



# Edelman Trust Barometer 2022



# 22.<sup>a</sup> EDICIÓN ANUAL EDELMAN TRUST BAROMETER

## Metodología

Margen de error de datos globales de 27 mercados: población general +/-0.6 % (N=31,050); mitad de la base global de la población general en línea +/- 0.8% (N=15,525).  
Margen de error de datos específicos de los mercados: población general +/- 2.9% (N=1,150); mitad de la base +/- 4.1% (n=575).

## 22.<sup>a</sup> edición anual de la encuesta online

Trabajo de campo: 1 de noviembre - 24 de noviembre de 2021

28

países

36,000+

encuestados

1,150+

Encuestados por país

**LOS PROMEDIOS GLOBALES** varían en función del número de países encuestados cada año:

**GLOBAL 27** no incluye a Nigeria\*

**GLOBAL 22** no incluye a Colombia, Kenia, Nigeria, Arabia Saudita, Sudáfrica ni Tailandia

**GLOBAL 24** no se planteó la pregunta en China, Rusia ni Tailandia

el carácter sensible de la pregunta impidió que se recogieran datos en estos mercados

*Otros promedios globales detallados en el apéndice técnico*

*\*Para evitar sesgar los resultados globales, Nigeria no figura en ningún promedio global ya que la población online no es representativa de la población real*

Argentina  
Australia  
Brasil  
Canadá  
China  
Colombia  
Francia  
Alemania  
India  
Indonesia  
Irlanda  
Italia  
Japón  
Kenia  
Malasia  
México  
Nigeria  
Rusia  
Arabia Saudita  
Singapur  
Sudáfrica  
Corea del Sur  
España  
Tailandia  
Países Bajos  
EAU  
Reino Unido  
EE.UU.

# 22 AÑOS DE CONFIANZA

'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
Aumento de la influencia de las ONG	Caída de los <i>celebrity CEOs</i>	El contenido editorial <i>earned</i> es más creíble que la publicidad	Compañías de EE.UU. y Europa sufren pérdida de confianza	La confianza cambia de "autoridades" a "pares"	"Una persona como yo" surge como portavoz creíble	Las empresas son más confiables que el gobierno y los medios	Los jóvenes confían más en las empresas	Se desploma la confianza en las empresas	Además del desempeño, la transparencia es esencial para la confianza	Las empresas deben asociarse con el gobierno para recuperar la confianza
'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22
Caída del Gobierno	Crisis de liderazgo	Las empresas deben liderar el debate por el cambio	La confianza es esencial para la innovación	Crece la brecha de confianza	La crisis de la confianza	La batalla por la verdad	Confianza en el trabajo	Confianza: competencia y ética	Las empresas son la institución con más confianza	<b>El ciclo de la desconfianza</b>



# UN CONTEXTO VOLÁTIL

# DISMINUYE LA CONFIANZA EN EL GOBIERNO Y LOS MEDIOS

Porcentaje de confianza, en España



ONGs



Empresas



Medios



Gobierno

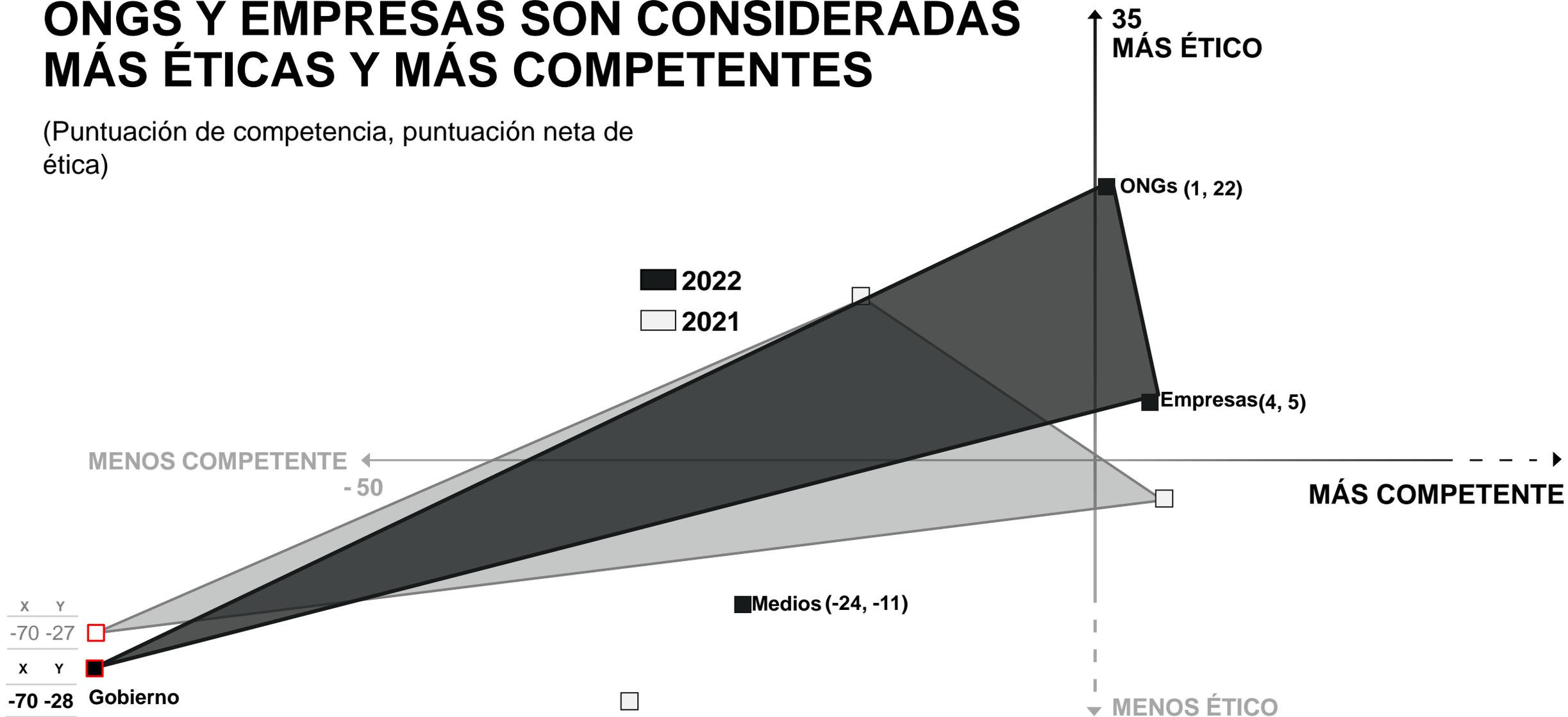


Cambio de 2021 a 2022



# ONGS Y EMPRESAS SON CONSIDERADAS MÁS ÉTICAS Y MÁS COMPETENTES

(Puntuación de competencia, puntuación neta de ética)



# LA CONFIANZA CAE EN LAS DEMOCRACIAS

Índice de confianza



2022 Edelman Trust Barometer. El índice de confianza es el porcentaje promedio de confianza en las ONG, empresas, gobierno y los 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; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 27 mercados.

