

Spring Update:
Confianza y la pandemia
de COVID-19

Hallazgos en México

Edelman Trust Barometer 2020



Confianza y la pandemia de COVID-19

Metodología



Encuesta en línea realizada en 11 mercados:

Canadá, China, Francia, Alemania, India, Japón, México, Arabia Saudita, Corea del Sur, Reino Unido y Estados Unidos.

+13,200 encuestados

Todo el trabajo de campo se llevó a cabo del 15 al 23 de abril de 2020.

El trabajo de campo del Edelman Trust Barometer de enero de 2020 se realizó entre el 19 de octubre y el 18 de noviembre de 2019.

Margen de error de datos globales de 11 mercados: población general +/- 0.9 % (N=13,200); público informado +/- 3.0 % (N=1,100); público general +/- 1.0 % (N=10,741+).

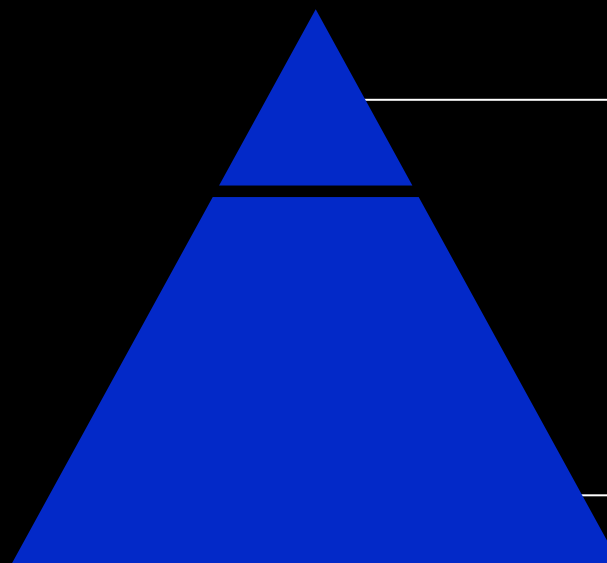
Margen de error de datos específicos de los mercados: población general +/- 2.8% (N=1,200), público informado +/- 9.8% (N=100), público general +/-2.9% a 3.7% (N=min 691, puede variar por mercado).

Población general en línea

1,200
encuestados
por mercado

Edad
+18

Todas las diapositivas
muestran datos de
la población general en
línea (a menos que se
especifique lo contrario)



Público informado

100 encuestados en cada mercado
Representan **19 %** de la población general

Deben cumplir con 4 criterios:

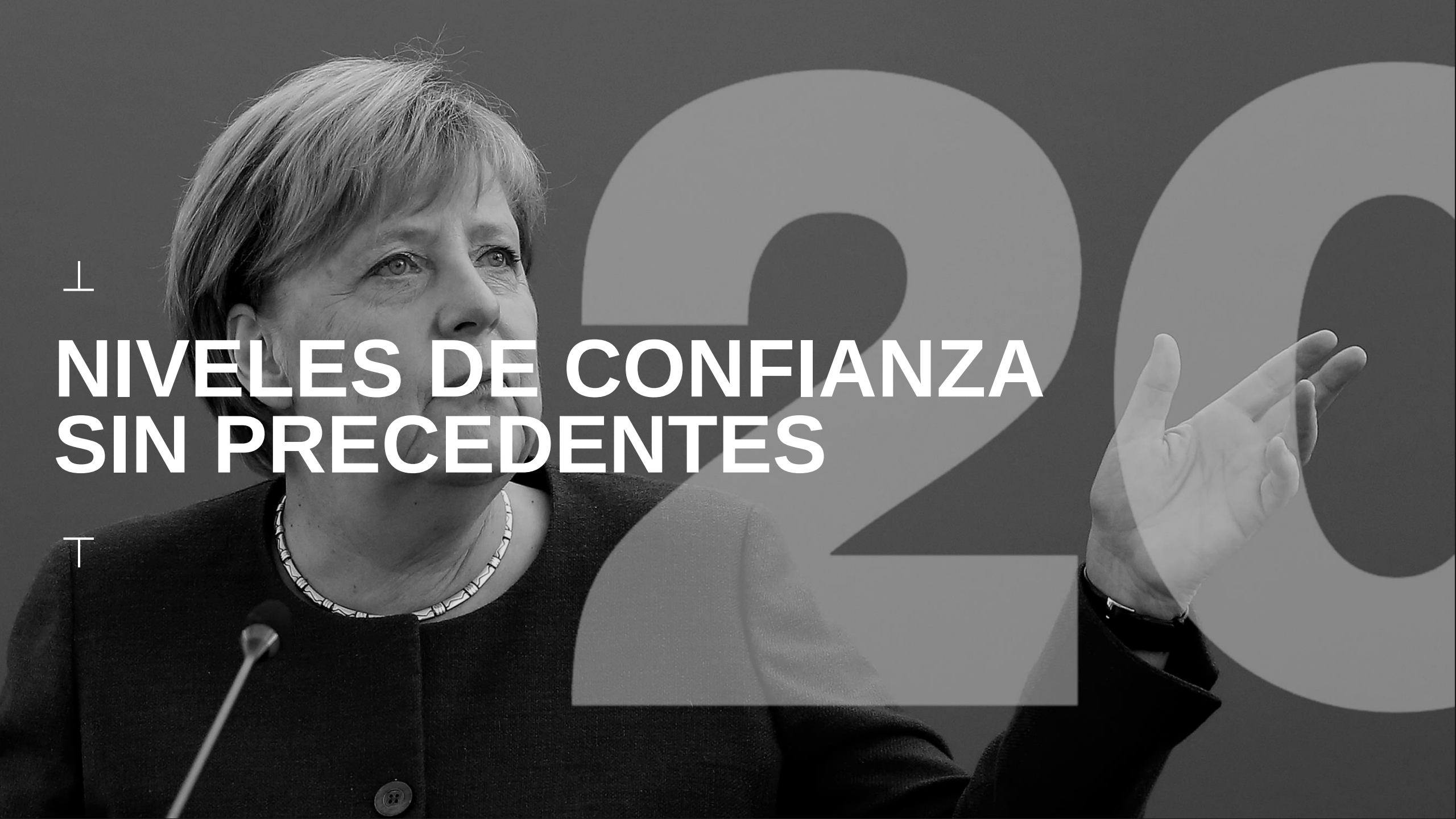
- ▶ Edad entre **25-64 años**
- ▶ Educación universitaria
- ▶ Estar en el **25 %** superior de ingresos familiares por grupo de edad en cada mercado
- ▶ Consumir noticias en medios especializados sobre negocios y políticas públicas varias veces a la semana



