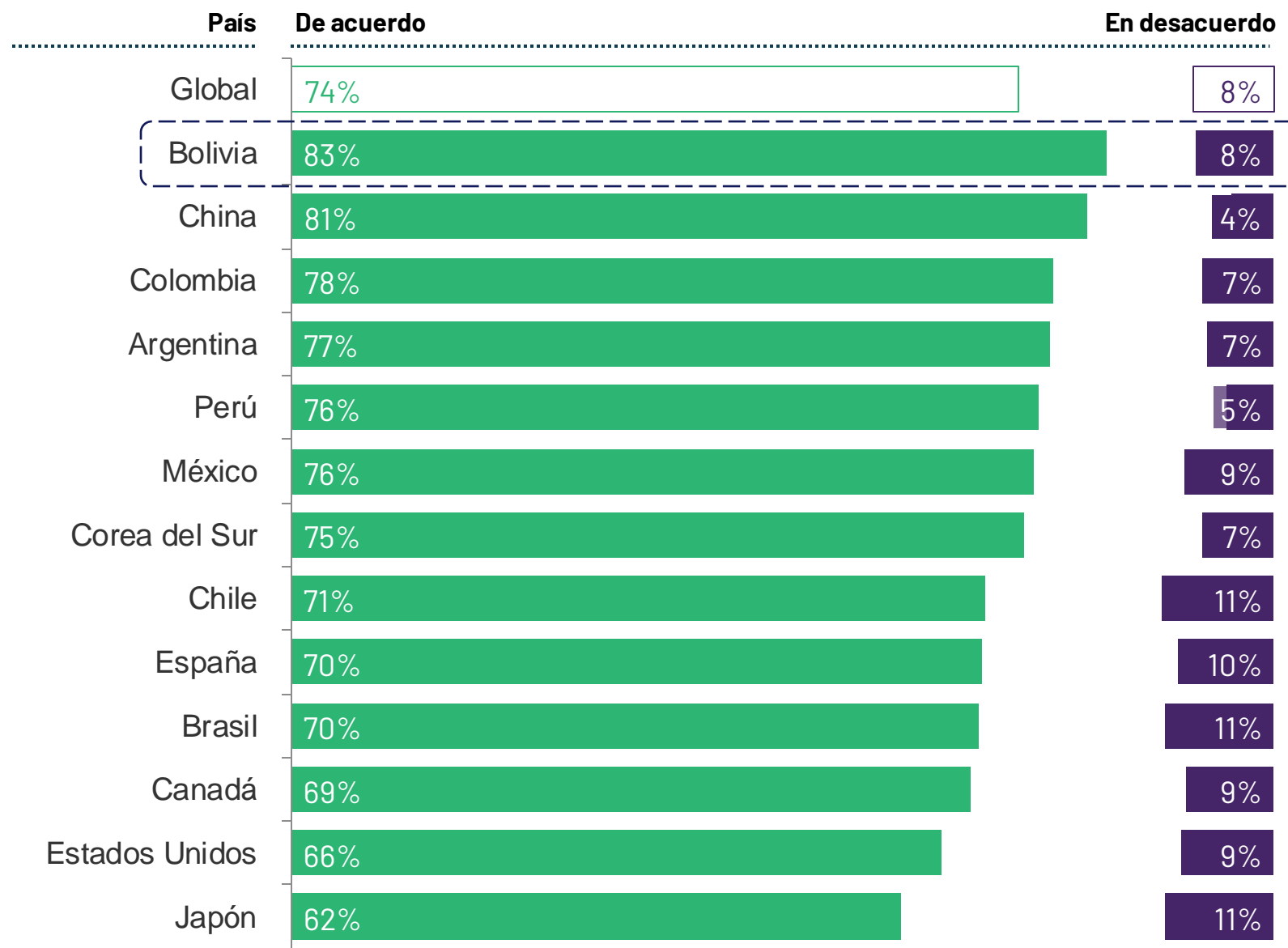
¿DEBERÍAN HACER MÁS LOS PAÍSES DESARROLLADOS?