## 2021 Población general

56	Global 27
77	India
72	China
72	Indonesia
69	Arabia Saudita
68	Singapur
67	EAU
66	Malasia
63	Países Bajos
61	Tailandia
59	Australia
59	Kenia
59	México
56	Canadá
53	Alemania
52	Italia
51	Brasil
50	Irlanda
48	Colombia
48	Francia
48	Sudáfrica
48	Estados Unidos
47	Argentina
47	Corea del Sur
45	España
45	Reino Unido
40	Japón
31	Rusia

## 2022 Población general

56	Global 27
83	China
76	Emiratos Árabes Unidos
75	Indonesia
74	India
72	Arabia Saudita
66	Malasia
66	Singapur
66	Tailandia
60	Kenia
59	México
57	Países Bajos
54	Canadá
53	Australia
53	Italia
51	Brasil
51	Irlanda
50	Francia
48	Colombia
48	Sudáfrica
46	Alemania
45	Argentina
45	España 
44	Reino Unido
43	Estados Unidos
42	Corea del Sur
40	Japón
32	Rusia



### Quienes más ganaron:

China	+11
EAU	+9
Tailandia	+5

### Los grandes perdedores:

Alemania	-7
Australia	-6
Países Bajos	-6
Corea del Sur	-5
Estados Unidos	-5



# UN CICLO DE DESCONFIANZA

# ESPAÑA NO ES OPTIMISTA SOBRE LA ECONOMÍA

Porcentaje que cree que ellos y sus familias estarán mejor dentro de cinco años

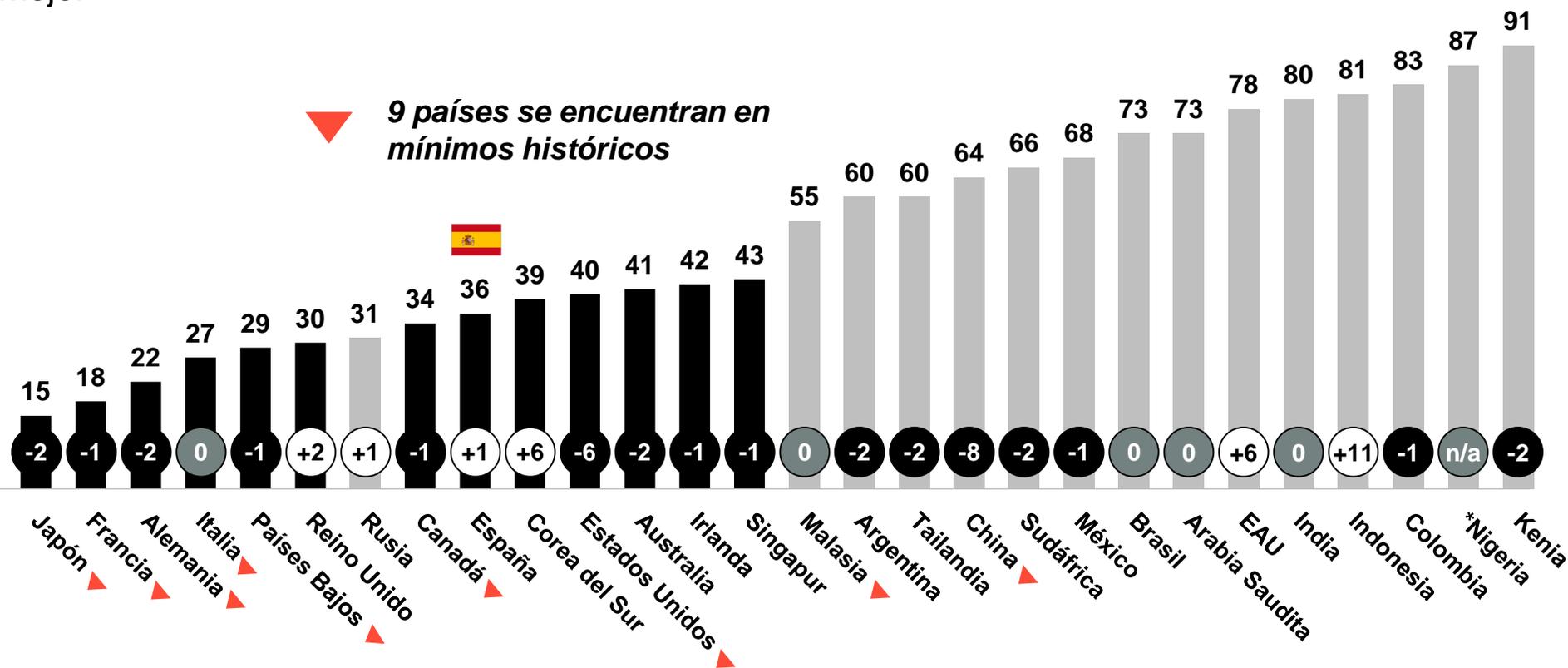
■ Países desarrollados

● 0 ● + Cambio de 2021 a 2022

Mi familia y yo estaremos mejor en cinco años

Global 27

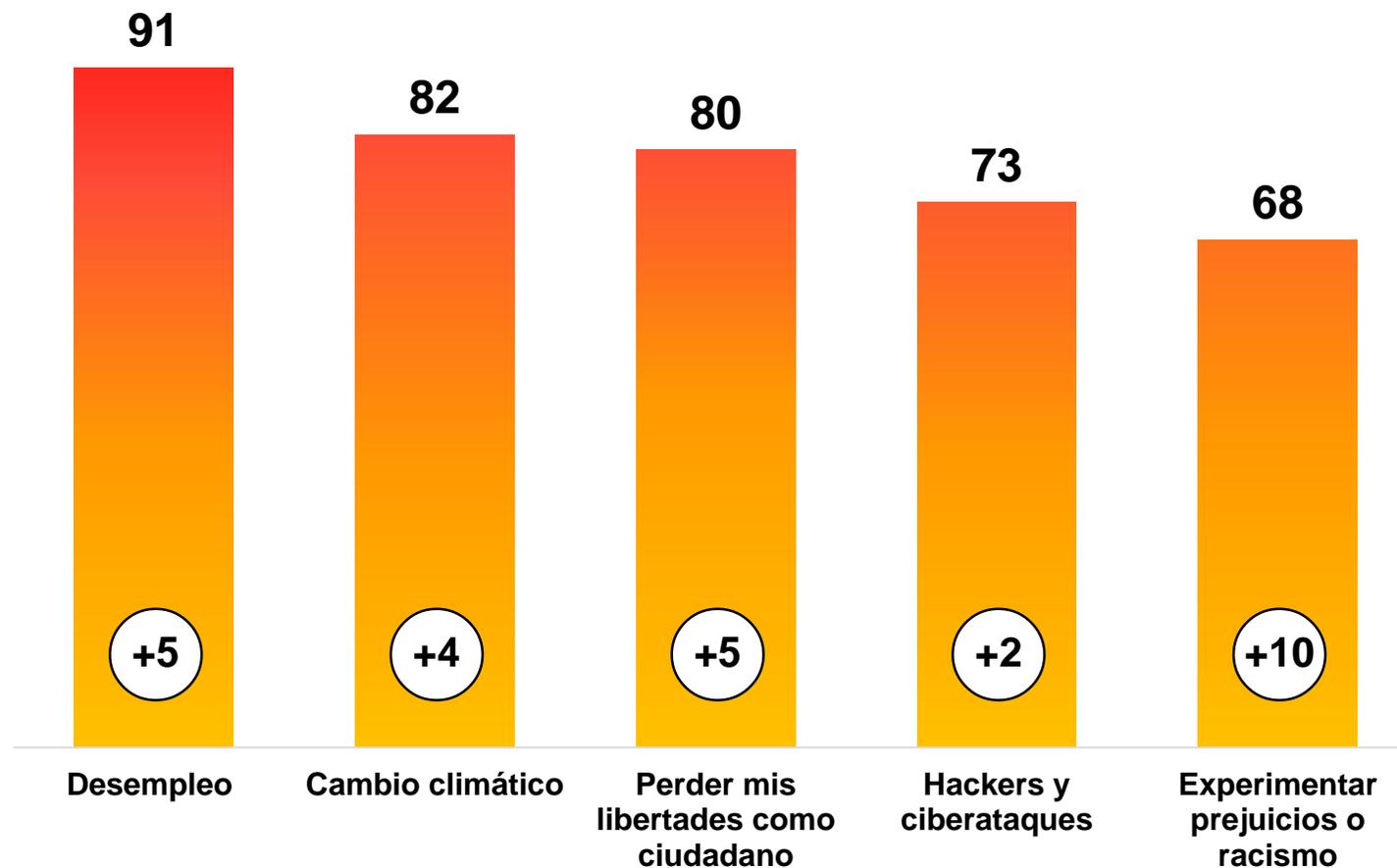
51%



# Y LOS TEMORES DE LA SOCIEDAD HAN AUMENTADO

Porcentaje que se preocupa por cada uno, en España

● — 0 — ●  
cambio, 2021 to 2022



2022 Edelman Trust Barometer. POP\_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones, mientras otras afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber cuánto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, preocupación; recuadro con las 2 primeras respuestas, miedo. Se mostraron las opciones no relacionadas a la pérdida de trabajo a la mitad de los participantes. Población general, España. Se mostraron las opciones relacionadas con 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.