Público general

Población total sin incluir
al público informado

Representan **81 %** de la
población general



┐

NIVELES DE CONFIANZA SIN PRECEDENTES

└

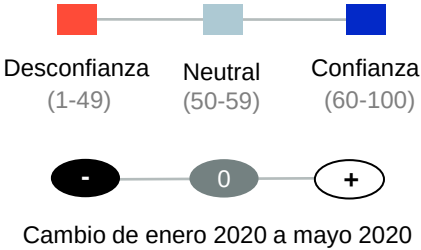
MÁXIMO HISTÓRICO DEL ÍNDICE DE CONFIANZA

Índice de confianza

El promedio de los 11 mercados subió 6 puntos; la confianza aumentó en 10 de 11 mercados

Los mercados que desconfían bajaron de 5 a 2

Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020. El Índice de Confianza es el porcentaje promedio de confianza hacia las ONG, empresas, gobiernos y los medios. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general. Promedio de los 11 mercados.



Cambio en el Índice de Confianza, enero 2020 a mayo 2020 (promedio de 10 mercados)

	Índice de Confianza	Cambio
2012	45	n/a
2013	50	+5
2014	48	-2
2015	47	-1
2016	51	+4
2017	49	-2
2018	49	0
2019	53	+4
Ene 2020	55	+2
May 2020	61	+6

PERSISTE LA DESIGUALDAD DE CONFIANZA

Índice de confianza

El público informado confía 13 puntos más que el público general

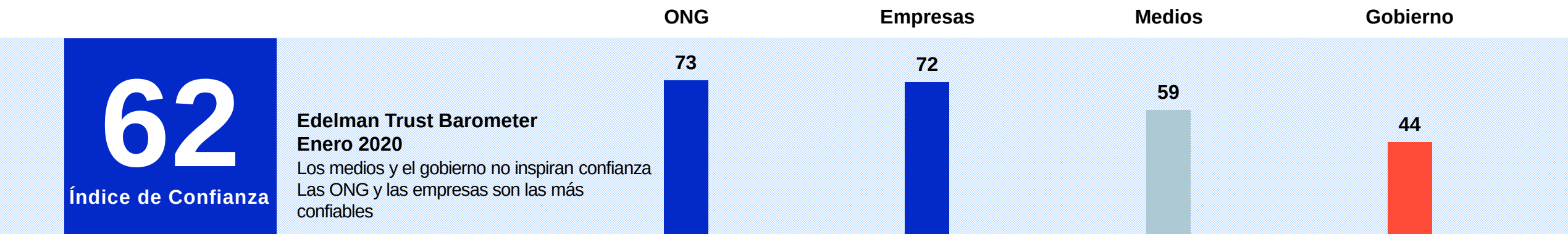
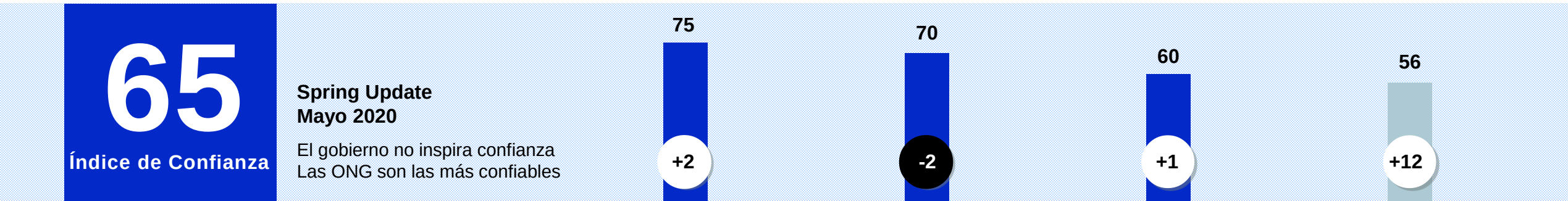
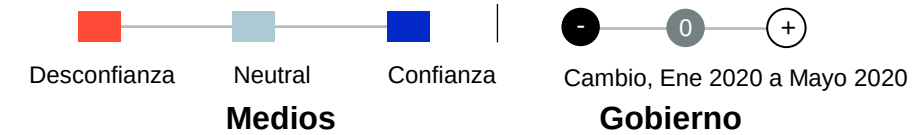
Hay una desigualdad de confianza notable en 8 de los 11 mercados encuestados

Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020. El Índice de Confianza es el porcentaje promedio de confianza hacia las ONG, empresas, gobiernos y los medios. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general. Promedio de los 11 mercados.



EL GOBIERNO CON MAYOR INCREMENTO EN CONFIANZA, AUNQUE PERMANECE REZAGADO

Porcentaje de confianza en México.



 **Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020.** El Índice de Confianza es el porcentaje promedio de confianza hacia las ONG, empresas, gobiernos y los medios. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, México.

¿AUMENTO SOSTENIBLE O BURBUJA DE CONFIANZA? LO QUE RÁPIDO SE GANA, RÁPIDO SE PIERDE

Pérdida de confianza un año después del aumento

Sin pérdida de confianza un año después

Comparación del aumento de confianza con los cambios un año después.

280 cambios en confianza medidos a lo largo de 7 años con datos de 4 instituciones y 10 mercados encuestados.