¿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

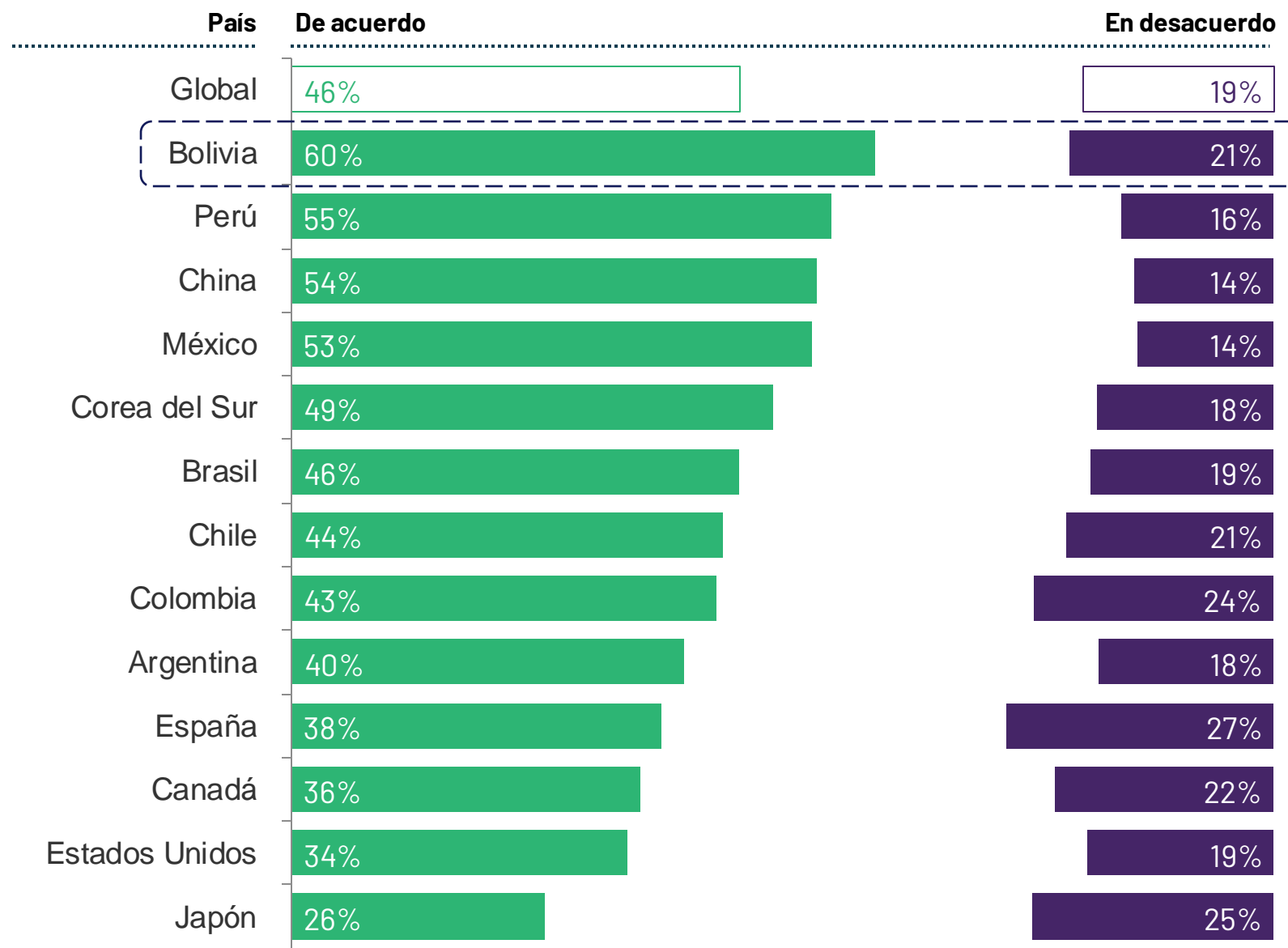
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



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

Los países desarrollados lideran la lucha contra el cambio climático

Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.

