



COP30
BRASIL
AMAZÔNIA
BELÉM 2025

Pesquisa COP30

JULHO | 2025



Agência Brasileira de
Desenvolvimento Industrial

nexus.

FSB_{holding}



1.



Metodologi
a

O QUE FOI REALIZADO



A **Nexus** realizou um total de 2.021 entrevistas face-a-face em uma amostra representativa da população brasileira a partir de 16 anos, nas 27 Unidades da Federação. A amostra foi controlada a partir das cotas de (a) sexo, (b) idade, (c) escolaridade, (d) região e (e) condição do município. As entrevistas foram realizadas entre **14 e 21 de julho** de 2025.



A margem de erro no total da amostra é de 2pp, com intervalo de confiança de 95%. Após a pesquisa, foi aplicado um fator de ponderação para corrigir eventuais distorções em relação ao plano amostral. Devido ao arredondamento, a soma dos percentuais pode variar de 99% a 101%.



Responsáveis técnicos:

Marcelo Tokarski (CEO)
André Jácomo (Diretor de Pesquisa)
Ingrid Peregrini (Gerente)
Renan Klein (Analista Sênior)
João Aguiar (Analista Sênior)



2.

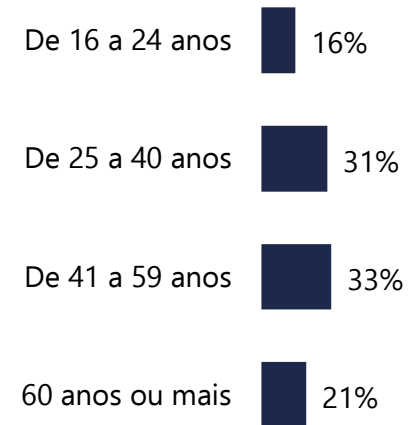
Perfil

PERFIL DA AMOSTRA TOTAL

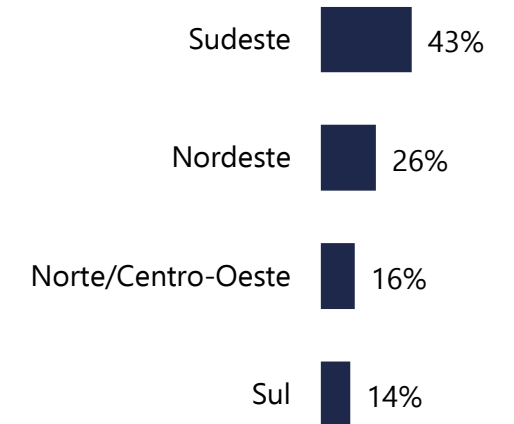


Média 43 anos

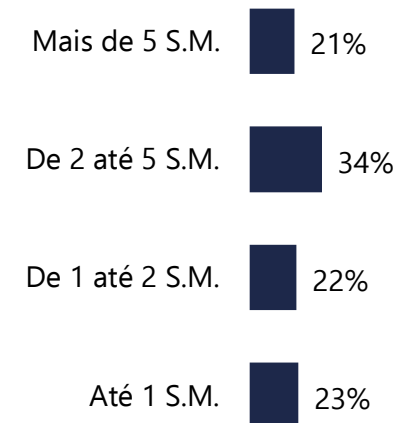
IDADE



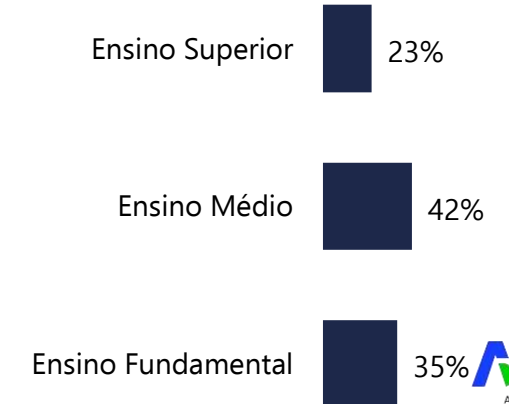
REGIÃO



RENDA



ESCOLARIDADE



PERFIL DA AMOSTRA

Comportamental - Perfil sustentável

Criação do Perfil de Sustentabilidade

Para fins de análise, foi criado um indicador comportamental com base nas perguntas* que investigam a adoção de **práticas ambientalmente sustentáveis** no dia a dia.

0 ações sustentáveis = Indiferente

1 a 2 ações sustentáveis = Engajamento pontual

3 a 5 ações sustentáveis = Engajamento consciente

6 a 9 ações sustentáveis = Ativista

Assim, cada respondente pode atingir uma pontuação total de 0 a 9 pontos, conforme a declaração sobre realizar ações de cuidado com o meio ambiente e o número de comportamentos sustentáveis adotados.

***Pergunta:** “No seu dia a dia, você faz algo para cuidar do meio ambiente” / “Quais atitudes você já adota em seu dia a dia?”

Perfis Sustentáveis

A partir do sistema de pontuação, foram definidos quatro perfis.



4%

Ativista (6 a 9 pontos) | Representa o perfil mais engajado, com alta adesão em práticas sustentáveis.



15%

Engajamento consciente (3 a 5 pontos) | Indica adoção parcial de práticas sustentáveis, demonstrando simpatia pela causa, ainda que sem plena consistência.



66%

Engajamento pontual (1 a 2 pontos) | Indica baixa adesão a comportamentos sustentáveis no cotidiano.



15%

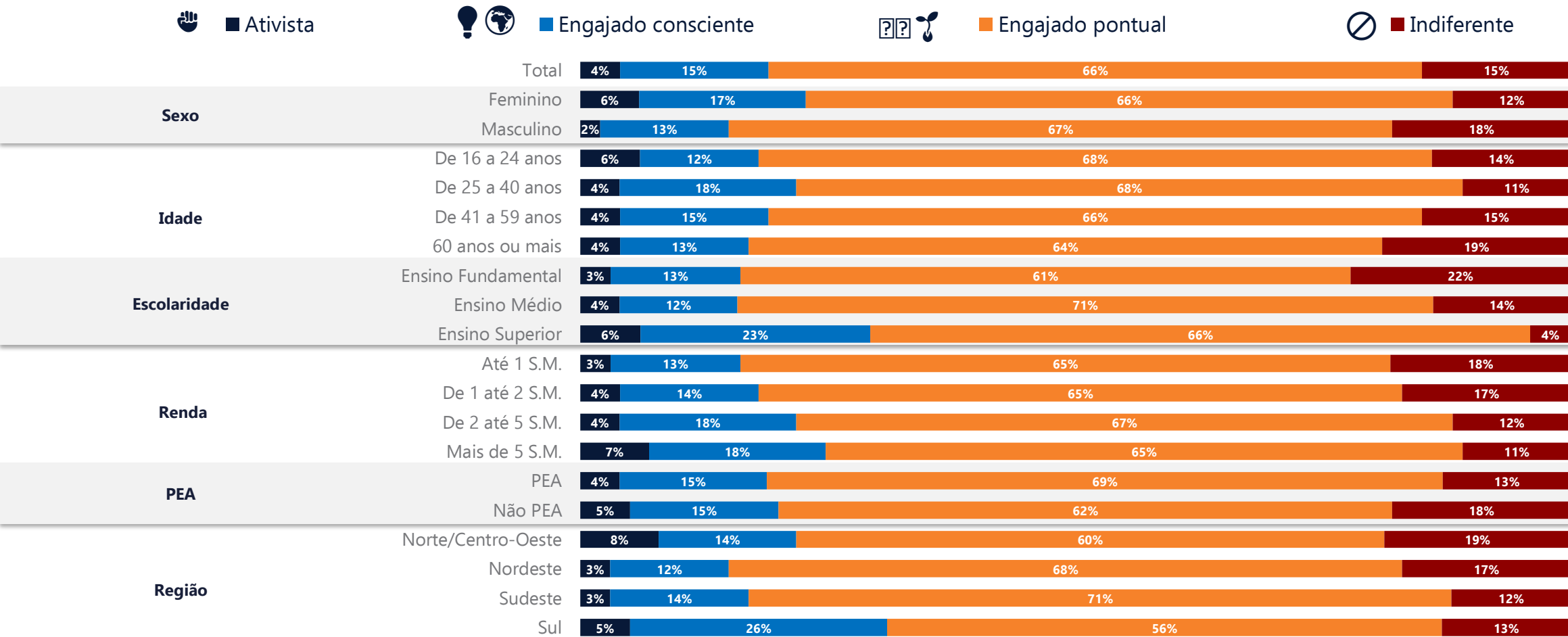
Indiferente (0 ponto) | Grupo que não adota ações sustentáveis ou não menciona espontaneamente que pratica atitudes sustentáveis no cotidiano.

Lista de ações espontâneas:

- Economiza água
- Economia de energia elétrica
- Separa o lixo para coleta e reciclagem
- Evita o uso plástico descartável
- Usa transporte público, bicicleta ou caminha sempre que possível
- Compra de marcas que têm práticas sustentáveis
- Reutiliza embalagens e reaproveita materiais em casa
- Evita desperdício de alimentos
- Outras ações sustentáveis

PERFIL – SUSTENTÁVEL

por perfil sociodemográfico



PERFIL – BOICOTE DE MARCAS POR AÇÕES NÃO SUSTENTÁVEIS

Perfil comportamental - boicote sobre as marcas

Foi criado o perfil com o objetivo principal de quantificar e compreender a extensão do boicote de marcas por consumidores, especificamente por razões relacionadas à falta de ações sustentáveis. A pergunta* propunha aos respondentes julgar se determinadas frases sobre ações não sustentáveis eram ou não motivo para ter boicotado uma marca. Cada resposta "sim" foi atribuída pontuação 1. A partir dessa pontuação, foram definidos quatro perfis de "boicote" sobre as marcas, conforme a pontuação:

***Pergunta:** Cada vez mais pessoas escolhem não consumir produtos ou serviços de certas marcas por motivos ligados à sustentabilidade. Isso inclui preocupações com o meio ambiente, questões sociais ou práticas empresariais responsáveis. A seguir, vou ler algumas situações. Gostaria de saber se, em algum momento nos últimos dois anos, você deixou de consumir produtos ou serviços de alguma marca que...

- Foi acusada de causar desmatamento ilegal ou contribuir para a destruição de florestas
- Polui rios, oceanos ou fontes de água em suas atividades
- Utiliza matérias-primas de origem não sustentável (como madeira ilegal, por exemplo)
- Descarta resíduos industriais ou químicos de forma inadequada no meio ambiente
- Explora recursos naturais sem respeitar limites ambientais ou sem compensação ecológica
- É contra leis ambientais ou faz lobby para enfraquecer a proteção ambiental
- Usa animais para testes de seus produtos
- Foi acusada de maltratar animais

61%

BOICOTADORES

39%

NÃO BOICOTADORES



**24% Alto
boicotador**

(6 a 8 motivos)

Corresponde ao grupo com maior grau de boicote às marcas por falta de ações sustentáveis.