17 aumentos de confianza notables
de 2012 a 2020
(6 % tasa de incidencia)

13 de 17 experimentaron una pérdida de confianza
un año después (76 %)



Año	Mercado	Institución	Confianza ganada	Cambio, 1 año después
2016	China	Empresas	12	-3
2016	China	ONG	17	-10
2013	Francia	Empresas	10	-11
2016	Francia	Empresas	16	4
2013	Alemania	Gobierno	11	1
2013	Alemania	Medios	12	0
2013	India	Gobierno	12	-4
2013	India	Medios	10	-6
2015	India	Gobierno	17	-3
2017	India	Gobierno	10	-5
2014	Japón	Gobierno	12	-3
2016	México	Empresass	12	-9
2016	México	Medios	10	-11
2016	México	ONG	11	-3
2018	Corea del Sur	Gobierno	17	3
2013	Reino Unido	Empresas	11	-4
2013	Reino Unido	ONG	10	-1

Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de los 10 mercados. Estos resultados se obtuvieron a partir del análisis de 280 cambios registrados en la confianza hacia las 4 instituciones en los 10 mercados, con base en datos de la población general obtenidos entre 2012 y 2020.

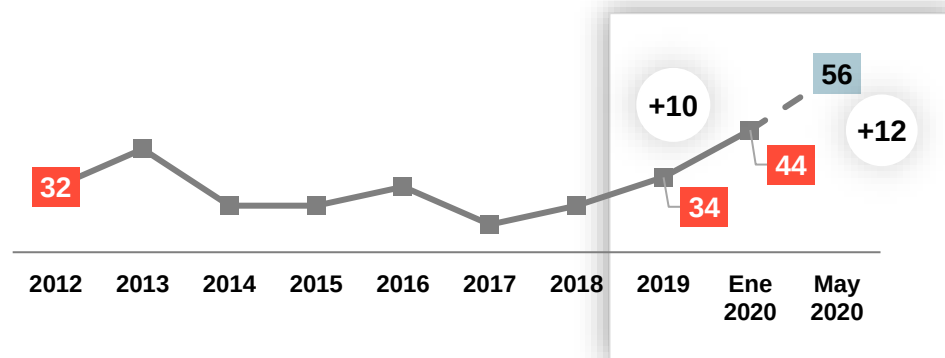
⊥
Spring Update
ETB 2020
México
⊥

¿EN MÉXICO, EN QUIÉN CONFÍAS QUE HAGA LO CORRECTO? REPUNTA NOTABLEMENTE EL GOBIERNO

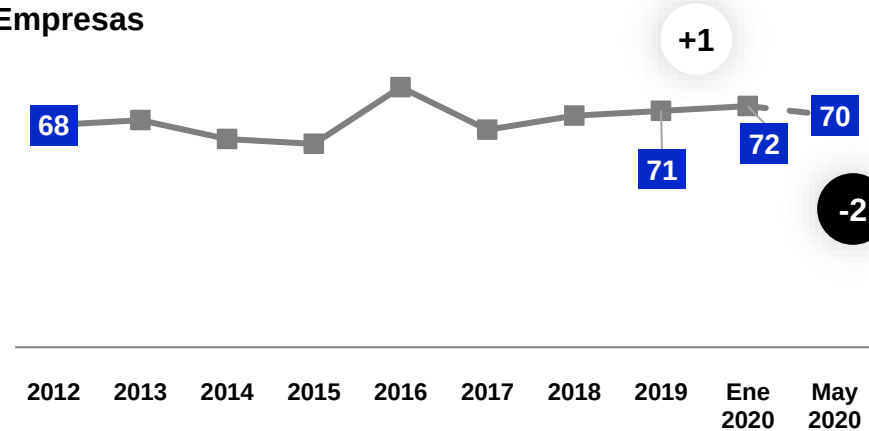
Porcentaje de confianza en México.