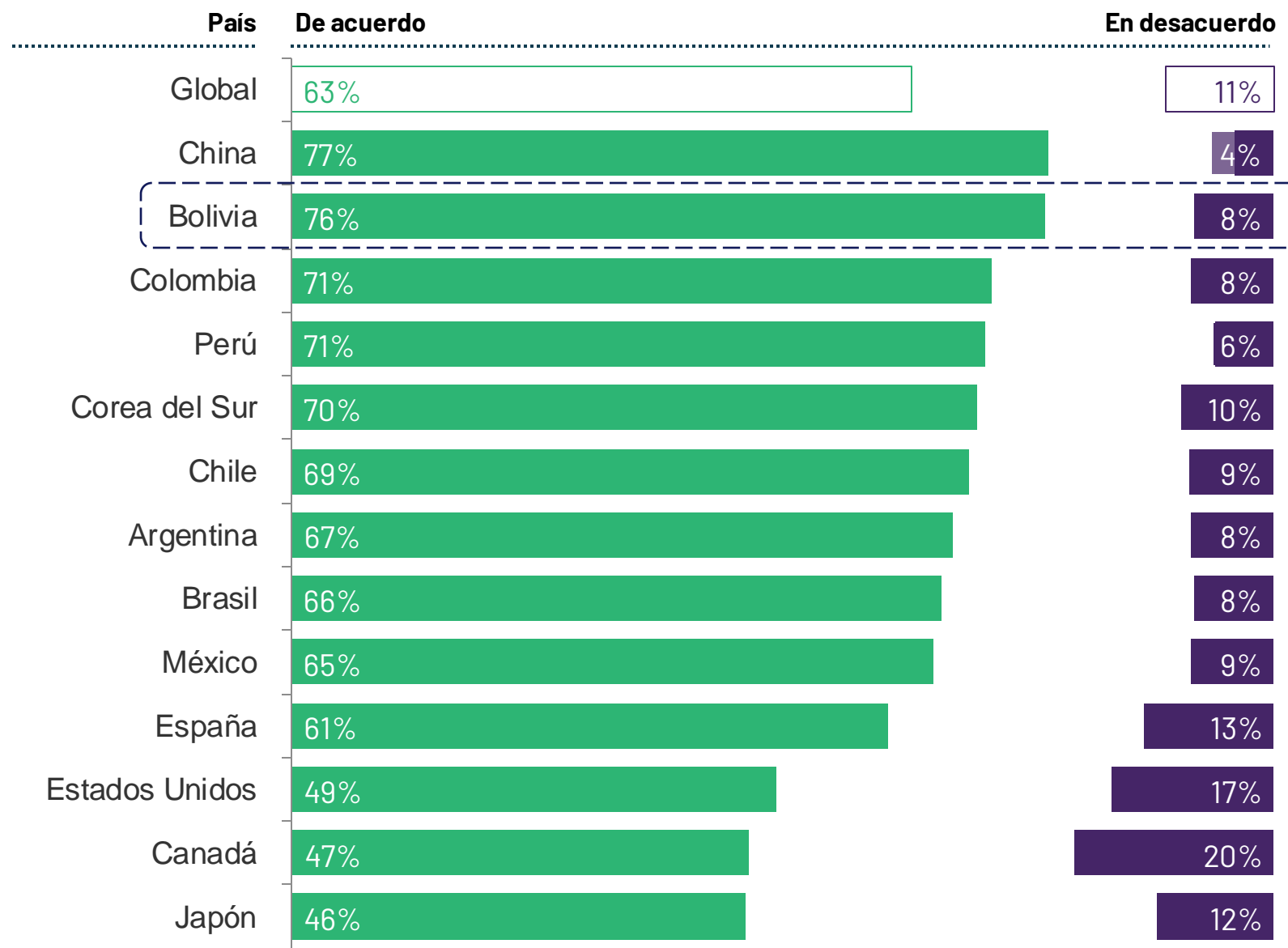


¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

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 Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.

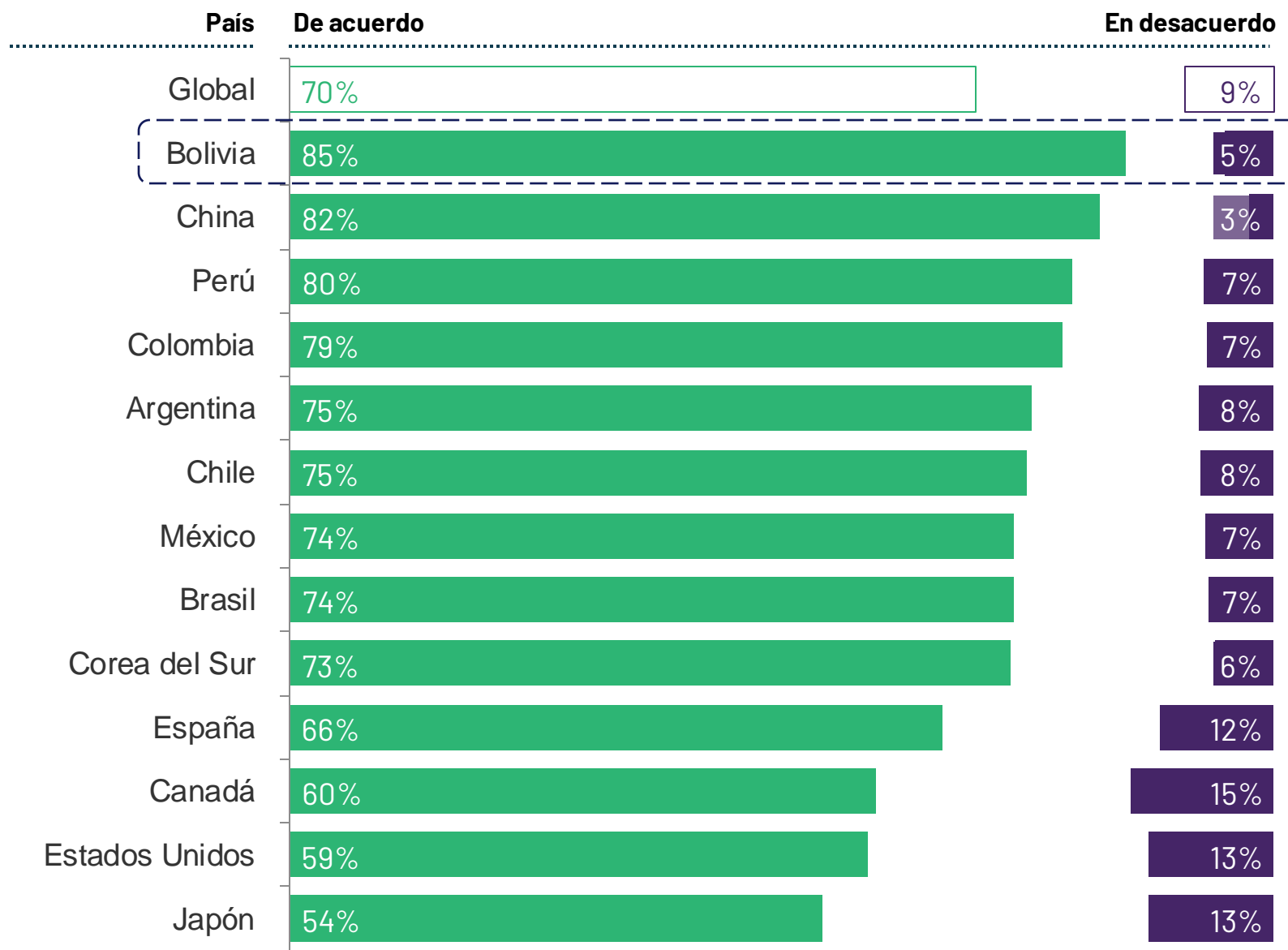
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



