



# Barómetro de Confianza de Edelman 2010

11 de febrero de 2010

Conclusiones España

# El Barómetro de Confianza de Edelman de un vistazo

Décimo estudio anual

4.875 personas en 22 países, 1.800 de ellas en Europa

Edades entre 25 y 64 años

Con educación universitaria

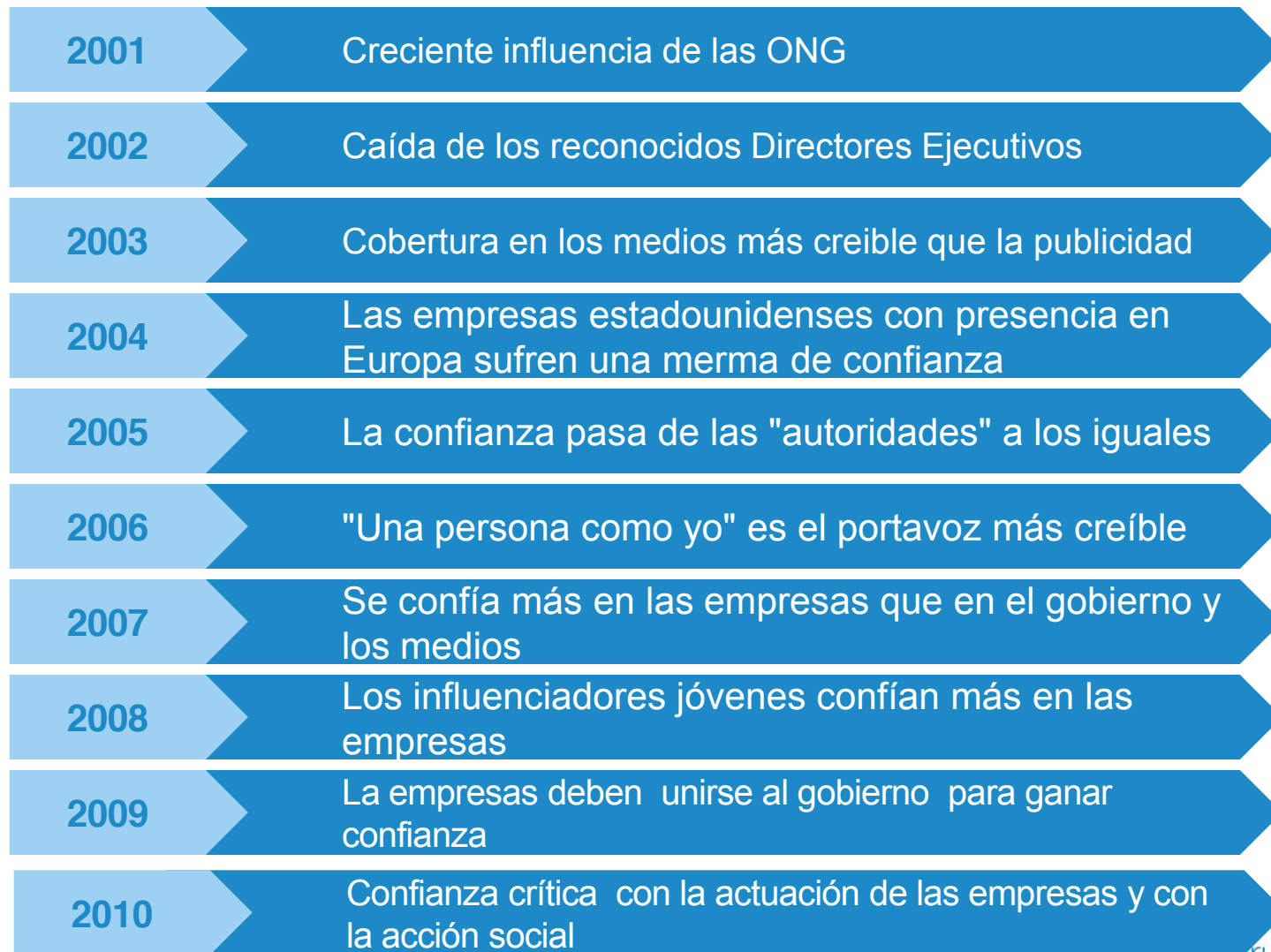
En el 25% de la población con mayor renta familiar por grupo de edad en cada país