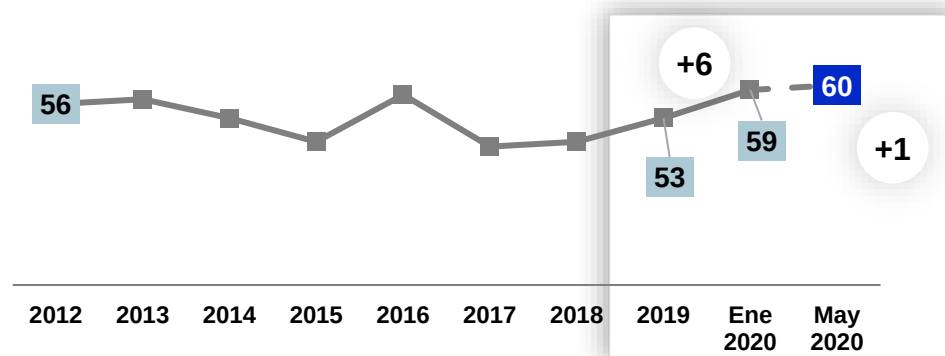
Gobierno



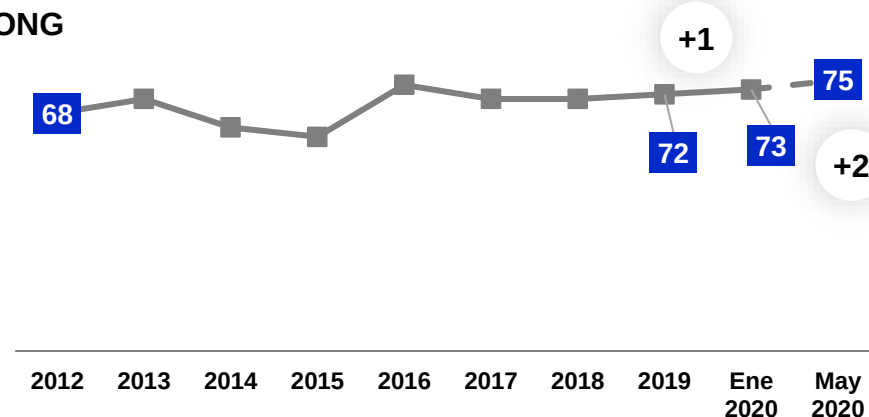
Empresas



Medios



ONG



┌

TIEMPO DE ACTUAR PARA EL GOBIERNO

└



EL GOBIERNO CON LAS MAYORES EXPECTATIVAS PARA LIDERAR LA RESPUESTA ANTE LA PANDEMIA

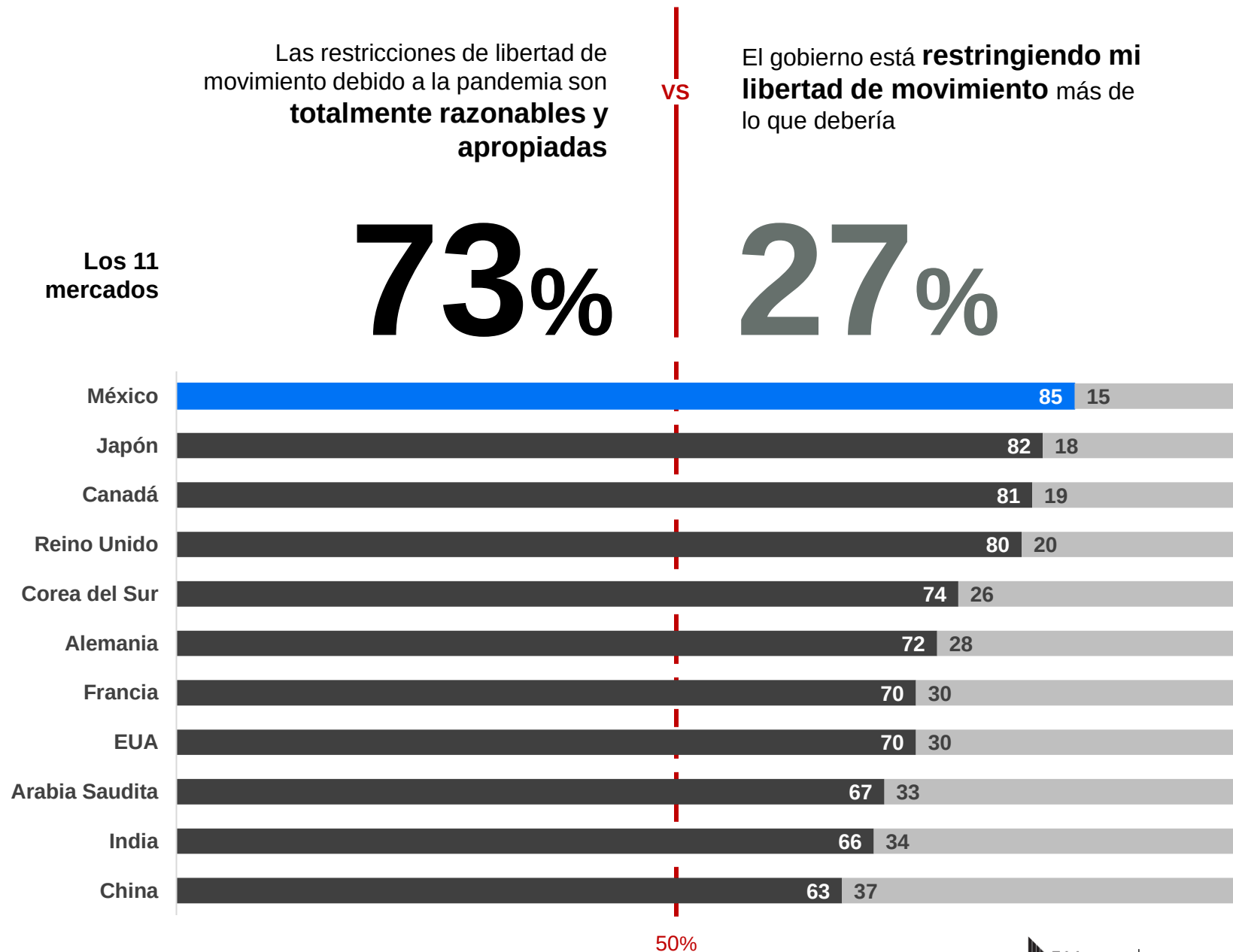
Porcentaje en México que espera que cada institución asuma el liderazgo para hacer frente a los desafíos.

Mayores expectativas en todas las áreas		Otras instituciones que se espera contribuyan desde su área					
Gobierno		Medios		Empresas		ONG	
Contener la pandemia	72	Contener la pandemia	26	Contener la pandemia	38	Contener la pandemia	37
Informar al público	72	Informar al público	73	Informar al público	24	Informar al público	29
Brindar asistencia y apoyo económico	90	Brindar asistencia y apoyo económico	15	Brindar asistencia y apoyo económico	67	Brindar asistencia y apoyo económico	38
Ayudar a las personas a lidiar con la situación	81	Ayudar a las personas a lidiar con la situación	33	Ayudar a las personas a lidiar con la situación	60	Ayudar a las personas a lidiar con la situación	52
Hacer que el país vuelva a la normalidad	84	Hacer que el país vuelva a la normalidad	32	Hacer que el país vuelva a la normalidad	46	Hacer que el país vuelva a la normalidad	31

LICENCIA PARA RESTRINGIR LA MOVILIDAD

¿Con cuál estás más de acuerdo?

Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020. GOV_CHOICE.
Abajo encontrarás una serie de afirmaciones. Elige la opción con la que
estés más de acuerdo. Población general. Promedio de los 11 mercados.

