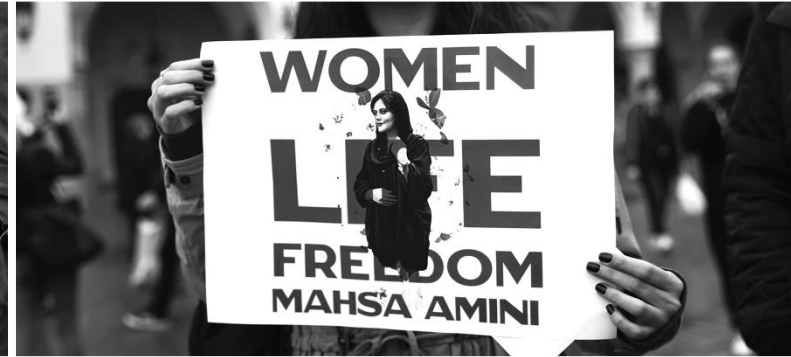


# 2023 Edelman Trust Barometer

Reporte LATAM



# Edelman Trust Barometer 2023

## Metodología

## 23a entrega de la encuesta anual en línea

Trabajo de campo

# 28

Países

# 32,000+

Participantes

# 1,150+/-

Participantes por país\*\*

|  |   |           |   |             |
|--|---|-----------|---|-------------|
| Alemania   | Canada  | España    | Japón   | Reino Unido |
| Arabia Saudita   | China   | Francia   | Kenia   | Sudáfrica   |
| <b>Argentina</b>  | Corea del Sur   | India     | Malasia   | *Suecia     |
| Australia  | <b>Colombia</b>  | Indonesia | <b>México</b>  | Singapur    |
| <b>Brasil</b>     | EAU   | Irlanda   | Nigeria   | Tailandia   |
|  | EE. UU.   | Italia    | Países Bajos  |             |

Rusia, participante del Edelman Trust Barometer de 2007 a 2022, no fue incluido en esta edición

\*\*El tamaño de la muestra varía de 1,082 a 1,500 según el país.

Margen de error de datos globales de 27 mercados: población general +/- 0.6 puntos porcentuales (n=31 171)

Margen de error de los datos específicos del país: población general +/- 2.5 a 3.0 puntos porcentuales (varía según el país según el tamaño de la muestra, n=1082 a n=1500)

## Promedios globales

Estos varían según el número de países encuestados cada año:

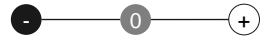
**GLOBAL 27**

\*Para proteger la estabilidad del promedio mundial, Suecia no se incluirá en el promedio hasta que haya al menos dos años de datos recientes.

**GLOBAL 25 Sin contar a China y Tailandia**

Debido a la naturaleza delicada de la pregunta no se recopilaban datos en estos países.

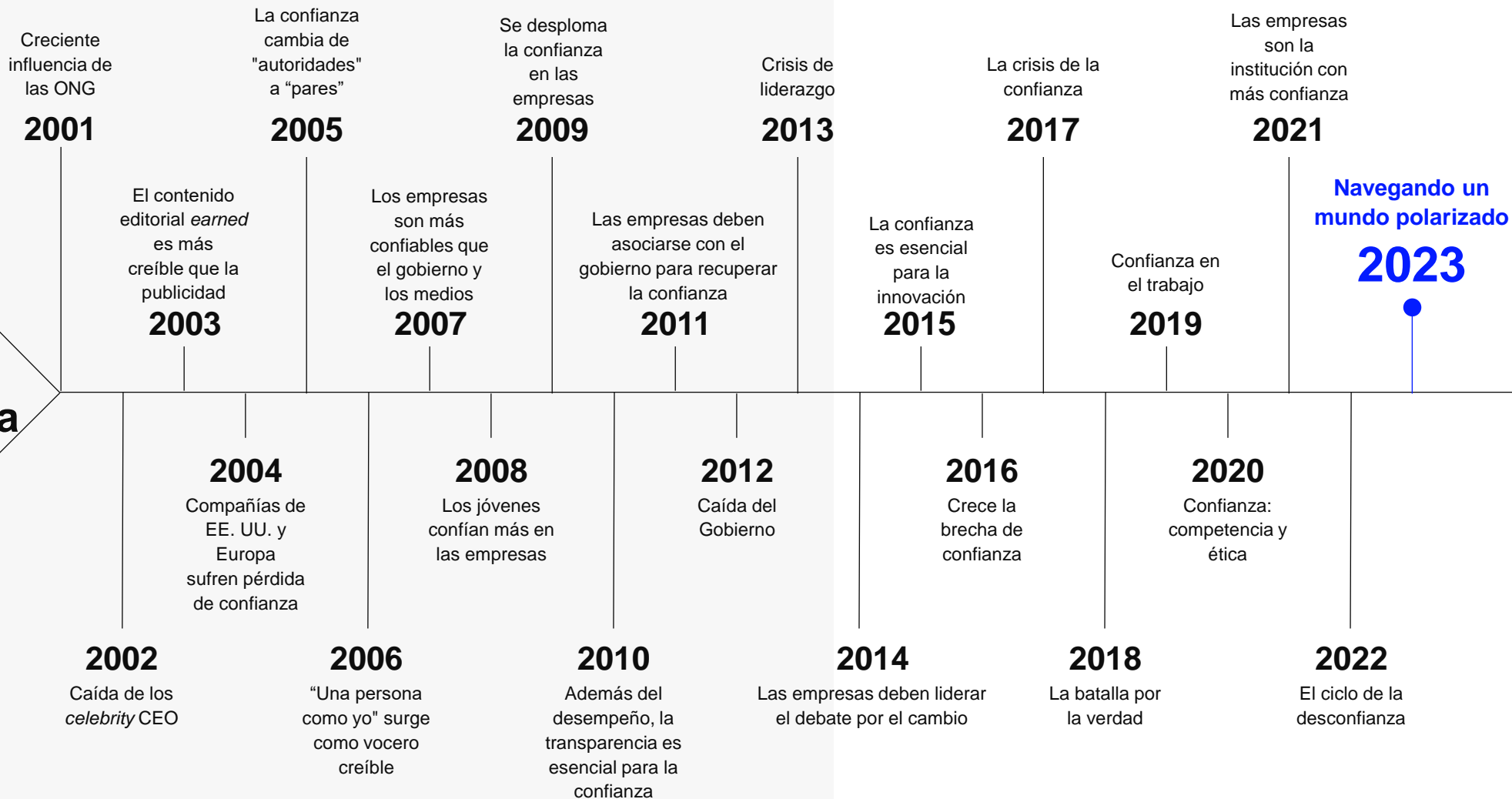
## Relevancia estadística

 **Cambio significativo**  
 Todos los cambios significativos indicados año tras año se determinaron utilizando un conjunto de pruebas t con un nivel de confianza de más del 99 %.

Para obtener más detalles sobre los promedios globales y la metodología específica de cada país, favor de consultar el Apéndice Técnico.



# 23 Años de Confianza



# Las cuatro fuerzas que conducen a la polarización

## Preocupaciones económicas



El optimismo económico se está derrumbando en todo el mundo, con 24 de 28 países experimentando mínimos históricos en el número de personas que piensan que sus familias estarán mejor en cinco años.

## Desequilibrio institucional



Actualmente, las empresas son las únicas instituciones que son vistas como competentes y éticas; al gobierno se le ve como poco ético e incompetente. Las empresas están bajo presión para ocupar el vacío dejado por el gobierno.

## División de clases



Las personas en el cuartil superior de ingresos viven en una realidad de confianza diferente a las del cuartil inferior, con brechas de más de 20 puntos en Tailandia, Estados Unidos y Arabia Saudita.

## La lucha por la verdad



Se han generado cámaras de eco como resultado de los cambios en medios, lo que dificulta la resolución de problemas. Los medios hoy no generan los mismos niveles de confianza, se desconfía particularmente en las redes sociales.

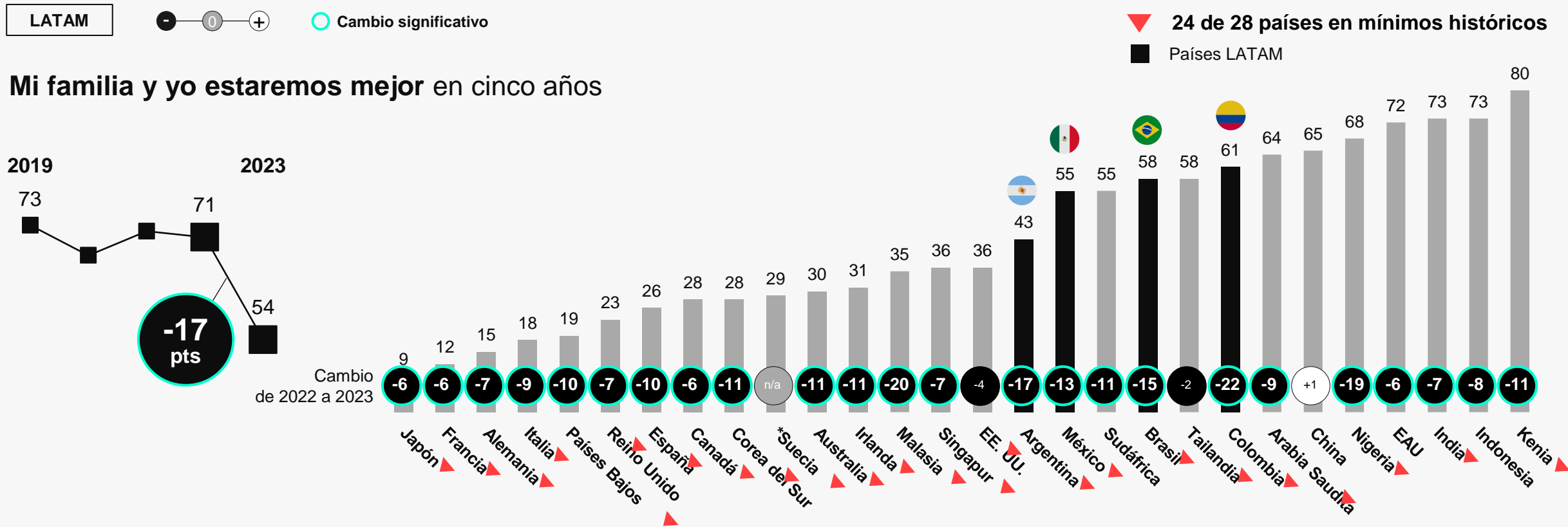


# Enfrentando los temores económicos sin una red de seguridad confiable



# Colapsa el optimismo económico, especialmente en América Latina

Porcentaje que opina que



Edelman Trust Barometer 2023. CNG\_FUT. Pensando en los prospectos económicos para ti y tu familia, ¿cómo crees que estarán dentro de cinco años? Escala de 5 puntos; 2 casillas superiores, mejor. Población general, promedio de 24 mercados. \*Suecia no está incluida dentro del promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



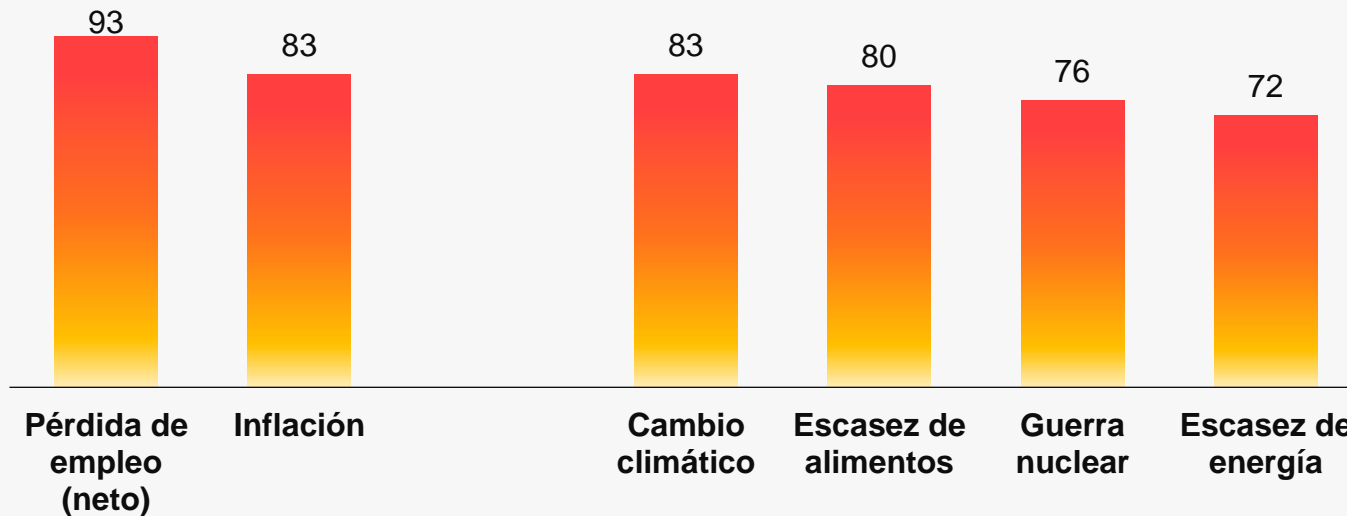
# Las preocupaciones personales están a la par de los miedos sociales

Porcentaje que se preocupa por cada opción

LATAM

Miedos económicos personales

Miedo sociales



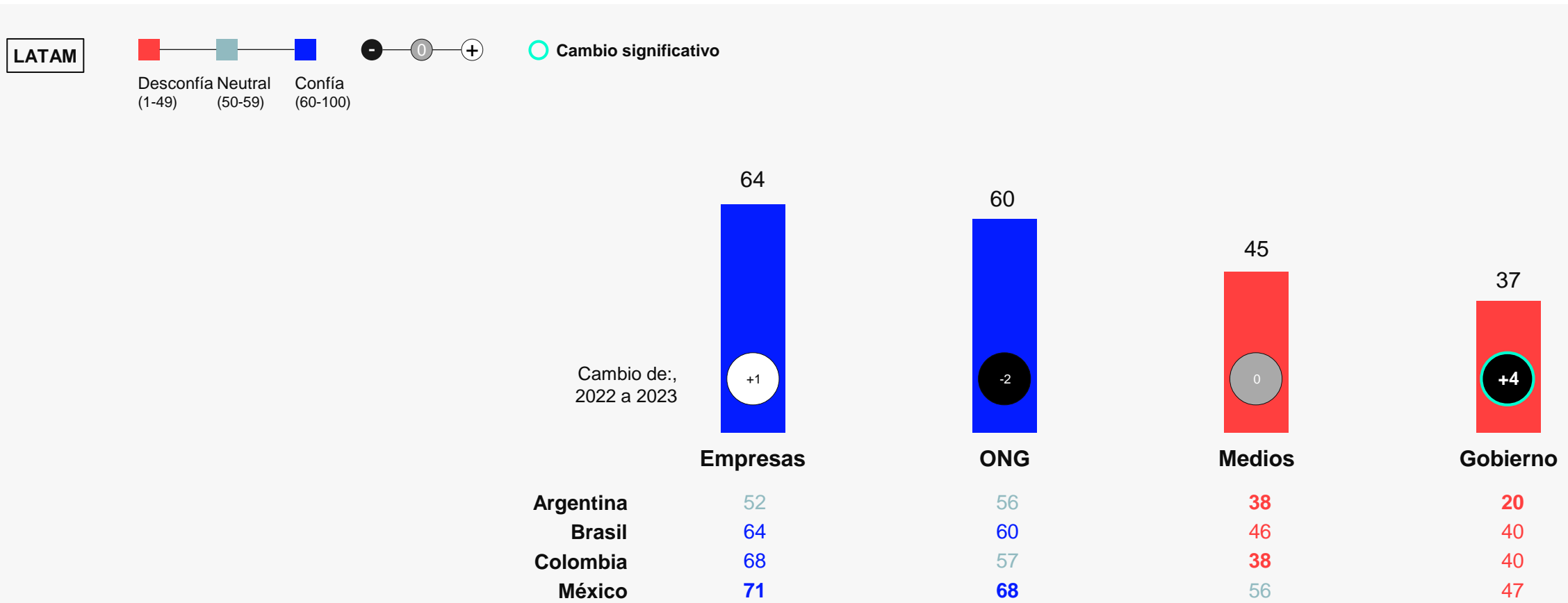
|                  | Pérdida de empleo (neto) | Inflación | Cambio climático | Escasez de alimentos | Guerra nuclear | Escasez de energía |
|------------------|--------------------------|-----------|------------------|----------------------|----------------|--------------------|
| <b>Argentina</b> | 93                       | <b>89</b> | 81               | 82                   | 70             | <b>76</b>          |
| <b>Brasil</b>    | 93                       | 81        | 82               | 78                   | 77             | 72                 |
| <b>Colombia</b>  | <b>95</b>                | 83        | <b>84</b>        | <b>85</b>            | <b>78</b>      | 70                 |
| <b>México</b>    | 92                       | 81        | 82               | 77                   | 77             | 72                 |

Edelman Trust Barometer 2023. POP\_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, preocupación. Algunas opciones se mostraron solo a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Se mostraron las opciones relacionadas a la pérdida de trabajo a los participantes con empleo (P43/1). La pérdida de trabajo es un neto de las opciones 1-3, 5, y 22-24.



# En LATAM, las empresas y las ONG son las únicas instituciones que generan confianza

Porcentaje que confía, en LATAM



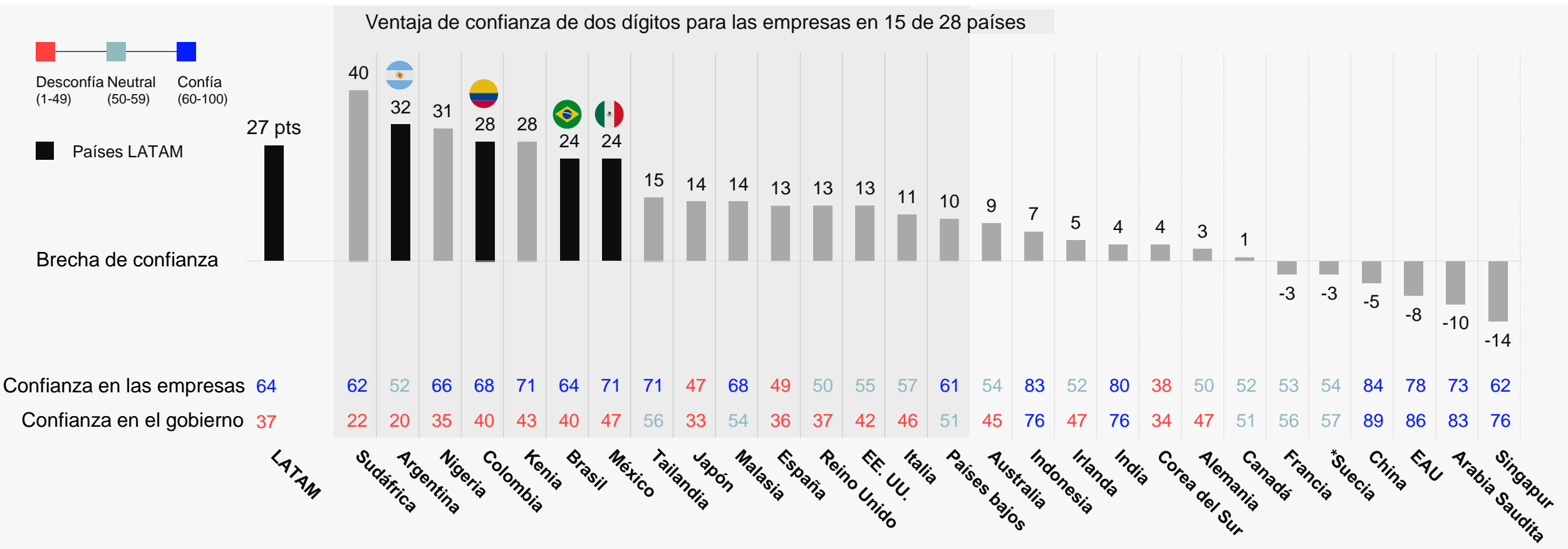
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; casilla con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, LATAM. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.