**13% Médio
boicotador**

(3 a 5 motivos)

Inclui pessoas com médio grau de boicote à marcas por falta de práticas sustentáveis.



**24% Baixo
boicotador**

(1 a 2 motivos)

Representa o grupo com baixo nível de boicote sobre as marcas por questões relacionadas à sustentabilidade.



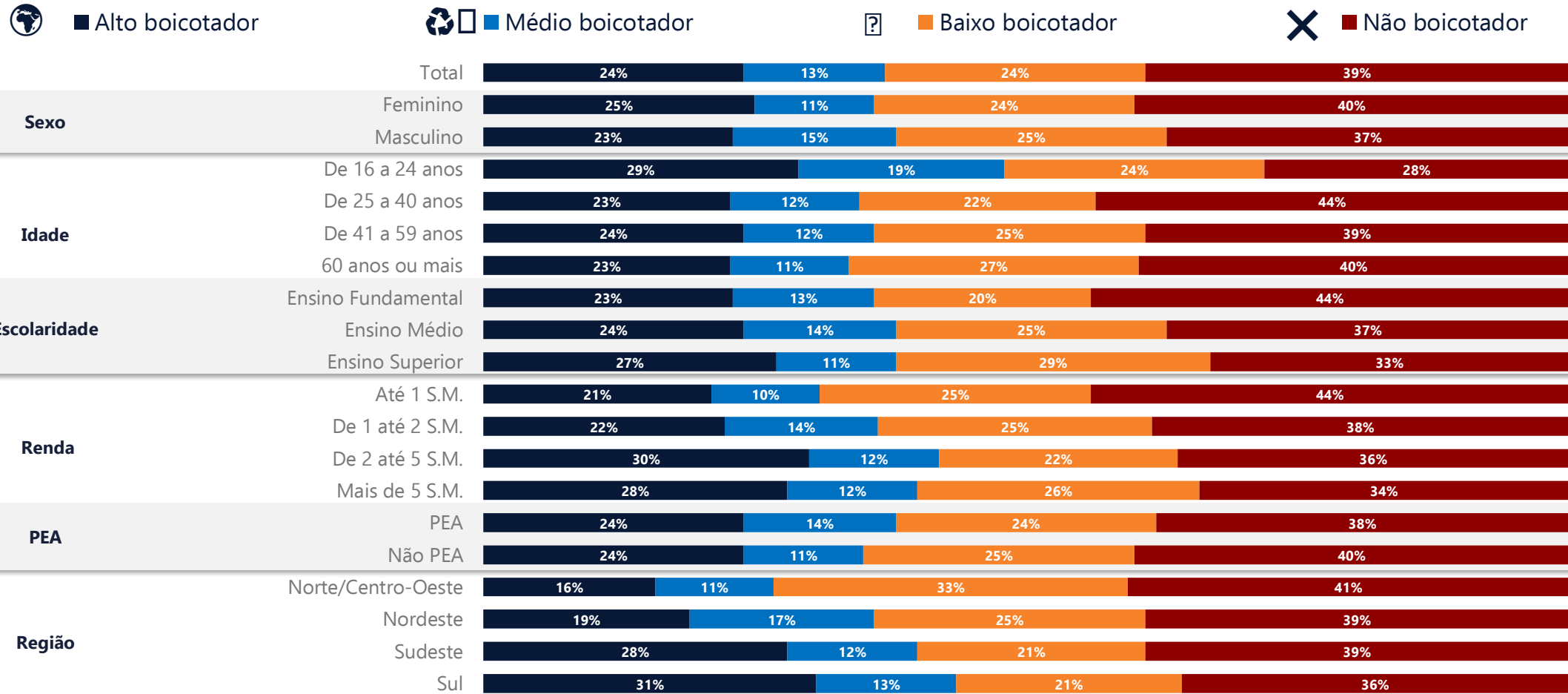
**39% Não
boicotador**

(nenhum motivo)

Representa o grupo que não observa nenhuma razão para boicotar marcas por motivos ligados à sustentabilidade.

PERFIL – BOICOTE DE MARCAS POR AÇÕES NÃO SUSTENTÁVEIS

por perfil sociodemográfico





COP30
BRASIL
AMAZÔNIA
BELÉM 2025



3.

COP30 e o Brasil
no centro do
debate

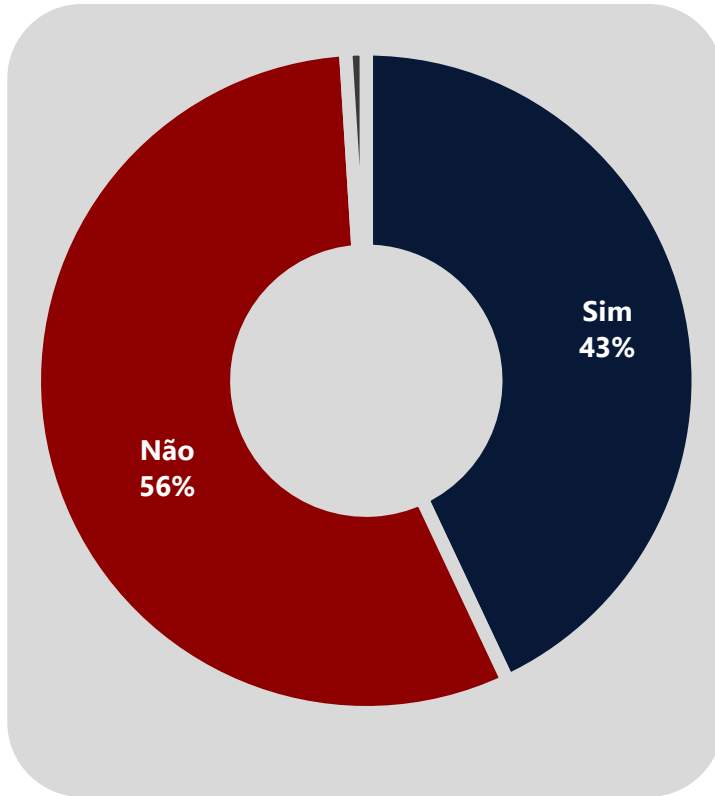


Apesar do país sediar a COP30, o desconhecimento da população é elevado sobre o evento.



COP30 no Brasil: 6 em cada 10 não conhecem a COP30

na amostra total



Quem são os que mais dizem não conhecer?



Homens: 50% | Mulheres: 61%

De 16 a 24 anos: 69%
De 25 a 40 anos: 59%
De 41 a 59 anos: 50%
60 anos ou mais: 49%



Ensino Fundamental: 65%
Ensino Médio: 58%
Ensino Superior: 37%



Norte/Centro-Oeste: 51%
Nordeste: 62%
Sudeste: 55%
Sul: 49%

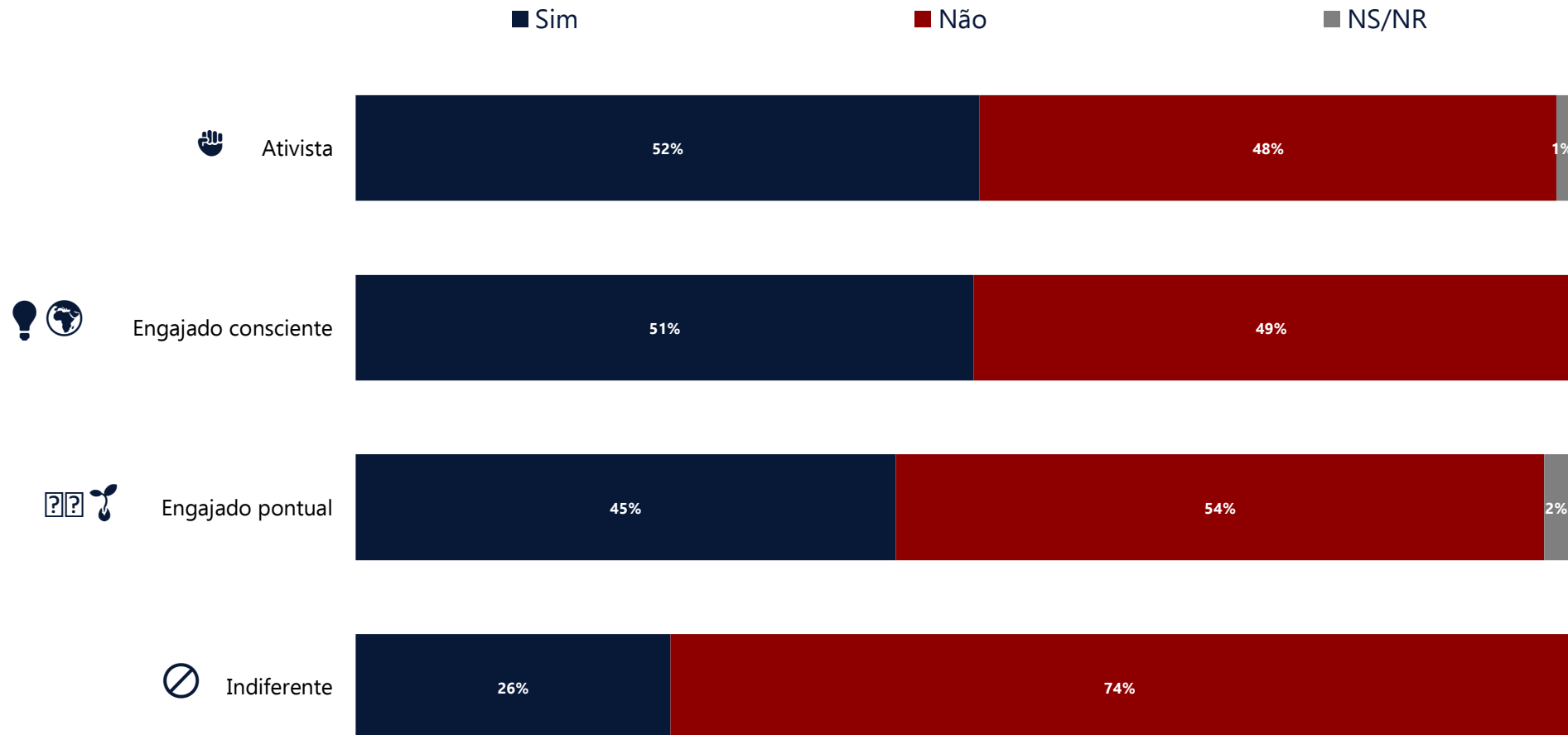
COP30 no Brasil: baixo conhecimento geral

Apesar de sediar a COP30 em 2025, a pesquisa revela um baixo nível de conhecimento sobre o evento entre a população geral. **56%** dos entrevistados afirmaram que não tinham ouvido falar da COP30, enquanto **43%** demonstraram algum conhecimento.