# EL GOBIERNO Y LOS MEDIOS SE CONSIDERAN DIVISORES

Porcentaje que lo afirma

Estas instituciones son...

■ una **fuera divisora** de la sociedad  
□ una **fuera unificadora** de la sociedad

*Brecha,  
diferencia entre  
fuera unificadora y  
fuera divisoria*

**-22pts**

53

31

Gobierno

**-19pts**

48

29

Medios

**11pts**

29

40

Empresas

**29pts**

25

54

ONGs

2022 Edelman Trust Barometer. [INS]\_PER\_DIM. Cuando piensas en las razones por las que confías o no en [institución], especifica dónde crees que se encuentra en la escala entre las dos descripciones opuestas. Escala de 11 puntos; recuadro con las 5 primeras respuestas, positivo; recuadro con las 5 últimas respuestas, negativo. Se le realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, España.

# LAS EMPRESAS CONSIDERADAS LA INSTITUCIÓN MÁS CAPAZ DE RESOLVER LOS PROBLEMAS DE LA SOCIEDAD

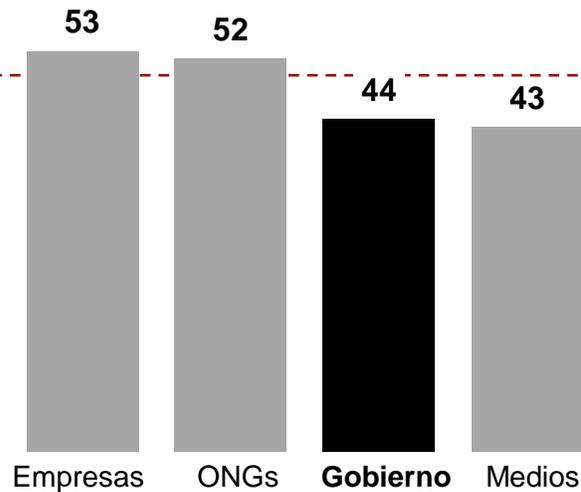
Porcentaje que dice que cada dimensión es una fortaleza de las instituciones

## Asumir el liderazgo

*Coordinar los esfuerzos interinstitucionales para resolver los problemas de la sociedad*

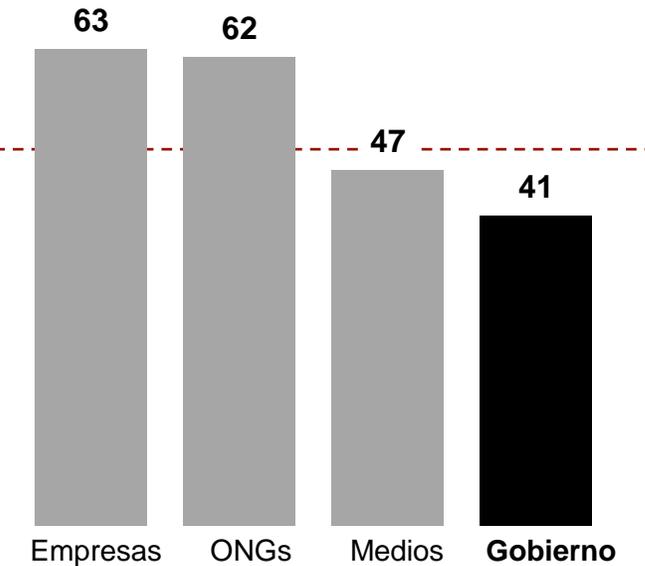
La mayoría no lo ve como fortaleza

50%



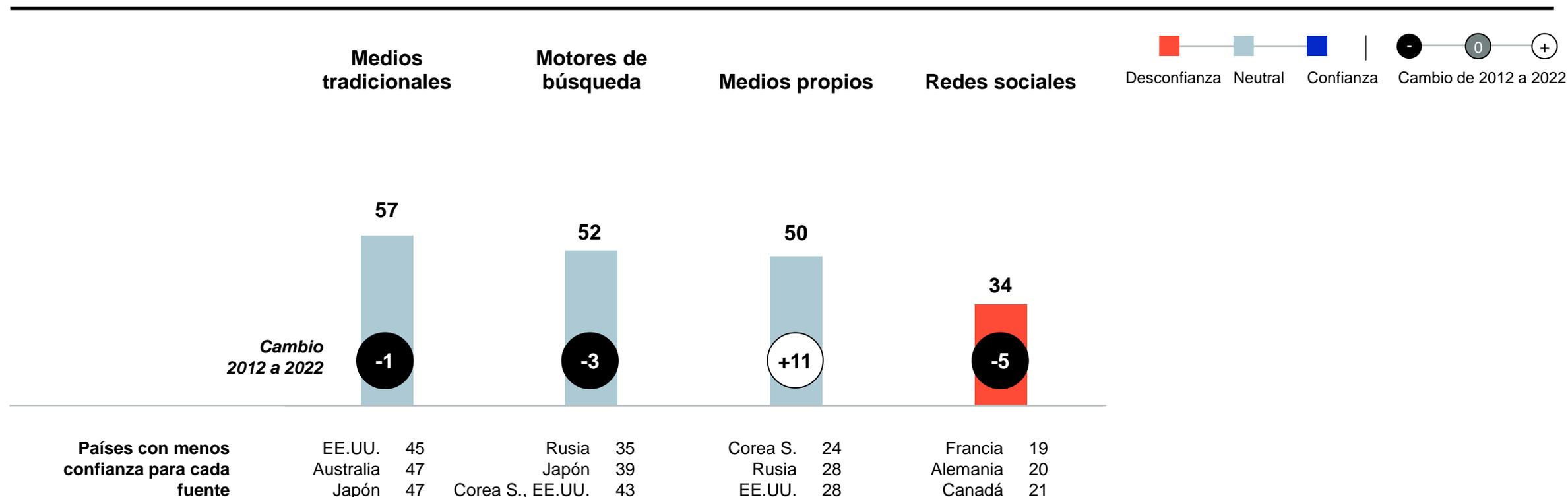
## Obtener resultados

*Ejecutar con éxito planes y estrategias que den resultados*



# Y LAS FUENTES DE NOTICIAS NO LOGRAN CORREGIR SU PROBLEMA DE CONFIANZA

Porcentaje de confianza



2022 Edelman Trust Barometer. COM\_MCL. Cuando buscas noticias e información general, ¿cuánto confías en cada tipo de fuente para obtener noticias e información general? Escala de 9 puntos; recuadro con las primeras 4 respuestas, confío. Se le realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, España.