# Nuestra región muestra la mayor brecha de confianza entre gobiernos y empresas

Porcentaje que confía, y la diferencia de puntos porcentuales entre la confianza en las empresas y el gobierno



Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. \*Suecia no está incluida en el promedio global.



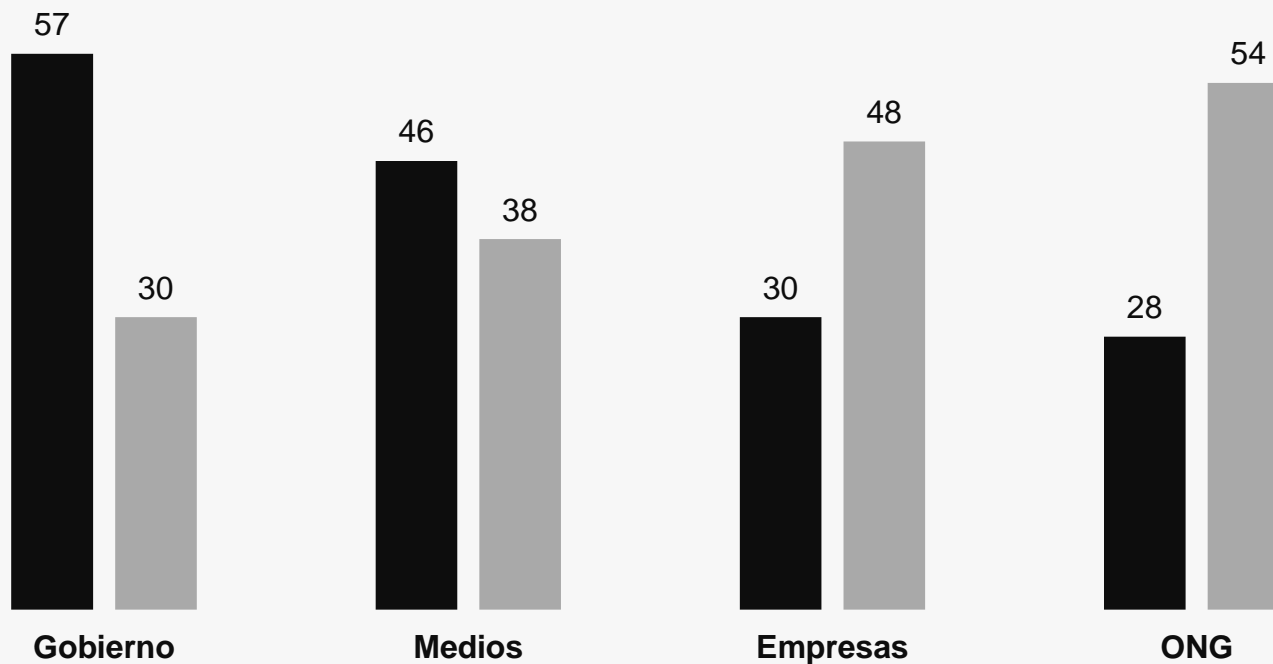
# Los gobiernos alimentan el ciclo de desconfianza y son vistos como una fuente de información engañosa

Porcentaje que lo opina, en LATAM

LATAM

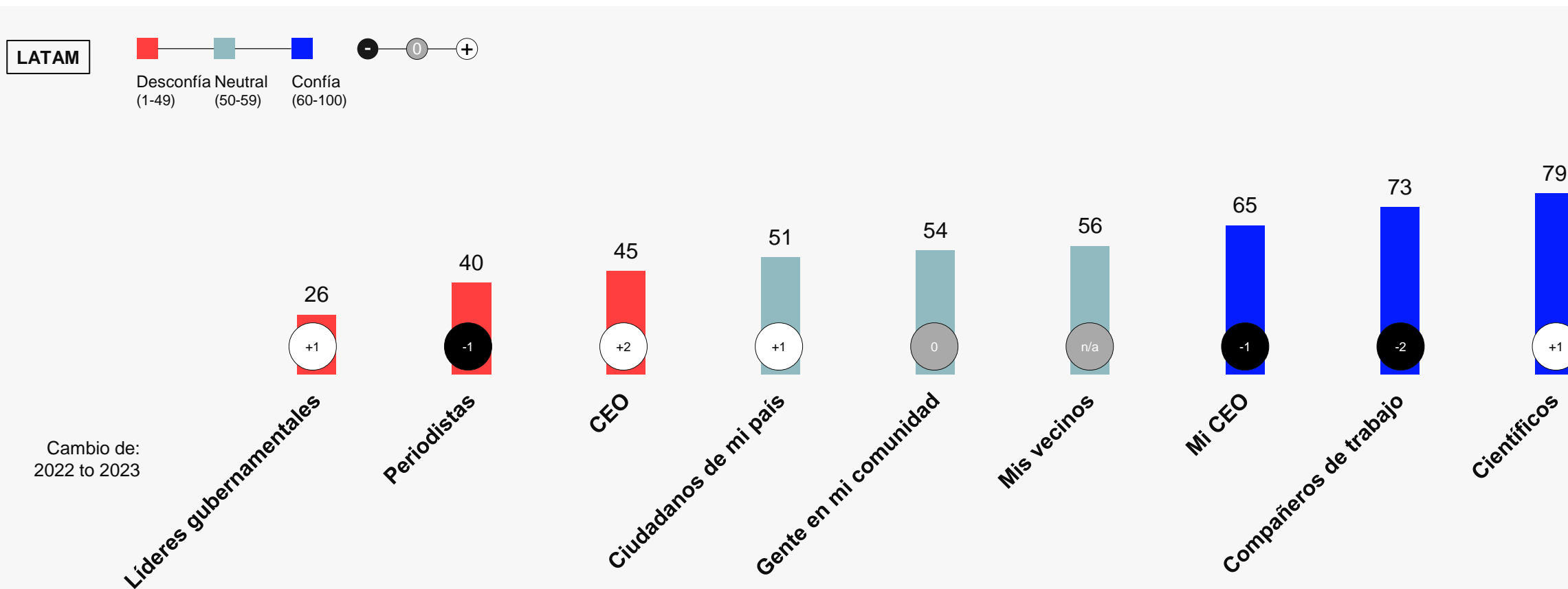
Las instituciones son

■ Una fuente de información **falsa o engañosa**      ■ Una fuente **confiable** de información



# En LATAM, se desconfía de los líderes gubernamentales y periodistas

Porcentaje que confía, en LATAM



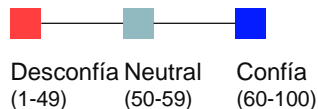
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_PEP. Abajo hay una lista de distintos grupos de gente. En cada uno, por favor indica qué tanto confías que ese grupo hará lo correcto. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confío. Algunas opciones se mostraron solo a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Las opciones "Mis compañeros de trabajo" y "CEO de la empresa en la que trabajo" solo se mostraron a los participantes con empleo (P43/1).



# División de clases: La desigualdad de ingresos crea dos realidades de confianza

## Índice de confianza

(Porcentaje promedio que confía en las ONG, empresas, el gobierno y los medios.)



Edelman Trust Barometer 2023. El Índice de confianza es el porcentaje promedio de confianza en las ONG, empresas, gobierno y los medios. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. \* Suecia no está incluida en el promedio global.

Los cuartiles de ingresos se determinaron por separado para cada país en función de la distribución de los ingresos de los hogares entre las personas encuestadas de ese país.

### 2023 Ingresos altos (25% superior)

|    |                |
|----|----------------|
| 64 | Global 27      |
| 90 | China          |
| 85 | Tailandia      |
| 84 | Arabia Saudita |
| 82 | Indonesia      |
| 82 | EAU            |
| 76 | India          |
| 73 | Singapur       |
| 70 | Kenia          |
| 66 | Malasia        |
| 64 | México         |
| 63 | EE. UU.        |
| 62 | Nigeria        |
| 62 | Países Bajos   |
| 60 | Francia        |
| 60 | Alemania       |
| 60 | Irlanda        |
| 59 | Italia         |
| 56 | Brasil         |
| 54 | Australia      |
| 54 | Colombia       |
| 53 | Canadá         |
| 52 | Sudáfrica      |
| 52 | *Suecia        |
| 51 | Reino Unido    |
| 49 | España         |
| 48 | Japón          |
| 47 | Argentina      |
| 44 | Corea del Sur  |

### 2023 Ingresos bajos (25% inferior)

|    |                |
|----|----------------|
| 49 | Global 26      |
| 71 | China          |
| 70 | India          |
| 68 | Indonesia      |
| 64 | Arabia Saudita |
| 63 | Kenia          |
| 63 | EAU            |
| 56 | México         |
| 56 | Nigeria        |
| 55 | Malasia        |
| 55 | Singapur       |
| 48 | Brasil         |
| 48 | Tailandia      |
| 47 | Canadá         |
| 46 | Italia         |
| 46 | Países Bajos   |
| 44 | Colombia       |
| 43 | Australia      |
| 42 | Alemania       |
| 42 | Irlanda        |
| 41 | Sudáfrica      |
| 41 | *Suecia        |
| 40 | España         |
| 40 | EE. UU.        |
| 37 | Argentina      |
| 35 | Reino Unido    |
| 29 | Japón          |
| 29 | Corea del Sur  |

15pts Desigualdad de confianza global; resultados de dos dígitos en 20 de 27 países.

### La mayor desigualdad de confianza basada en ingresos en:

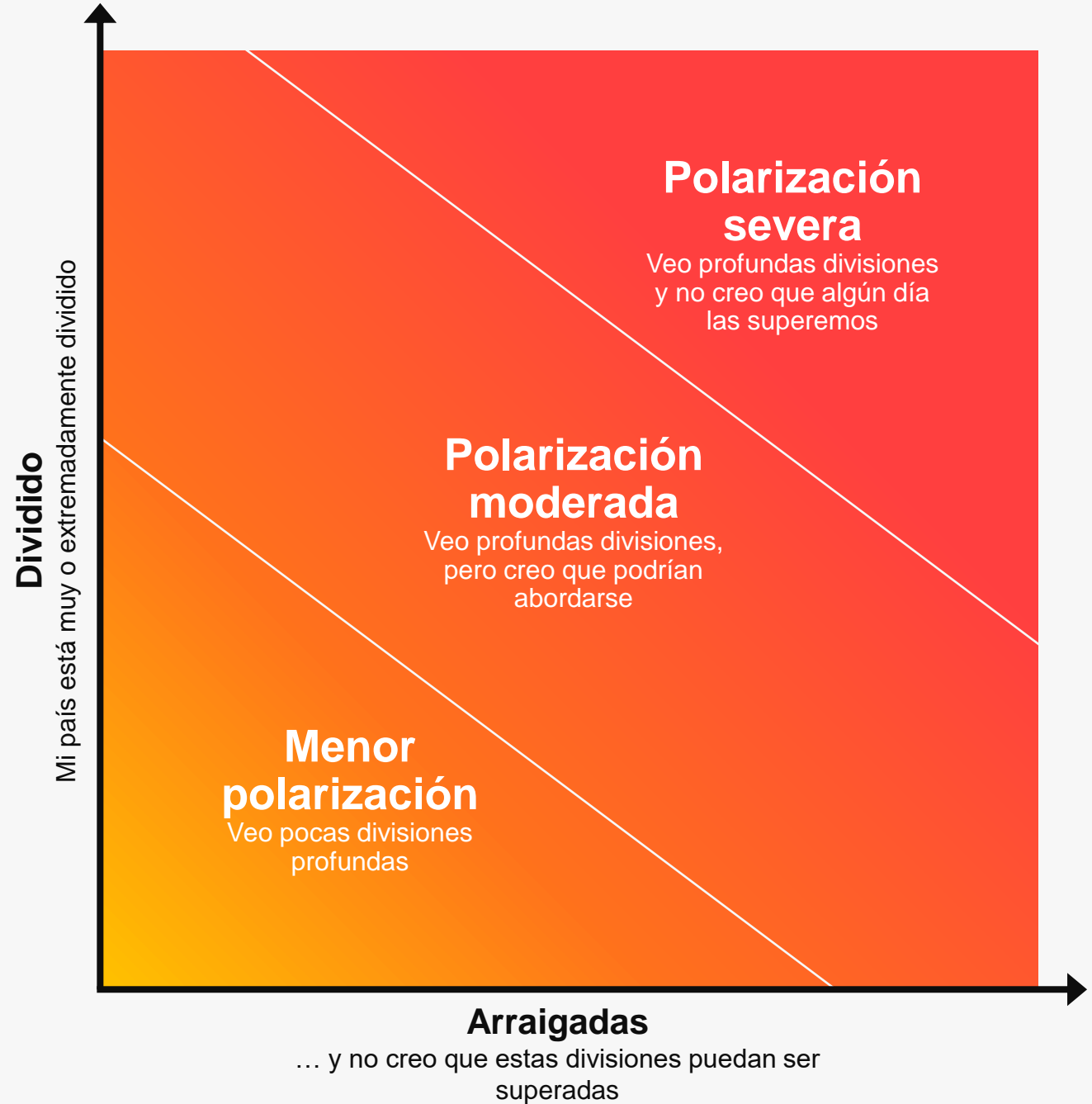
|                |       |
|----------------|-------|
| Tailandia      | 37pts |
| EE. UU.        | 23pts |
| Arabia Saudita | 20pts |
| China          | 19pts |
| Japón          | 19pts |
| EAU            | 19pts |



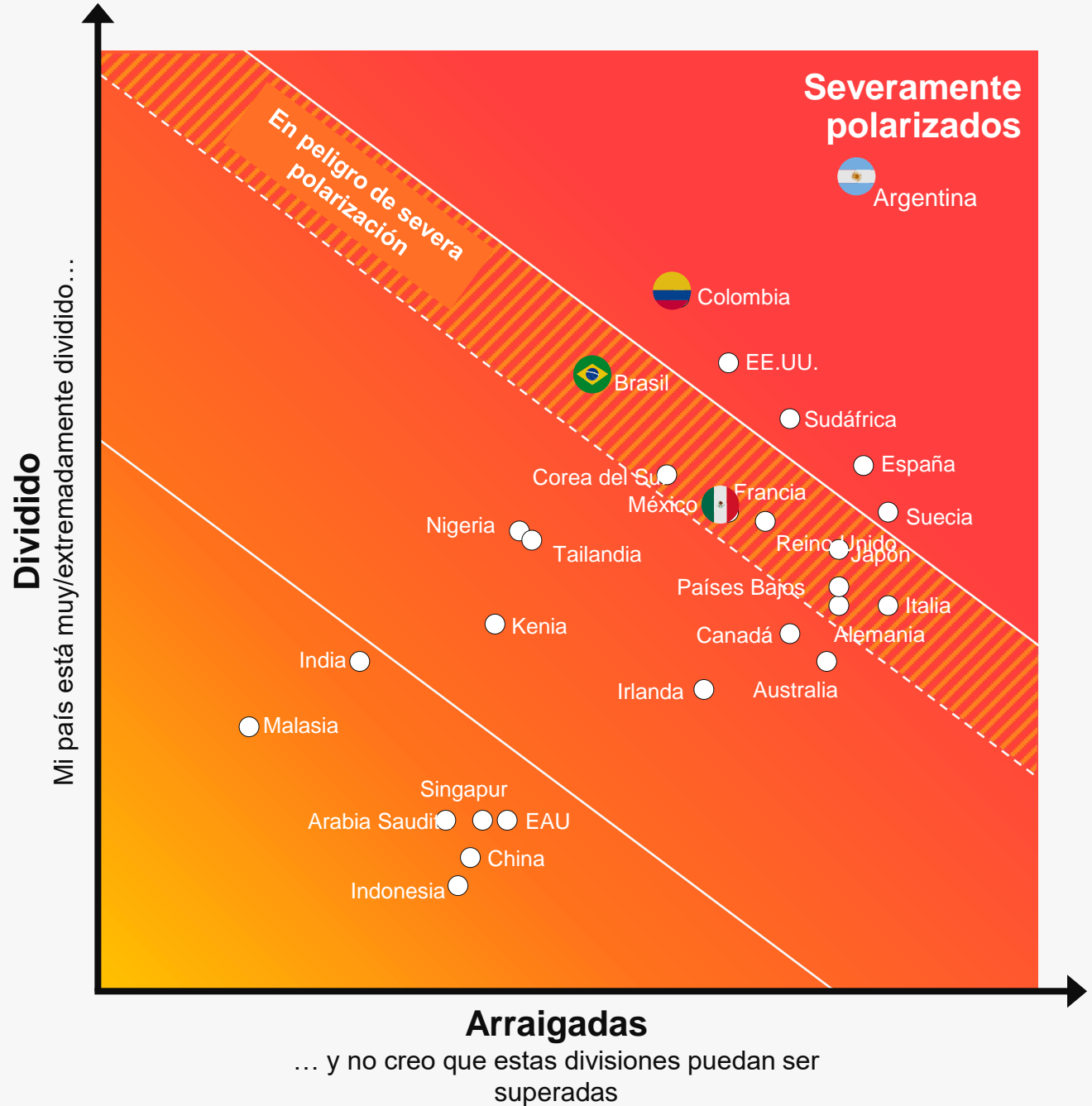
# La desconfianza genera polarización



La polarización es más severa cuando las divisiones están más arraigadas



# Seis países severamente polarizados



Edelman Trust Barometer 2023. POL\_DEG. Usando la siguiente escala, indica qué tan dividido crees que está tu país en temas sociales clave actuales. Escala de 5 puntos; 2 casillas superiores, "muy/extremadamente dividido". POL\_PROG. ¿Qué tan probable o improbable crees que es que tu país supere sus divisiones ideológicas y desacuerdos sobre cuestiones y desafíos clave? Escala de 8 puntos; códigos 2-5, las divisiones son insuperables. Población general, por mercado. Los datos para "arraigado" son POL\_PROG/2-5 filtrados por aquellos que sienten que su país está muy/extremadamente dividido (PO\_DEG/4-5). Todos los datos fueron modificados para excluir a quienes respondieron "no sé".

# La desconfianza, el tejido social débil y las injusticias profundizan la polarización



Tamaño del impacto en la percepción de polarización de los participantes

+ Menos de .20 ++ .20 a .30 +++ Más de .30

Solo se muestran los impulsores significativos de polarización.