Você já tinha ouvido falar da COP 30, evento da ONU sobre mudanças climáticas que será realizado no Brasil em 2025? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

COP30 no Brasil: 6 em cada 10 não conhecem a COP30

por perfil sustentável



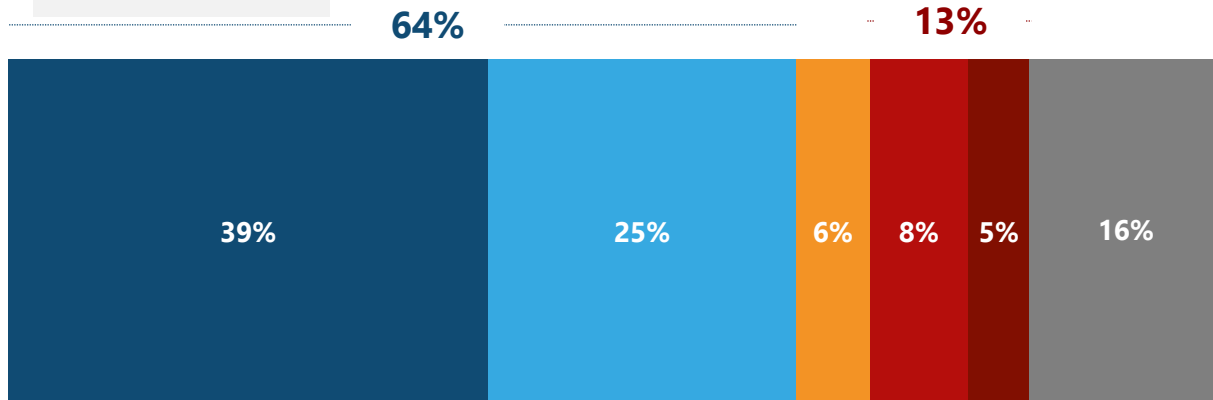
Você já tinha ouvido falar da COP 30, evento da ONU sobre mudanças climáticas que será realizado no Brasil em 2025? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Percepção positiva: maioria (64%) avalia que sediar a COP30 é positivo para o Brasil

na amostra total

- Muito positivo para o país
- Mais positivo do que negativo
- Nem positivo, nem negativo
- Mais negativo do que positivo
- Muito negativo para o país
- NS/NR

De 25 a 40 anos: 71%
Ensino Superior: 78%
Mais de 5 S.M.: 73%
Sudeste: 69%



Percepção majoritariamente positiva:

Mesmo com o baixo conhecimento geral, a percepção sobre o Brasil sediar a COP30 é **predominantemente positiva para o país, segundo 64% da amostra total.**

39% consideram "Muito positivo" enquanto **25%** avaliam como "Mais positivo do que negativo".

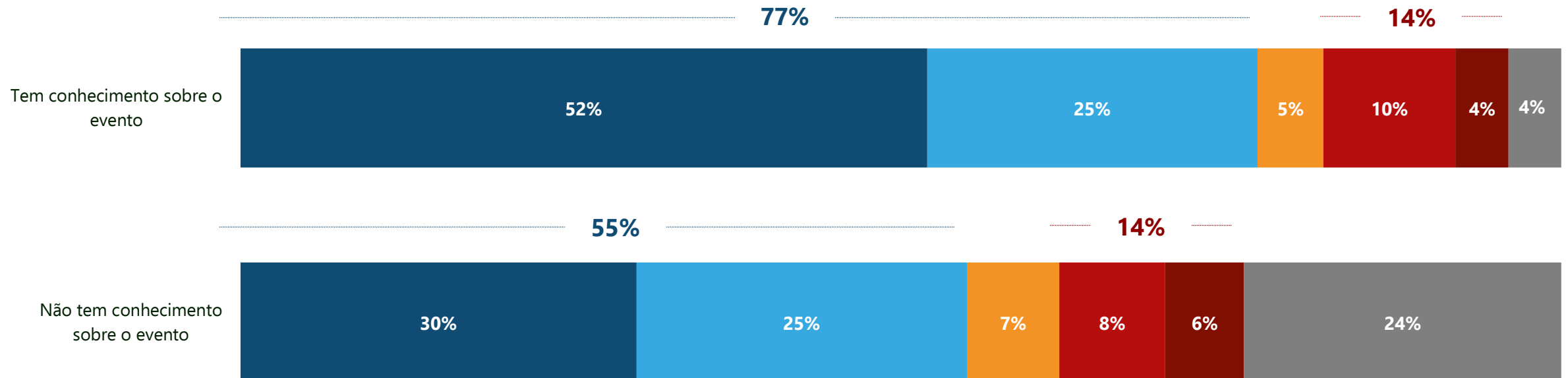
Uma parcela menor, **13%**, vê a realização do evento de forma negativa e **6%** permanecem neutros.

Em sua opinião, o Brasil ser sede da COP 30 é algo _____: **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

[CRUZAMENTO] Conhecimento sobre a COP30 vs. Percepção sobre a COP30

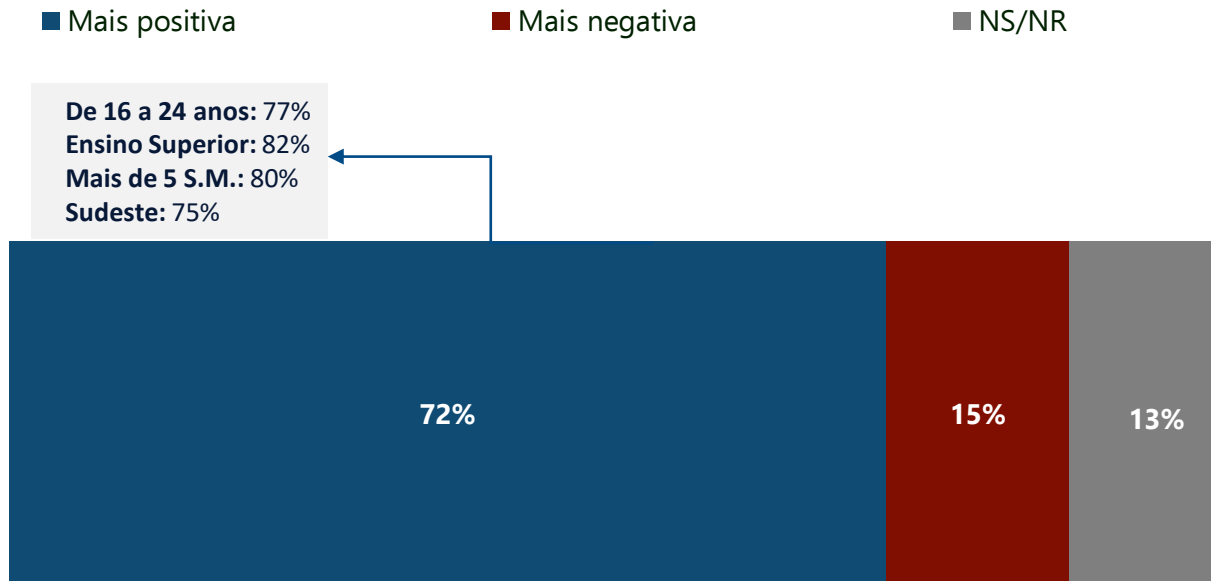
na amostra total

■ Muito positivo para o país
■ Mais positivo do que negativo
■ Nem positivo, nem negativo
■ Mais negativo do que positivo
■ Muito negativo para o país
■ NS/NR



Oportunidade para a imagem: maioria acredita que sediar o evento fortalecerá a reputação do país no exterior

na amostra total



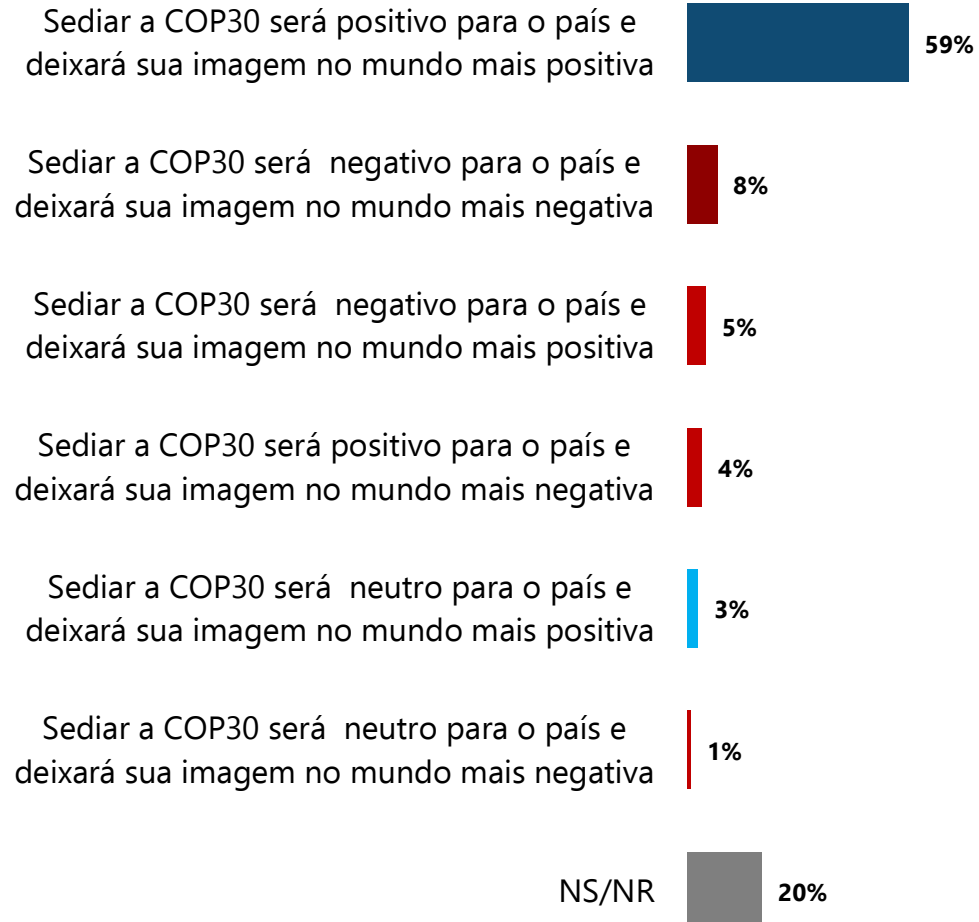
Maioria aposta no fortalecimento da imagem do Brasil:

A população tem grandes expectativas quanto ao impacto da COP30 na imagem internacional do Brasil.

72% da amostra total acredita que sediar o evento deixará a imagem do país "mais positiva" no exterior. Apenas **15%** preveem um impacto "mais negativo", e **13%** não souberam ou não responderam.

