

Los mexicanos se mantienen optimistas pese a la crisis sanitaria: la mayoría de los sectores recuperan sus niveles de confianza pre-pandemia

- El 81% de los encuestados está de acuerdo en que la pandemia de Covid-19 dará lugar a valiosas innovaciones y cambios que mejorarán la forma en la que vivimos, trabajamos y nos tratamos unos a otros
- 9 de los 15 sectores evaluados recuperaron sus niveles de confianza pre-pandemia, por encima o igual que antes del inicio del Covid-19; el sector salud (67%) y el automotriz (69%) presentan la mayor brecha en niveles de confianza en comparación con la pre-pandemia
- Las consecuencias más graves de la pandemia por Covid-19 para los mexicanos son el atraso en la educación (65%), la pérdida de trabajo (63%) y los problemas financieros (62%)

Ciudad de México, 17 de agosto de 2021 — La larga crisis ocasionada por la pandemia por Covid-19 ha impactado la vida y las expectativas de las personas alrededor del mundo. Al inicio de la pandemia, las personas apostaron en sus gobiernos para responder y atender los embates del coronavirus, sin embargo, dicho voto de confianza rápidamente se deterioró con el aumento en los números de casos, muertes y pérdidas de empleos.

En la actualización más reciente para México del **Edelman Trust Barometer 2021: *Un Mundo en Shock*** se confirma este cambio en las tendencias de confianza: las instituciones ‘mi empleador’ (83%) y las empresas (73%) son percibidas como las más confiables en México, lo que amplía su liderazgo y mandato, por encima del nivel de confianza en las organizaciones no gubernamentales (69%), los medios de comunicación (57%) y el gobierno (44%).

Un Mundo en Shock da cuenta del comienzo de una tendencia de grandes expectativas de la sociedad en las empresas y sus líderes, lo cual podría convertirse en una fórmula insostenible a largo plazo si no se crean sinergias entre todas las instituciones, incluidos los gobiernos, los medios y la sociedad civil. El reporte especial para México de ***Un Mundo en Shock***, presenta los resultados de la encuesta realizada entre abril y mayo 2021 en México, y nos da una perspectiva sobre las percepciones, temores y expectativas de los mexicanos tras más de un año de pandemia.

La confianza en el sector privado crece

La confianza se recuperó en casi todos los sectores económicos analizados. Esto es una buena noticia especialmente para 9 de los 15 sectores que remontaron sus niveles de confianza tras el primer año de pandemia. Los sectores de tecnología (85%), entretenimiento (82%) y alimentos y bebidas (81%) se posicionaron como los que generan mayor confianza y alcanzaron niveles iguales o más altos que los que obtuvieron en la medición hecha a finales de 2019. El sector automotriz (69%) y el de la salud (67%) mostraron la brecha de confianza más grande registrada desde la última medición pre-pandemia.

Además, el líder de la empresa en donde trabajo, ‘mi empleador’, se convirtió en la institución que genera mayor confianza en los mexicanos, por encima de las empresas, las ONG, los medios de comunicación y el gobierno en México. La desconfianza en el gobierno no es un fenómeno único para nuestro país, se pudo observar esta tendencia en 10 de los 14 mercados encuestados en esta actualización. Solo Brasil (37%), Japón (36%) y Sudáfrica (26%) superan los niveles de desconfianza en el gobierno reportados para México (44%).

Grandes expectativas para las empresas

Las expectativas para las empresas se han disparado ante las presiones económicas, sociales y ambientales que se vieron exacerbadas por la pandemia. En México, el 68% opina que nuestro país no podrá superar los desafíos actuales sin la ayuda de las empresas. Además, las empresas son la segunda institución en la que más confían los mexicanos para liderar al mundo hacia un mejor futuro (24%), solo por debajo de los organismos multilaterales (31%) y muy por encima del gobierno (9%).