# Hay más divisiones hoy que en el pasado

Porcentaje que dice

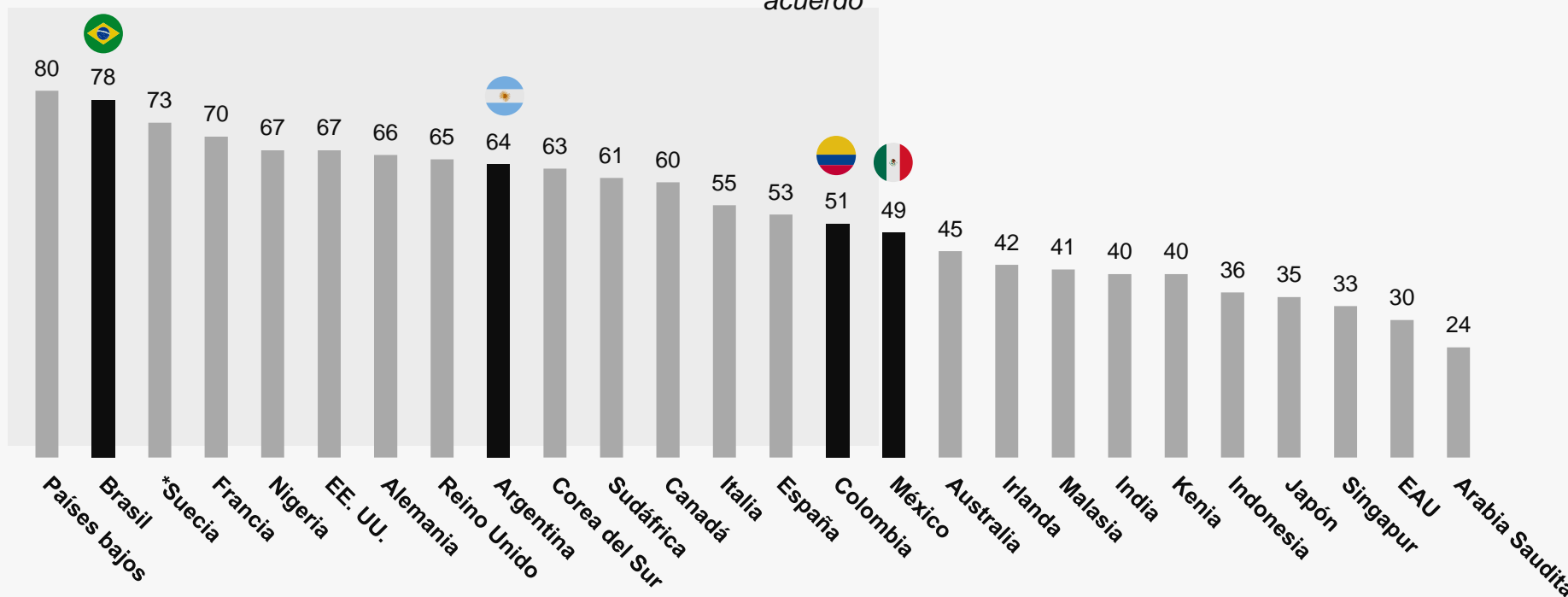
Nuestro país está más dividido hoy que antes

■ Países LATAM

La mayoría, en 15 de 26 países, está de acuerdo

LATAM

# 60%



Edelman Trust Barometer 2023. NAT\_POL. ¿Cuál de las siguientes opciones mejor describe la situación actual en tu país? Población general, promedio de 25 mercados. No se recogieron datos en China y Tailandia. \*Suecia no está incluida en el promedio global.



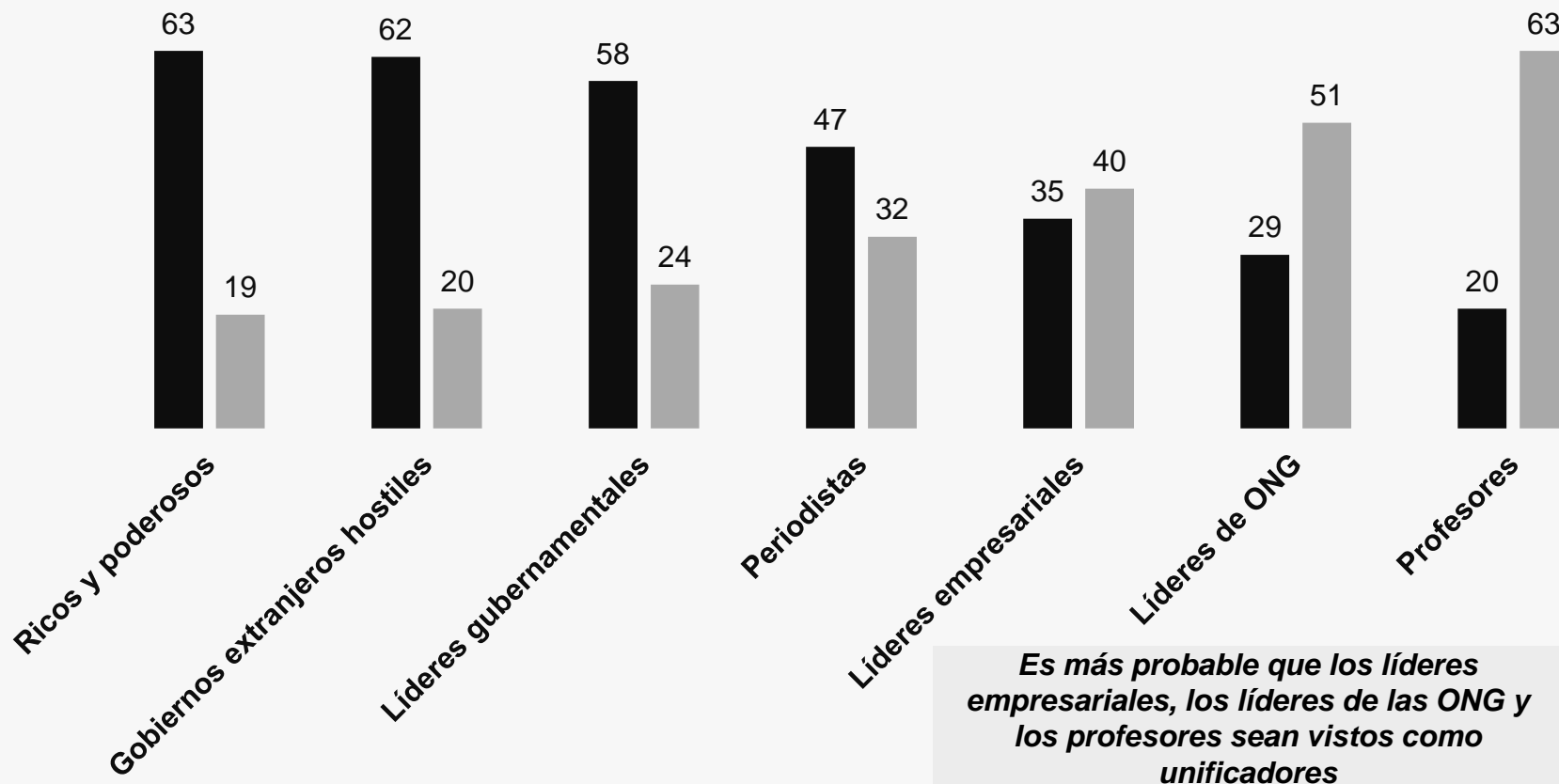
# Las fuerzas que nos dividen explotan e intensifican nuestras diferencias

Porcentaje que dice lo siguiente, en LATAM

LATAM

Estos grupos son

■ — ■  
 una fuerza **divisoria** que aleja a las personas      Una fuerza **unificadora** que une a la gente



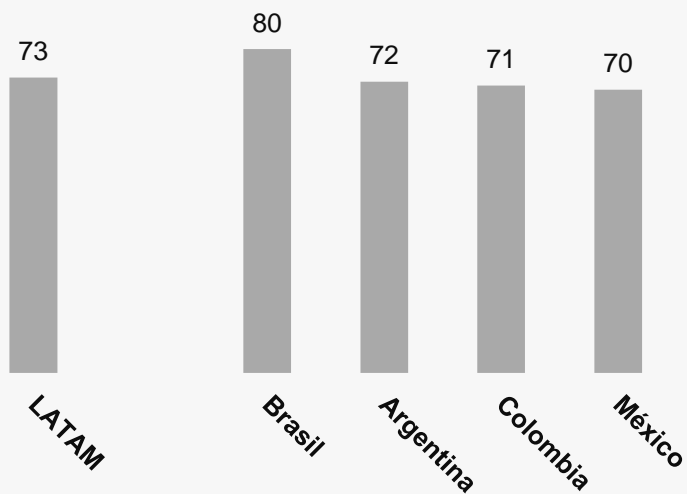
**Es más probable que los líderes empresariales, los líderes de las ONG y los profesores sean vistos como unificadores**



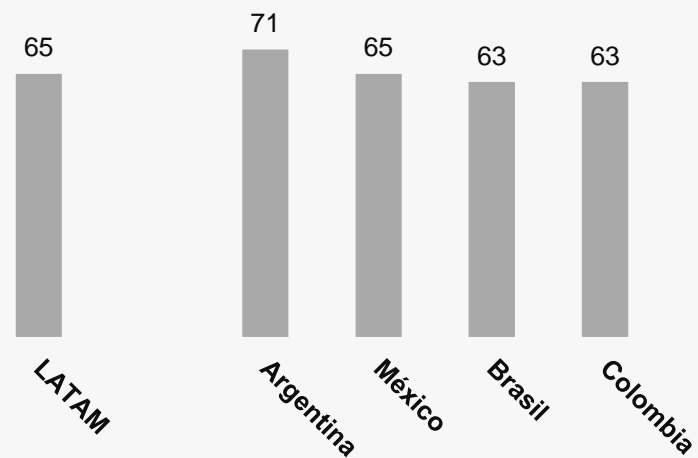
# El tejido social se debilita

Porcentaje que dice lo siguiente, en LATAM

La falta de civismo y de respeto mutuo que hay hoy es **la peor que he visto**



El tejido social que una vez mantuvo unido a este país **se ha vuelto demasiado débil** para servir como base para **la unidad y el propósito común**.



# La ideología se convierte en identidad: pocos vivirían o trabajarían con el otro

Entre los que tienen posiciones fuertes sobre algún tema, porcentaje que dice lo siguiente, en LATAM

Si una persona no estuviera de acuerdo conmigo o con mi punto de vista, yo...

|  | LATAM | Argentina | Brasil | Colombia | México |
|--|-------|-----------|--------|----------|--------|
| Les ayudaría si lo necesitaran                             | 32    | 34        | 29     | 33       | 30     |
| Estaría dispuesto a vivir en el mismo vecindario que ellos | 19    | 22        | 21     | 17       | 15     |
| Estaría dispuesto a tenerlo como compañero de trabajo      | 20    | 23        | 22     | 20       | 16     |



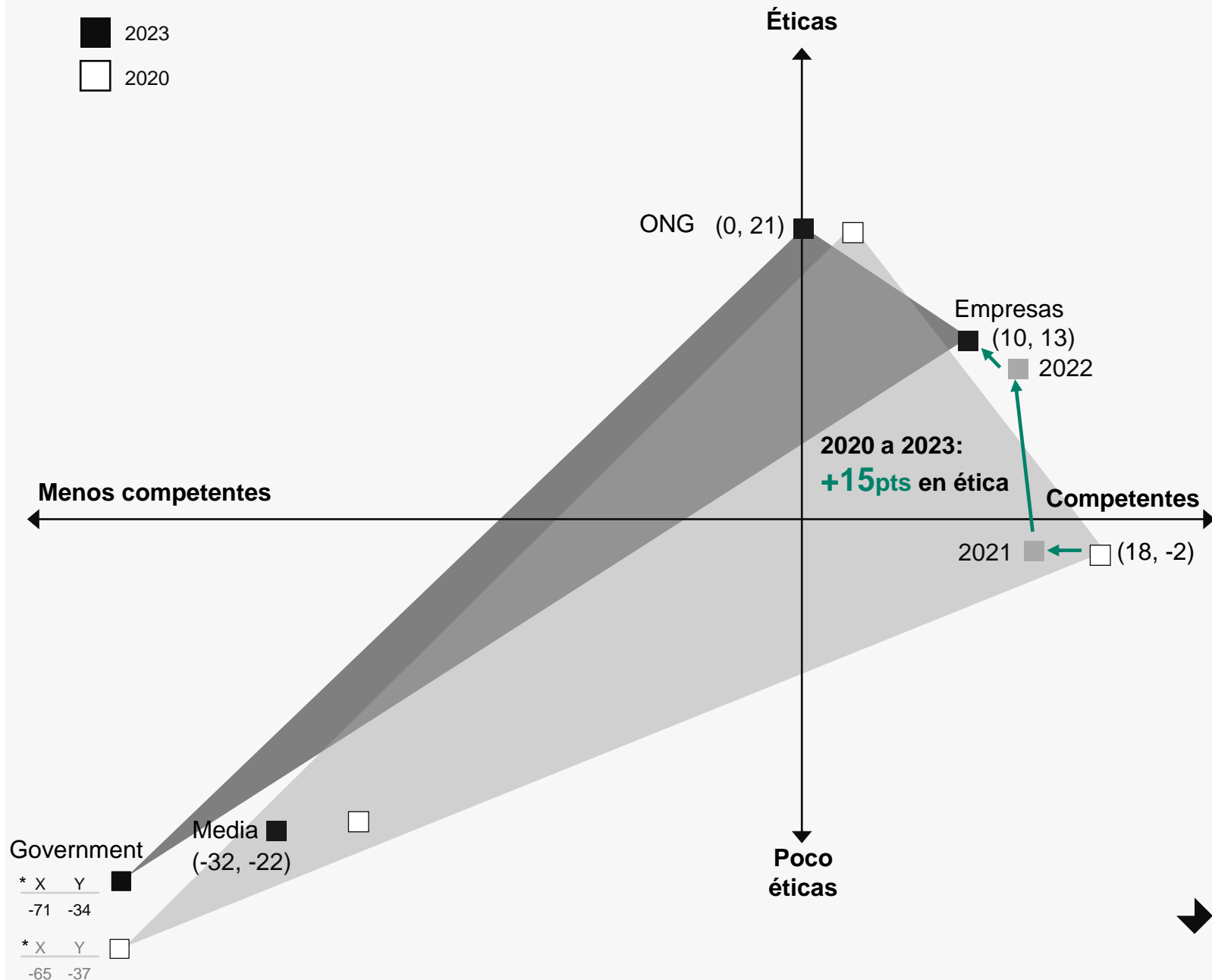
# Las grandes expectativas en las empresas pueden representar un riesgo



# En LATAM, solo las empresas y las ONG son vistas como competentes y éticas

(Puntuación de competencia, puntuación ética neta)

LATAM



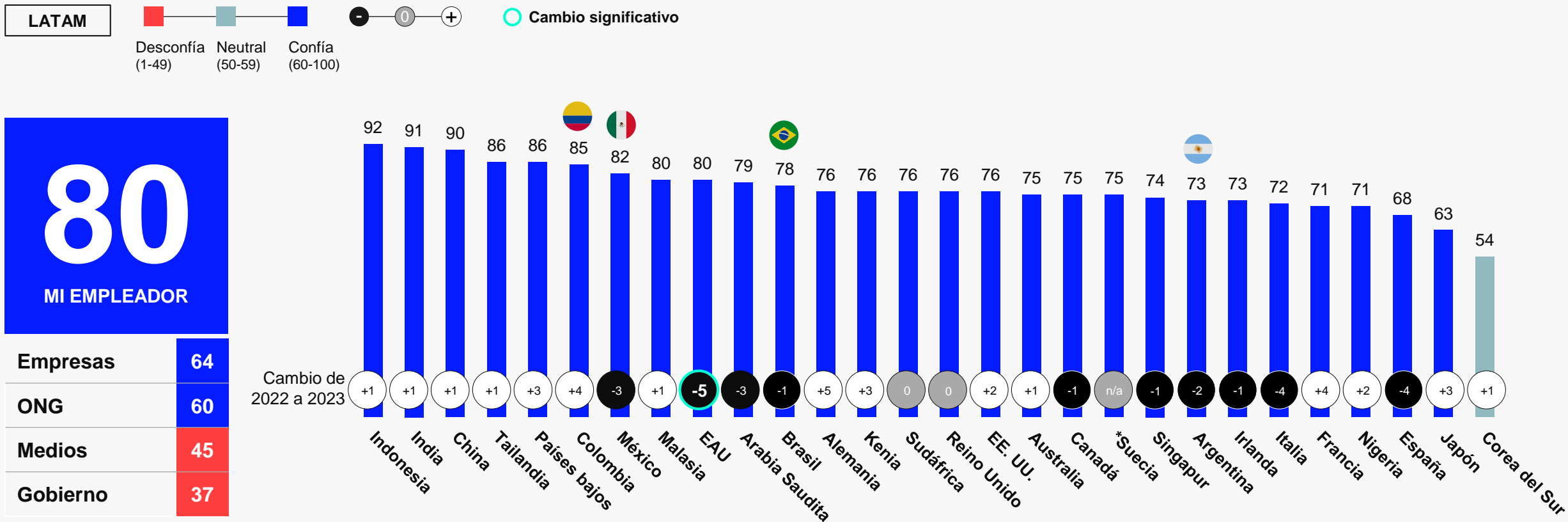
Edelman Trust Barometer 2023. Las puntuaciones éticas son los promedios de resultados netos basados en [INS]\_PER\_DIM/1-4. Gobierno y Medios solo se preguntó a la mitad de los participantes. La puntuación de competencia es un neto basado en TRU\_3D\_[INS]/1. Gobierno y Medios solo se preguntó a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Para consultar los detalles completos sobre cómo se calcularon y trazaron estos datos, consulte el Apéndice técnico.

\* Las coordenadas son una referencia: los puntos de gobierno no aparecen a escala.