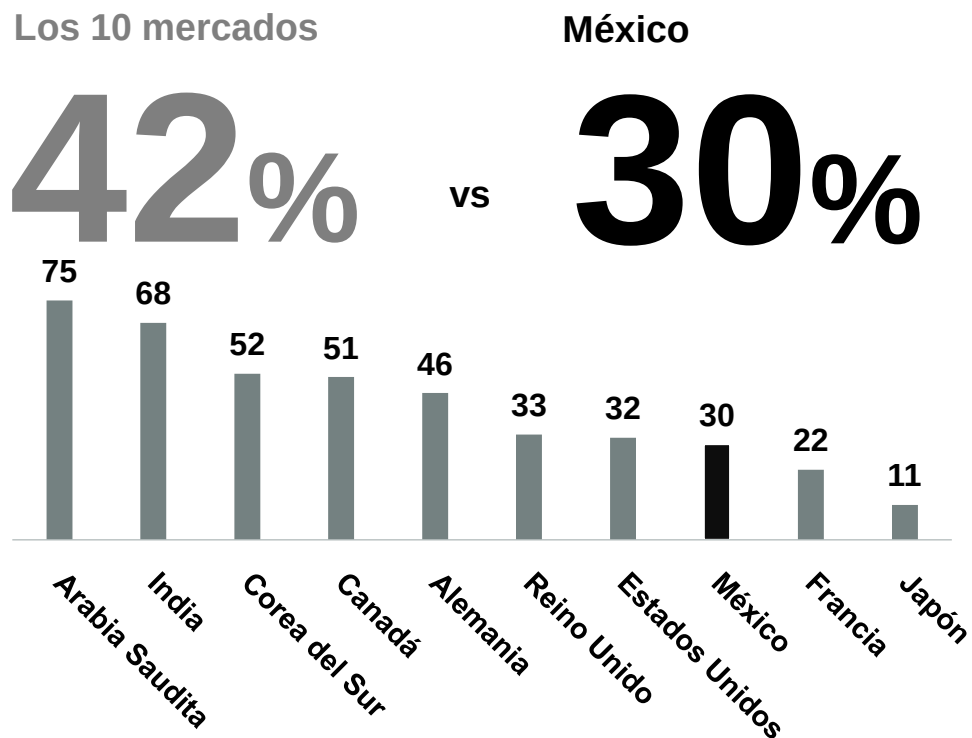


MENOS DE UN TERCIO CREE QUE EL GOBIERNO ESTÁ MANTENIÉNDOLOS A SALVO

Porcentaje en México que opina que el desempeño del gobierno o las empresas ha sido “bueno” o “muy bueno”.

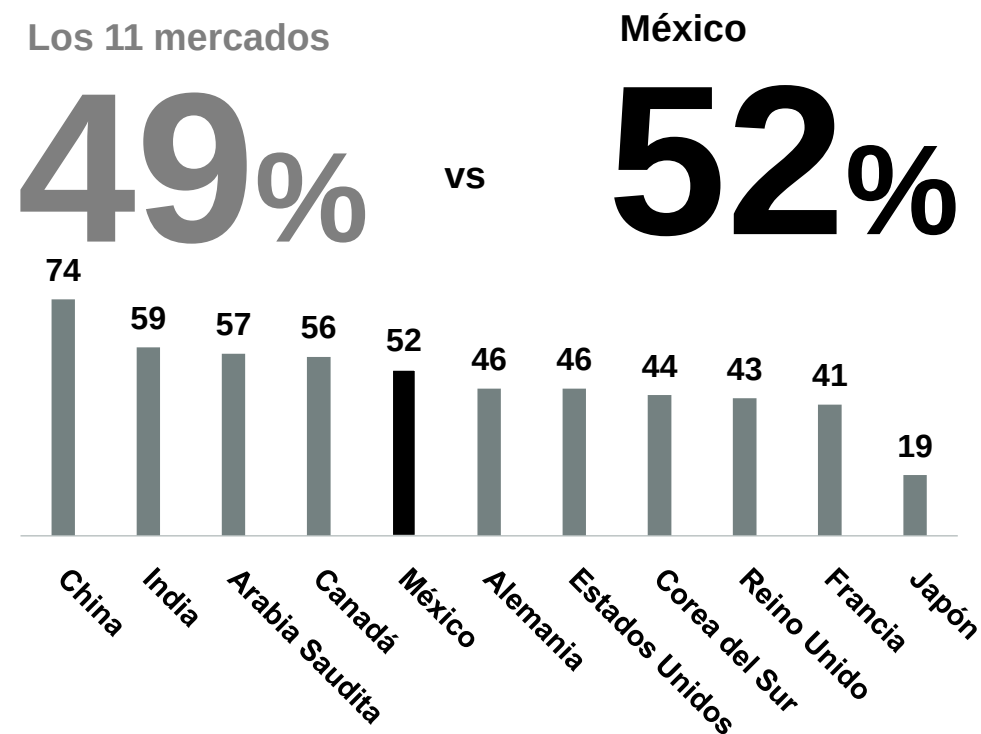
Desempeño del Gobierno

Garantiza **atención médica y tratamientos adecuados** incluso para los más pobres