\*De 2012 a 2015, la opción "Motores de búsqueda en línea" estaba incluida como un medio. En 2016, se cambió por "Motores de búsqueda".

# LA PREOCUPACIÓN POR LAS *FAKE NEWS* ALCANZA SU MÁXIMO HISTÓRICO

Porcentaje que está de acuerdo

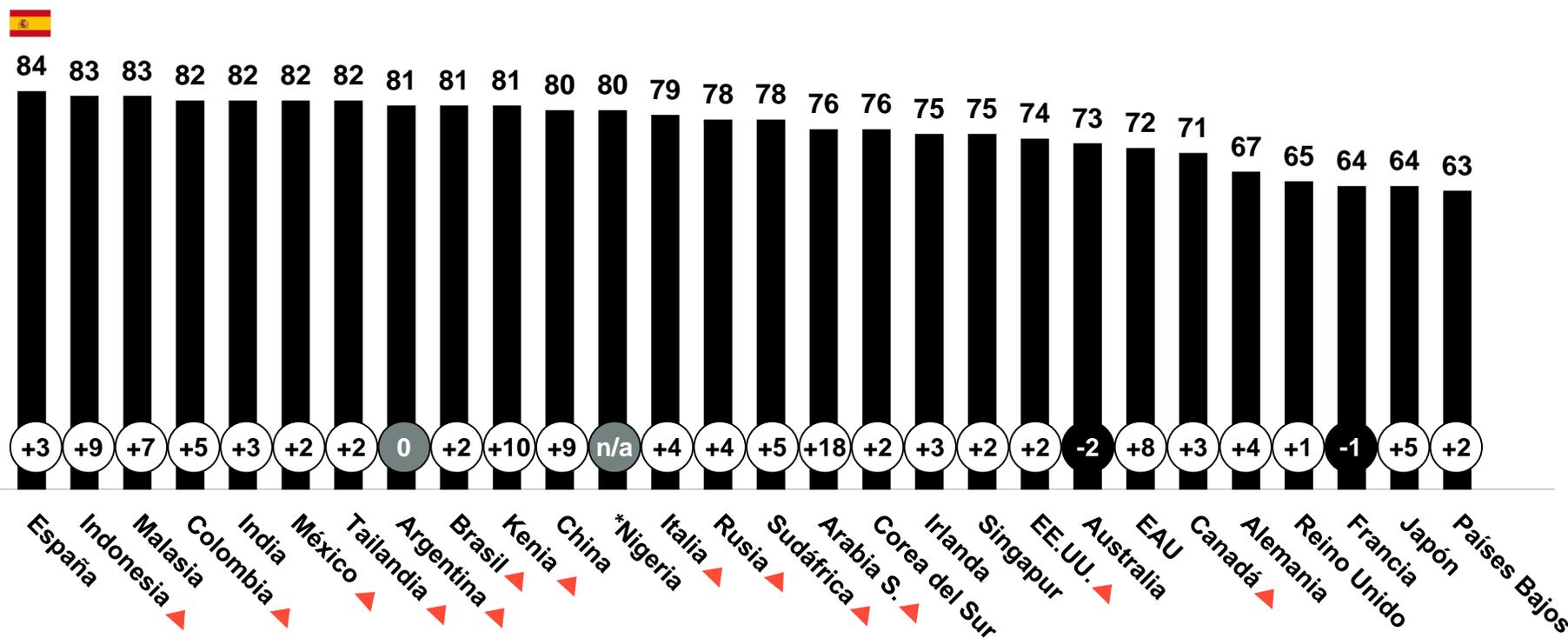
Cambio, de 2021 a 2022

Me preocupa que **la información falsa o las *fake news*** se utilicen como arma

Máximo histórico en 13 de 27 países

Global 27

76%



2022 Edelman Trust Barometer. ATT\_MED\_AGR. A continuación, se encuentra una lista de declaraciones. Usando una escala de nueve puntos donde uno significa "totalmente en desacuerdo" y nueve significa "totalmente de acuerdo" califica qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada declaración. Escala de 9 puntos, recuadro con las primeras cuatro respuestas, de acuerdo. Se le realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, promedio de 27 mercados. \*No se incluyó a Nigeria en el promedio global.

# PROVOCANDO UN CICLO DE DESCONFIANZA QUE AMENAZA LA ESTABILIDAD DE LA SOCIEDAD

---

**El gobierno y los medios** avivan el ciclo de división y desinformación para obtener votos y clics

**A las ONG y las empresas** se les exige abordar problemas sociales que superan sus capacidades

---





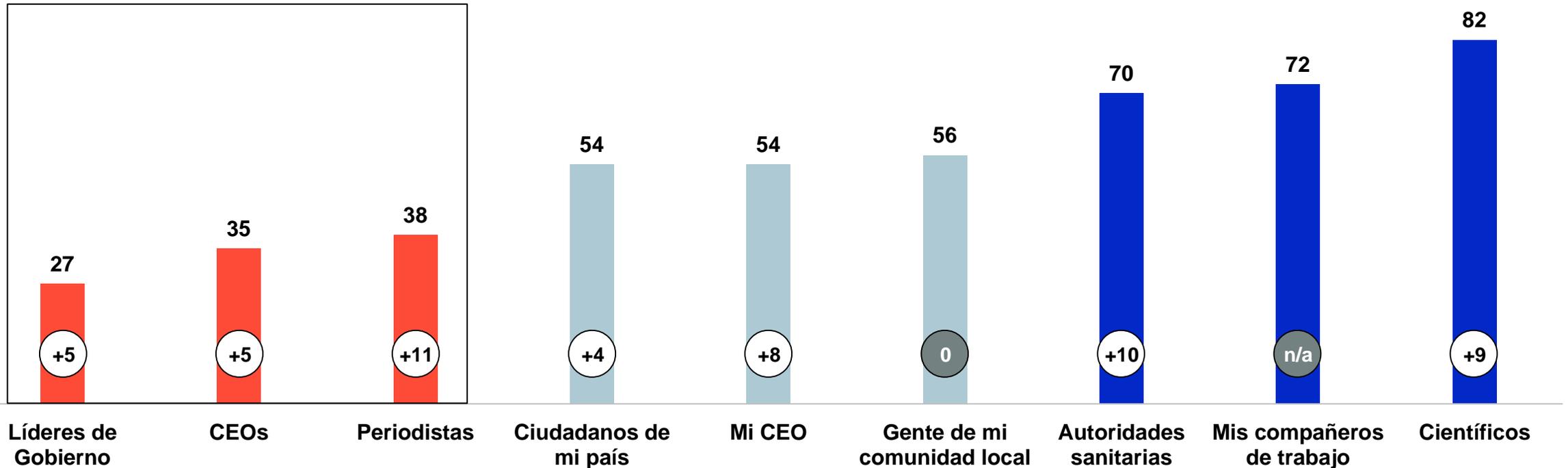
**LA DESCONFIANZA ES AHORA  
LA OPCIÓN POR DEFECTO**