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

Los países desarrollados deberían hacer más para combatir el cambio climático

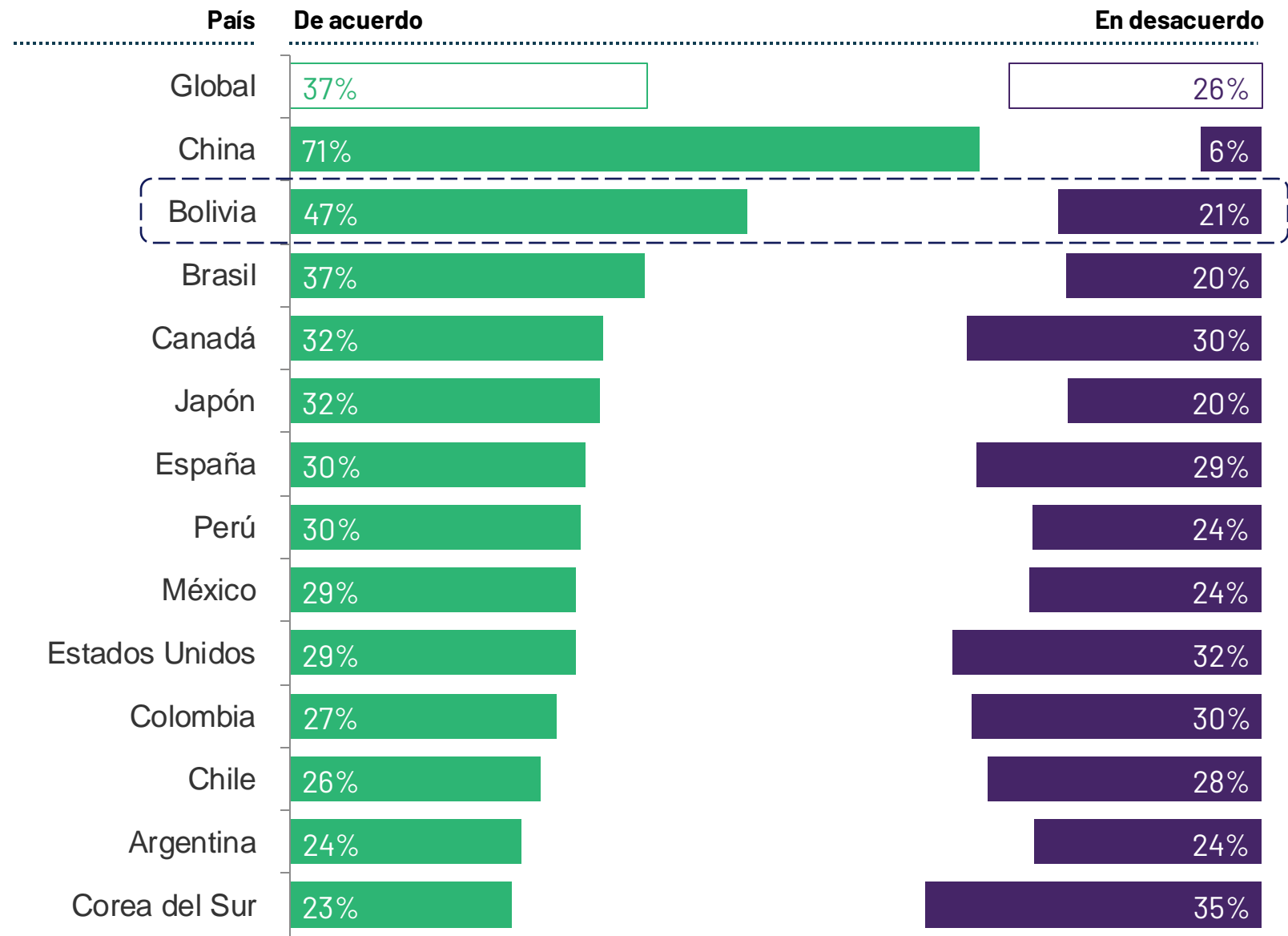
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



¿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 Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