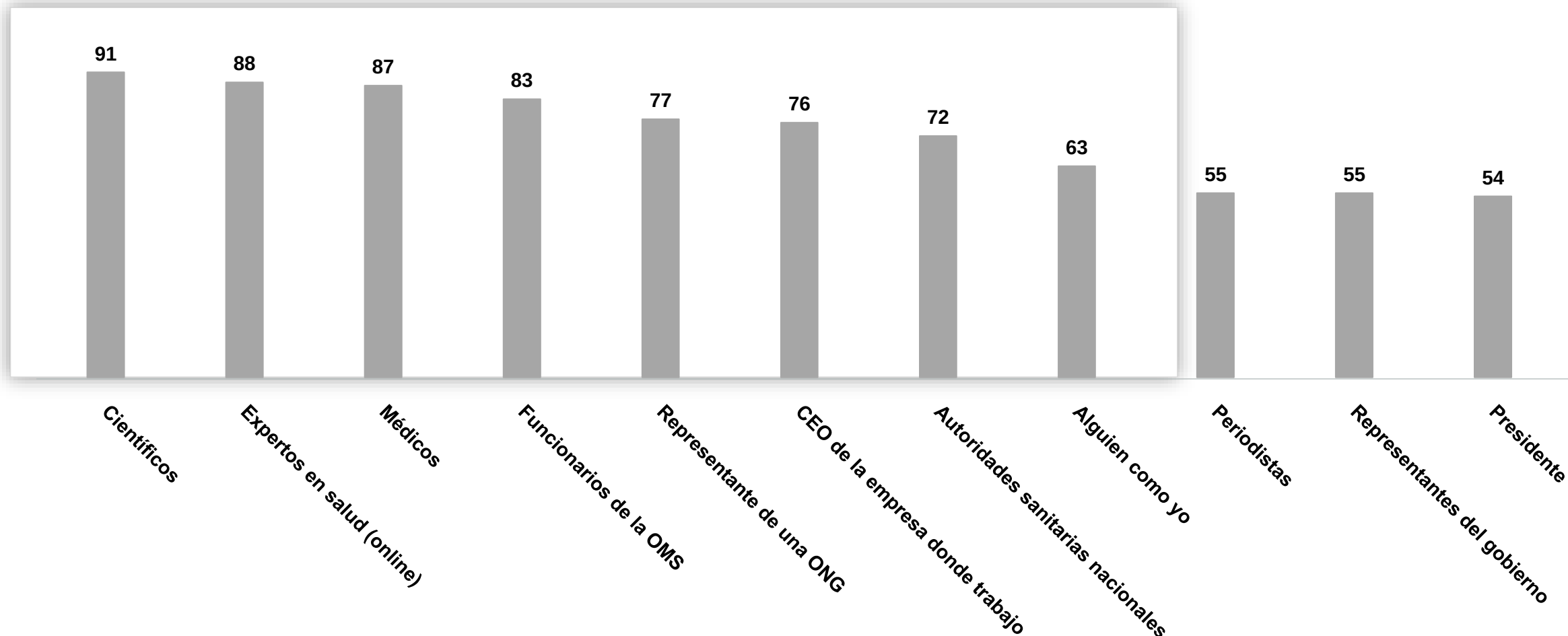
Desempeño de las Empresas

Implementa medidas de seguridad para **proteger a los empleados y clientes**



UN LLAMADO PARA LAS VOCES DE EXPERTOS

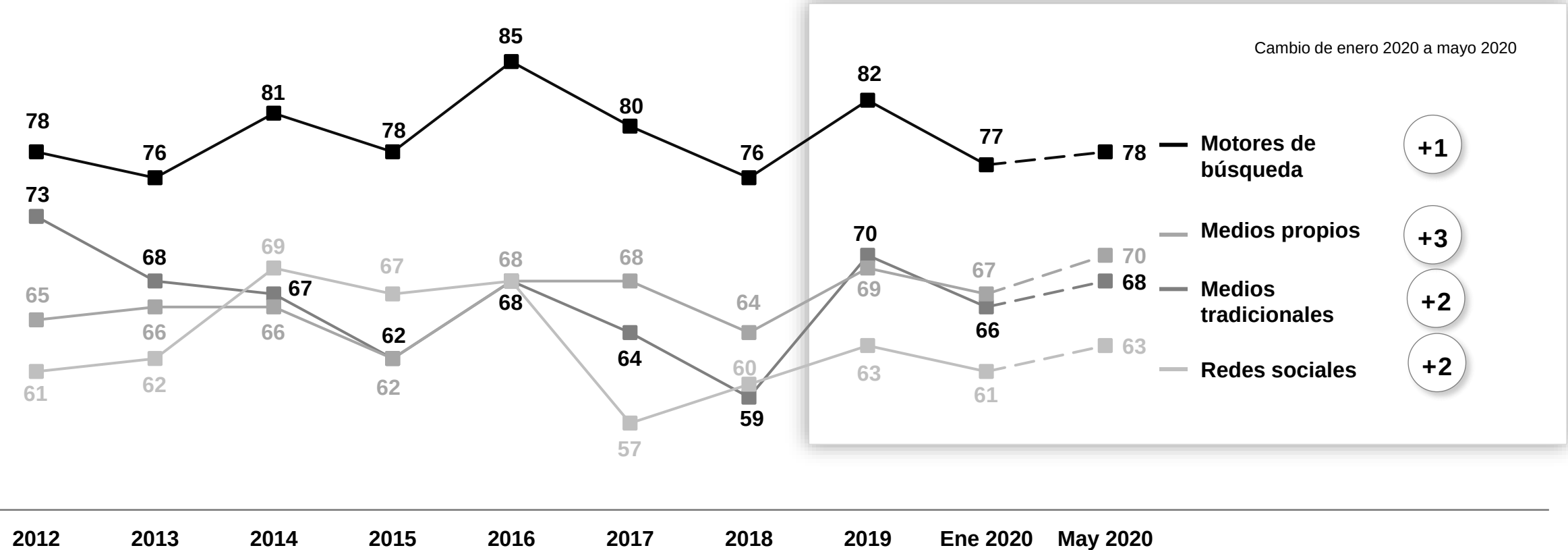
Porcentaje que confía en que las siguientes fuentes brindan información fidedigna sobre el virus.



EL PAPEL DE
LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

EN MÉXICO, LOS MOTORES DE BÚSQUEDA SON LA FUENTE MÁS CONFIABLE DE NOTICIAS E INFORMACIÓN

Porcentaje de confianza en cada fuente de información en México.



Spring Update del Edelman Trust Barometer 2020. COM_MCL. ¿Cuánto confías en cada una de las siguientes fuentes al buscar información o noticias? Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, México.

*De 2012 a 2015 se incluyó "Motores de búsqueda en línea" como un tipo de medio. En 2016 se actualizó a "Motores de búsqueda".

PREOCUPACIONES SOBRE *FAKE NEWS* SE SUMAN A LA INESTABILIDAD DEL PAÍS

Porcentaje en México que está de acuerdo.