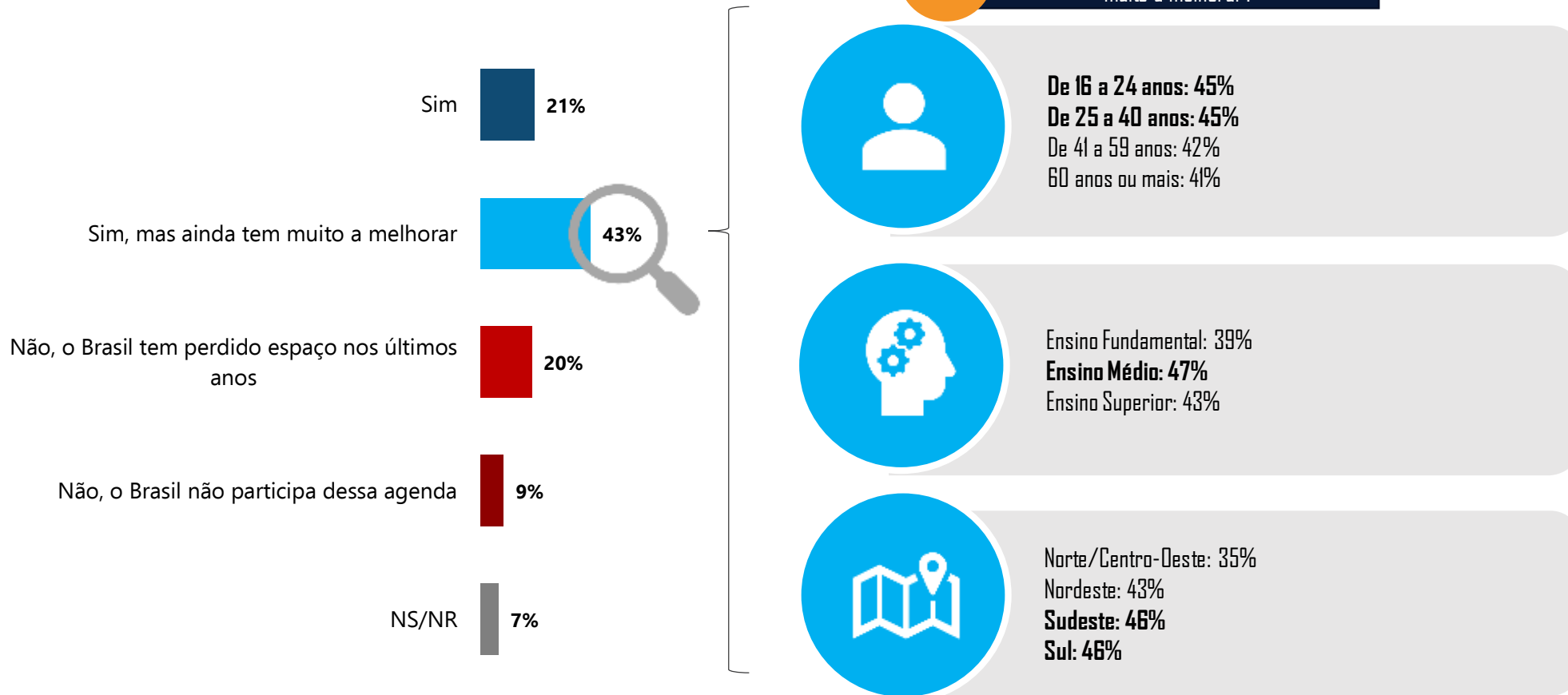
[CRUZAMENTO] Percepção da COP30 vs. Imagem da COP30 no país

na amostra total



Brasil é visto como líder: para 64% da população, país tem papel de vanguarda na pauta sustentável global

na amostra total



Liderança ambiental reconhecida, mas com desafios:

Para **64%** da população, o Brasil é visto como um líder nas discussões ambientais e sustentáveis globais. Destes, **21%** acreditam que o país "Sim" é líder, e **43%** que "Sim, mas ainda tem muito a melhorar".

Você considera o Brasil um país que lidera as discussões ambientais e sustentáveis no mundo hoje? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**



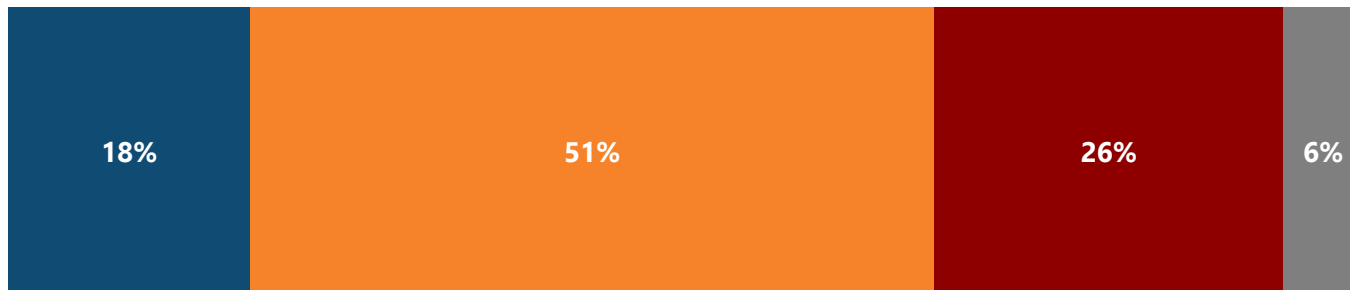
4.

**Indústria Brasileira
e Sustentabilidade**

Jornada em andamento: metade acredita que a indústria está começando a mudar na agenda da sustentabilidade

na amostra total

■ Já está em transformação ■ Está começando a mudar ■ Não está mudando ■ NS/NR



Percepção de mudança em andamento:

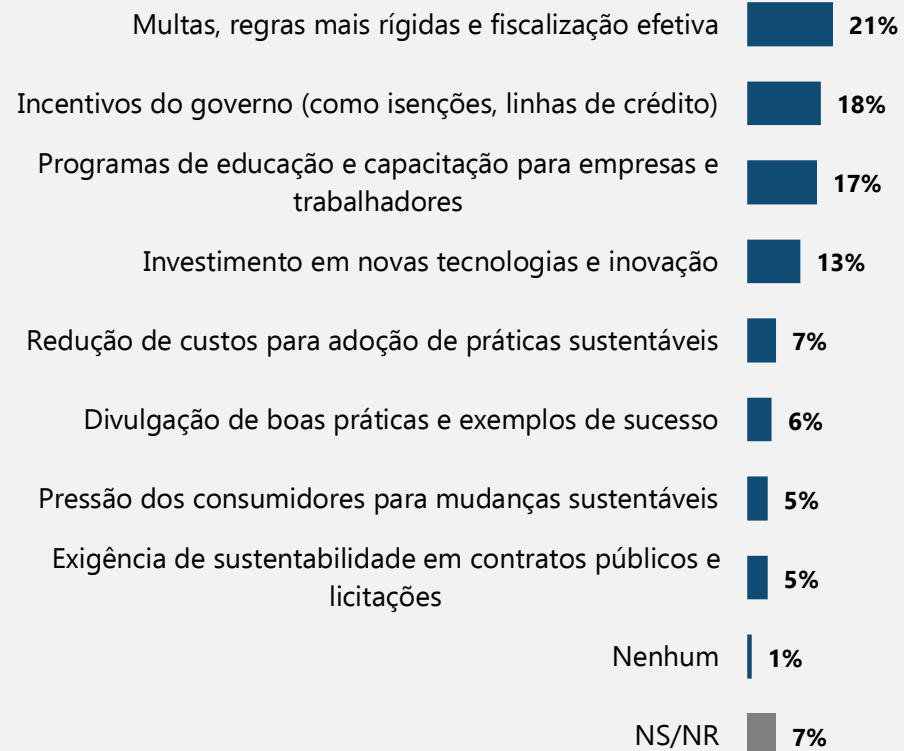
A pesquisa revela que a maioria da população (**69%**) acredita que a indústria brasileira está em processo de se tornar mais sustentável. **51%** percebem que a indústria "Está começando a mudar" na agenda da sustentabilidade. Outros **18%** acreditam que ela "Já está em transformação".

Contudo, **26%** da amostra total ainda opina que a indústria "Não está mudando", e **6%** não souberam ou não responderam.

Na sua opinião, a indústria brasileira já está em processo de se tornar mais sustentável ou ainda tem um longo caminho pela frente? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Multas, regras mais rígidas e fiscalização efetiva são as ajudas mais citadas para a indústria se tornar mais sustentável