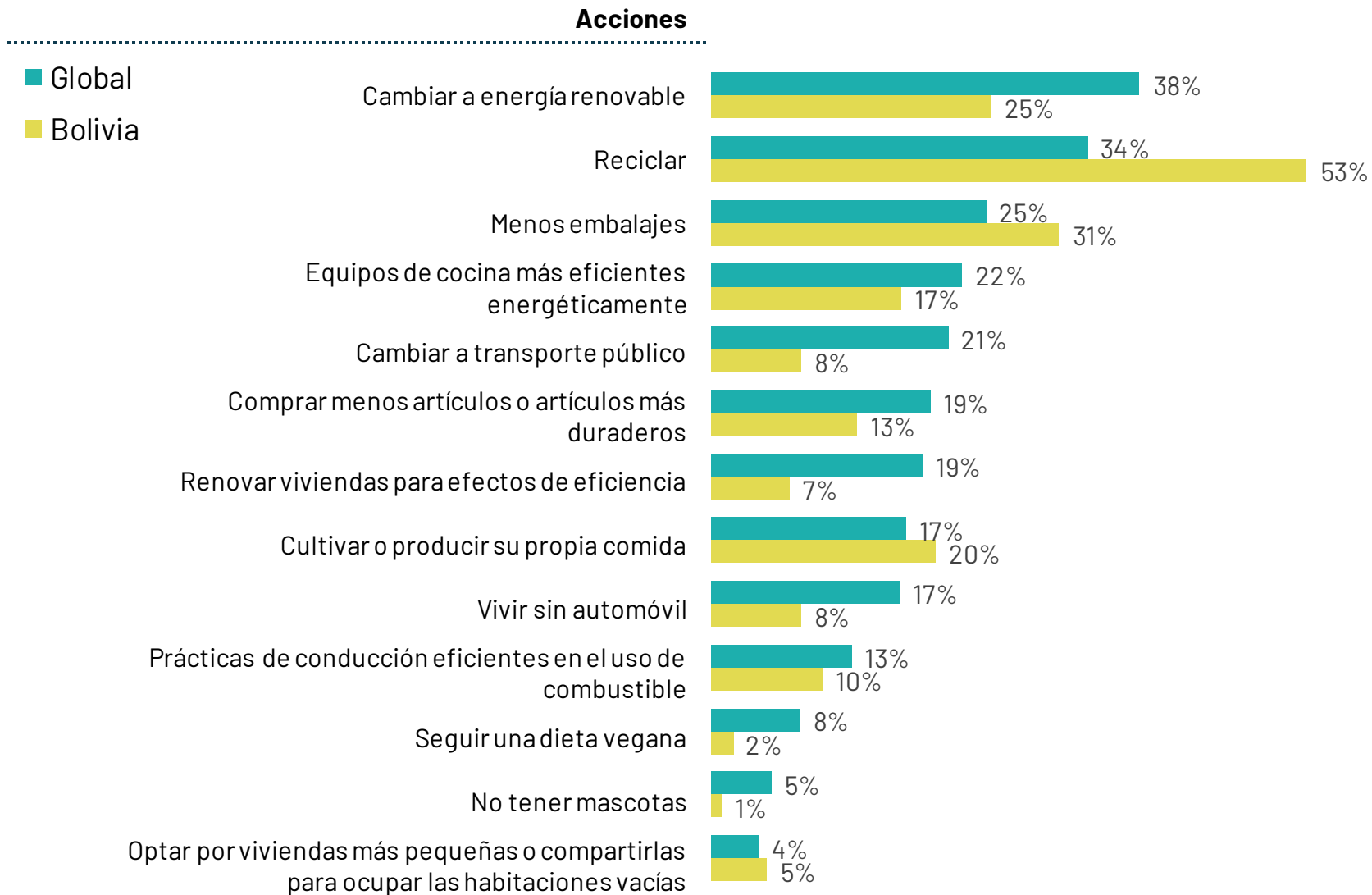
CONCEPTOS ERRÓNEOS Y BRECHA CREENCIA- REALIDAD

Para mayor información sobre el ranking de reducción de emisiones y acciones que contribuyen al calentamiento global, visite: "*Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options*". Haga clic [aquí](#)



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?