México es el país con el porcentaje más alto de personas que creen que los CEO no están lo suficientemente involucrados en temas sociales. Al respecto, la mayoría de los encuestados opinó que las personas en posiciones de liderazgo empresarial deberían de darle mayor prioridad a alcanzar la igualdad salarial entre géneros y grupos étnicos (56%) y reducir la huella de carbono (50%), mientras que más de un tercio de los mexicanos consideran que los CEO deberían de garantizar que su compañía sea confiable (48%) y pague lo justo en impuestos (40%).

"La confianza es el activo más valioso de las instituciones, ya que les da licencia para actuar, liderar y tener éxito", señaló Mariana Sanz, directora general de Edelman México y CEO de Edelman Latinoamérica. "Los resultados de nuestro reporte especial 2021, **Un Mundo en Shock**, abren paso a que los CEO y las empresas tomen un papel más activo y vocal con respecto a los desafíos sociales. Los mexicanos han depositado sus expectativas en el sector privado como actores clave en el ecosistema nacional e internacional. Las iniciativas responsables, confiables y certeras les permitirán a las empresas posicionarse como agentes del cambio".

Infodemia: la crisis de información continúa

Los niveles de confianza en fuentes informativas en México registraron una caída sin precedentes, ya que 70% de las personas encuestadas creen que nos encontramos en medio de una crisis de información. Los porcentajes de confianza en fuentes de noticias e información presentaron pérdidas. Los buscadores (69%) continúan siendo el medio más confiable en comparación con los medios tradicionales (58%) y las redes sociales (45%), mientras que los medios propios (64%) se mantuvieron sin cambios desde la última medición.

La desinformación sigue siendo un tema que preocupa. Menos de la mitad de los encuestados considera que los medios tradicionales (33%), las redes sociales (39%) o los motores de búsqueda (43%) están haciendo un buen trabajo para reducir la información engañosa o las *fake news* en México.

Optimismo pese a la crisis sanitaria

El 68% de los encuestados continúan con una mentalidad de pandemia, es decir, dicen sentir que la pandemia por COVID-19 aún no ha terminado, y casi 8 de cada 10 mexicanos temen que haya otra pandemia. Entre los impactos negativos de la crisis sanitaria, las peores consecuencias percibidas incluyen que la gente joven se atrase en su educación (65%), la pérdida de trabajos que no volverán (63%), la pérdida de hogares y ruina financiera de las familias (62%), el aumento de problemas de salud mental (59%) y el empeoramiento de las disparidades económicas en el país (51%).

No obstante, el reporte revela que, a pesar de los desafíos por la pandemia, los mexicanos se mantienen optimistas y esperan que surjan innovaciones y nuevas formas de trabajo. Los mexicanos consideran que como resultado de la crisis habrá una mejor preparación para futuras pandemias (67%), mejoras en nuestro sistema de salud (64%), innovaciones en nuestra forma de trabajar (48%), desarrollo tecnológico (40%) y mejor atención al cambio climático (38%).

Acerca de Edelman

Edelman es una agencia global de comunicación que trabaja con empresas y organizaciones para hacer evolucionar, promover y proteger sus marcas y reputación. Nuestros 6,000 profesionales en más de 60 oficinas en todo el mundo desarrollan estrategias de comunicación para que nuestros clientes puedan liderar, actuar con convicción y conquistar la confianza de sus públicos. Nuestro trabajo ha sido reconocido con diversos premios internacionales como el Grand Prix de RP del festival Cannes Lions; la A-List de Advertising Age; el reconocimiento a la Mejor Agencia del Año por parte de Holmes Report; y cinco años consecutivos en la lista de Mejores Lugares para Trabajar según Glassdoor. Desde nuestra fundación en 1952, nos hemos mantenido como una empresa familiar e independiente. Edelman integra compañías de alta especialidad como Edelman Data & Intelligence (DxI) y United Entertainment Group (entretenimiento, deportes y estilo de vida). Para más información, visite: www.edelman.lat.