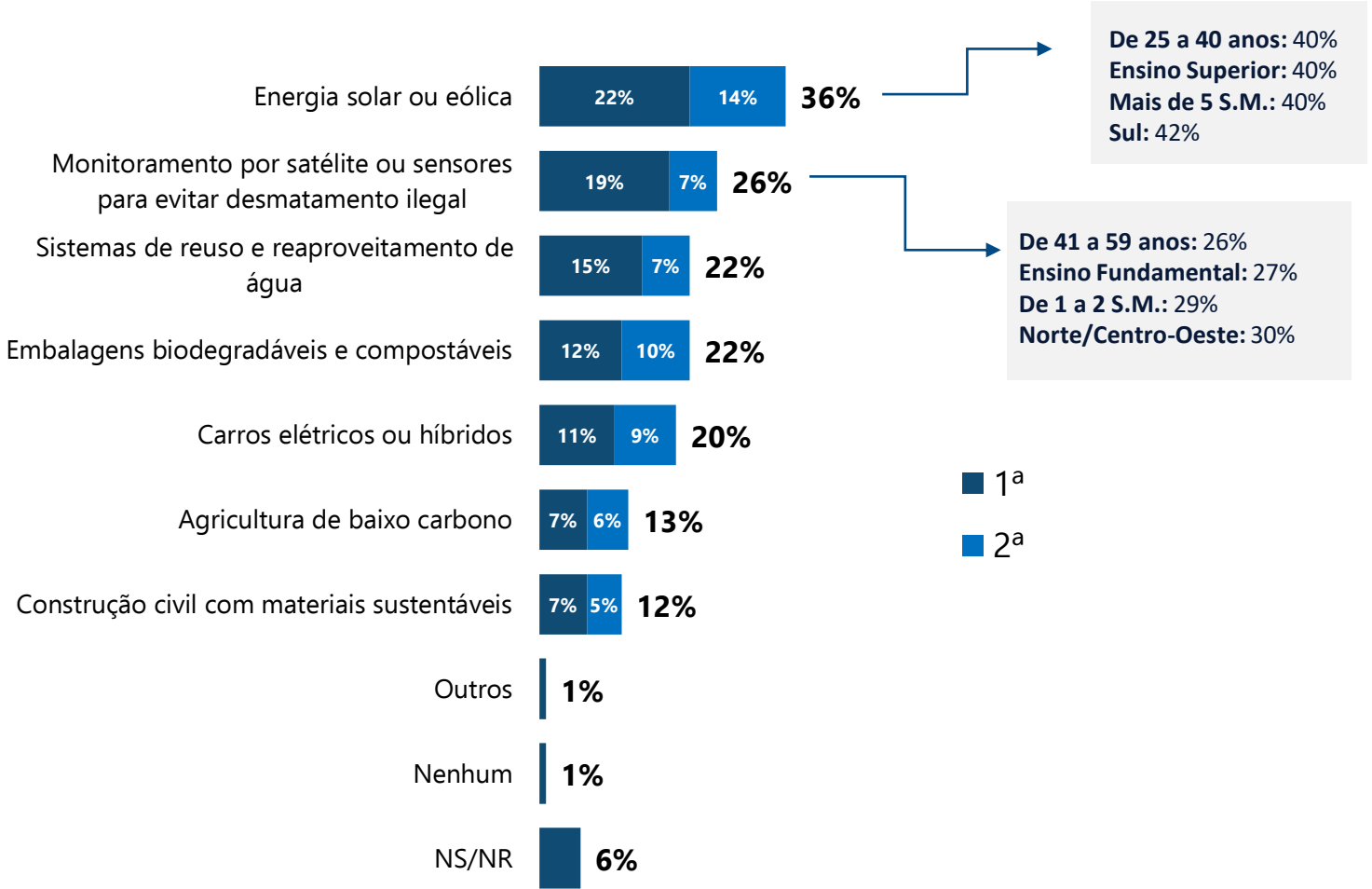
na amostra total



O que você acha que mais ajudaria as indústrias brasileiras a se tornarem mais sustentáveis? **(ESPONTÂNEA E ÚNICA)**

Energia solar ou eólica são consideradas como as principais inovações em sustentabilidade

na amostra total



Qual dessas inovações você considera mais útil para proteger o meio ambiente? E em segundo lugar? (ESTIMULADA E MÚLTIPLA; ATÉ 2 OPÇÕES)

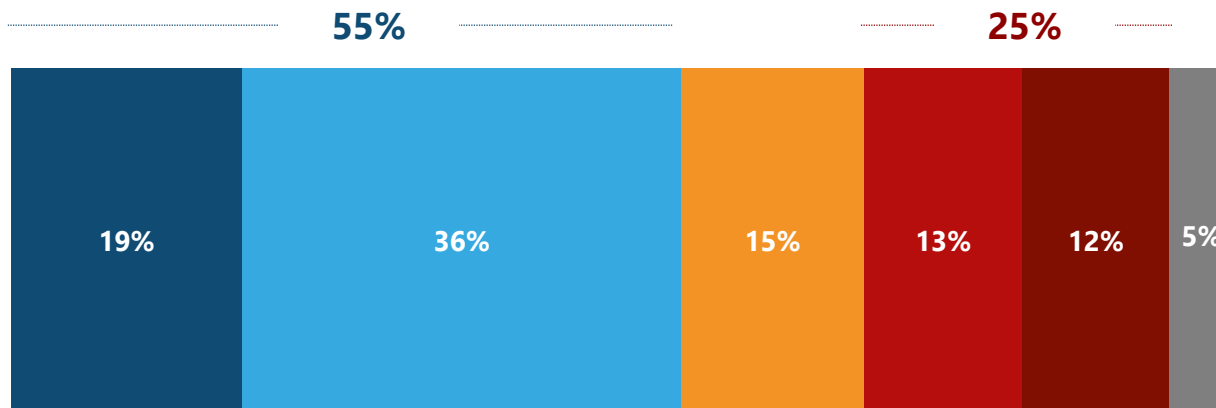


Maioria dos entrevistados concorda que o Brasil tem capacidade para liderar soluções sustentáveis.

Confiança na tecnologia nacional: maioria (55%) concorda que o Brasil tem capacidade para liderar soluções sustentáveis

na amostra total

- Concordo totalmente
- Concordo em partes
- Nem concordo, nem discordo
- Discordo em partes
- Discordo totalmente
- NS/NR



Brasil apto a liderar em Sustentabilidade:

Confiança majoritária (55%) da população na capacidade do Brasil em liderar soluções sustentáveis por meio de sua tecnologia nacional. 19% concordam totalmente com essa capacidade e 36% concordam em partes. Por outro lado, 25% da população discorda, com 13% discordando em partes e 12% discordando totalmente. Uma parcela de 15% não concorda nem discorda, e 5% não souberam responder.

O quanto você concorda ou discorda que o Brasil possui tecnologia suficiente para liderar soluções sustentáveis? (ESTIMULADA E ÚNICA)



5.

**Economia Verde e
Transição
Energética**

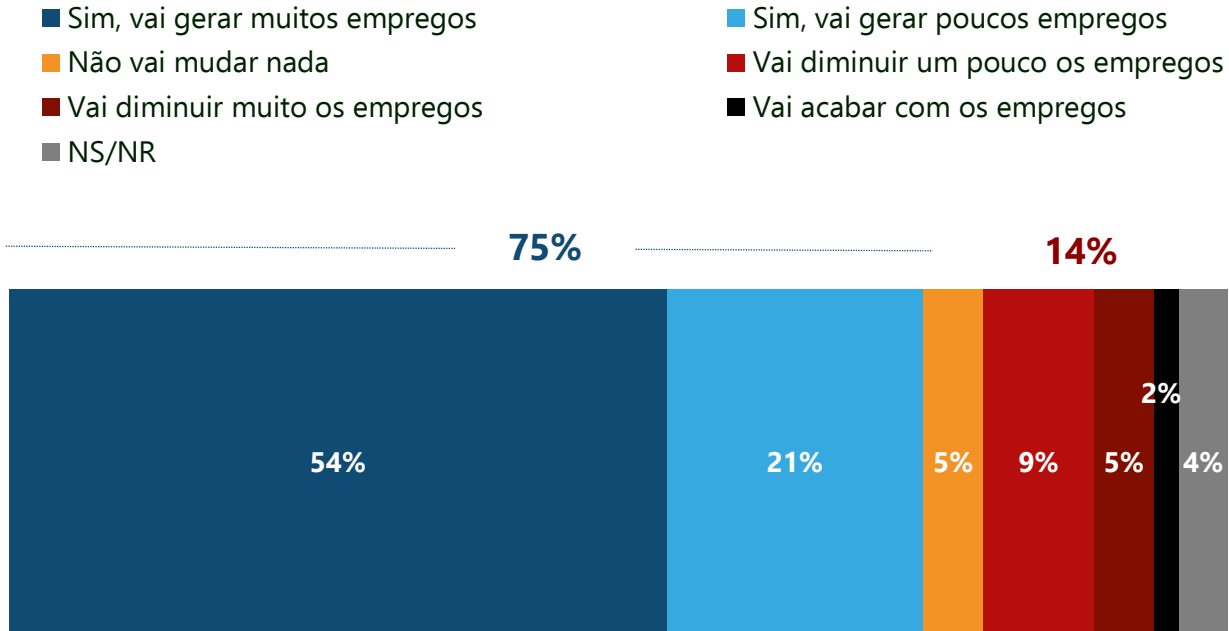


A transição para uma economia mais sustentável impulsiona a esperança na criação de novos empregos.



Otimismo com "empregos verdes": 75% acreditam que a transição para uma economia sustentável vai gerar empregos

na amostra total

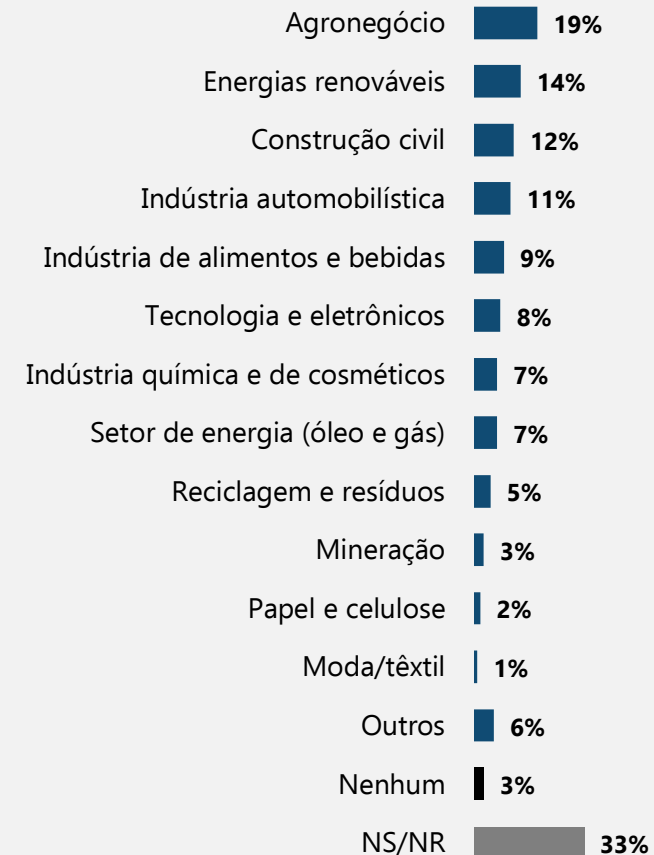


"Empregos Verdes": otimismo na geração de vagas

A população brasileira demonstra grande otimismo quanto ao impacto da transição para uma economia sustentável no mercado de trabalho. **75%** dos entrevistados acreditam que essa transição vai gerar empregos. Destes, **54%** esperam "muitos empregos" e **21%** "poucos empregos".

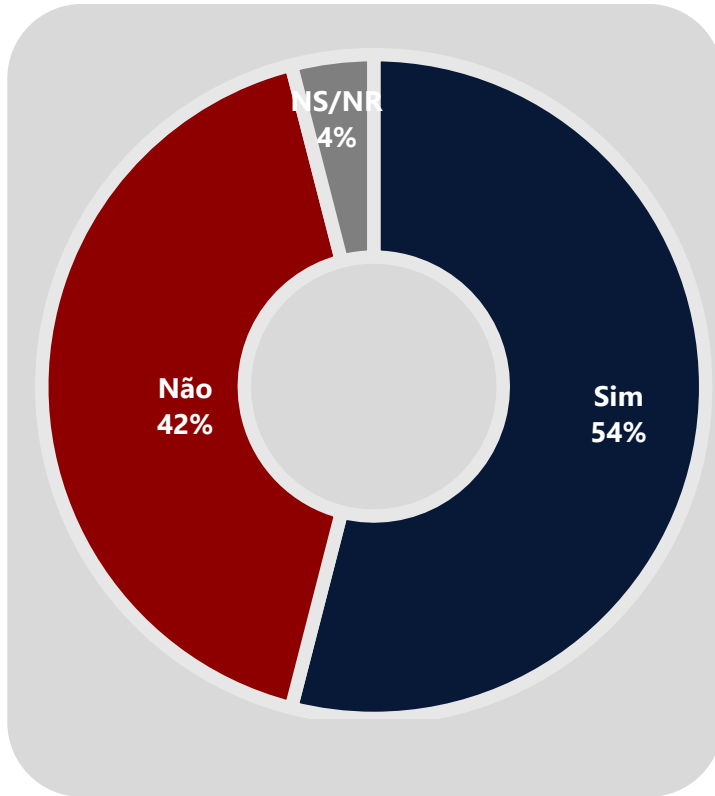
Agronegócio e Energias Renováveis são os setores vistos com maior potencial de crescimento

na amostra total



Visão dividida: público não tem consenso sobre o preparo da força de trabalho, apesar de 54% acreditar que sim

na amostra total



Quem são os que dizem sim?