Me preocupa que existan demasiadas ***fake news*** sobre el virus

Ha sido difícil para mí encontrar fuentes confiables de información sobre el virus y sus efectos

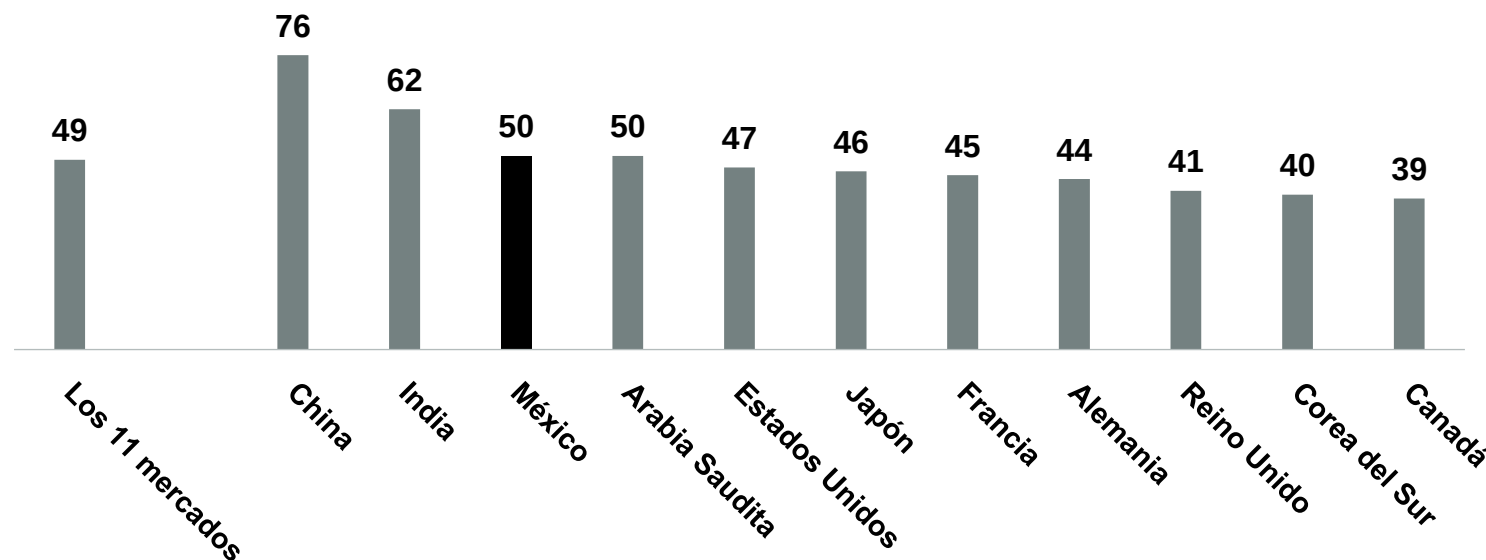
Los 11 mercados

67%

vs

México

81%



LOS MEXICANOS PIDEN QUE HAYA UNA COBERTURA IMPARCIAL DE LAS NOTICIAS SOBRE LA PANDEMIA

Porcentaje en México que considera que los medios se están desempeñando “bien” o “muy bien”.

Realizan investigaciones que **explican a detalle el panorama completo de la pandemia** y sus efectos a largo plazo en la economía o en la vida de las personas

⊥

41%

lo está haciendo “bien” o “muy bien”

Son imparciales y evitan **cualquier tipo de sesgo ideológico o político** en sus noticias y en la información que brindan sobre la pandemia

⊥

35%

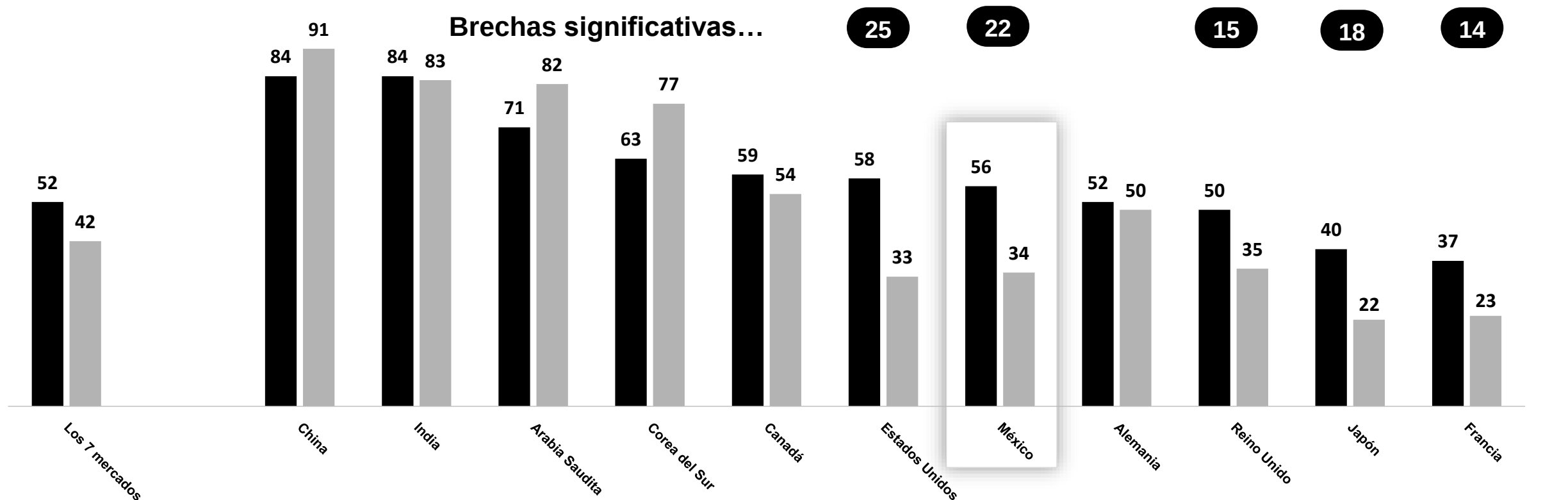
lo está haciendo “bien” o “muy bien”