Declaran un significativo consumo de medios y conocimiento de noticias empresariales y políticas públicas

Países Seleccionados de la UE: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, España, Países Bajos, Suecia, Irlanda, Polonia y Rusia (En cada país, N=200, 25-64 años de edad)



# El Barómetro de Confianza de Edelman durante esta década



# Sube la confianza, pero es frágil y distinta a la de antes

## La confianza es ahora la línea esencial de negocio

- Aumento global impulsado por unos cuantos países: EE.UU., Italia, España, Países Bajos, pero queda mucho para la recuperación total
- Las empresas vuelven a las viejas prácticas
  - Las francesas, junto a las alemanas son las más escépticas entre las empresas europeas
- Confianza y transparencia, tan importantes para la reputación como los productos de calidad
- Un mundo de participantes, no de accionistas



# Sube la confianza



"El impulso es alimentado por 'los brotes verdes de la recuperación', señales de que 'lo peor ya ha pasado en términos de retracción'."

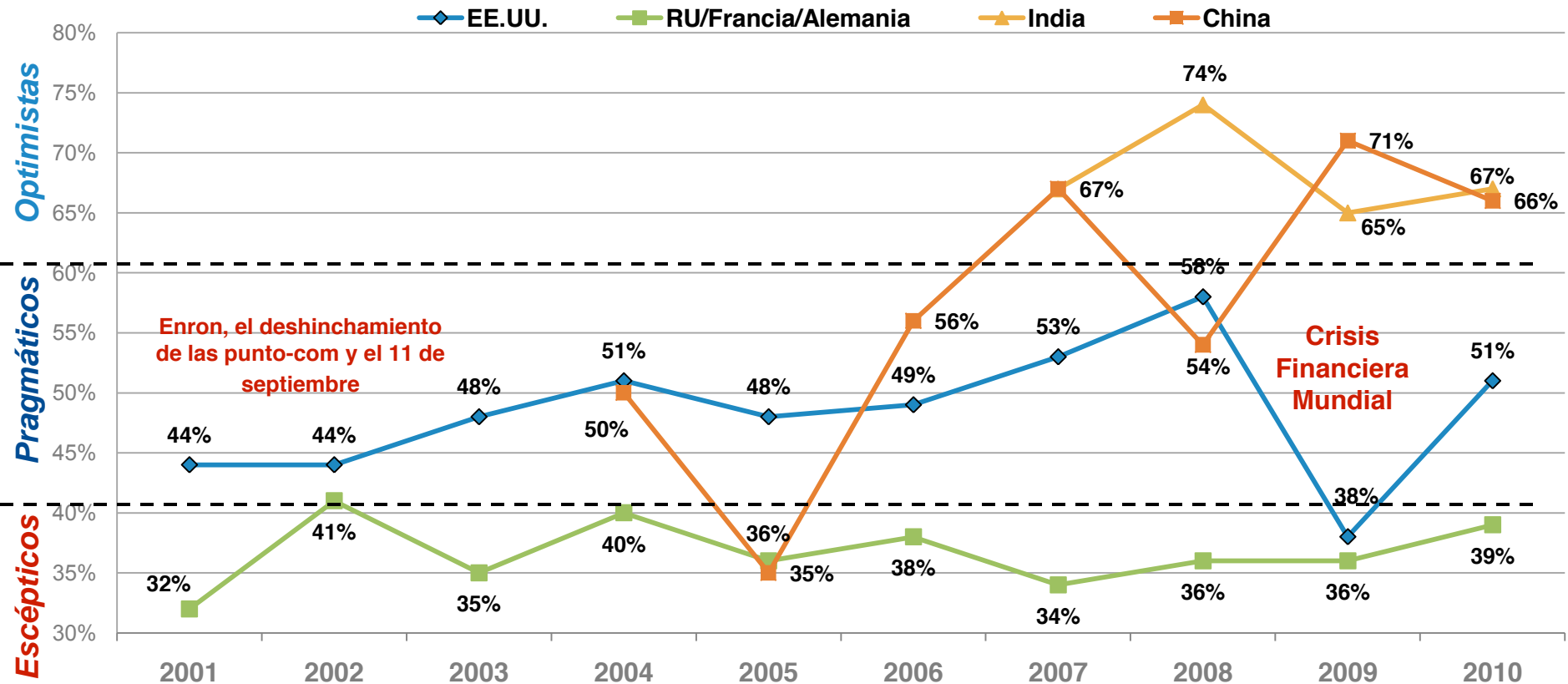
Ken Wattrest economista de BNP Paribas  
Abril de 2009