Homens: 55% | Mulheres: 52%

De 16 a 24 anos: 62%
 De 25 a 40 anos: 59%
 De 41 a 59 anos: 49%
 60 anos ou mais: 46%



Ensino Fundamental: 56%
Ensino Médio: 56%
 Ensino Superior: 46%



Norte/Centro-Oeste: 63%
 Nordeste: 55%
 Sudeste: 51%
 Sul: 48%

Mercado de Trabalho e Transição Sustentável:

54% do público acredita que o Brasil tem trabalhadores preparados para essa transição. Contudo, uma parcela significativa (42%) entende que os trabalhadores não estão preparados.

Na sua opinião, o Brasil tem trabalhadores preparados para trabalhar nos novos empregos que irão surgir com a transição para uma economia mais sustentável?
(ESTIMULADA E ÚNICA)

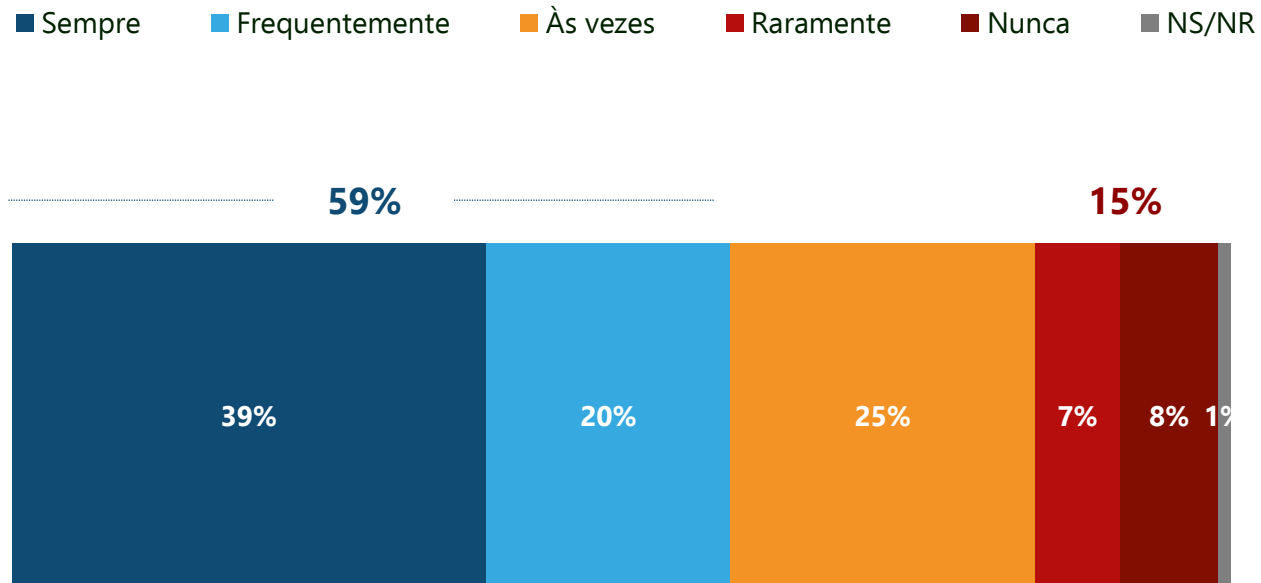


6.

**Ações Sustentáveis
e Cotidiano**

Engajamento individual declarado é alto: maioria afirma que faz algo para cuidar do meio ambiente em seu dia a dia

na amostra total



Engajamento ambiental individual: alta adoção no dia a dia

A pesquisa revela um alto nível de engajamento individual com o meio ambiente na amostra total da população. **59%** dos entrevistados afirmam cuidar do meio ambiente em seu dia a dia "Sempre" (**39%**) ou "Frequentemente" (**20%**). Uma parcela de **25%** o faz "Às vezes". Apenas **15%** declaram fazer raramente ou nunca.

No seu dia a dia, você faz algo para cuidar do meio ambiente? (ESTIMULADA E ÚNICA)

Separar o lixo para coleta e reciclagem é a principal prática sustentável realizada

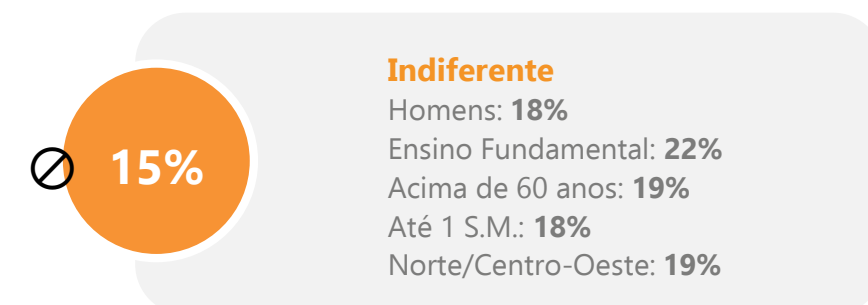
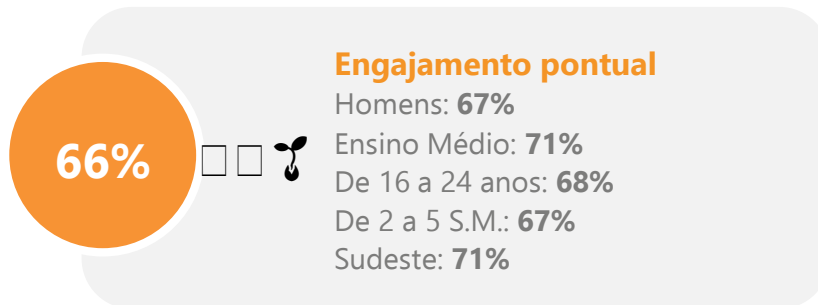
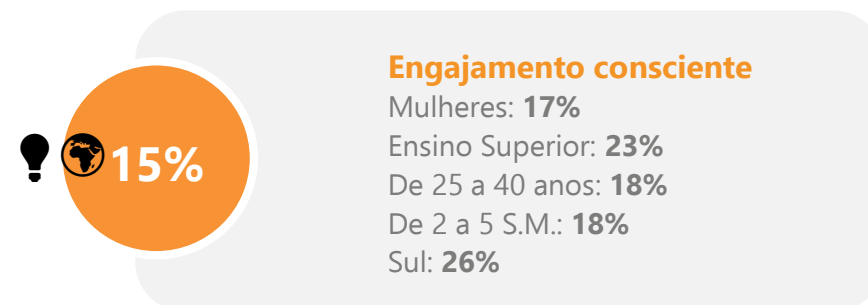
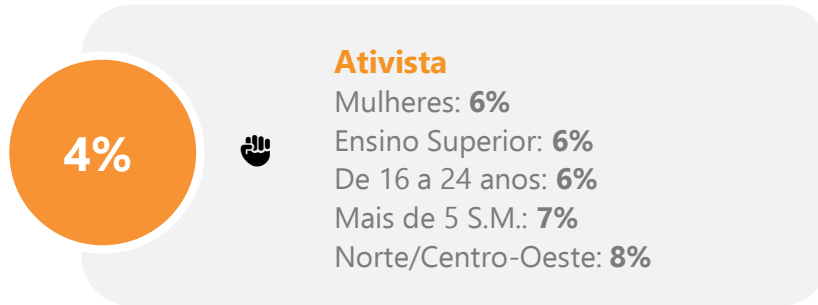
entre quem faz algo para cuidar do meio ambiente



Quais atitudes você já adota em seu dia a dia? **(ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA)**

Perfis sustentáveis: quem são?

na amostra total



Quais atitudes você já adota em seu dia a dia? **(ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA)**

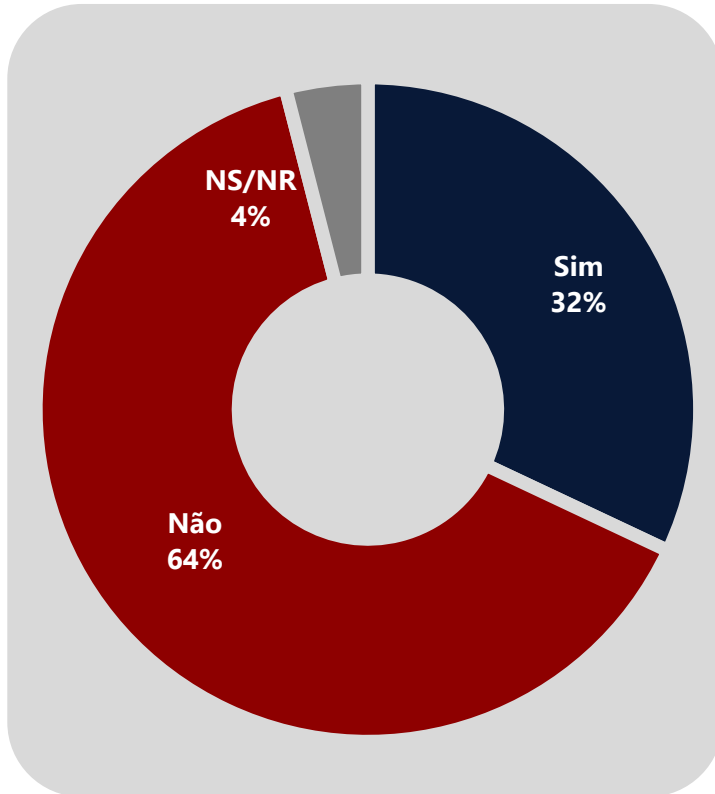


A separação do lixo se destaca como prática sustentável, contudo, a falta de estímulo governamental é percebida como obstáculo ao avanço de práticas sustentáveis.



Moradores não se sentem incentivados: para 64% da população, a comunidade não apoia a adoção de hábitos sustentáveis

na amostra total



Quem são os que dizem não?