# Mi empleador es de confianza a nivel global

Porcentaje de confianza



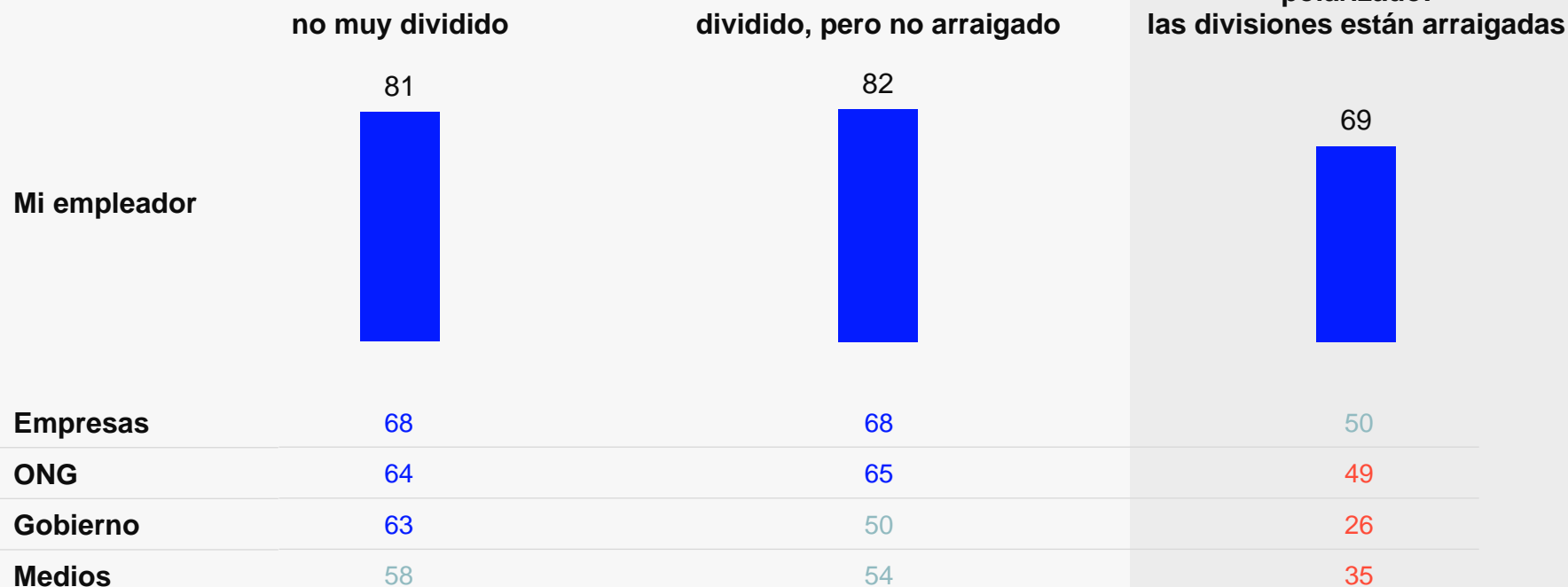
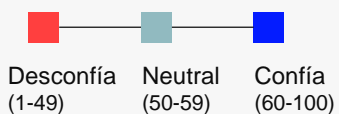
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confían. Población general, por mercado. La opción "Mi empleador" solo se mostró a quienes trabajan para alguna organización (P43/1). \*Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



# Entre quienes reportan sentirse polarizados, mi empleador es la única institución de confianza

Porcentaje de confianza entre los que dicen que su país está...

GLOBAL 26 sin contar a Francia



Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. La opción "Mi empleador" solo se mostró a quienes trabajan para alguna organización (P43/1).

Debido a una inconsistencia en la traducción, los datos de Francia se eliminaron de los datos globales. Para obtener más detalles, comuníquese con el equipo de investigación de Trust Barometer.





# Se busca que las empresas se comprometan más con la sociedad

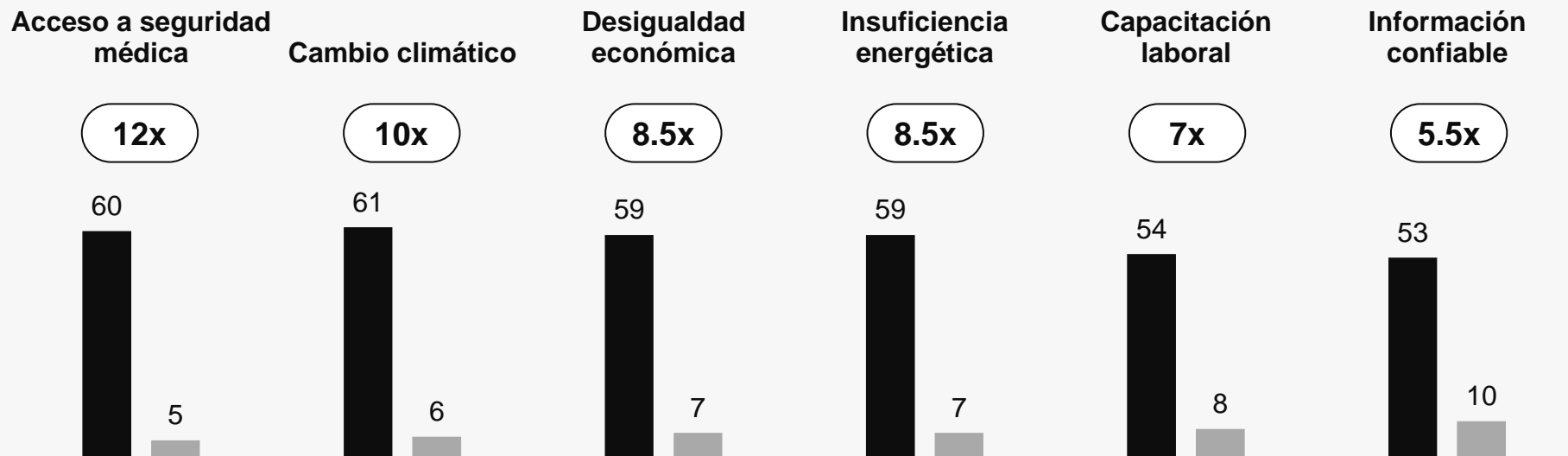
Porcentaje en LATAM que dice:

LATAM

Al abordar **problemas sociales**,  
la empresa

■ No hace suficiente    ■ Se excede

Multiplicador  
no hace suficiente vs se excede



# Navegando un mundo polarizado



# Se espera que los CEO actúen en temas relacionados con la fuerza laboral, el cambio climático y la discriminación

Porcentaje en LATAM que dice

Espero que los CEO tomen una postura pública respecto a este problema:

LATAM

|                             |    | Argentina | Brasil | Colombia | México |
|-----------------------------|----|-----------|--------|----------|--------|
| Trato a los empleados       | 90 | 88        | 90     | 91       | 89     |
| Cambio climático            | 86 | 82        | 88     | 86       | 86     |
| Discriminación              | 82 | 80        | 83     | 85       | 81     |
| Brecha entre ricos y pobres | 77 | 69        | 79     | 82       | 76     |
| Migración                   | 71 | 66        | 75     | 74       | 68     |



# La información confiable impide que la acción empresarial se politice

Entre el 43% que dice que es posible para una empresa abordar problemas sociales sin ser considerada politizada, porcentaje en LATAM que dice

Para evitar ser considerado como políticamente motivado al tomar una posición:

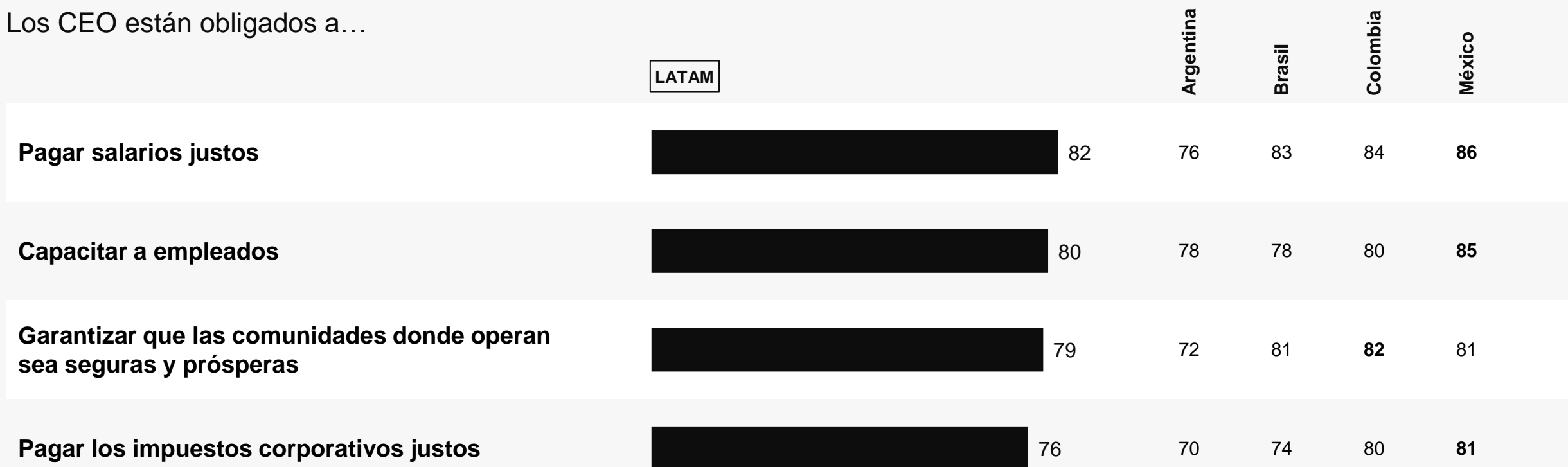
|   | LATAM | Argentina | Brasil | Colombia | México |
|---|-------|-----------|--------|----------|--------|
| <b>No te inclines únicamente por un partido político</b>          | 45    | 48        | 44     | 49       | 38     |
| <b>Basa tus acciones en ciencia</b>                               | 43    | 43        | 46     | 47       | 36     |
| <b>Sé una fuente confiable de información</b>                     | 43    | 43        | 41     | 50       | 40     |
| <b>Actúa con siguiendo los mismos valores a través del tiempo</b> | 40    | 39        | 39     | 46       | 35     |
| <b>Vincula tus acciones sociales con tu competitividad</b>        | 31    | 31        | 34     | 31       | 28     |



# Para mejorar el optimismo económico: compensaciones justas, capacitación y vincularse con comunidades locales

Porcentaje en LATAM que dice

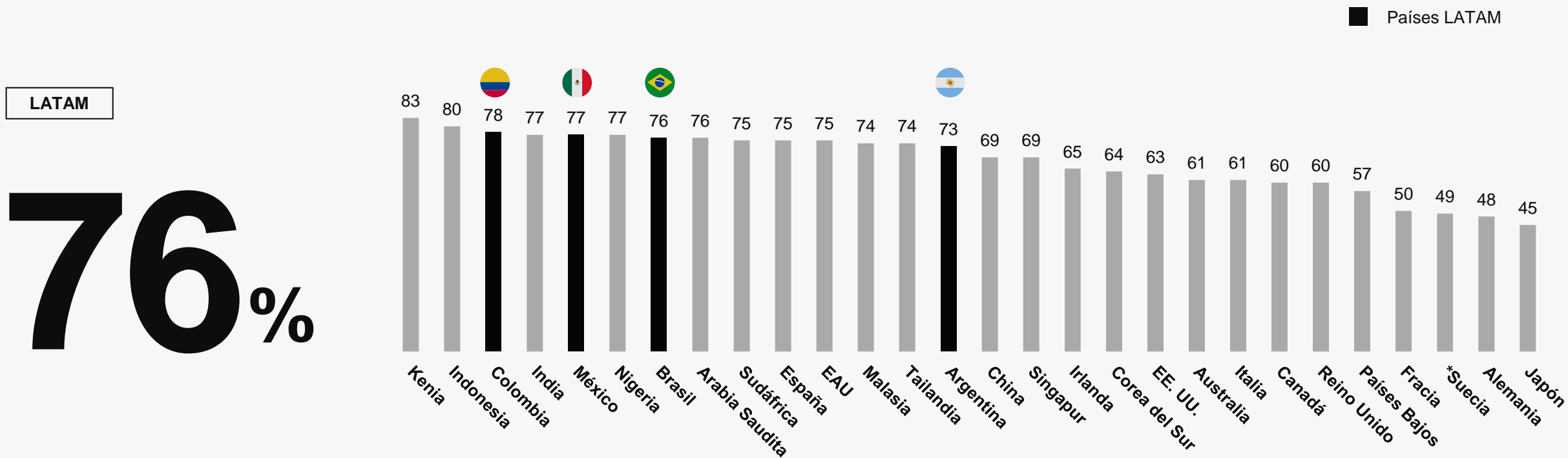
Los CEO están obligados a...



# Las marcas pueden unirnos

Porcentaje que dice

Las marcas celebran lo que nos une y enfatizan como nuestros intereses en común podrían fortalecer el tejido social



76%

Edelman Trust Barometer 2023. POL\_SOL. ¿Qué tan importante crees que es cada una de las siguientes opciones para aumentar la civilidad entre las personas de tu país y fortalecer el tejido social? Escala de 6 puntos; las 3 casillas superiores, ayudan a fortalecer el tejido social. Se mostraron las opciones solo a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. \*Suecia no está incluida en el promedio global.



# Navegando un mundo polarizado

**1**

## Las empresas deben seguir liderando

Como la institución más confiable, hay mayores expectativas y responsabilidades para las empresas. Aprovecha tu ventaja comparativa para informar el debate y ofrecer soluciones sobre el clima, la diversidad, la inclusión y la capacitación.

**2**

## Trabajar con las otras instituciones

Los mejores resultados vienen cuando las empresas y el gobierno trabajan de manera conjunta, no independiente. Crea consenso y colabora en políticas y estándares para entregar resultados que nos lleven hacia una sociedad más justa, segura y próspera.

**3**

## Restaura el optimismo económico

Una visión económica sombría es tanto un catalizador como un resultado de la polarización. Invertir en compensaciones justas, capacitaciones y comunidades locales para abordar la división de clases masiva y el ciclo de polarización.

**4**

## Aboga por la verdad

Las empresas tienen un rol esencial a desempeñar en el ecosistema de la información. Sé una fuente de información confiable, promueve el discurso civil, responsabiliza a las fuentes de información falsa a través de mensajes correctivos, reinversión y otras acciones.



# Información adicional





# Las fuerzas que nos dividen, por países de LATAM

Porcentaje que confía

LATAM

|                                       | LATAM    |          | Argentina |          | Brasil   |          | Colombia |          | México   |          |
|---------------------------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                                       | Unifying | Dividing | Unifying  | Dividing | Unifying | Dividing | Unifying | Dividing | Unifying | Dividing |
| <b>Ricos y poderosos</b>              | 19       | 63       | 16        | 64       | 16       | 64       | 20       | 64       | 23       | 59       |
| <b>Gobiernos extranjeros hostiles</b> | 20       | 62       | 17        | 63       | 20       | 63       | 20       | 65       | 21       | 58       |
| <b>Líderes gubernamentales</b>        | 24       | 58       | 19        | 68       | 24       | 57       | 29       | 52       | 27       | 56       |
| <b>Periodistas</b>                    | 32       | 47       | 25        | 54       | 35       | 44       | 30       | 50       | 37       | 39       |
| <b>Líderes empresariales</b>          | 40       | 35       | 31        | 40       | 37       | 38       | 50       | 29       | 43       | 33       |
| <b>Líderes de ONG</b>                 | 51       | 29       | 49        | 27       | 49       | 31       | 52       | 28       | 52       | 28       |
| <b>Profesores</b>                     | 63       | 20       | 65        | 21       | 59       | 24       | 65       | 19       | 62       | 16       |

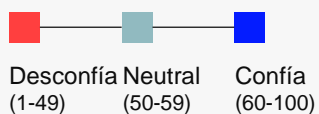
Edelman Trust Barometer 2023. PROB\_PLP. Siempre habrá diferencias ideológicas, pero hay algunos grupos de personas que quizás están empeorando las cosas al alimentar las divisiones y fomentar la falta de civilidad con las personas que tienen otros puntos de vista. Sin embargo, hay quienes tal vez están mejorando la situación haciendo un esfuerzo por fomentar la cooperación entre personas con puntos de vista distintos. Al pensar en uno u otro de los siguientes grupos de personas, especifica dónde crees que se encuentran en la escala, entre ser una fuerza unificadora y ser una fuerza divisoria en la sociedad. Escala de 11 puntos; códigos 1-5, una fuente divisoria en la sociedad; códigos 7-11, una fuente de unión en la sociedad. Algunas opciones se mostraron solo a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Las opciones "Periodistas" y "Líderes gubernamentales" no se incluyeron en China y Tailandia.



# Confianza en las personas, por país de LATAM

Porcentaje que confía

LATAM



○ Cambio significativo

|                                    | LATAM |     | Argentina |    | Brasil |    | Colombia |    | México |    |
|------------------------------------|-------|-----|-----------|----|--------|----|----------|----|--------|----|
| <i>Cambio de 2022 a 2023</i>       | %     | +/- |           |    |        |    |          |    |        |    |
| <b>Líderes gubernamentales</b>     | 26    | +1  | 16        | -2 | 29     | +3 | 24       | +2 | 35     | +2 |
| <b>Periodistas</b>                 | 40    | -1  | 29        | -5 | 47     | -1 | 34       | +4 | 49     | -1 |
| <b>CEO</b>                         | 45    | +2  | 31        | -3 | 48     | +5 | 45       | +5 | 55     | -2 |
| <b>Ciudadanos de mi país</b>       | 51    | +1  | 49        | +2 | 46     | -2 | 47       | -3 | 62     | +6 |
| <b>Gente de mi comunidad local</b> | 54    | 0   | 51        | +2 | 52     | +1 | 52       | -1 | 59     | -6 |
| <b>Mis vecinos</b>                 | 56    | -   | 57        | -  | 51     | -  | 52       | -  | 62     | -  |
| <b>Mi CEO</b>                      | 65    | -1  | 57        | -1 | 62     | -3 | 70       | +1 | 69     | -4 |
| <b>Mis compañeros de trabajo</b>   | 73    | -2  | 73        | -2 | 68     | -4 | 72       | -2 | 78     | 0  |
| <b>Científicos</b>                 | 79    | +1  | 77        | -5 | 80     | -1 | 76       | +5 | 81     | +1 |

Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_PEP. Abajo hay una lista de distintos grupos de gente. En cada uno, por favor indica qué tanto confías que ese grupo hará lo correcto. Escala de 9 puntos; 4 casillas superiores, confío. Algunas opciones se mostraron solo a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Las opciones "Mis compañeros de trabajo" y "CEO de la empresa en la que trabajo" solo se mostraron a los participantes con empleo (P43/1). Se evaluó la importancia de los cambios anuales mediante una prueba t establecida en un nivel de confianza de más del 99 %.