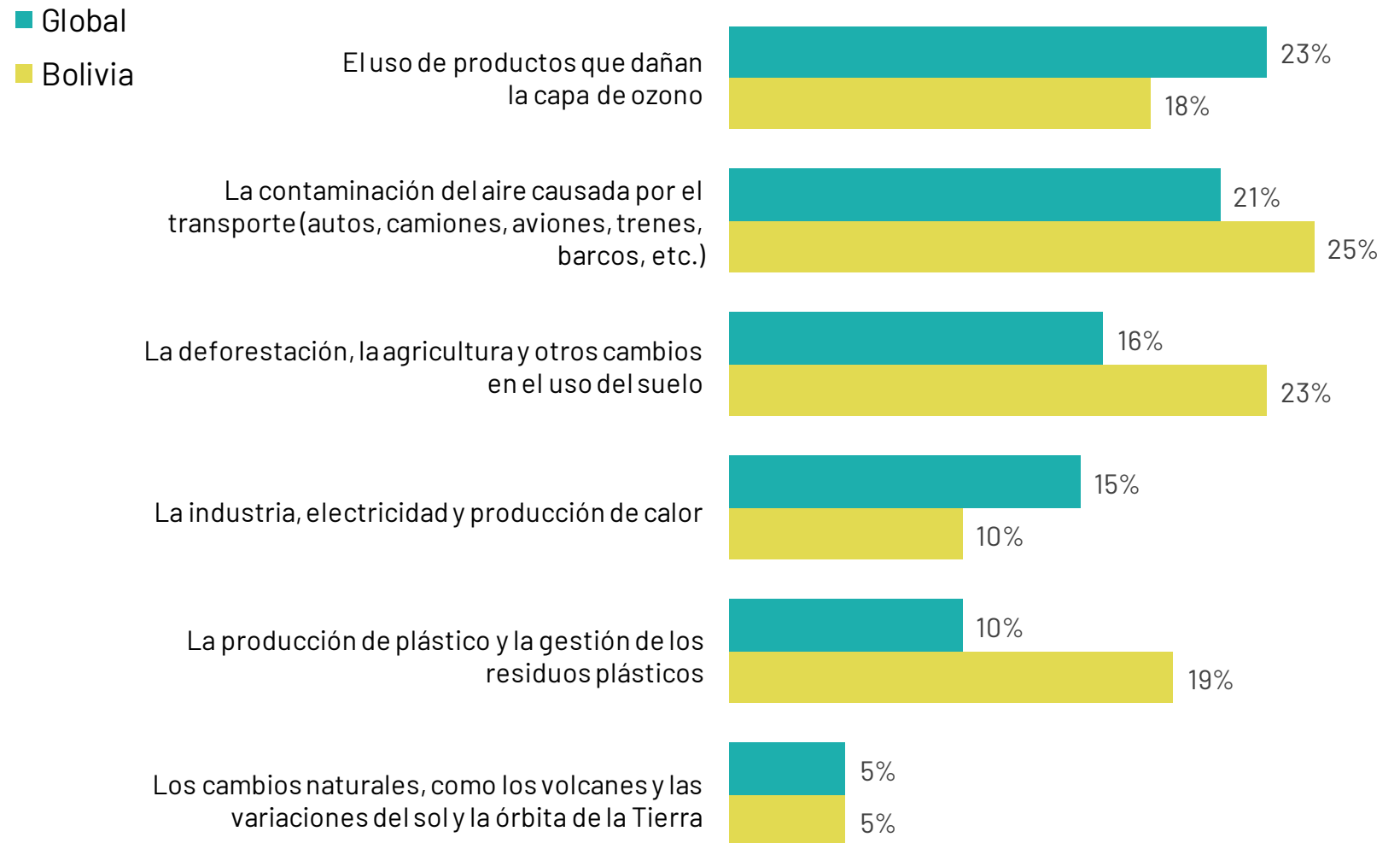
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
 Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



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 Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
 Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.