# SEGUIMOS SIN CONFIAR EN LOS LÍDERES SOCIALES

Porcentaje de confianza, en España



*Los científicos y empleadores son en quienes más se confía*



2022 Edelman Trust Barometer. TRU\_PEP. Abajo hay una lista de distintos grupos de gente. En cada uno, por favor, indica cuánto confías que ese grupo hará lo correcto usando una escala de 9 puntos en la que uno significa “no confío para nada” y nueve significa “confío mucho en ellos”. Escala de 9 puntos; recuadro con las primeras 4 respuestas, confío. Algunos atributos se le mostraron solo a la mitad de los participantes. Población general, España. 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).

# A MÁS GENTE LE PREOCUPA QUE LOS LÍDERES SOCIALES NO DIGAN LA VERDAD

Porcentaje que se preocupa, en España

  
Cambio de 2021 a 2022

**84%** 

**Los líderes gubernamentales de mi país**

**83%** 

**Periodistas y reporteros**

**80%** 

**Líderes empresariales**

**Me preocupa que traten deliberadamente de engañar a la gente diciendo cosas que saben que son exageraciones o falsedades**

# LOS CÍRCULOS DE CONFIANZA SON CADA VEZ MÁS LOCALES

Porcentaje que indica que aumentado o disminuido su nivel de confianza durante la pandemia, en España

## ▶ MENOS CONFIANZA EN LOS EXTRANJEROS

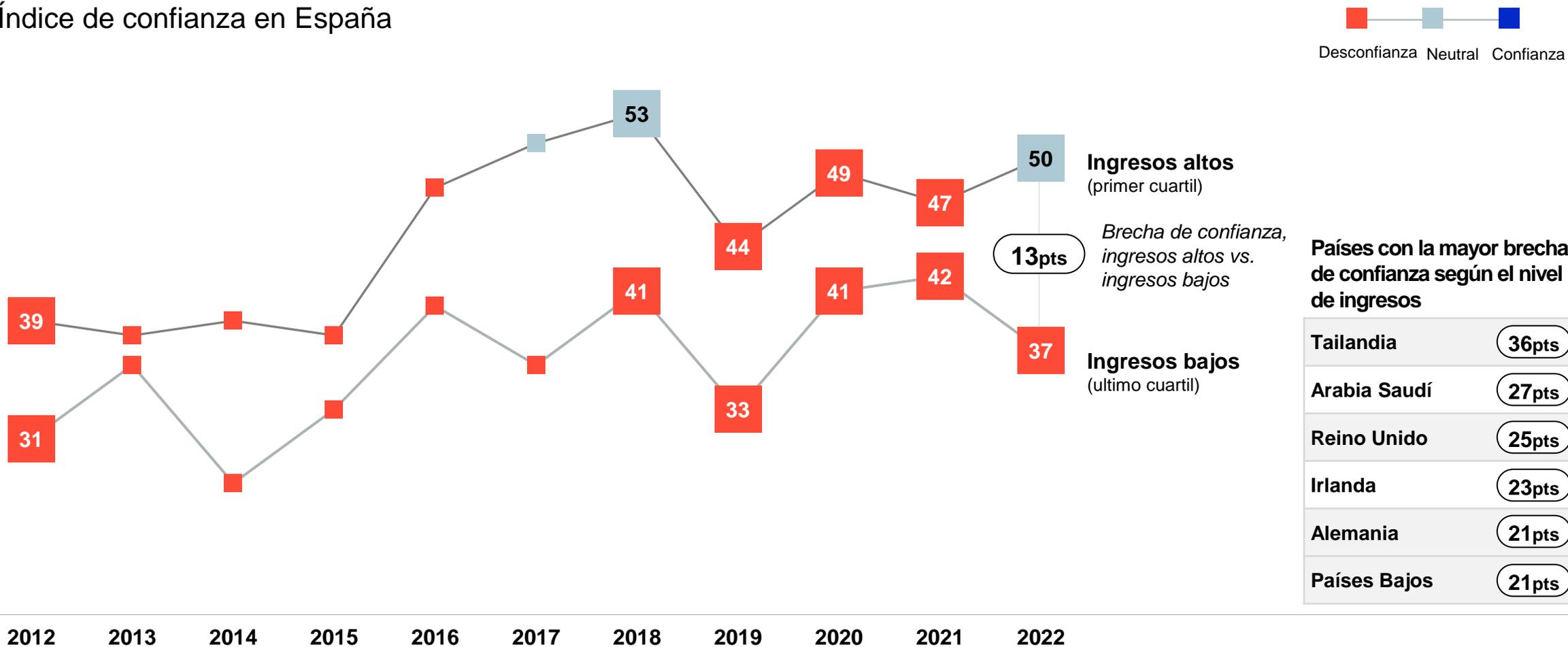
Mi confianza en...	Cambio neto	<i>aumentó</i>	<i>disminuyó</i>
Gente de otros países	<b>-3</b>	16	19
Gente que vive en otros estados, provincias o regiones	<b>+3</b>	18	15

## ▲ VÍNCULOS MÁS ESTRECHOS CON LOS VECINOS Y COMPAÑEROS DE TRABAJO

Cómo de cercano me siento a...	Cambio neto	<i>aumentó</i>	<i>disminuyó</i>
Mis compañeros de trabajo	<b>+18</b>	31	13
Mis vecinos	<b>+11</b>	25	14

# BRECHA DE CONFIANZA HISTÓRICA POR GRUPOS DE INGRESOS ALTOS Y BAJOS

Índice de confianza en España



2022 Edelman Trust Barometer. 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 mencionada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, España por nivel de ingresos.

# LA DESCONFIANZA ES LA OPCIÓN POR DEFECTO: NO HAY CABIDA PARA UN DEBATE PACÍFICO

¿Qué opción te parece más creíble?

**55%**

**Mi tendencia es no creer en algo** hasta no tener evidencia de su confiabilidad

**VS.**

**Mi tendencia es confiar** hasta que veo evidencia de que algo no es digno de confianza.

Porcentaje que está de acuerdo

La gente de este país **no tiene la habilidad para debatir de manera civilizada y constructiva** sobre los temas en los que no está de acuerdo

**66%**

2022 Edelman Trust Barometer. TRU\_CHOICE. Estás a punto de ver dos opciones. Elige el que mejor te describe a ti y a tus creencias. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes POP\_MDC. 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 cierto" y nueve significa que es "completamente cierto". Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, verdadero. Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, España.