# La polarización empeora los miedos, por países de LATAM

Entre los que dicen que su país está dividido en temas clave, porcentaje de quien dice lo siguiente

|   | LATAM | Argentina | Brasil | Colombia | México |
|---|-------|-----------|--------|----------|--------|
| Violencia en las calles                             | 65    | 68        | 69     | 62       | 60     |
| Desarrollo económico más lento                      | 50    | 55        | 49     | 55       | 42     |
| Incapacidad para abordar los desafíos sociales      | 45    | 51        | 44     | 45       | 40     |
| Empeoramiento de los prejuicios y la discriminación | 43    | 34        | 57     | 46       | 35     |
| Mis finanzas sufrirán                               | 43    | 56        | 35     | 43       | 37     |
| Estancamiento del gobierno                          | 36    | 41        | 38     | 32       | 31     |
| Mayor riesgo de seguridad personal                  | 35    | 37        | 35     | 34       | 34     |
| El fin de nuestra democracia                        | 34    | 24        | 50     | 33       | 31     |
| Pérdida de la influencia de nuestro país            | 33    | 40        | 39     | 28       | 23     |
| Falta de cooperación con las autoridades            | 31    | 28        | 33     | 32       | 29     |
| Disrupciones en el lugar de trabajo                 | 19    | 22        | 22     | 15       | 18     |
| Oportunidades profesionales perdidas                | 12    | 11        | 16     | 11       | 10     |
| Relaciones personales dañadas                       | 11    | 13        | 19     | 7        | 7      |



# Compromiso social, por países de LATAM

Porcentaje que dice

LATAM

Al abordar  
problemas sociales,  
la empresa

|                                     | LATAM              |           |               | Argentina |    |      | Brasil |    |      | Colombia |   |      | México |    |     |
|-------------------------------------|--------------------|-----------|---------------|-----------|----|------|--------|----|------|----------|---|------|--------|----|-----|
|                                     | No hace suficiente | Se excede | Multiplicador |           |    |      |        |    |      |          |   |      |        |    |     |
| Acceso a la atención médica         | 60                 | 5         | 12.0          | 58        | 5  | 11.5 | 59     | 5  | 12.0 | 66       | 4 | 16.5 | 56     | 6  | 9.5 |
| Cambio climático                    | 61                 | 6         | 10.0          | 58        | 7  | 8.5  | 60     | 6  | 10.0 | 66       | 5 | 13.0 | 58     | 6  | 9.5 |
| Desigualdad económica               | 59                 | 7         | 8.5           | 57        | 7  | 8.0  | 59     | 6  | 10.0 | 63       | 7 | 9.0  | 58     | 7  | 8.5 |
| Escasez energética                  | 59                 | 7         | 8.5           | 57        | 8  | 7.0  | 56     | 6  | 9.5  | 65       | 5 | 13.0 | 57     | 7  | 8.0 |
| Recapacitación de la fuerza laboral | 54                 | 8         | 7.0           | 53        | 8  | 6.5  | 52     | 7  | 7.5  | 59       | 8 | 7.5  | 51     | 10 | 5.0 |
| Información confiable               | 53                 | 10        | 5.5           | 50        | 10 | 5.0  | 54     | 11 | 5.0  | 60       | 9 | 6.5  | 50     | 10 | 5.0 |

Edelman Trust Barometer 2023. BUS\_BND. Piensa en las empresas como una institución y su nivel actual de compromiso para abordar las necesidades y los problemas sociales. Cuando se trata de cada una de las siguientes áreas, indica qué tanto crees que la empresa está haciendo de más y excediéndose en sus acciones, que tanto está haciendo lo correcto con respecto a esta actividad o qué tan atrás se está quedando en sus acciones y debería estar haciendo más. Escala de 3 puntos; código 3, "no está haciendo lo suficiente"; código 1, "haciendo de más". Población general, LATAM. Los multiplicadores se redondean al 0.5 más cercano.



# Compromiso social, por países de LATAM

Percent who say

LATAM

|   | LATAM | Argentina | Brasil | Colombia | México |
|---|-------|-----------|--------|----------|--------|
| Creo que los CEO están obligados a ...  |       |           |        |          |        |
| Defender los hechos y <b>exponer la ciencia cuestionable</b> utilizada para justificar las malas políticas sociales | 66    | 59        | 66     | 67       | 71     |
| <b>Retirar el dinero publicitario</b> de plataformas que difundan información falsa                                 | 67    | 59        | 71     | 70       | 68     |
| Las empresas podrían fortalecer el tejido social si...  |       |           |        |          |        |
| <b>Apoyan a políticos y medios</b> que fomenten el consenso y la cooperación (promedio)                             | 73    | 67        | 73     | 74       | 76     |



# Índice de confianza: Confianza estable en medio de contratiempos económicos

## Índice de confianza

(el porcentaje promedio de confianza en las ONG, empresas, gobierno y medios)

 **Cambio significativo**

Desconfía (1-49)    Neutral (50-59)    Confía (60-100)

**Edelman Trust Barometer 2023.** El Índice de confianza es el porcentaje promedio de confianza en las ONG, empresas, gobierno y los medios. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. \*Suecia no está incluida en el promedio global..

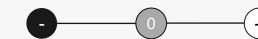
Debido a una inconsistencia en la traducción, los datos de Francia se eliminaron de los datos globales. Para más detalles, comuníquese con el equipo de investigación de Trust Barometer.

### 2022 Población general

|    |                |
|----|----------------|
| 57 | Global 26      |
| 83 | China          |
| 76 | EAU            |
| 75 | Indonesia      |
| 74 | India          |
| 72 | Arabia Saudita |
| 66 | Malasia        |
| 66 | Singapur       |
| 66 | Tailandia      |
| 60 | Kenia          |
| 59 | México         |
| 57 | Países Bajos   |
| 56 | Nigeria        |
| 54 | Canadá         |
| 53 | Australia      |
| 53 | Italia         |
| 51 | Brasil         |
| 51 | Irlanda        |
| 48 | Colombia       |
| 48 | Sudáfrica      |
| 46 | Alemania       |
| 45 | Argentina      |
| 45 | España         |
| 44 | Reino Unido    |
| 43 | EE. UU.        |
| 42 | Corea del Sur  |
| 40 | Japón          |

### 2023 Población general

|    |                |
|----|----------------|
| 55 | Global 26      |
| 83 | China          |
| 75 | Indonesia      |
| 74 | EAU            |
| 73 | India          |
| 71 | Arabia Saudita |
| 66 | Singapur       |
| 66 | Tailandia      |
| 63 | Kenia          |
| 62 | Malasia        |
| 61 | México         |
| 56 | Nigeria        |
| 54 | Países Bajos   |
| 53 | Brasil         |
| 52 | Canadá         |
| 51 | Colombia       |
| 50 | Italia         |
| 48 | Australia      |
| 48 | Irlanda        |
| 48 | EE. UU.        |
| 47 | Sudáfrica      |
| 46 | Alemania       |
| 44 | España         |
| 43 | Reino Unido    |
| 42 | Argentina      |
| 38 | Japón          |
| 36 | Corea del Sur  |



Cambio de 2022 a 2023

#### Países con números más altos:

|          |    |
|----------|----|
| EE.UU    | +5 |
| Colombia | +3 |
| Kenia    | +3 |

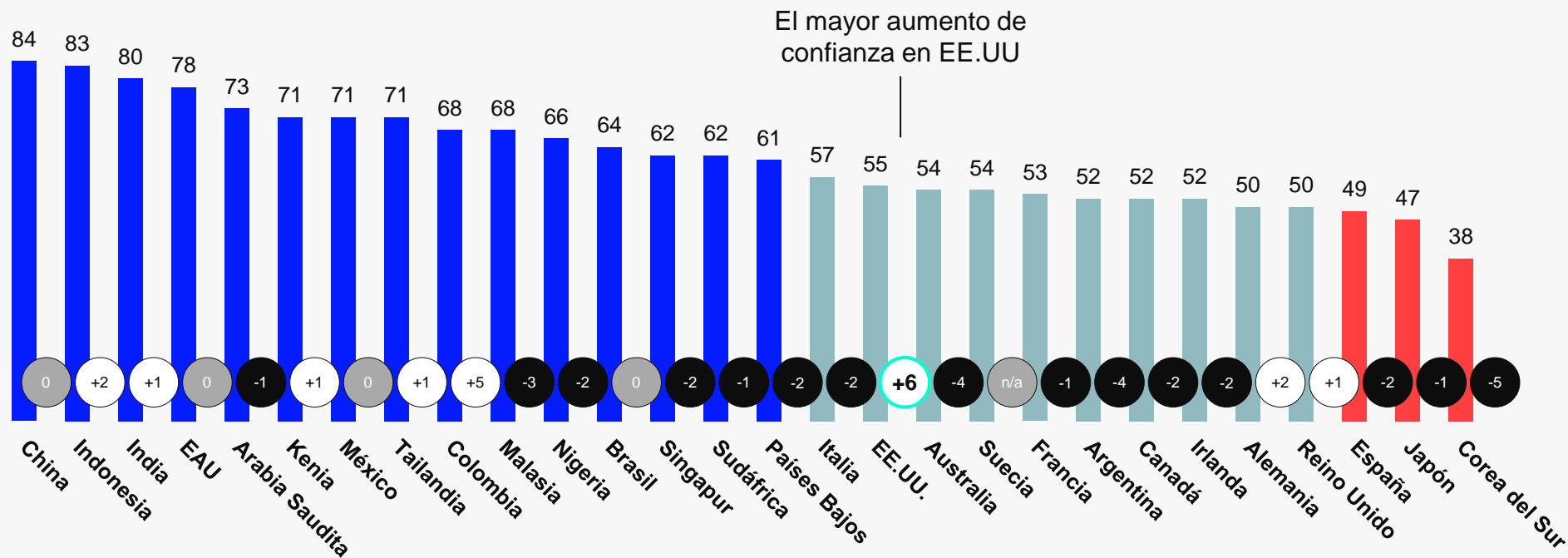
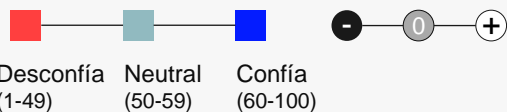
#### Países con números más bajos:

|               |    |
|---------------|----|
| Corea del Sur | -6 |
| Australia     | -5 |
| Malasia       | -4 |



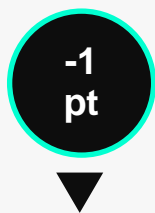
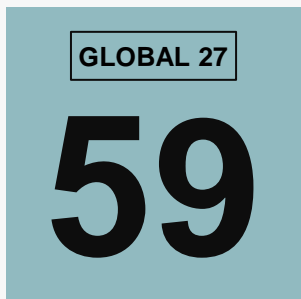
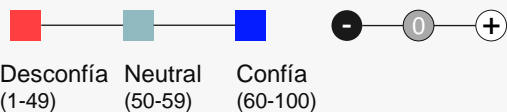
# La confianza en las empresas disminuye en 15 países, aumenta en 8 de 27 países

Porcentaje de confianza

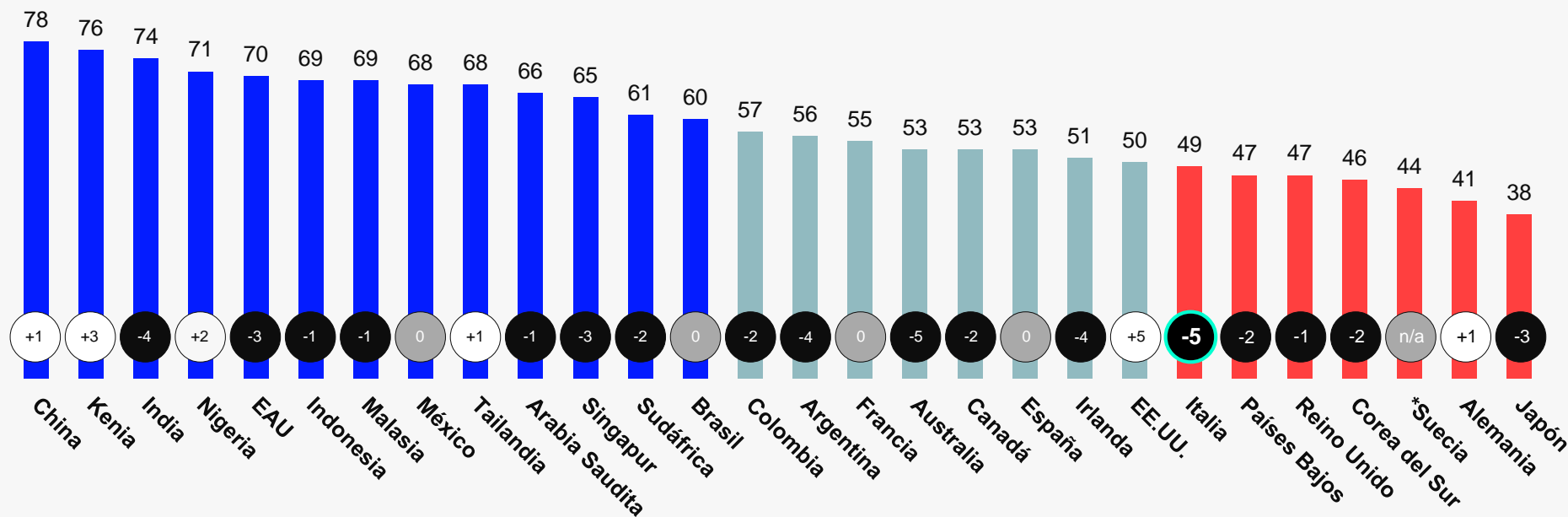


# La confianza en las ONG disminuye en 17 países, aumenta en 6 de 27 países

Porcentaje de confianza



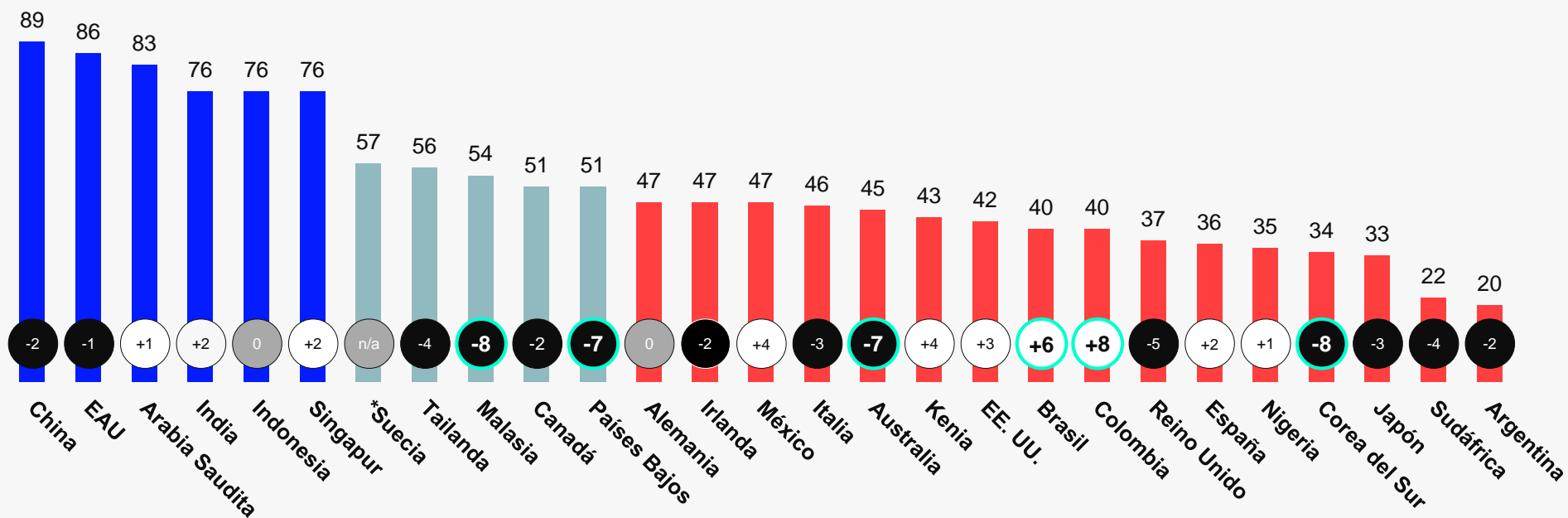
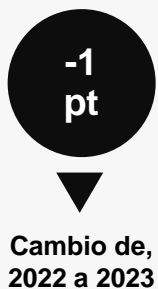
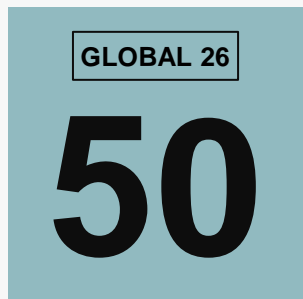
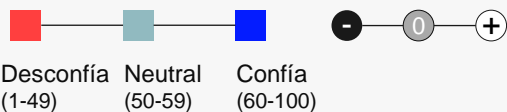
Cambio de 2022 a 2023





# La confianza en el gobierno disminuye en 14 países, aumenta en 10 de 26 países

Porcentaje de confianza



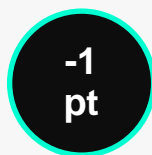
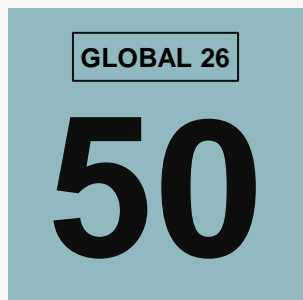
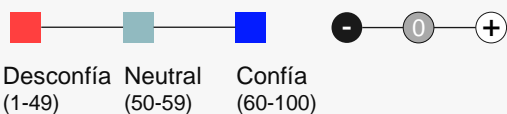
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. [GOBIERNO] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. \* Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

Debido a un error de traducción, los datos de Francia se eliminaron de esta diapositiva. Para más detalles, comuníquese con el equipo de investigación de Trust Barometer.