Acciones



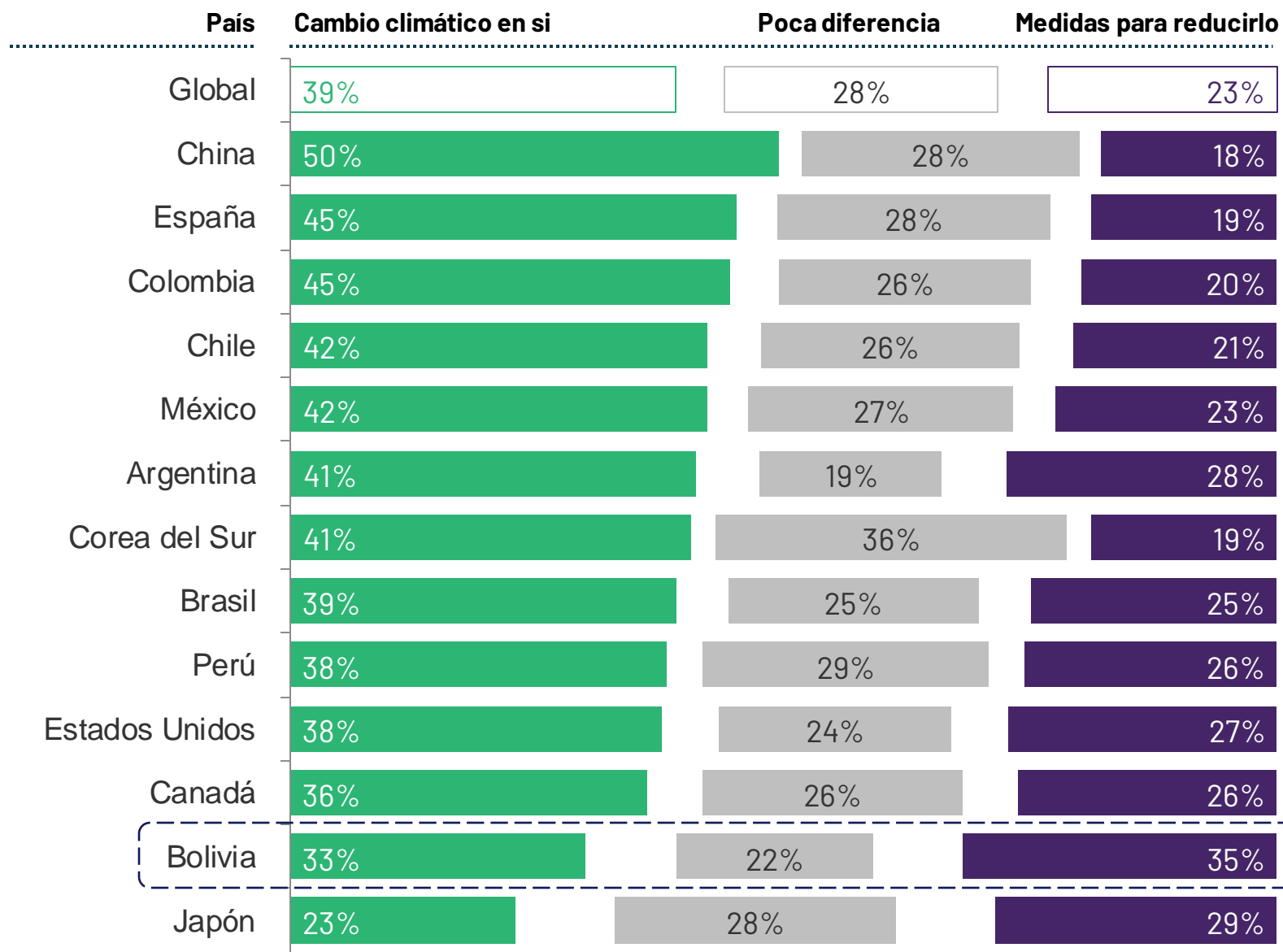
Contribución percibida de los distintos factores del calentamiento global

P. 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.

	Argentina	Bolivia	Brasil	Canadá	Chile	China	Colombia	Corea del Sur	España	Estados Unidos	Japón	México	Perú
El uso de productos que dañan la capa de ozono	23%	18%	28%	17%	25%	22%	23%	23%	22%	18%	23%	28%	29%
La contaminación del aire causada por el transporte (autos, camiones, aviones, trenes, barcos, etc.)	15%	25%	17%	22%	15%	20%	17%	24%	23%	24%	12%	18%	17%
La deforestación, la agricultura y otros cambios en el uso del suelo	19%	23%	18%	17%	18%	14%	20%	7%	16%	15%	16%	17%	16%
La industria, electricidad y producción de calor	9%	10%	12%	12%	11%	27%	10%	19%	14%	13%	12%	10%	11%
La producción de plástico y la gestión de los residuos plásticos	7%	19%	5%	9%	14%	7%	11%	15%	13%	10%	10%	10%	7%
Los cambios naturales, como los volcanes y las variaciones del sol y la órbita de la Tierra	4%	5%	3%	9%	3%	6%	4%	4%	4%	7%	10%	3%	2%

Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.

¿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?