**EL LIDERAZGO SOCIAL SE  
CONVIERTE EN UNA FUNCIÓN  
ESENCIAL DE LAS EMPRESAS**

# TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS EXIGEN QUE LAS EMPRESAS RINDAN CUENTAS

Porcentaje que está de acuerdo

---

En España

**63%**

**Compra o aboga  
por marcas**

de acuerdo con sus  
creencias y valores

**55%**

**Elige un lugar para  
trabajar**

de acuerdo con sus  
creencias y valores

**51%**

**Invierte**

con base en sus  
creencias y valores

---

**2022 Edelman Trust Barometer.** Segmentos de consumidores, empleados e inversores impulsados por sus creencias. Población general, España. Los datos de los empleados se filtraron para considerar a los empleados de una organización (P43/1). Los datos de los inversores consideraron solo a aquellos que venden acciones, bonos o fondos mutuos como una inversión independiente o patrocinada por el empleador (INVERSOR/1). Consultar el Apéndice técnico para obtener una explicación completa de cómo se midieron los consumidores, empleados e inversores basados en creencias.

**2021 Edelman Trust Barometer Special Report: Institutional Investors.** P7. Indica en qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el activismo de los accionistas. Escala de 4 puntos; recuadro con las 2 primeras respuestas, de acuerdo. Promedio de 7 mercados.

# SE CONFÍA EN “MI EMPLEADOR” EN TODO EL MUNDO

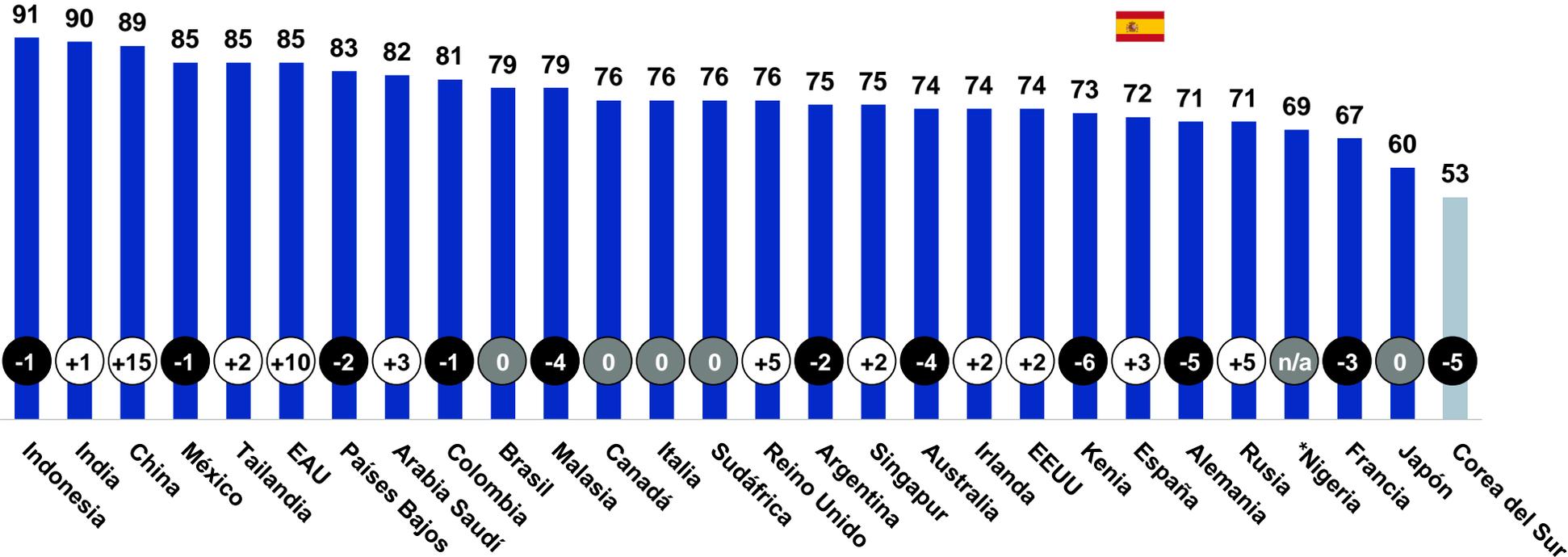
Porcentaje que confía



## ESPAÑA



ONGs	53
Empresas	51
Medios	40
Gobierno	34

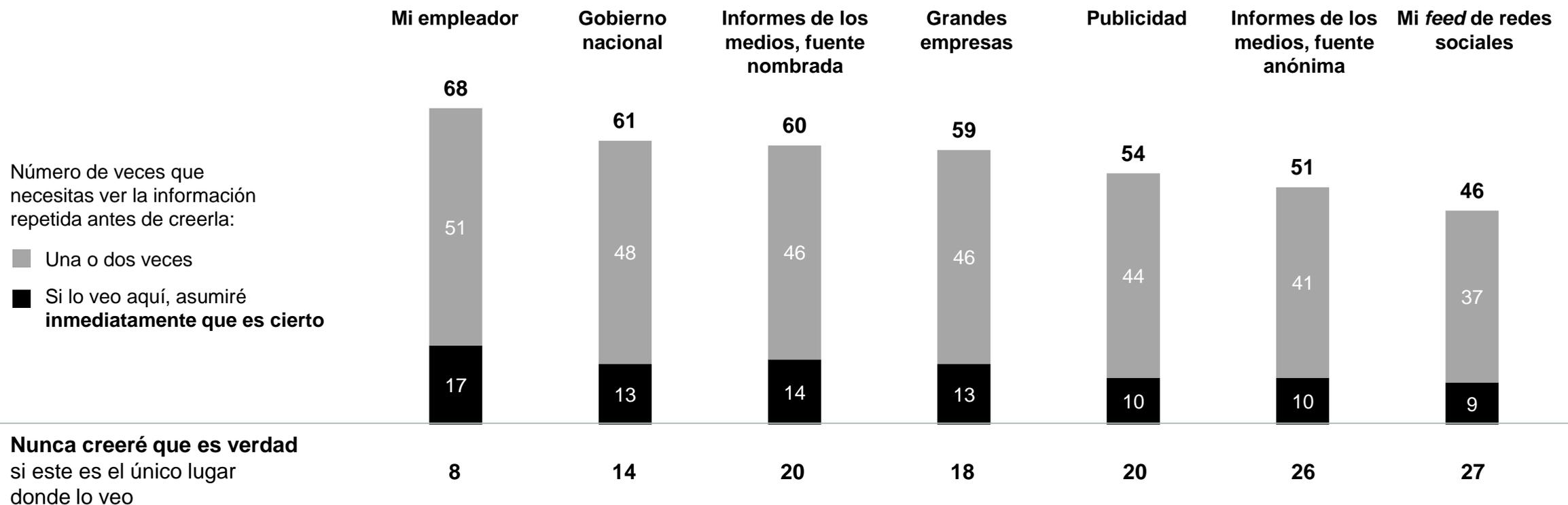


2022 Edelman Trust Barometer. TRU\_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución mencionada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro de los 4 primeros, confía. Población general, España. “Tu empleador” solo se muestra a aquellos que son empleados de una organización (P43/1). \*No se incluyó a Nigeria en el promedio global.

# “MI EMPLEADOR” ES LA FUENTE DE INFORMACIÓN MÁS CREÍBLE

Porcentaje que confía en la información compartida por cada fuente de inmediato o después de verla al menos dos veces

## Comunicaciones de...



2022 Edelman Trust Barometer. HEAR\_TIME1. Cuando ves nueva información o una noticia en cada una de las siguientes fuentes de información, ¿cuántas veces necesitas verla o escucharla repetida en ese mismo tipo de fuente de información antes de creer que es realmente cierta? Se realizó la pregunta a la mitad de los participantes. “Una o dos veces” es la suma de los códigos 2 y 3. Población general, España. La opción “Comunicaciones del empleador” solo se les muestra a aquellos que trabajan para una organización (P43/1).