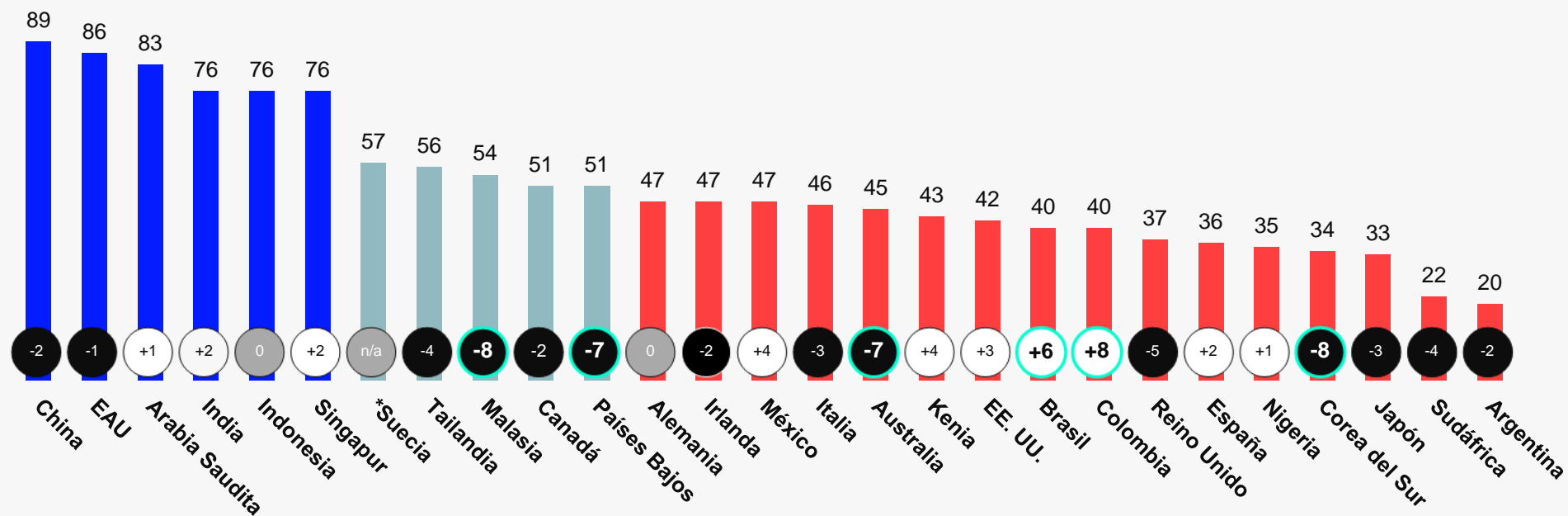


# La confianza en los medios disminuye en 16 países, aumenta en 10 de 27 países

Porcentaje de confianza



Cambio de 2022 a 2023



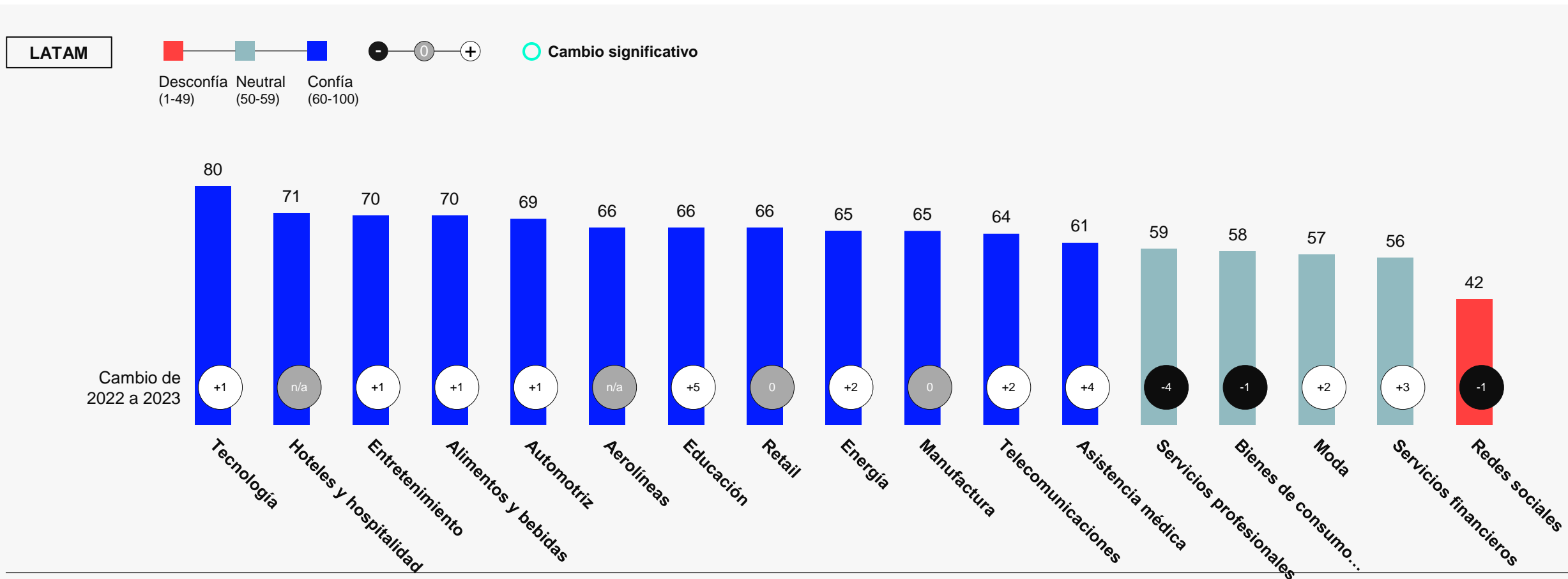
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. [MEDIOS] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; as 4 casillas superiores, confían. Población general, promedio de 27 mercados. \* Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

Nota: en Corea del Sur, el término utilizado para Medios significa "Medios de noticias".



# La confianza en los sectores de la industria se mantiene estable

Porcentaje de confianza en LATAM



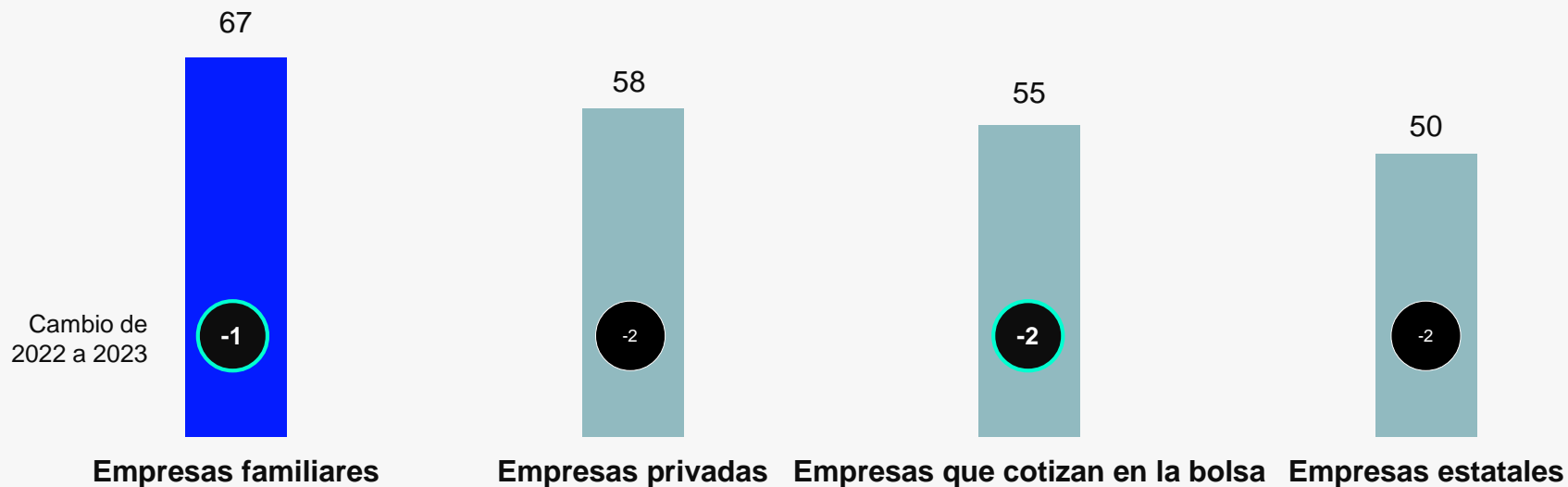
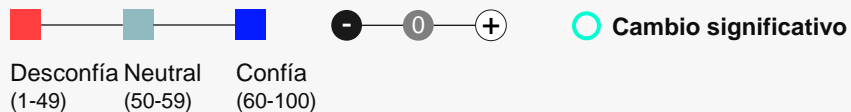
Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_IND. Indica cuánto confías en que las empresas de cada una de las siguientes industrias hagan lo correcto. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Se mostraron las industrias a la mitad de los participantes. Población general, LATAM. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida en un nivel de confianza de más del 99 %.



# Las empresas familiares son las únicas confiables

Porcentaje que confía en que cada tipo de empresa hará lo correcto

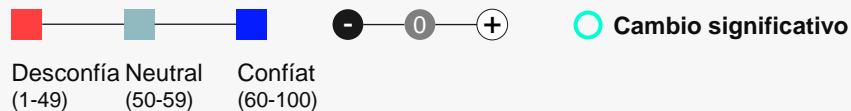
GLOBAL 27



# La OMS es la única organización multinacional confiable

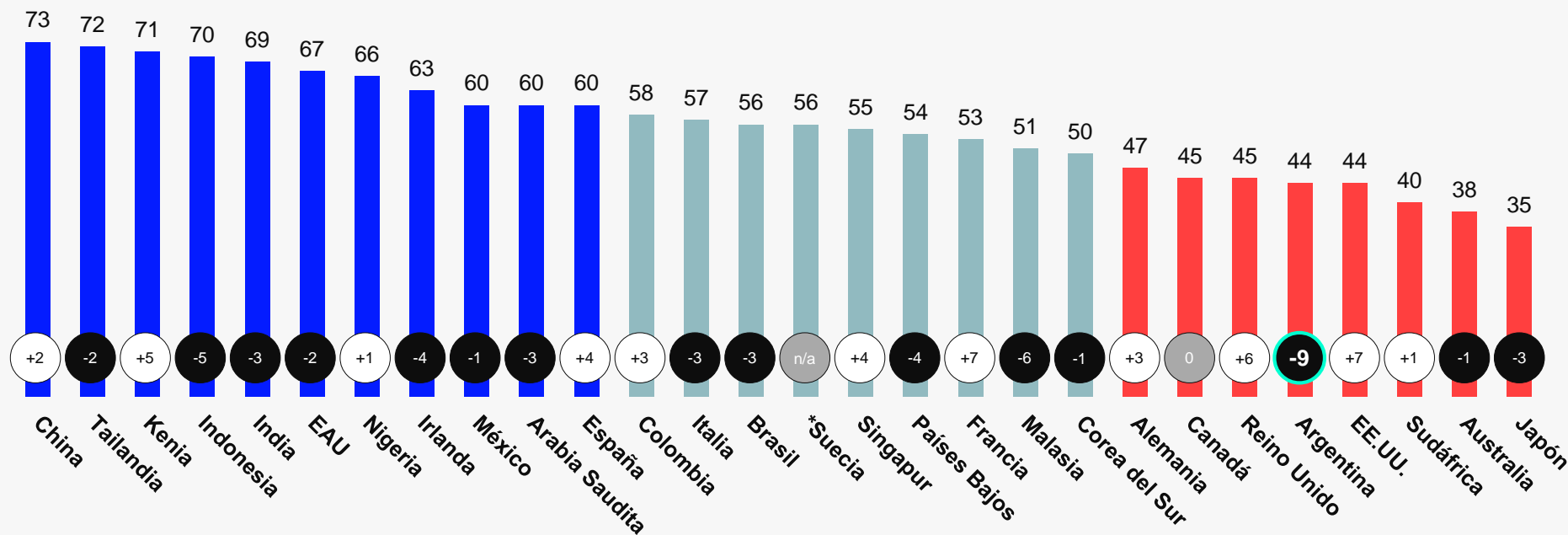
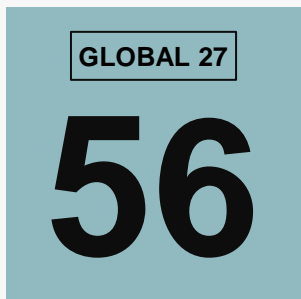
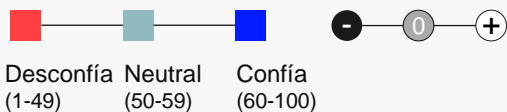
Porcentaje de confianza

GLOBAL 27



# La confianza en la Unión Europea aumenta en 11 de 27 países

Porcentaje de confianza

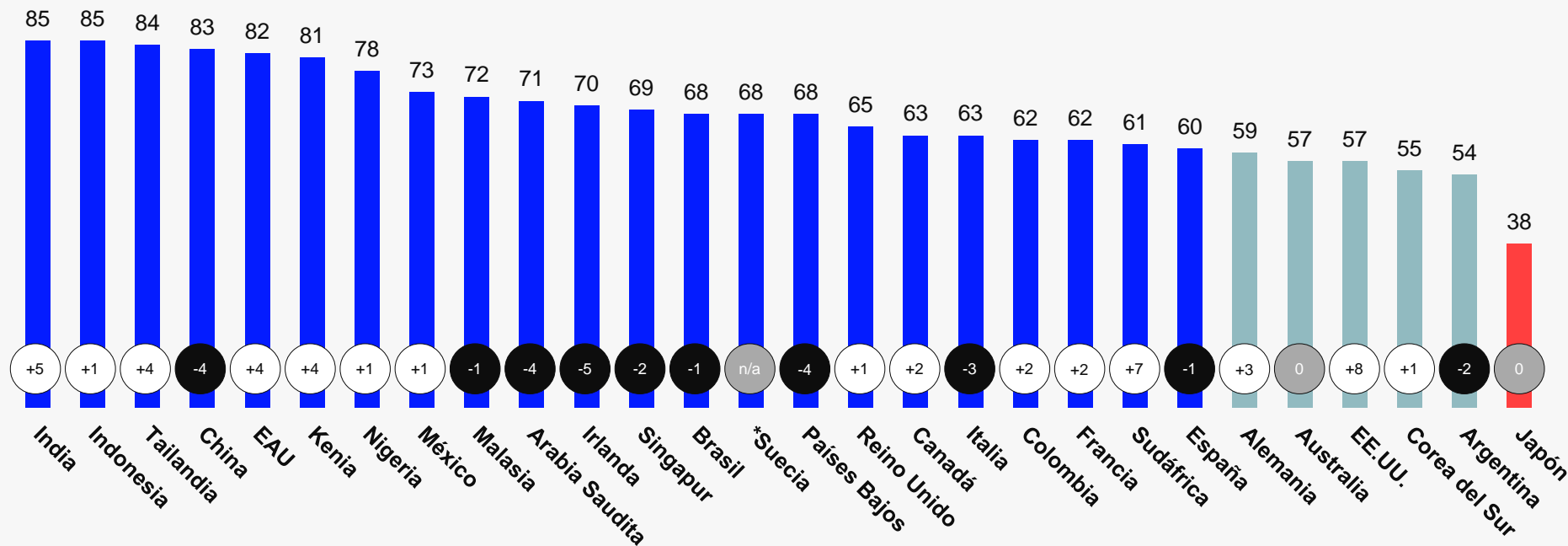
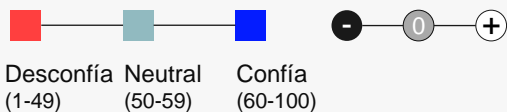


Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. [LA UNIÓN EUROPEA] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. \*Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



# La confianza en la Organización Mundial de la Salud aumenta en 15 de 27 países

Porcentaje de confianza

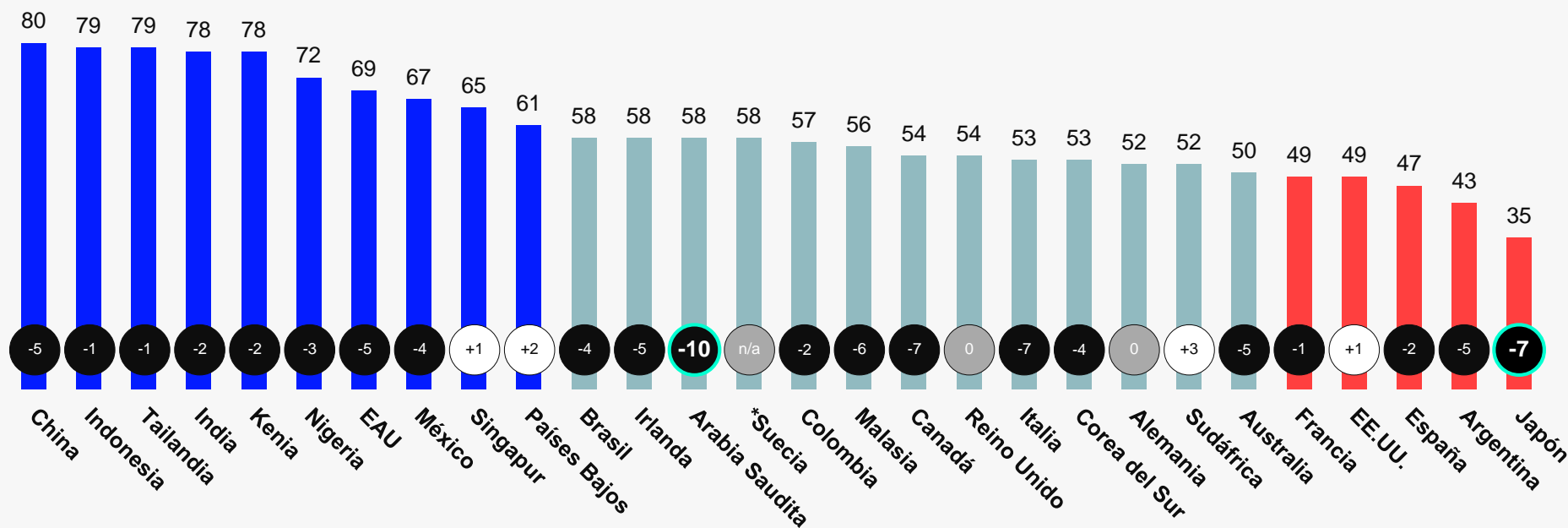
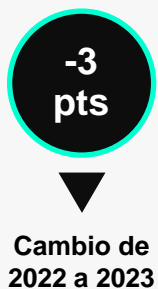
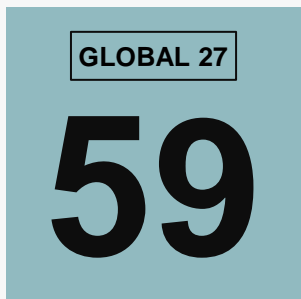
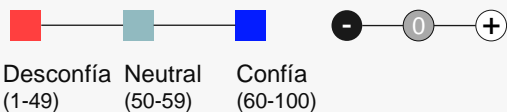


Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. [LA OMS] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. \* Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



# La confianza en la Organización de las Naciones Unidas disminuye en 21 de 27 países

Porcentaje de confianza



Edelman Trust Barometer 2023. TRU\_INS. [LA ONU] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confían. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. \* Suecia no está incluida en el promedio global. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

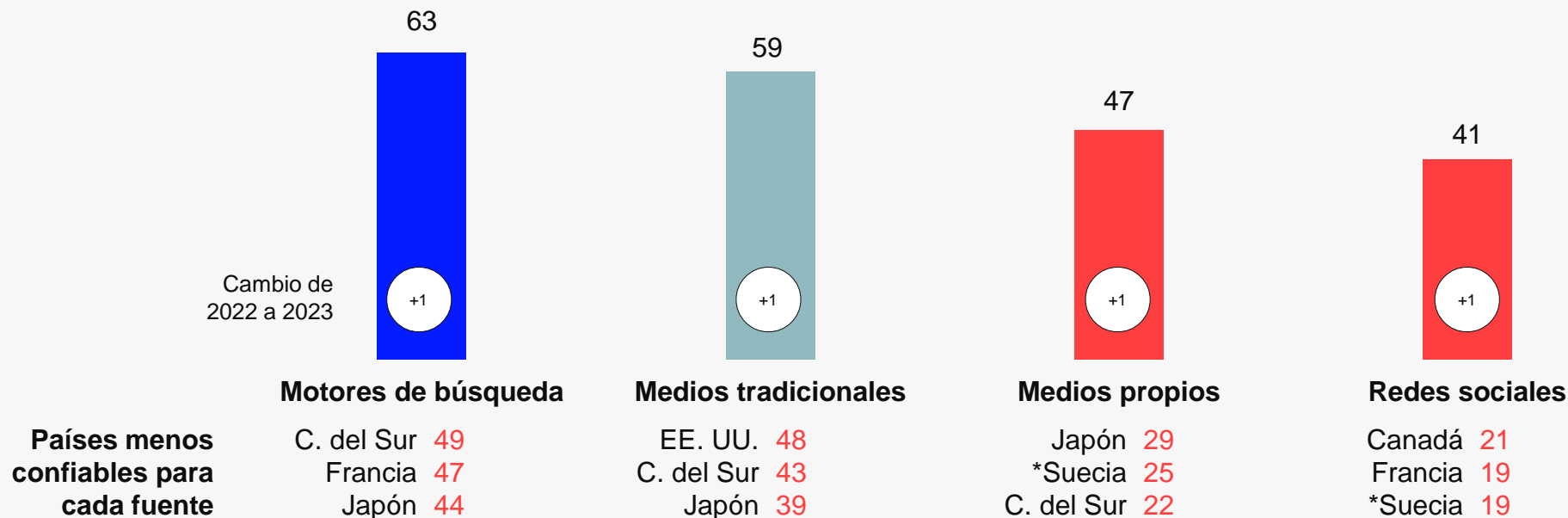
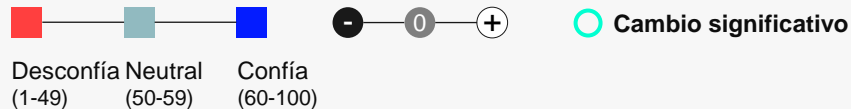




