



Edelman Trust Barometer 2023: mexicanos identifican a las empresas y a las organizaciones no gubernamentales como las únicas instituciones éticas y competentes en el país

- La tendencia continúa: las empresas (71%) se mantienen como la institución más confiable para los mexicanos, mientras que el gobierno (47%) aparece en terrenos de desconfianza.
- El optimismo económico sufre un colapso a nivel global: en México cae de 68% a 55% durante el último año.

Ciudad de México, febrero, 2023 – El Edelman Trust Barometer 2023, estudio anual que mide la confianza en las instituciones: empresas, gobiernos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y medios de comunicación, en 28 países, reveló en su edición para México que las empresas se mantienen como la entidad más confiable en el país (71%), seguidas por las ONG (68%); por su parte, los medios de comunicación permanecen en niveles neutrales de confianza (56%), mientras el gobierno continúa siendo la única institución en terrenos de desconfianza (47%).

De acuerdo con los resultados de la edición número 23 del estudio global de Edelman, las empresas y las ONG son vistas como las únicas instituciones competentes y éticas para los mexicanos. Las empresas tienen una ventaja de 66 puntos sobre el gobierno en términos de competencia y están 39 puntos por delante de este en cuanto a ética. En los últimos tres años, incluso durante la pandemia, la percepción ética sobre las empresas creció en México 12 puntos. La puntuación de ética se califica de acuerdo con la forma en que los encuestados perciben estas instituciones en cuatro dimensiones: si son agentes efectivos de cambio positivo; si se muestran honestas y justas; si tienen una visión de futuro compartida con los encuestados, y si sus intereses obedecen a los de todas las personas de manera justa y equitativa.

El optimismo económico, definido por el estudio como el porcentaje de personas que confían en que ellos y sus familias estarán mejor en cinco años, ha sufrido un colapso desde el año pasado a nivel global, cayendo de 50% a 40%. En 24 de los 28 países encuestados los puntajes descendieron a mínimos históricos: México pasó de 68% a 55% en el último año.

Esto ocurrió a la par de una preexistente división de clases a nivel global. En 21 de los 28 países encuestados se identificó una brecha de confianza de doble dígito asociada a los ingresos: las personas que reportan ingresos altos confían más, en promedio, en las instituciones sociales, que las personas con ingresos bajos. Para México, la brecha no es tan profunda (8 puntos): 64% de los mexicanos encuestados con ingresos altos reportaron, en promedio, que confían en las ONG, las empresas, el gobierno y los medios, mientras que el 56% de las personas encuestadas de ingresos bajos reportaron niveles neutrales de confianza en dichas instituciones.

“A medida que las empresas se perciben como instituciones más éticas, año tras año, vemos que las expectativas de los mexicanos hacia los CEO crecen, esperando que tomen acción ante problemáticas sociales urgentes como el cambio climático y la discriminación; por eso es crucial que las empresas y sus líderes se conviertan en una fuente de información confiable, que colaboren con otras instituciones para brindar soluciones que contribuyan a restaurar el optimismo económico y a proteger a la sociedad de la

polarización”, afirmó Mariana Sanz, CEO de Edelman América Latina, en el marco de la presentación para México Edelman Trust Barometer 2023.

México, de acuerdo con el Edelman Trust Barometer 2023, se considera un país en peligro de polarización. El análisis global encontró que los principales catalizadores de la polarización incluyen: la desconfianza en el gobierno, la falta de identidad compartida, la injusticia sistémica, el pesimismo económico, los temores sociales y la falta de confianza en los medios de comunicación. Casi la mitad de los mexicanos encuestados (49%) afirman que su país está más dividido hoy que en el pasado. Además, el 70% estuvo de acuerdo con que hoy: “la falta de civismo y respeto mutuo es la peor que he visto”, y 65% estuvo de acuerdo en declarar que: “el tejido social que alguna vez mantuvo unido a este país se ha vuelto demasiado débil para servir como base para la unidad y tener un propósito común”.

Para las empresas, como la institución más confiable en México, y para sus líderes, existen expectativas crecientes, pero también existe la oportunidad de aprovechar su ventaja comparativa para informar el debate y colaborar en la construcción de soluciones a los temas que más preocupan a los mexicanos, como: el desempleo (92%), el cambio climático (82%) y la inflación (81%). De acuerdo con el Edelman Trust Barometer 2023, para lograr mejorar el optimismo económico en México los encuestados esperan que los CEO inviertan en: compensaciones más justas (86%), capacitaciones para la fuerza laboral (85%) y en garantizar que sus comunidades sean seguras y prósperas (81%).