# SE ESPERA QUE LOS CEOs SEAN LOS REPRESENTANTES DEL CAMBIO

Porcentaje que afirma

**Los CEOs deben asumir una postura visible** al hablar de retos sociales con sus *stakeholders* o para hablar de lo que su empresa hace en beneficio de la sociedad

**82** (neto)  
**%**

Al considerar un trabajo, espero que el CEO hable públicamente sobre los **temas sociales y políticos controvertidos que me preocupan**

Entre los empleados

**58**  
**%**

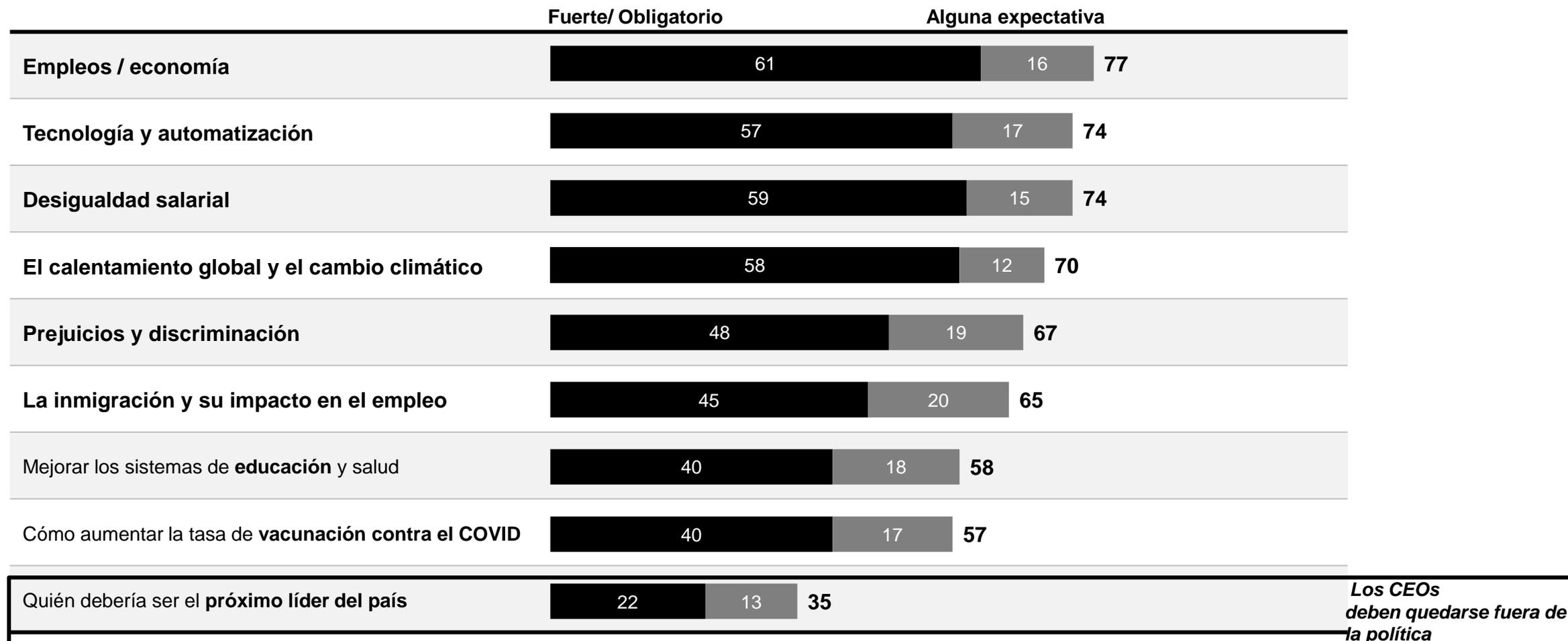


**Cambio,  
2019 a 2022**

2022 Edelman Trust Barometer. CEO\_VIS. ¿Cómo de visible crees que debería ser un CEO en estos diferentes tipos de situaciones comerciales? Escala de 9 puntos; recuadro con las primeras 4 respuestas, visible. Se le realizó la pregunta a la mitad de los participantes. Población general, España. Los datos que se muestran son un valor neto de los atributos 2 y 10. EMP\_IMP. Al considerar una organización como un lugar potencial de empleo, ¿qué tan importante es para ti cada uno de los siguientes puntos al decidir si aceptarías o no una oferta de trabajo allí? Escala de 3 puntos; recuadro con las 2 primeras respuestas, importante. Se les realizó la pregunta a quienes son empleados de una organización (P43/1). Población general, España.

# SE ESPERA QUE LOS CEOS PARTICIPEN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS, NO EN LA POLÍTICA

Porcentaje que espera que los CEO informen y construyan las conversaciones y los debates de políticas públicas sobre cada tema



2022 Edelman Trust Barometer. CEO\_RSP. Para cada uno de los siguientes temas, indica hasta qué punto los CEO deben ser responsables de ayudar directamente a informar y dar forma a las conversaciones y debates de políticas en curso. Escala de 5 puntos; códigos 4-5, fuerte/obligatorio; código 3, alguna expectativa. Pregunta realizada a la mitad de la muestra. Población general, España. "Mejorar la educación y la atención médica" es un promedio de los atributos 9 y 10. "Empleos/economía" es un promedio de los atributos 11 y 12.

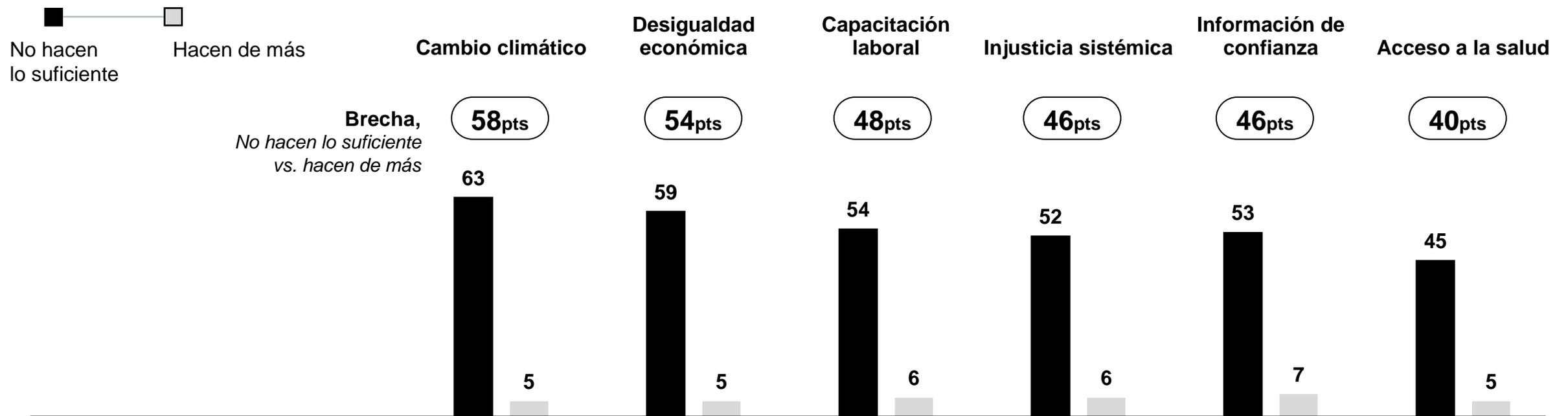


# ROMPER EL CICLO DE LA DESCONFIANZA

# SE ESPERA AÚN MAYOR PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS EN CUESTIONES SOCIALES

Porcentaje que afirma

Al abordar cada **problema social**, las empresas...