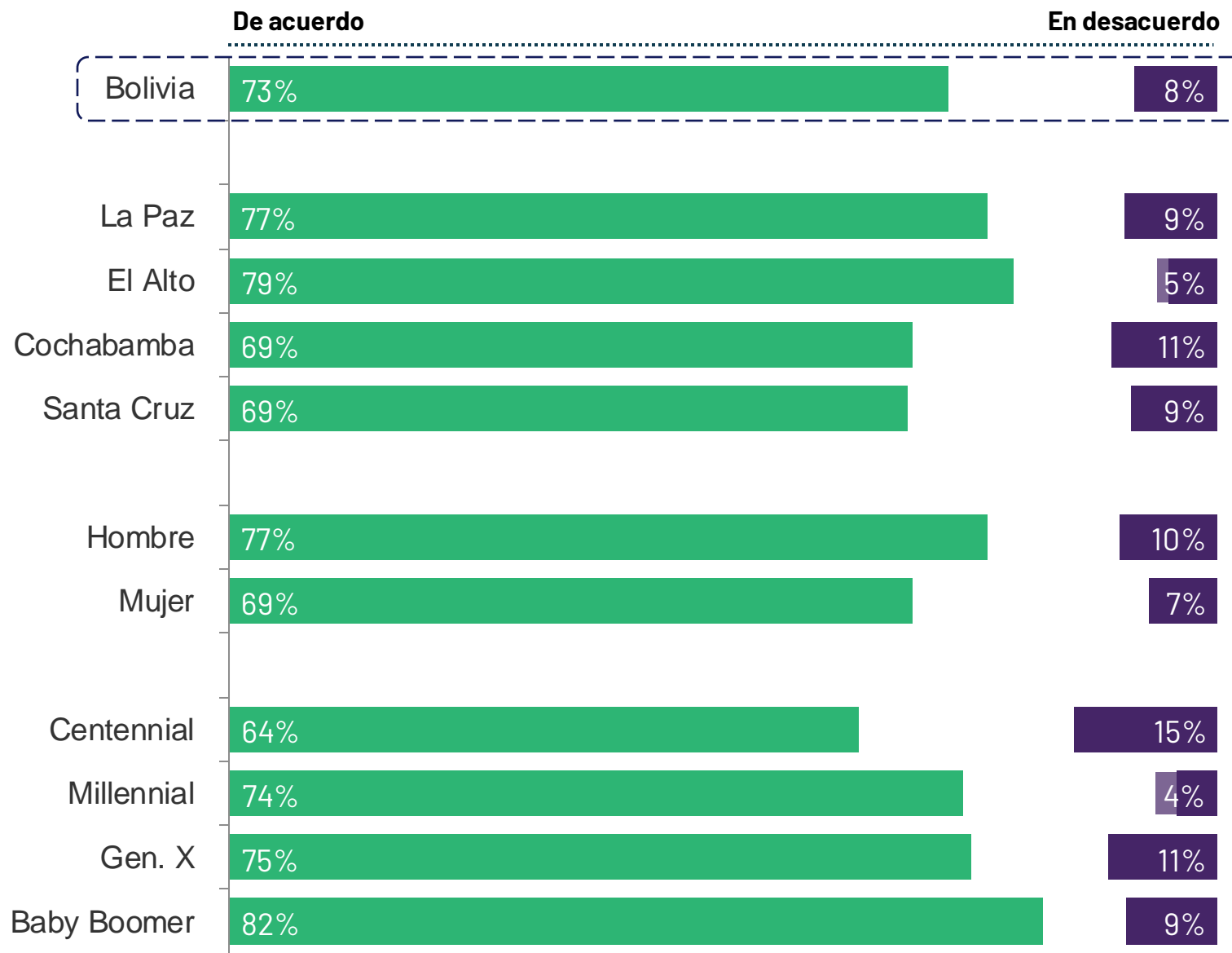
Base Global: 24,290 online adults under the age of 75, interviewed 26 Jan – 9 Feb 2024.
 Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.

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

Estoy bien informado sobre los efectos del cambio climático

EXCLUSIVA EN BOLIVIA

Base Bolivia: 400 encuestas online realizadas en febrero de 2024.



METODOLOGÍA



NOTA TÉCNICA - GLOBAL

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.

FICHA TÉCNICA BOLIVIA



Objetivo:

Seguimiento de las opiniones y sentimientos de las personas en las 4 ciudades del Eje Troncal



Universo:

Hombres y mujeres mayores de 18 años con conexión a Internet ya sea mediante computadora, Tablet o celular.



Ámbito Geográfico:

Ciudades el Eje Troncal: La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz



Periodo del trabajo de campo:

Del 9 al 17 de febrero de 2024



Tamaño de la muestra:

400 casos

El diseño y tamaño muestral permiten observar los resultados con un margen de error referencial de: $\pm 4,90$

No se puede asociar ningún margen de error a una muestra online por autoselección. Sin embargo, asumiendo aleatoriedad se estima el error mencionado.



Técnica de recolección de información:

Encuestas online autoadministradas, a través de conexiones fijas de internet, redes sociales y conexiones móviles.

A principios del 2023 la penetración de internet en Bolivia superaba el 65%; los usuarios de redes sociales eran más de 7.5 millones y las conexiones celulares equivalían al 106.7% de la población total.

¿QUIÉNES SOMOS?

Ipsos CIESMORI es la empresa de Investigación de Mercados e *insights* más importante de Bolivia. Resultado de la unión de las empresas más grandes de Bolivia con la global Ipsos, consolida en el mercado nacional más de 50 años de experiencia y cuenta con un equipo multidisciplinario, capaz de comprender las necesidades de información y plantear metodologías de clase mundial y técnicas acordes a la realidad nacional para ayudar a tomar decisiones acertadas.

Nuestro plantel técnico y operativo ha desarrollado múltiples habilidades para convertir *insights* poderosos en acciones basados en las opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o colaboradores de empresas.

“Game Changers” (Cambiamos el juego) – nuestro lema – resumen nuestra ambición de ayudar a todos nuestros clientes a navegar con mayor facilidad en un mundo profundamente cambiante.

www.ipsosciesmori.com

IPSOS CIESMORI



Nº 1
en Bolivia



Juntos contamos con más
de 50 años de experiencia



Excelente equipo
multidisciplinario



Metodologías propias
desarrolladas



Acceso a metodologías
globales



Cobertura nacional de
operaciones



Comprensión de la
realidad local



Contactos
internacionales

Para más información

Luis Garay

Chief Account Officer

Luis.Garay@ipsos.com

Hugo Galvez

Chief Research Officer

Hugo.Galvez@ipsosciemori.com

Daniel Loza

Researcher

Daniel.Loza@ipsosciemori.com

0 visita:

<https://www.ipsosciemori.com>