⌊
**EL MOMENTO DE
LA VERDAD PARA
LAS EMPRESAS**
└

LOS EMPLEADORES EN MÉXICO SE PERCIBEN COMO MEJOR PREPARADOS QUE EL PAÍS

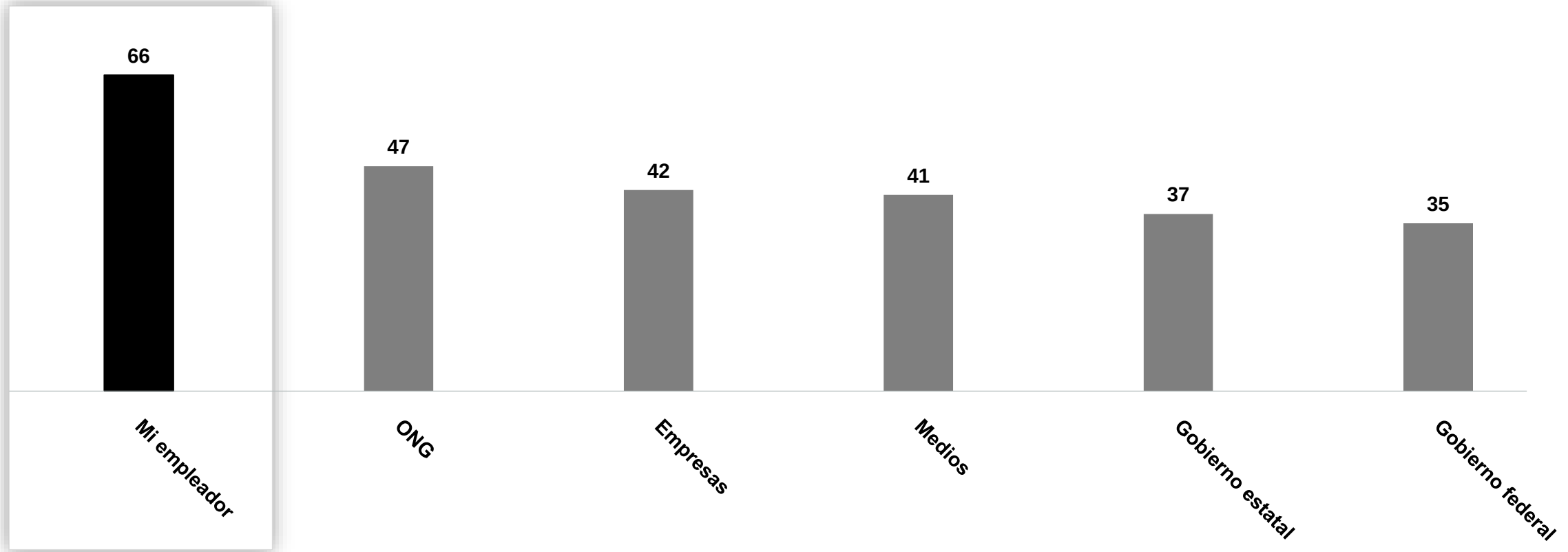
Porcentaje que está de acuerdo.

■ Mi empleador está bien preparado para la pandemia
 ■ Mi país está bien preparado para la pandemia



“MI EMPLEADOR” EN MÉXICO ESTÁ CUMPLIENDO LAS EXPECTATIVAS

Porcentaje que considera que se están cumpliendo las expectativas de cómo deberían de responder en esta crisis.



SE ESPERA QUE LOS CEO LIDEREN EN MÉXICO

Porcentaje que está de acuerdo.

Los CEO deben mostrar su liderazgo para hacer frente a la **pandemia** en lugar de esperar que el gobierno imponga restricciones y exigencias a sus negocios



Los 11 mercados

65%

vs

México

71%



└

HACIA UNA NUEVA NORMALIDAD

└

PARA INCREMENTAR LA CONFIANZA, LAS EMPRESAS DEBEN ENFOCARSE EN SOLUCIONES, NO EN VENDER

Porcentaje en México que indica que las siguientes acciones mantendrán o aumentarán la confianza en las empresas. ■ Se mantiene ■ Aumenta

Donaciones de equipo médico
a hospitales, centros de salud y educadores



Colaborar con la competencia
para tener respuestas efectivas frente a la pandemia



Redefinir el propósito y los objetivos de la compañía
centrándose en la misión de combatir la pandemia



Cambiar de giro y hacer productos
como cubrebocas, respiradores, desinfectante y otros artículos que escasean debido a la pandemia



Llamado urgente a las empresas para que se enfoquen en soluciones, no en ventas

LAS EMPRESAS DEBEN ALIARSE CON LAS AUTORIDADES PARA REINICIAR ACTIVIDADES DE MANERA RESPONSABLE

Porcentaje en México que cree que cada una de las siguientes figuras debe tomar el liderazgo en las decisiones para reiniciar actividades.



¿Qué postura describe mejor lo que esperas que hagan los CEO frente a la pandemia?

Los CEO deben de ser **precavidos** al reiniciar **operaciones**, incluso si esto significa tener que esperar hasta que el virus esté bajo control

vs

Los CEO deben ser **agresivos** al reiniciar operaciones, incluso si esto implica que la gente vuelva al trabajo antes de lo recomendado por las autoridades de salud

84%

16%

EL MOMENTO DE LA VERDAD

1.

Todas las instituciones deben realizar acciones tangibles para conservar la confianza a largo plazo.

2.

Las empresas y el gobierno deben colaborar para encontrar soluciones.

3.

Los medios de comunicación deben mostrar su compromiso con el periodismo científico e imparcial.

4.

Los CEO deben mostrar liderazgo público y cumplir con las expectativas.

5.

El regreso al trabajo pondrá a prueba la confianza.