# Repunta la confianza en los EE.UU.; en China sigue fuerte

## En las grandes economías europeas aumenta la confianza, pero sigue baja

**Confianza en los negocios**  
Públicos informados, edades 35-64

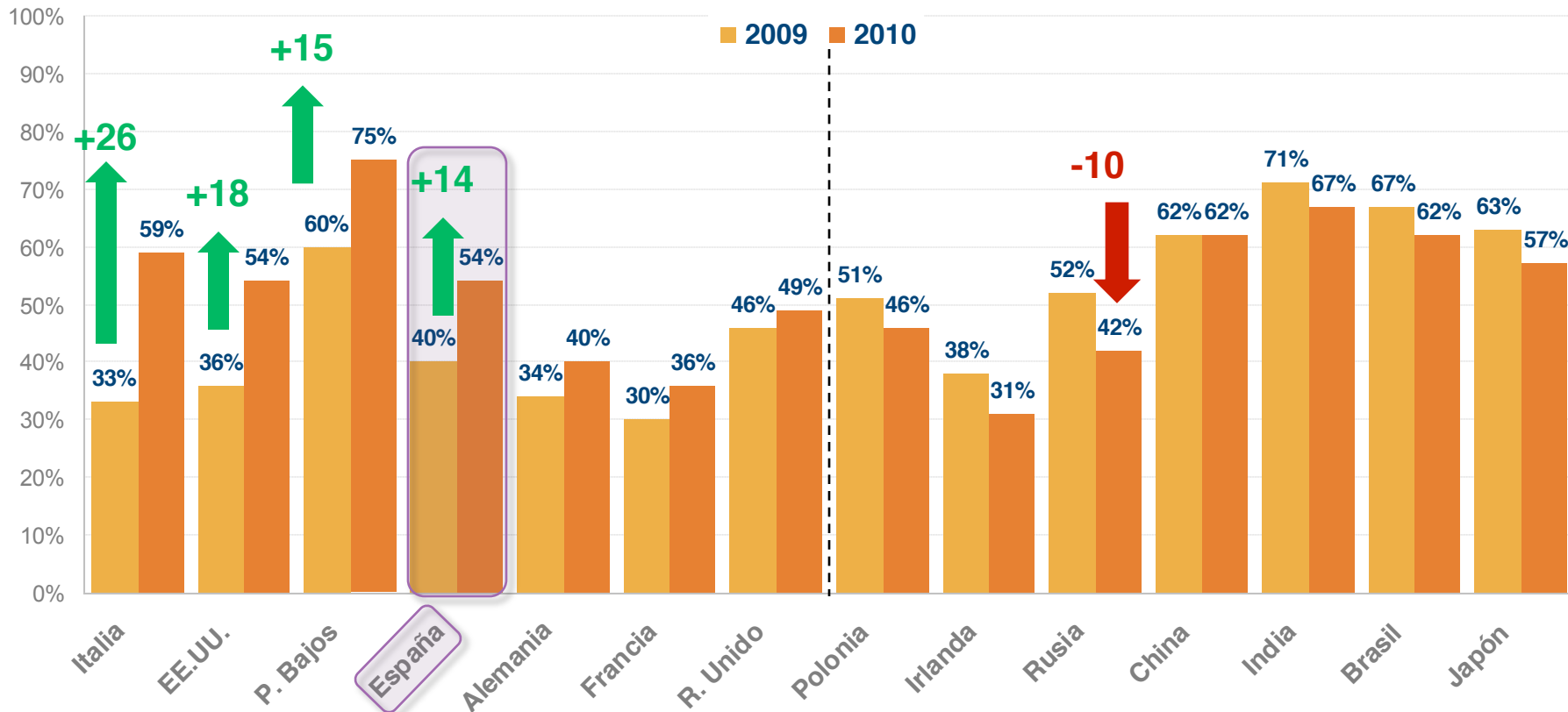


A9. [SEGUIMIENTO general de las empresas] Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. Por favor, emplee una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA". (Casilla 4 mejores, Confianza) Públicos informados, edades de 35 a 64 en Estados Unidos y Reino Unido/Francia/Alemania, India y China