Homens: 63% | Mulheres: 65%

De 16 a 24 anos: 65%
De 25 a 40 anos: 69%
De 41 a 59 anos: 63%
60 anos ou mais: 57%



Ensino Fundamental: 55%
Ensino Médio: 66%
Ensino Superior: 73%



Norte/Centro-Oeste: 69%
Nordeste: 66%
Sudeste: 65%
Sul: 51%

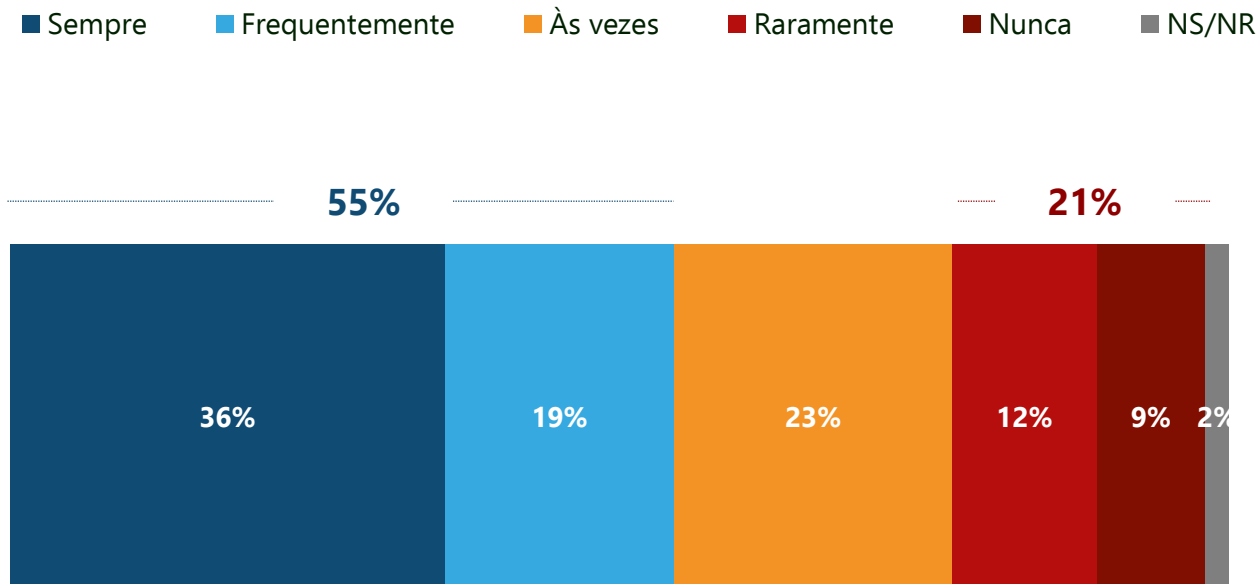
**Comunidade pouco
ativa em
Sustentabilidade:**

64% da população afirma que sua comunidade, bairro ou cidade "Não" incentiva atitudes sustentáveis entre os moradores. Apenas 32% percebem esse incentivo e 4% não souberam ou não responderam.

Você percebe que a sua comunidade, bairro ou cidade incentiva atitudes sustentáveis entre os moradores? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Opção por produtos "verdes" já é um hábito: para 55% a sustentabilidade é um critério de compra recorrente

na amostra total



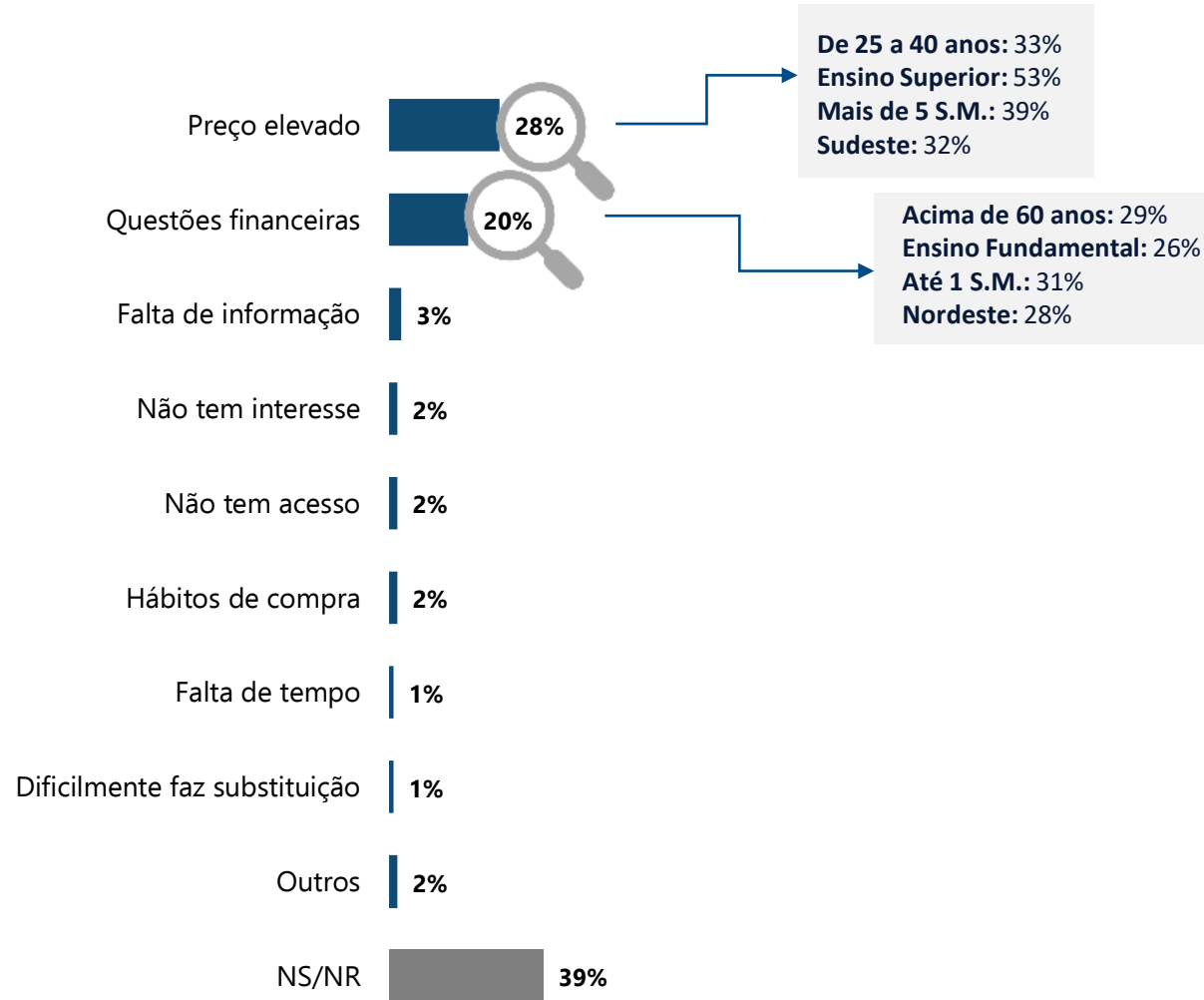
Sustentabilidade é critério para 55%:

A opção por produtos "verdes" já é um hábito estabelecido para mais da metade da população. **55%** dos entrevistados afirmam que a sustentabilidade é um critério de compra "Sempre" (**36%**) ou "Frequentemente" (**19%**). **23%** o fazem "Às vezes". Apenas **21%** optam por esses produtos "Raramente" (**12%**) ou "Nunca" (**9%**), com 2% de NS/NR.

Com que frequência você opta por comprar produtos com tecnologia mais sustentável, como eletrodomésticos econômicos, lâmpadas LED, itens recicláveis ou que consomem menos recursos? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Preço e questões financeiras são os principais obstáculos

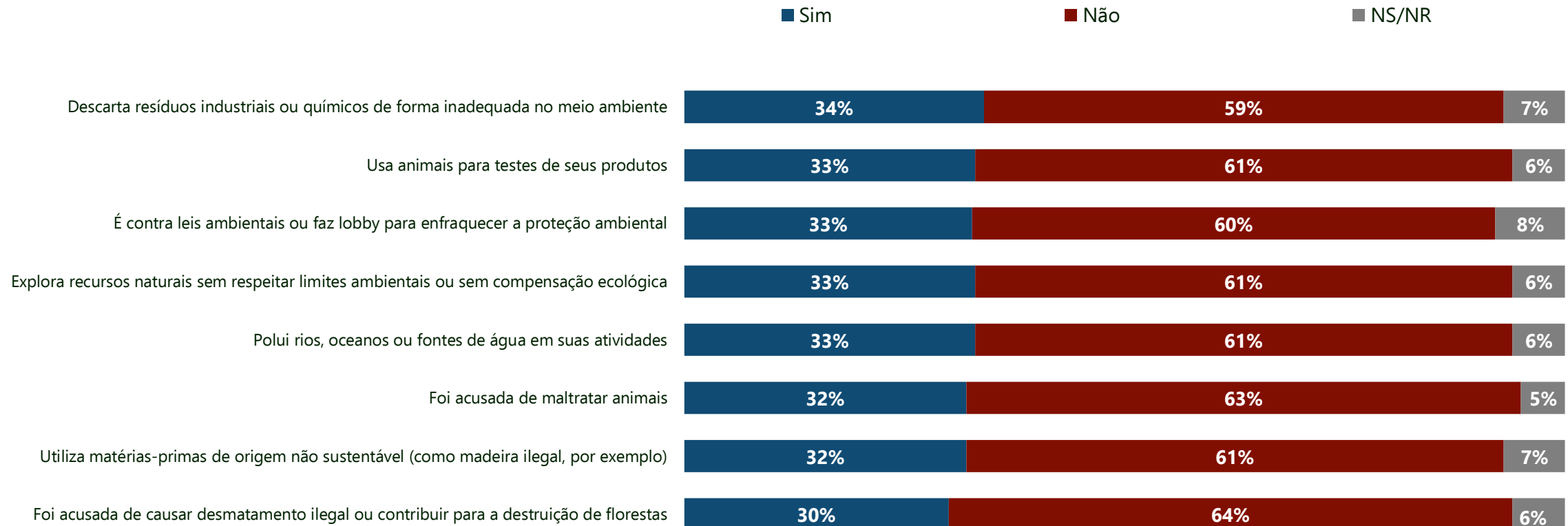
entre quem faz algo para cuidar do meio ambiente raramente ou nunca



Qual o principal motivo para você comprar raramente ou nunca comprar produtos com tecnologia mais sustentável? **(ESPONTÂNEA E ÚNICA)**