2022 Edelman Trust Barometer. BUS\_BND. Piensa en las empresas como instituciones y su nivel actual de compromiso para abordar las necesidades y los problemas de la sociedad. Cuando se trata de cada una de las siguientes áreas, indica si crees que la empresa está yendo demasiado lejos y excediéndose en lo que debería estar haciendo, si está haciendo lo correcto con respecto a esta actividad o si no está yendo lo suficientemente lejos en sus acciones y debería hacer más. Escala de 3 puntos; código 3, "No hace lo suficiente"; código 1, "Se sobrepasa". Población general, España.

# EMPRESAS Y ONG SON VISTAS COMO PROMOTORAS COMPETENTES Y EFECTIVAS DE UN CAMBIO POSITIVO

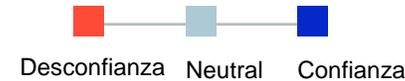
Puntuaciones éticas netas en detalle

	ONGs puntuación neta	Empresas puntuación neta	Medios puntuación neta	Gobierno puntuación neta	
<b>Efectivo</b>	<b>29pts</b>	<b>20</b>	5	-27	vs <b>Agente de cambio positivo altamente efectivo</b> Agente de cambio positivo completamente ineficaz
<b>Visionario</b>	21	14	-13	-24	vs <b>Tiene visión para el futuro en el que creo</b> No tiene una visión para el futuro en el que creo
<b>Justo</b>	8	-21	-29	-34	vs <b>Sirve a los intereses de todos por igual y de manera justa</b> Sirve a los intereses de solo ciertos grupos de personas

*Llamada de atención para las empresas: se obtuvo una puntuación negativa en el atributo de equidad y justicia*

# LA INFORMACIÓN VERAZ PUEDE AYUDAR A CERRAR LA BRECHA SOCIAL

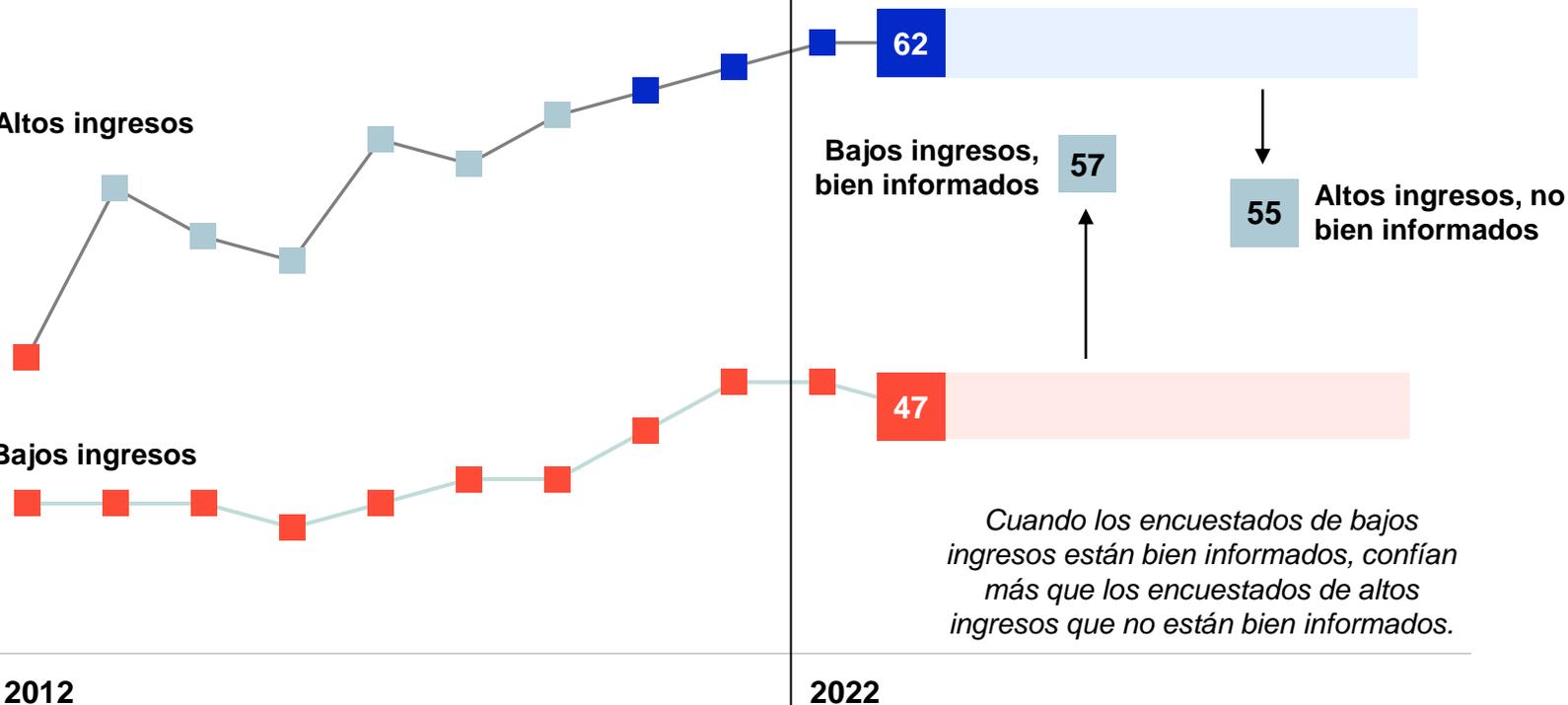
Índice de confianza



Global 22

Altos ingresos

Bajos ingresos



*Cuando los encuestados de bajos ingresos están bien informados, confían más que los encuestados de altos ingresos que no están bien informados.*

## Las personas bien informadas

hacen lo siguiente con regularidad:

- Siguen las noticias con regularidad
- Consultan más de 3 fuentes de información diariamente
- Leen noticias de negocios o políticas públicas con frecuencia

## Buscan información de calidad

- Consultan fuentes de noticias con las que no están de acuerdo
- Verifican la información en múltiples fuentes

2022 Edelman Trust Barometer. 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 mencionada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 22 mercados, por ingreso. Escala de consumo de medios. Población general, promedio de 22 mercados, por ingreso. Para más detalles sobre cómo se construyó la escala de personas bien informadas, consultar el Apéndice técnico.

# RESTAURAR LA CONFIANZA ES CLAVE PARA LA ESTABILIDAD SOCIAL

## El papel social de las empresas ha llegado para quedarse

La gente quiere más liderazgo empresarial, no menos.

## Demostrar un progreso tangible

Restaurar la confianza en la capacidad de la sociedad para construir un futuro mejor: demostrar que el sistema funciona.

## Buscar soluciones por encima de la división

Pensar a largo plazo en lugar de centrarse en ganancias a corto plazo.

## Toda institución debe brindar información confiable

La información clara, coherente y basada en hechos es fundamental para romper el ciclo de desconfianza.