Para navegar un mundo cada vez más polarizado, se espera que las empresas actúen defendiendo la calidad de la información: el 71% de los mexicanos encuestados creen que los CEO deberían defender la veracidad de la información y de los datos, así como exponer aquellas aseveraciones científicas cuestionables utilizadas para justificar malas políticas sociales; y el 76%, en promedio, dice que las empresas pueden ayudar a aumentar la civilidad y fortalecer el tejido social apoyando a las instituciones que generen consensos y promuevan la cooperación.

"En un contexto en el que las divisiones de clase son cada vez más profundas a nivel mundial y el tejido social se debilita, hay noticias alentadoras para las marcas: el 68% de las personas encuestadas a nivel global y el 77% en México quieren que estas usen sus plataformas para crear una identidad compartida. Las marcas desempeñan un papel importante para enfatizar los intereses comunes, y en un mundo cada vez más polarizado, tienen la capacidad de unirnos y acercarnos", dijo Matthew Harrington, Presidente y Director de Operaciones Global de Edelman, quien presentó los resultados del Edelman Trust Barometer 2023 para México el martes, 28 de febrero durante la inauguración de las nuevas oficinas de Edelman en la Ciudad de México.

Otros resultados clave del Edelman Trust Barometer 2023 para México incluyen:

- Los miedos económicos personales, como la pérdida del trabajo (92%) y la inflación (81%), están a la par de los miedos sociales, como el cambio climático (82%), la guerra nuclear (77%), la escasez de alimentos (77%) y la escasez de energía (72%).
- En 16 de los 28 países encuestados se desconfía del gobierno, incluyendo a México (47%), Brasil (40%), Colombia (40%) y Argentina (20%). Se desconfía de los medios en 15 de 28 países, incluidos Brasil (46%), Argentina (38%) y Colombia (38%).
- Entre los empleados encuestados, 'La empresa en la que trabajo' es la institución de mayor confianza en México (82%) y goza de confianza en todos los países encuestados, excepto en Corea del Sur (54%).

- Los líderes gubernamentales (35%), los periodistas (49%) y los CEO (55%) son los líderes institucionales menos confiables. Los científicos (81%), mis compañeros de trabajo (78% - entre los encuestados que son empleados) y mi director ejecutivo (69%- entre los encuestados que son empleados) son las voces más confiables en la sociedad.
- La tecnología (83%) se mantiene como el sector más confiable, seguido por la industria del entretenimiento (77%), alimentos y bebidas (76%) y hoteles y hospitalidad (75%). Las redes sociales (53%) continúan siendo el medio menos confiable.

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 reconocimiento a la Mejor Agencia del Año por parte de PRovoke's Global (2022); el Grand Prix de RP del festival Cannes Lions (2016) y el León de Cannes por entretenimiento para el deporte (2021); un León de Cannes a los Objetivos de Desarrollo Sustentable (2022); León de Cannes a la Agencia independiente del año en el sector de entretenimiento (2021); León de Cannes a la Agencia co-independiente del año por Good Track (2022); y la A-List de Advertising Age 2019. Desde nuestra fundación en 1952, nos hemos mantenido como una empresa familiar e independiente. Edelman integra compañías de alta especialidad como Edelman Data x Intelligence (DxI, datos e investigación) Edelman Smithfield (comunicación financiera), Edelman Global Advisory (asesoría) y United Entertainment Group (entretenimiento, deportes y estilo de vida).

Acerca del Edelman Trust Barometer

El *Edelman Trust Barometer 2023* es la vigésima tercera edición de la encuesta anual de confianza y credibilidad de la empresa. La investigación fue realizada por el Edelman Trust Institute y consistió en entrevistas en línea de 30 minutos llevadas a cabo entre el 1.º y el 28 de noviembre de 2022. La encuesta en línea Edelman Trust Barometer de 2023 incluyó a más de 32,000 encuestados en 28 países.

Publicado cada enero, el reporte cubre una variedad de pertinentes e importantes indicadores sociales de confianza en las empresas, los medios, el gobierno y las ONG, dando forma a la conversación y estableciendo la agenda para el próximo año. Para más información visita:

<https://www.edelman.com/trust-barometer>

Para más información contactar a

Jorge Díaz

Jorge.Diaz@edelman.com

Samia Bayona

Samia.bayona@edelman.com