Ativismo do consumidor: causas para deixar de consumir uma marca

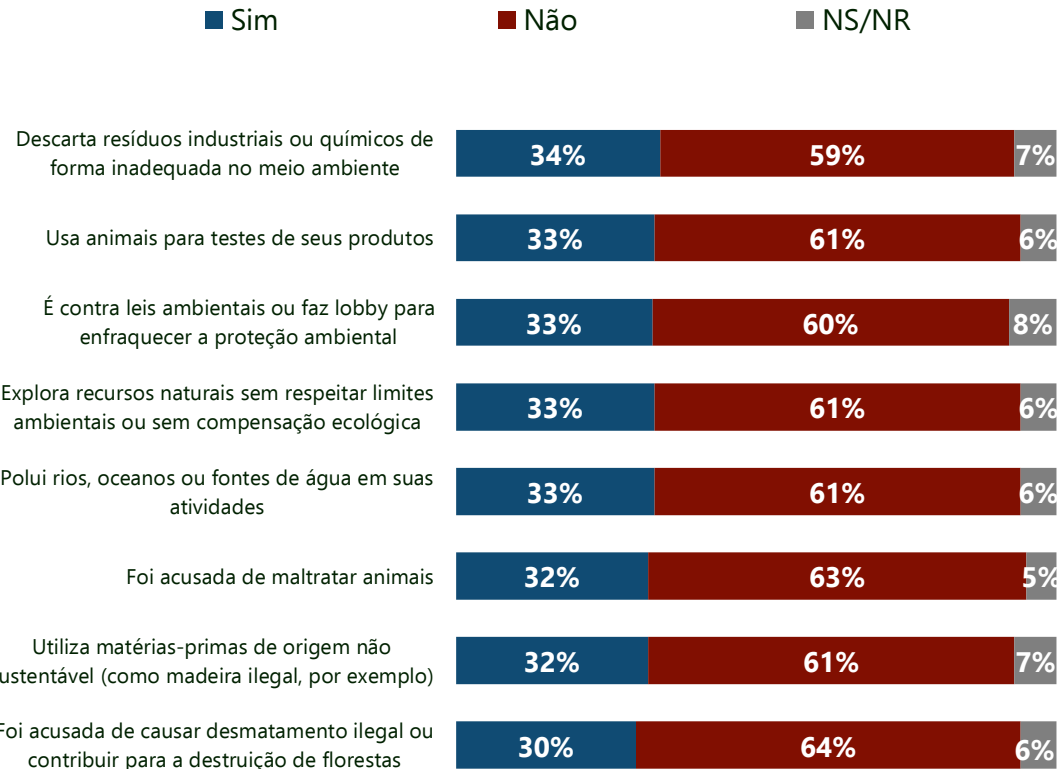
na amostra total




Cada vez mais pessoas escolhem não consumir produtos ou serviços de certas marcas por motivos ligados à sustentabilidade. Isso inclui preocupações com o meio ambiente, questões sociais ou práticas empresariais responsáveis. A seguir, vou ler algumas situações. Gostaria de saber se, em algum momento nos últimos dois anos, você deixou de consumir produtos ou serviços de alguma marca que... **(ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)**

Perfis dos consumidores: causas para deixar de consumir uma marca

na amostra total




(6 a 8 motivos)

24% 


Alto boicotador
 Mulheres: **25%**
 Ensino Superior: **27%**
 De 16 a 24 anos: **29%**
 De 2 a 5 S.M.: **30%**
 Sul: **31%**

(3 a 5 motivos)

13% 


Médio boicotador
 Homens: **15%**
 Ensino Médio: **14%**
 De 16 a 24 anos: **19%**
 De 1 a 2 S.M.: **14%**
 Nordeste: **17%**

(1 a 2 motivos)

24% 

Baixo boicotador
 Homens: **25%**
 Ensino Superior: **29%**
 Acima de 60 anos: **27%**
 De 1 a 2 S.M.: **25%**
 Norte/Centro-Oeste: **33%**

(nenhum motivo)

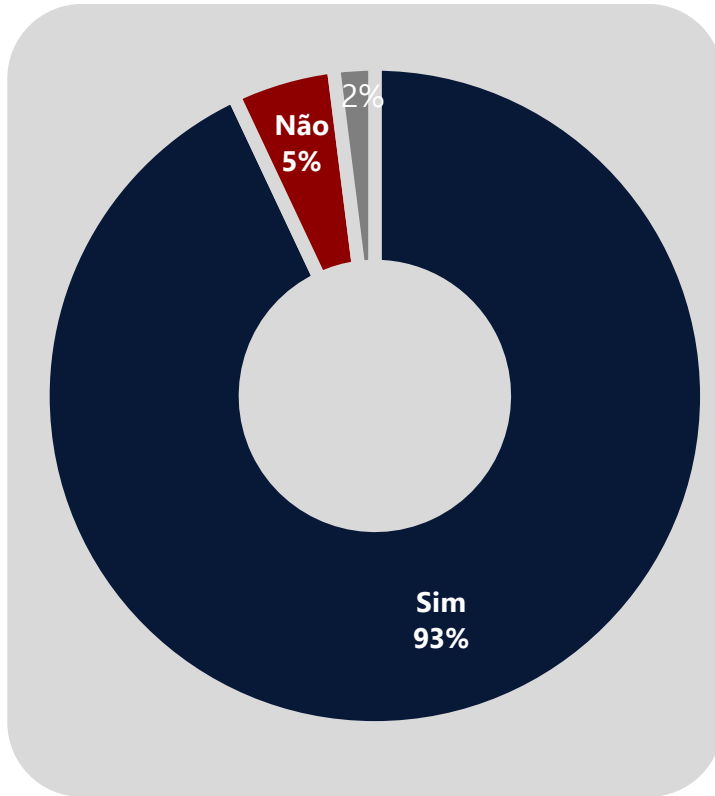
39% 

Não boicotador
 Mulheres: **40%**
 Ensino Fundamental: **44%**
 De 25 a 40 anos: **44%**
 Até 1 S.M.: **44%**
 Norte/Centro-Oeste: **41%**

Cada vez mais pessoas escolhem não consumir produtos ou serviços de certas marcas por motivos ligados à sustentabilidade. Isso inclui preocupações com o meio ambiente, questões sociais ou práticas empresariais responsáveis. A seguir, vou ler algumas situações. Gostaria de saber se, em algum momento nos últimos dois anos, você deixou de consumir produtos ou serviços de alguma marca que... **(ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)**

Alto desejo por lares mais sustentáveis: 93% gostariam de tornar a própria casa mais sustentável

na amostra total



Quem são os que dizem sim?



Homens: 93% | Mulheres: 92%

De 16 a 24 anos: 96%
De 25 a 40 anos: 94%
De 41 a 59 anos: 94%
60 anos ou mais: 87%



Ensino Fundamental: 88%
Ensino Médio: 94%
Ensino Superior: 96%



Norte/Centro-Oeste: 92%
Nordeste: 93%
Sudeste: 93%
Sul: 92%

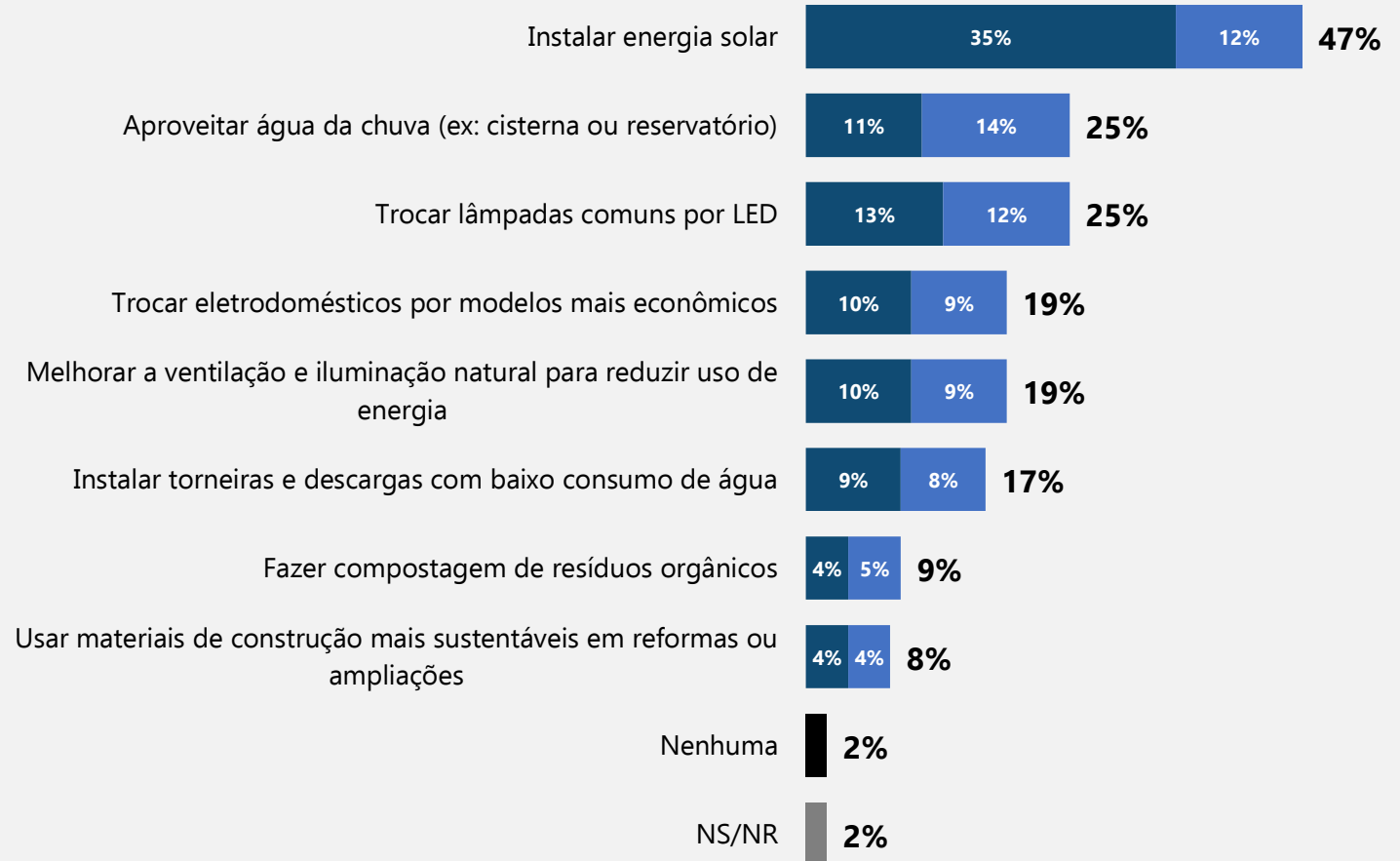
Lares Sustentáveis:
93% dos entrevistados na amostra total gostariam de tornar a própria casa mais sustentável.

Apenas 5% não manifestaram esse desejo, e uma pequena parcela não soube ou não respondeu.

Você gostaria de tornar sua casa mais sustentável? (ESTIMULADA E ÚNICA)

Instalar energia solar é a prioridade número um (em 1º ou 2º)

na amostra total



Qual mudança faria primeiro? E em segundo lugar? (ESTIMULADA E MÚLTIPLA; ATÉ 2 OPÇÕES)

Obg.;

nexus.

PESQUISA E INTELIGÊNCIA DE DADOS