# Los motores de búsqueda son la única fuente de noticias confiable

Porcentaje de confianza

GLOBAL 27



2023 Edelman Trust Barometer 2023. COM\_MCL. Cuando buscas noticias e información general, ¿cuánto confías en cada tipo de fuente para noticias e información general? Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores, confío. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

\*Suecia no está incluido en el promedio global



# Apéndice técnico



Edelman Trust Barometer 2023 : Muestra

# Tamaño de la muestra, cuotas y margen de error

| Mercado            | Tamaño de muestra ponderado <sup>1</sup> | Tamaño de muestra no ponderado | Margen de error – Muestra total <sup>2</sup> | Margen de error – Mitad de la muestra <sup>2</sup> | Cuotas establecidas <sup>3</sup>          |
|--------------------|--|--------------------------------|--|--|---|
| Global 27          | 31,050                                   | 31,171                         | +/- 0.6 puntos porcentuales muestra total    | +/- 0.8 puntos porcentuales mitad de la muestra    | Cuotas establecidas a nivel de mercado    |
| Argentina          | 1,150                                    | 1,120                          | +/- 2.9 puntos porcentuales muestra total    | +/- 4.1 puntos porcentuales mitad de la muestra    | Edad, género religión                     |
| Australia          | 1,150                                    | 1,152                          |  |  |   |
| Brasil             | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Canadá             | 1,150                                    | 1,500                          | +/- 2.5 puntos porcentuales muestra total    | +/- 3.6 puntos porcentuales mitad de la muestra    |   |
| China <sup>4</sup> | 1,150                                    | 1,149                          | +/- 2.9 puntos porcentuales muestra total    | +/- 4.1 puntos porcentuales mitad de la muestra    |   |
| Colombia           | 1,150                                    | 1,151                          |  |  |   |
| Francia            | 1,150                                    | 1,151                          |  |  |   |
| Alemania           | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| India              | 1,150                                    | 1,145                          |  |  |   |
| Indonesia          | 1,150                                    | 1,118                          |  |  |   |
| Irlanda            | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Italia             | 1,150                                    | 1,151                          |  |  |   |
| Japón              | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Kenia              | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Malasia            | 1,150                                    | 1,120                          |  |  |   |
| México             | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Nigeria            | 1,150                                    | 1,142                          |  |  |   |
| Arabia Saudita     | 1,150                                    | 1,082                          |  |  | +/- 3.0 puntos porcentuales muestra total |
| Singapur           | 1,150                                    | 1,135                          | +/- 2.9 puntos porcentuales muestra total    | +/- 4.1 puntos porcentuales mitad de la muestra    |   |
| Sudáfrica          | 1,150                                    | 1,153                          |  |  |   |
| Corea del sur      | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| España             | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Suecia             | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| Tailandia          | 1,150                                    | 1,133                          |  |  |   |
| Países Bajos       | 1,150                                    | 1,142                          |  |  |   |
| EAU                | 1,150                                    | 1,143                          |  |  |   |
| Reino Unido        | 1,150                                    | 1,150                          |  |  |   |
| EE. UU.            | 1,150                                    | 1,134                          |  |  |   |

1. Los datos reportados en las diapositivas se ponderan con el mismo tamaño base total para garantizar que cada mercado tenga el mismo efecto en el total global. Algunas preguntas se hicieron sólo a la mitad de la muestra.

Consulta las notas al pie de cada diapositiva para obtener más información.

2. El margen de error se calcula sobre los tamaños de muestra no ponderados recopilados.

3. Hubo cuotas adicionales sobre el origen étnico en el Reino Unido y los EE. UU., y sobre la nacionalidad en los Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita..

4. Todos los datos recopilados en China son China continental. Las regiones del resto del país no fueron encuestadas..



Edelman Trust Barometer 2023 : Muestra

## Países incluidos en los distintos promedios globales

| 28 países encuestados | Promedio global de 27 mercados  | Global 26<br>No incluye a Francia   | Global 25<br>No incluye a China y Tailandia  | Global 24<br>No incluye a China y Tailandia  | Global 24                                  |
|-----------------------|---|---|--|--|--|
|                       | Se utiliza para los promedios del año en curso y seguimiento hasta 2022 | Se utiliza para los promedios del año en curso; No incluye a Francia <sup>2</sup> | Se utiliza para el seguimiento hasta 2022; excluye mercados sensibles <sup>1</sup> | Se utiliza para el seguimiento hasta 2022; excluye mercados sensibles <sup>1</sup> | Se utiliza para dar seguimiento hasta 2019 |
| Argentina             | Argentina   | Argentina   | Argentina  | Argentina  | Argentina                                  |
| Australia             | Australia   | Australia   | Australia  | Australia  | Australia                                  |
| Brasil                | Brasil  | Brasil  | Brasil   | Brasil   | Brasil                                     |
| Canadá                | Canadá  | Canadá  | Canadá   | Canadá   | Canadá                                     |
| China                 | China   | China   | ----   | ----   | China                                      |
| Colombia              | Colombia  | Colombia  | Colombia   | Colombia   | Colombia                                   |
| Francia               | Francia   | ----  | Francia  | Francia  | Francia                                    |
| Alemania              | Alemania  | Alemania  | Alemania   | Alemania   | Alemania                                   |
| India                 | India   | India   | India  | India  | India                                      |
| Indonesia             | Indonesia   | Indonesia   | Indonesia  | Indonesia  | Indonesia                                  |
| Irlanda               | Irlanda   | Irlanda   | Irlanda  | Irlanda  | Irlanda                                    |
| Italia                | Italia  | Italia  | Italia   | Italia   | Italia                                     |
| Japón                 | Japón   | Japón   | Japón  | Japón  | Japón                                      |
| Kenia                 | Kenia   | Kenia   | Kenia  | Kenia  | ----                                       |
| Malasia               | Malasia   | Malasia   | Malasia  | Malasia  | Malasia                                    |
| México                | México  | México  | México   | México   | México                                     |
| Nigeria               | Nigeria   | Nigeria   | Nigeria  | ----   | ----                                       |
| Arabia Saudita        | Arabia Saudita  | Arabia Saudita  | Arabia Saudita   | Arabia Saudita   | Arabia Saudita                             |
| Singapur              | Singapur  | Singapur  | Singapur   | Singapur   | Singapur                                   |
| Sudáfrica             | Sudáfrica   | Sudáfrica   | Sudáfrica  | Sudáfrica  | Sudáfrica                                  |
| Corea del Sur         | Corea del Sur   | Corea del Sur   | Corea del Sur  | Corea del Sur  | Corea del Sur                              |
| España                | España  | España  | España   | España   | España                                     |
| Suecia                | ----  | ----  | ----   | ----   | ----                                       |
| Tailandia             | Tailandia   | Tailandia   | ----   | ----   | ----                                       |
| Países Bajos          | Países Bajos  | Países Bajos  | Países Bajos   | Países Bajos   | Países Bajos                               |
| EAU                   | EAU   | EAU   | EAU  | EAU  | EAU  |
| Reino Unido           | Reino Unido   | Reino Unido   | Reino Unido  | Reino Unido  | Reino Unido                                |
| EE. UU.               | EE. UU.   | EE. UU.   | EE. UU.  | EE. UU.  | EE. UU.                                    |

1. Debido a que parte del contenido que preguntamos se considera políticamente sensible, hay varios países en los que tomamos precauciones especiales para evitar poner a nuestros encuestados, o a nosotros mismos, en posición de infringir las leyes locales. Trabajamos en estrecha colaboración con nuestro asociado de muestreo y su equipo legal para identificar qué preguntas evitar y en qué países debemos abstenernos de hacerlas. Los dos países en los que eliminamos preguntas y/u opciones de respuesta fueron China y Tailandia.

2. Debido a una inconsistencia en la traducción, los datos de Francia se eliminaron de los datos globales. Para más detalles, comuníquese con el equipo de investigación de Trust Barometer.



Edelman Trust Barometer 2023 : Muestra

## Idiomas utilizados en la encuesta y penetración de Internet por país

|                  | Idiomas                               | Penetración de internet* |                       | Idiomas                               | Penetración de internet* |                      | Idiomas                      | Penetración de internet* |
|------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------|
| <b>Global</b>    | -                                     | 87%                      | <b>Indonesia</b>      | Indonesio                             | 76%                      | <b>Sudáfrica</b>     | Inglés localizado, Afrikaans | 63%                      |
| <b>Argentina</b> | Español localizado                    | 91%                      | <b>Irlanda</b>        | Inglés localizado                     | 89%                      | <b>Corea del Sur</b> | Coreano                      | 97%                      |
| <b>Australia</b> | Inglés localizado                     | 89%                      | <b>Italia</b>         | Italiano                              | 91%                      | <b>España</b>        | Español                      | 92%                      |
| <b>Brasil</b>    | Portugués                             | 83%                      | <b>Kenia</b>          | Inglés localizado                     | 84%                      | <b>Suecia</b>        | Inglés localizado, sueco     | 97%                      |
| <b>Canadá</b>    | Inglés localizado, francés canadiense | 93%                      | <b>Japón</b>          | Japonés                               | 93%                      | <b>Tailandia</b>     | Tailandés                    | 88%                      |
| <b>China</b>     | Chino simplificado                    | 70%                      | <b>Malasia</b>        | Malayo                                | 94%                      | <b>Países Bajos</b>  | Inglés localizado,           | 95%                      |
| <b>Colombia</b>  | Español localizado                    | 83%                      | <b>México</b>         | Español localizado                    | 77%                      | <b>EAU</b>           | Inglés localizado, árabe     | 100%                     |
| <b>Francia</b>   | Francés                               | 92%                      | <b>Nigeria</b>        | Inglés localizado                     | 68%                      | <b>Reino Unido</b>   | Inglés localizado            | 95%                      |
| <b>Alemania</b>  | Alemán                                | 94%                      | <b>Arabia Saudita</b> | Inglés localizado, árabe              | 89%                      | <b>EE. UU.</b>       | Inglés, Español localizado   | 94%                      |
| <b>India</b>     | Inglés localizado, hindi              | 60%                      | <b>Singapur</b>       | Inglés localizado, chino simplificado | 92%                      |                      |                              |                          |

\*Fuente: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> a partir de 05/01/23

Análisis de datos explicado:

## Cómo graficamos cada país según su nivel de polarización

Para visualizar la polarización a nivel país, graficamos los países en función del porcentaje de encuestados en cada país que ven divisiones profundas y sienten que esas divisiones están arraigadas.

La Profundidad de División forma el eje y. El puntaje de División de un país es el porcentaje que cree que su país está muy/extremadamente dividido, usando POL\_DEG.\*

**POL\_DEG. Usando la siguiente escala, indica qué tan dividido crees que está tu país en temas sociales clave actuales. Escala de 5 puntos; las 2 casillas superiores, “muy/extremadamente dividido”.**

La puntuación de Arraigamiento de un país está en el eje x. Es el porcentaje que no cree que su país pueda superar sus divisiones, usando POL\_PROG. Esta puntuación se midió solo entre los encuestados que creen que su país está muy/extremadamente dividido (POL\_DEG/4-5).

**POL\_PROG. ¿Qué tan probable o improbable crees que es que tu país supere sus divisiones ideológicas y desacuerdos sobre cuestiones y desafíos clave? Escala de 8 puntos; códigos 2-5 = poco probable/neutro, entre PO\_DEG/4-5 = arraigado**

La tabla de la derecha muestra la puntuación de División y Arraigamiento de cada país, así como la puntuación total de Polarización. Luego se determinaron los puntos de corte que nos permitieron agrupar a los países según su nivel de polarización. El primer paso en el proceso de determinación de los puntos de corte fue buscar brechas naturales en los puntajes. Luego hicimos más pruebas de estos puntos de corte perfilando a los países en cada uno de los 4 grupos resultantes para asegurarnos de que mostraran diferencias a lo largo de las dimensiones clave relacionadas con la polarización. A continuación se encuentran los puntos de corte finales utilizados para caracterizar el nivel de polarización de un país.

- **Severamente polarizado:** suma de 130 o más
- ▨ **En peligro de polarización severa:** suma de entre 115 a 129
- **Moderadamente polarizado:** suma de entre 80 ta 114
- **No polarizado:** suma de menos de 80

| País           | División (eje y) | Arraigamiento (eje x) | Puntaje de polarización (suma) |  |
|----------------|------------------|-----------------------|--------------------------------|--|
| Argentina      | 87               | 77                    | 164                            |  |
| Colombia       | 74               | 62                    | 136                            |  |
| EE. UU.        | 67               | 66                    | 133                            |  |
| España         | 56               | 77                    | 133                            |  |
| Sudáfrica      | 61               | 71                    | 132                            |  |
| Suecia         | 51               | 79                    | 130                            |  |
| Japón          | 47               | 75                    | 122                            |  |
| Italia         | 41               | 79                    | 120                            |  |
| Brasil         | 65               | 55                    | 120                            |  |
| Reino Unido    | 50               | 69                    | 119                            |  |
| Países Bajos   | 43               | 75                    | 118                            |  |
| Francia        | 51               | 66                    | 117                            |  |
| México         | 52               | 65                    | 117                            |  |
| Corea del Sur  | 55               | 61                    | 116                            |  |
| Alemania       | 41               | 75                    | 116                            |  |
| Australia      | 35               | 74                    | 109                            |  |
| Canadá         | 38               | 71                    | 109                            |  |
| Tailandia      | 48               | 50                    | 98                             |  |
| Nigeria        | 49               | 49                    | 98                             |  |
| Irlanda        | 32               | 64                    | 96                             |  |
| Kenia          | 39               | 47                    | 86                             |  |
| India          | 35               | 36                    | 71                             |  |
| EAU            | 18               | 48                    | 66                             |  |
| Singapur       | 18               | 46                    | 64                             |  |
| Arabia Saudita | 18               | 43                    | 61                             |  |
| China          | 14               | 45                    | 59                             |  |
| Malasia        | 28               | 27                    | 55                             |  |
| Indonesia      | 11               | 44                    | 55                             |  |

\*La puntuación de División se calculó utilizando un POL\_DEG modificado, excluyendo a los encuestados que respondieron "no sé".



Análisis de datos explicado:

## Cómo definimos

# los grupos de polarización

Para medir las percepciones de la polarización social hicimos las preguntas que se muestran a la derecha. Primero, medimos el grado de división percibida en temas sociales clave dentro de cada país. Luego, medimos la creencia de los encuestados de que su país puede salir adelante solo entre aquellos que informaron que su país está muy o extremadamente dividido. Con base en sus respuestas a estas dos preguntas, los encuestados fueron asignados a uno de los tres grupos que se describen abajo:

- **No muy dividido (código 0):** participantes que opinan que su país no está muy dividido (POL\_DEG/1-3).
- **Dividido, no arraigado (código 1):** participantes que opinan que su país está muy o extremadamente dividido (POL\_DEG/4-5), pero creen que estas divisiones pueden superarse o no son un problema (POL\_PROG/1, 6-8).
- **Polarizado: nuestras divisiones están arraigadas (código 2):** participantes que opinan que su país está muy o extremadamente dividido (POL\_DEG/4-5), Y que además creen que estas divisiones son insuperables (POL\_PROG/2-5).

Estas categorías también definieron una escala de polarización de tres puntos que se usó como variable de resultado en una regresión lineal que usamos para identificar que incentiva las percepciones de polarización como se detalla en la página de regresión.

### Preguntas relacionadas con la polarización

**POL\_DEG: Usando la siguiente escala, indica qué tan dividido crees que está tu país en temas sociales clave actuales.**

1. Nada dividido
2. Un poco dividido
3. Algo dividido
4. Muy dividido
5. Extremadamente dividido
99. No sé / No estoy seguro

**POL\_PROG: ¿Qué tan probable o improbable crees que es que tu país supere sus divisiones ideológicas y desacuerdos sobre cuestiones y desafíos clave?**

1. Las divisiones ideológicas y la falta de consenso en temas clave no son un problema en el país
2. **Nunca pasará**
3. Muy poco probable
4. Poco probable
5. Ni probable ni improbable
6. Probable
7. Muy probable
8. **Definitivamente pasará**
99. No sé / No estoy seguro



## Edelman Trust Barometer Reporte Global 2023

# Cómo calculamos los determinantes de la polarización

También queríamos saber qué conduce a la polarización. Descubrimos que la desconfianza, la identidad, la injusticia y el pesimismo eran factores importantes.

De acuerdo a la regresión lineal, los factores representados en el reporte incentivan significativamente la polarización. La polarización se refiere a la escala de 3 puntos descrita en la diapositiva de definición de polarización. El modelo completo, que se muestra a continuación, representa el 17.71 % de la variación observada en las puntuaciones de polarización.

**$Polarización = (0.2351) + (.3380)Desconfianza en el gobierno + (.3068)Falta de identidad compartida + (.2478)Injusticia sistémica + (.1465)Pesimismo económico + (.1431)Miedos sociales + (.1062)Desconfianza en los medios$**

El coeficiente que aparece junto a cada factor indica el aumento en el puntaje de polarización asociado con la presencia de este, manteniendo constantes todos los demás factores. Este valor estandarizado nos permitió clasificar la importancia de cada variable predictora y determinar qué factores impulsan más la polarización. Todos los coeficientes fueron significativos a un nivel de  $p < 0,001$ .

| Incentivadores                | Coefficiente |
|-------------------------------|--------------|
| Desconfianza en el gobierno   | .3380        |
| Falta de identidad compartida | .3068        |
| Injusticia sistémica          | .2478        |
| Pesimismo económico           | .1465        |
| Miedos sociales               | .1431        |
| Desconfianza en los medios    | .1062        |
| Constante                     | .2351        |

| Incentivadores                       | Pregunta y calificación  |
|--------------------------------------|--|
| <b>Desconfianza en el gobierno</b>   | <b>TRU_INS.</b> [GOBIERNO] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Usando una escala de 9 puntos, en la que uno es "no confío en lo más mínimo" y 9 es confío mucho" indica, para cada una, cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. <i>Escala de 9 puntos; las 4 casillas inferiores= Desconfianza en el gobierno.</i>  |
| <b>Falta de identidad compartida</b> | <b>SOC_FAB_STR.</b> ¿Qué tan cierta es cada una de las siguientes afirmaciones con respecto a la situación actual en el país? Usando una escala de nueve puntos donde uno significa que "no es del todo cierto" y nueve significa que es "completamente cierto", qué tan cierta te parece cada afirmación. <i>Escala de 9 puntos; (r1,3,6,7), puntuación media entre 1-5 = Falta de identidad compartida</i>   |
| <b>Injusticia sistémica</b>          | <b>POP_MDC.</b> A continuación, se muestra una lista de declaraciones. Califica qué tan cierta crees que es cada declaración usando una escala de 9 puntos donde uno significa que "no es del todo cierto" y nueve significa que es "completamente cierto". <i>Escala de 9 puntos; (r2,3,18*,19*), puntuación media de 6 o más = Injusticia sistémica</i><br><i>*puntaje inverso</i>   |
| <b>Pesimismo económico</b>           | <b>CNG_FUT.</b> Pensando en los prospectos económicos para ti y tu familia, ¿cómo crees que estarán dentro de cinco años? Elige una opción. <i>Escala de 5 puntos, códigos 4,5 = Pesimismo económico</i>   |
| <b>Miedos sociales</b>               | <b>POP_EMO.</b> Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Indica tu respuesta usando una escala de 9 puntos donde uno significa "No me preocupa en absoluto" y nueve significa "Estoy extremadamente preocupado por esto". <i>Escala de 9 puntos; las 4 casillas superiores en la mayoría de opciones (r14, 27, 43, 30, 31, 32, 33) = Miedos sociales</i> |
| <b>Desconfianza en los medios</b>    | <b>TRU_INS.</b> [MEDIOS] Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Usando una escala de 9 puntos, en la que uno es "no confío en lo más mínimo" y 9 es confío mucho" indica, para cada una, cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. <i>Escala de 9 puntos; las 4 casillas inferiores= Desconfianza en los medios.</i>  |





Análisis de datos explicado:

## Cómo graficamos los puntajes de competencia y ética institucional

Definimos la confianza como la combinación de competencia y ética. El reporte presenta una gráfica que muestra qué tan competente y ética es considerada cada una de las instituciones. Así es como calculamos cada puntuación.