# Las grandes ganancias de algunos países occidentales impulsan la subida

## Sube la confianza en las empresas en la mayoría de los países de la UE

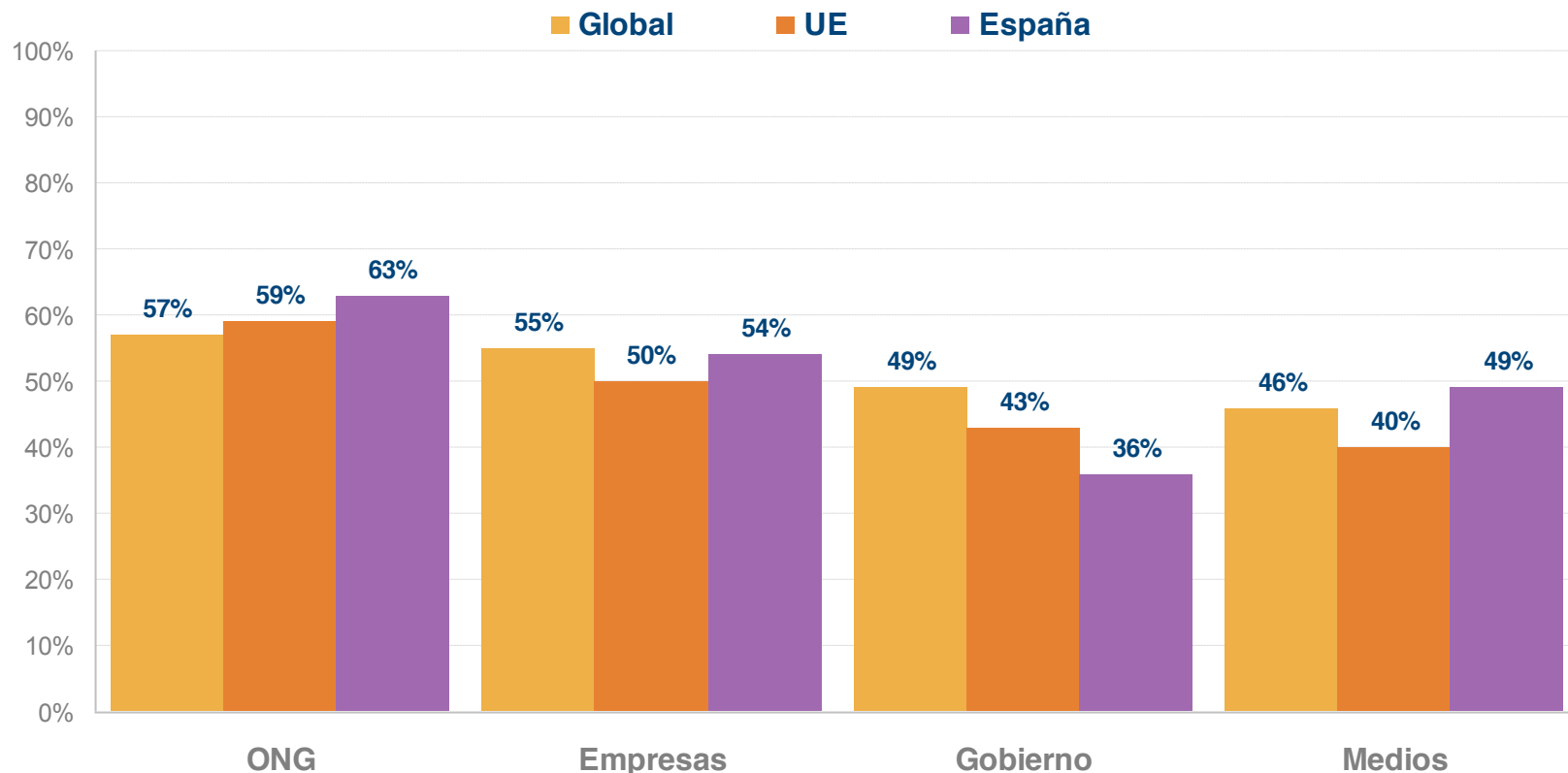
Confianza en las Empresas - A nivel global