**El puntaje de competencia (el eje x de la gráfica):** El puntaje de competencia de una institución es el resultado neto de las 3 casillas superiores (DE ACUERDO) menos las 3 casillas inferiores (EN DESACUERDO) de las respuestas a la pregunta “¿Hasta qué punto estás de acuerdo con la siguiente afirmación? “[LA INSTITUCIÓN] en general es buena en lo que hace”. El puntaje neto resultante luego se restó por 50, lo que significa que para que una institución califique como competente, requeriría una diferencia neta de 51 puntos o más en su porcentaje de calificaciones de las 3 casillas superiores frente a sus calificaciones de las 3 casillas inferiores. Esto asegura que una institución no pueda ser considerada competente a menos que haya una mayoría que la califique como tal.

**La puntuación ética neta (el eje y de la gráfica):** La dimensión ética está definida por cuatro elementos. Para cada uno, se calculó una puntuación neta tomando el porcentaje de las 5 casillas superiores que representan una percepción ética positiva menos el porcentaje de las 5 casillas inferiores que representan una percepción ética negativa. El valor del eje y es un promedio de esos 4 puntajes netos. Las puntuaciones superiores a cero indican una institución que se percibe como ética.

### Se preguntó a los encuestados lo siguiente:

Cuando piensas en por qué confías o no en [institución], especifica dónde crees que se encuentra en la escala entre las dos descripciones opuestas. *(Desliza el control para indicar dónde crees que [LA INSTITUCIÓN] se encuentra entre ambos extremos de cada escala.)*

| Dimensión        | Percepción ética   | Percepción poco ética  |
|------------------|--|--|
| Con un propósito | Agentes de cambio positivo altamente efectivos                         | Agentes de cambio positivo altamente ineficaces              |
| Honesta          | Honestos y justos  | Corruptos y tendenciosos                                     |
| Visionaria       | Tienen una visión a futuro en la que creo                              | No tienen una visión a futuro en la que creo                 |
| Justa            | Obedecen a los intereses de todas las personas con justicia e igualdad | Obedecen a los intereses de solo ciertos grupos de personas. |



## Edelman Trust Barometer 2023: Análisis

# Cómo calculamos los compradores motivados por sus creencias

En el Edelman Trust Barometer 2022 Reporte especial: La nueva cascada de influencia, se preguntó a los participantes sobre el papel que jugaron sus valores, opiniones sobre temas sociales y creencias políticas en sus decisiones de compra. La escala del comprador motivado por sus creencias (BDB) se creó promediando las respuestas de los participantes a los siete elementos de la escala de acuerdo/desacuerdo de 9 puntos, que se muestran en la tabla de la derecha.

- Los compradores que no fueron motivados por sus creencias fueron aquellos que obtuvieron una puntuación entre 1 y 4.99 en la escala BDB, lo que significa que, en promedio, no estaban de acuerdo con estas declaraciones.
- Los participantes que obtuvieron una puntuación de entre 5.00 y 9.00 en la escala BDB se clasificaron como compradores motivados por sus creencias, lo que significa que, en promedio, se vieron reflejados en estas declaraciones hasta cierto punto.

## Se preguntó a los encuestados lo siguiente:

Por favor indica qué tan de acuerdo o en desacuerdo están con las siguientes declaraciones.

|    |   |
|----|---|
| 1. | Aunque una empresa fabrique el producto que más me gusta, no lo compraré si no estoy de acuerdo con la postura de la empresa con respecto a cuestiones sociales importantes.                  |
| 2. | Si una marca ofrece el mejor precio por un producto, lo compraré incluso si no estoy de acuerdo con la postura de la empresa con respecto a temas políticos o sociales controvertidos.        |
| 3. | He comprado productos de una marca por primera vez solo porque que estaba de acuerdo con su postura en un tema social o político controvertido.   |
| 4. | He dejado de comprar una marca y he empezado a comprar otra porque me gustaba más su postura política.  |
| 5. | Tengo fuertes opiniones sobre muchos temas sociales y políticos. Las marcas que elijo comprar o no comprar son una forma importante de expresar esas opiniones.                               |
| 6. | He dejado de comprar una marca únicamente porque permaneció en silencio con respecto a un tema social o político controvertido que en mi opinión tenía la obligación de abordar públicamente. |



**Texto completo  
de las  
preguntas**



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Temores económicos y sociales personales

POP\_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Indica tu respuesta usando una escala de 9 puntos donde uno significa "No me preocupa en absoluto" y nueve significa "Estoy extremadamente preocupado por esto".

| Versión corta            | Completa  |
|--------------------------|---|
| Perdida de trabajo(neto) | Automatización y/u otras innovaciones que te quitan trabajos<br>Tu puesto se traslada a otros países donde se les paga menos a los trabajadores Competidores extranjeros más baratos que llevan a empresas como la tuya a la quiebra<br>No tener la formación y las habilidades necesarias para conseguir un trabajo bien remunerado<br>Conflictos internacionales sobre políticas comerciales y aranceles que perjudican a la empresa para la que trabajas<br>Perder tu trabajo como resultado de una inminente recesión Empleos estables con beneficios que son reemplazados por trabajos freelance, la <i>gig-economy</i> o de corta duración que no ofrecen beneficios. |
| Inflación                | Tu aumento salarial no están al día con la tasa de inflación, lo que te hace perder terreno financieramente   |
| Cambio climático         | El cambio climático provoca sequías, aumento del nivel del mar y otros desastres naturales  |
| Guerra nuclear           | Conflictos internacionales que escalan hacia una guerra nuclear   |
| Escasez de alimentos     | La escasez de alimentos conduce al acaparamiento, los disturbios y el hambre.   |
| Escasez de energía       | Una escasez de energía que hace difícil que puedas calentar tu hogar, usar tus electrodomésticos o mantener tu automóvil con combustible  |



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Miedos con respecto a la polarización

NAT\_POL\_CONS. De no ser abordadas, ¿cuáles crees que sean las consecuencias de estas divisiones en el país?

| Versión corta                                       | Completa  |
|---|---|
| Empeoramiento de los prejuicios y la discriminación | Empeoramiento de los prejuicios y la discriminación   |
| Desarrollo económico más lento                      | Nuestra tasa de desarrollo económico se ralentizará y no estaremos bien posicionados para la prosperidad a futuro |
| Violencia en las calles                             | Violencia en las calles   |
| Incapacidad para abordar los desafíos sociales.     | Una incapacidad para abordar adecuadamente nuestros desafíos sociales   |
| Mis finanzas sufrirán                               | Mis finanzas sufrirán   |



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Compromiso empresarial en cuestiones sociales

BUS\_BND. Piensa en las empresas como una institución y su nivel actual de compromiso para abordar las necesidades y los problemas sociales. Cuando se trata de cada una de las siguientes áreas, indica qué tanto crees que la empresa está haciendo de más y excediéndose en sus acciones, que tanto está haciendo lo correcto con respecto a esta actividad o qué tan atrás se está quedando en sus acciones y debería estar haciendo más.

| Versión corta               | Completa  |
|-----------------------------|---|
| Cambio climático            | Abordar el cambio climático   |
| Desigualdad económica       | Reparar la desigualdad económica, reducir la brecha de oportunidades entre los más ricos y los más pobres del país y sacar a las personas de la pobreza   |
| Escasez de energía          | Abordar la escasez mundial de energía y el aumento de los costos de energía   |
| Acceso a la atención médica | Aumentar el acceso a una atención médica de buena calidad   |
| Información confiable       | Controlar la difusión maliciosa de información engañosa y falsa y garantizar la disponibilidad de información confiable   |
| Recualificación laboral     | Hacer que la fuerza laboral se vuelva a capacitar y volver a capacitar necesaria para mantener calificadas a las personas cuyos trabajos están siendo eliminados o alterados en gran medida por la automatización y la inteligencia artificial. |



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Expectativas de los CEO en asuntos sociales

CEO\_ISS\_EXP. Para cada uno de los siguientes temas, indica lo que esperas que hagan los CEO.

| Versión corta            | Completa   |
|--------------------------|--|
| Trato a los trabajadores | Trato a los trabajadores                           |
| Cambio climático         | Cambio climático                                   |
| Discriminación           | Discriminación y el trato que se da a las minorías |
| Brecha de la riqueza     | Cómo abordar la brecha entre ricos y pobres        |
| Migración                | Migración, refugiados y trabajadores invitados.    |



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Las empresas pueden evitar ser vistas como motivadas políticamente

ENG\_ISS\_HOW. Acabas de decir que es posible que una empresa se comprometa a abordar problemas sociales polémicos de maneras que no considerarías políticas o motivadas políticamente. ¿Cuáles de las siguientes serían las formas en las que una empresa podría hacerlo?

| Versión corta  | Completa   |
|--|--|
| Ser una fuente de información confiable                | Ser una fuente de información confiable sobre un asunto particular, pero sin tomar partido al respecto                     |
| Llevar a cabo acciones basadas en la ciencia           | Demostrar que sus acciones se basan en hechos acordados o evidencia científica bien establecida                            |
| Que no se alinee con un partido político en particular | Mostrar cómo su compromiso con los problemas sociales a lo largo del tiempo no está alineado a un partido político u otro. |
| Actuar con los mismos valores a largo plazo            | Vincular sus acciones a un conjunto de valores bajo los cuales han actuado por años.                                       |
| Vincular acciones para mantenerse competitiva          | Vincular sus acciones a las necesidades de su negocio y su capacidad para mantenerse competitiva en el mercado.            |





Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Obligaciones de los CEO

CEO\_PLAY\_BK. Qué tan obligados crees que están los CEO a tomar las siguientes medidas?

| Versión corta   | Completa   |
|---|--|
| Pagar un salario justo  | Pagar un salario justo a todos los empleados y trabajar para garantizar que sus proveedores hagan lo mismo   |
| Garantizar que su comunidad sea segura y próspera   | Trabajar para garantizar que la comunidad en la que tiene su sede la organización sea segura, fuerte y próspera  |
| Pagar impuestos corporativos justos   | Asegurarse de que su organización pague la parte que le corresponde de los impuestos locales para ayudar a financiar los programas gubernamentales destinados a mejorar el sistema educativo, aumentar el acceso a una atención médica de buena calidad, ampliar los servicios públicos y brindar capacitación laboral a los trabajadores desplazados. |
| Reentrenar a los empleados  | Volver a capacitar a los trabajadores cuyos trabajos fueron eliminados debido a la tecnología y la automatización.   |
| Defender los hechos y exponer los datos científicos cuestionables que son utilizados para justificar malas políticas sociales | Defender los hechos exponer los datos científicos cuestionables o fraudulentos que son utilizados para justificar una mala ley o política social.  |
| Dejar de invertir el presupuesto destinado a la publicidad de la empresa en plataformas que difunden desinformación           | Retirar el dinero publicitario de la organización de las plataformas y medios de comunicación que no controlan adecuadamente la difusión de información errónea.   |



Edelman Trust Barometer 2023:  
Versión abreviada del texto completo de las preguntas

## Las empresas están fortaleciendo el tejido social

POL\_SOL. ¿Qué tan importante crees que es cada una de las siguientes opciones para aumentar la civilidad entre las personas de tu país y fortalecer el tejido social?

### Versión corta

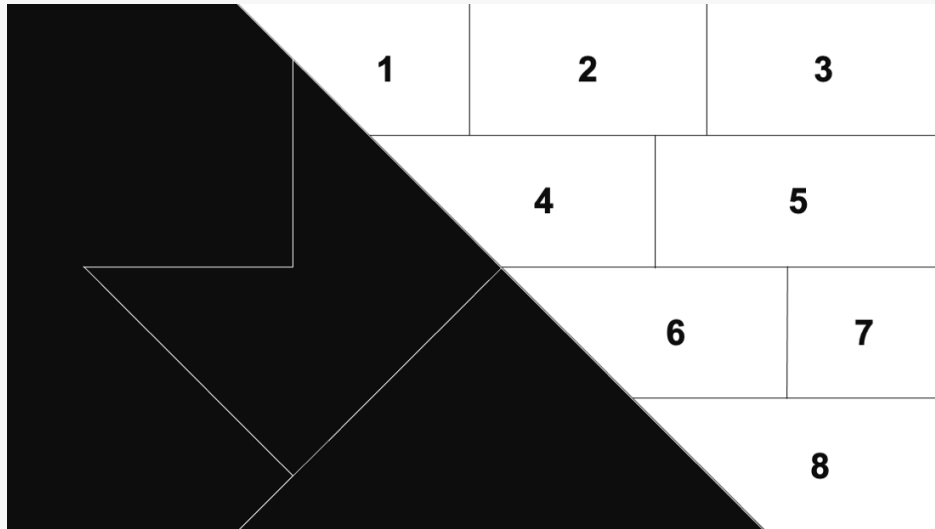
Apoyar a los políticos y los medios que generan consenso y cooperación (promedio)

### Completa

Empresas que utilizan su poder e influencia para lograr que los políticos participen en la creación de consenso y la cooperación

Las empresas gastan el dinero de su publicidad en canales de medios y programas de noticias que enfatizan la cooperación, la moderación y la creación de consenso, y no en aquellos que empeoran las divisiones entre diferentes grupos de personas y apoyan posturas extremas.





## Créditos de las imágenes en portada

1. La Reina visita Drapers' Hall en Londres para el almuerzo del 70º aniversario de la Admisión a la libertad de la compañía de Su Majestad: *Chris Jackson - WPA Poolp vía Getty Images*
2. Simpatizantes del expresidente brasileño Jair Bolsonaro invaden el Palacio Presidencial de Planalto el 8 de enero en Brasil: *Sergio Lima/ AFP vía Getty Images*
3. El presidente ucraniano, Volodymyr Zelensky, durante una conferencia de prensa conjunta con el secretario general de la ONU en Kiev, Ucrania : *Sergei Supinsky/ AFP vía Getty Images*
4. Personal naval de Pakistán rescata a personas afectadas por inundaciones : *Aamir Qureshi/ AFP vía Getty Images*
5. Manifestación de solidaridad en memoria de Mahsa Amini en Cracovia, Polonia: *Beata Zawrzet/ NurPhoto vía Getty Images*
6. Elon Musk Ofrece comprar Twitter: *Jakub Porzycki/ NurPhoto vía Getty Images*
7. Sam Bankman-Fried, CEO de FTX US Derivatives, testifica durante la Audiencia del Comité de Agricultura de la Cámara de Representantes de los EE. UU.: *Tom Williams/ CQ-Roll Call, Inc vía Getty Images*
8. Trabajadores de salud usan trajes protectores mientras desinfectan un área fuera de una comunidad barricada en China: *Kevin Frayer vía Getty Images*

## Créditos de las imágenes divisorias

### Diapositiva 4 Las cuatro fuerzas que llevan a la polarización

**Preocupaciones económicas:** *Protesta Don't Pay United Kingdom por el aumento de las facturas de combustible en Londres, Inglaterra: Guy Smallman vía Getty Images*

**Desequilibrio institucional:** *Capitolio de los EE. UU. : Douglas Rissing vía iStock/Getty Images; Contrapicada de rascacielos en Toronto, Canadá: Sean Pollock vía Unsplash*

**División de clases masiva:** *Los grupos de activistas The Poor People's Campaign y la Asamblea de Trabajadores de Bajos Salarios marchan en Wall Street : Michael M. Santiago vía Getty Images*

**La lucha por la verdad:** *Mujer leyendo las noticias en un smartphone y laptop en Tailandia : Oatava vía iStock/ Getty Images*

### Diapositiva 5 Enfrentando los temores económicos sin una red de seguridad confiable

*Mujer revisando su cuenta en un supermercado en Serbia : LordHenriVoton vía Getty Images*

### Diapositiva 14 La desconfianza genera polarización

*Simpatizantes del expresidente brasileño Jair Bolsonaro invaden el Palacio Presidencial de Planalto el 8 de enero en Brasil: Sergio Lima / AFP vía Getty Images*

### Diapositiva 25 En México, las empresas y las ONG son vistas como competentes y éticas

*Activistas del Congreso Trinamool en Calcuta, India, muestran pancartas y eslóganes contra las políticas gubernamentales: Dibyangshu sarkar / AFP vía Getty Images*

### Diapositiva 31 Un mundo polarizado

*Un equipo voluntario recogiendo plásticos en la orilla del lago en Alemania : Maskot vía Getty Images*



# 2023 Edelman Trust Barometer Team

## EDELMAN TRUST INSTITUTE

---

Executive Director,  
Thought Leadership

**Tonia E. Ries**  
[tonia.ries@edelman.com](mailto:tonia.ries@edelman.com)

Thought Leadership Research

**David M. Bersoff, Ph.D.**  
[david.bersoff@edelmandxi.com](mailto:david.bersoff@edelmandxi.com)

**Theresa Peterson, M.A.**

Research  
Analysis and Operations

**Cody Armstrong**  
**Abbey Derse**  
**Rosie Delk**  
**Claire Ritzmann**  
**Catherine Aumiller**

Data and Analytics

**John Zamites**  
**Kiera Cooke**

Narrative and  
Content Strategy

**Drake Baer**  
**Esther Choi**  
**Chloe Buckley**  
**Brooke Walker**

Edelman Trust Institute Leadership,  
Partnerships and Content Teams

**Justin Blake**  
**Ellie Smith**  
**Caitlin Semo**  
**Susannah Ferris**

## ASESORES

---

Executive Advisors

**Richard Edelman**  
**Kirsty Graham**  
**Dave Samson**

DXI Research Advisor

**Antoine Harary**

## MARKETING

---

Marketing

**Vanessa Pymble**  
**Mike Bush**  
**Polly Mingledorff**  
**Ryann Gastwirth**  
**Kayley Goff**  
**Pamela Blandon**  
**Heather Daniels-Gontier**  
**Romain Maradan**

Diseño

**John Plecha**  
**Megan Gilbert**  
**Han Xu**