A9. [SEGUIMIENTO general de las empresas] Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. En una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA", ¿cuánto confía en que [INSERTAR] haga lo correcto? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 25 a 64 años de edad

# La confianza en el gobierno es baja en España en comparación con la UE, mientras que la confianza en las ONG y los medios tiende al alza

## Confianza en las instituciones



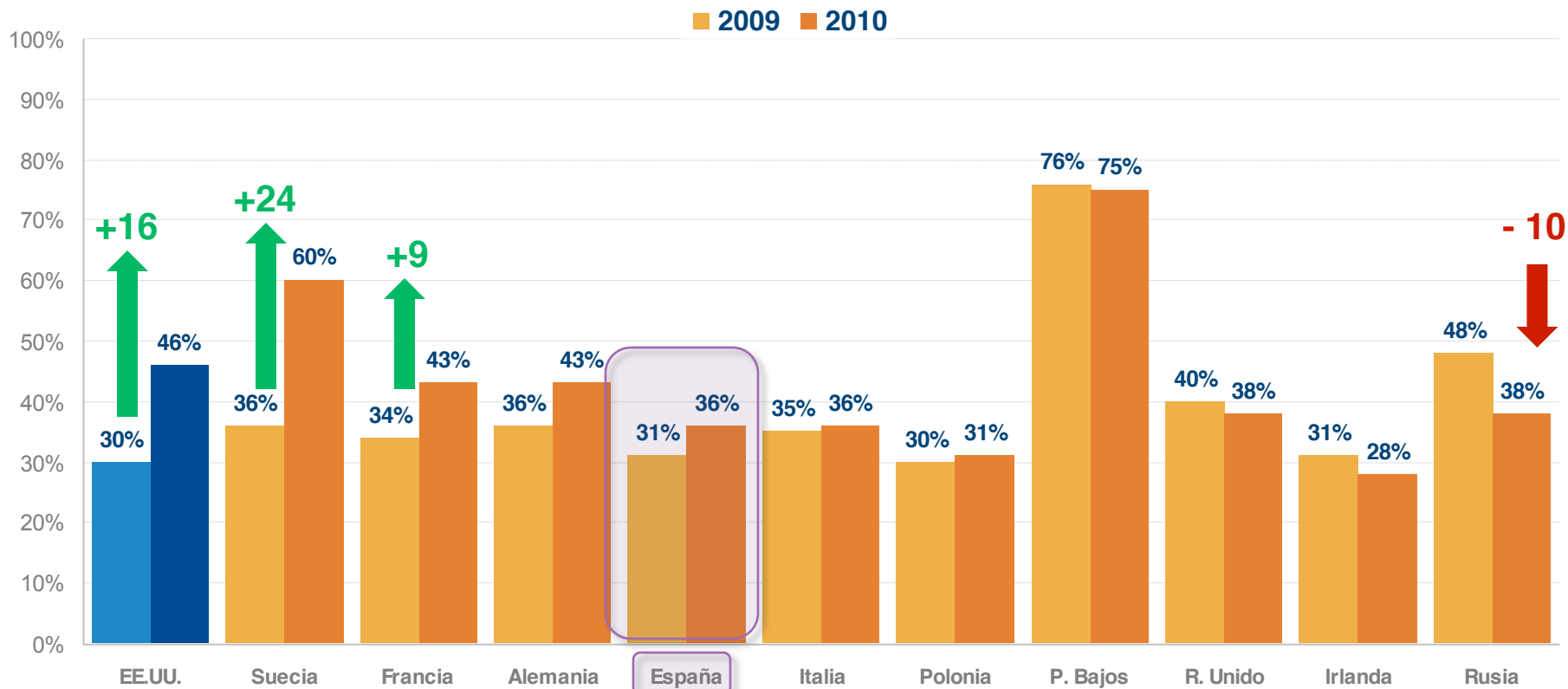
A7-A10. Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. En una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA", ¿cuánto confía en que [INSERTAR] haga lo correcto? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 25 a 64 años en la UE y España



# La confianza en el gobierno aumentó de forma significativa en EE.UU., Suecia y Francia

Rusia se mueve en dirección opuesta

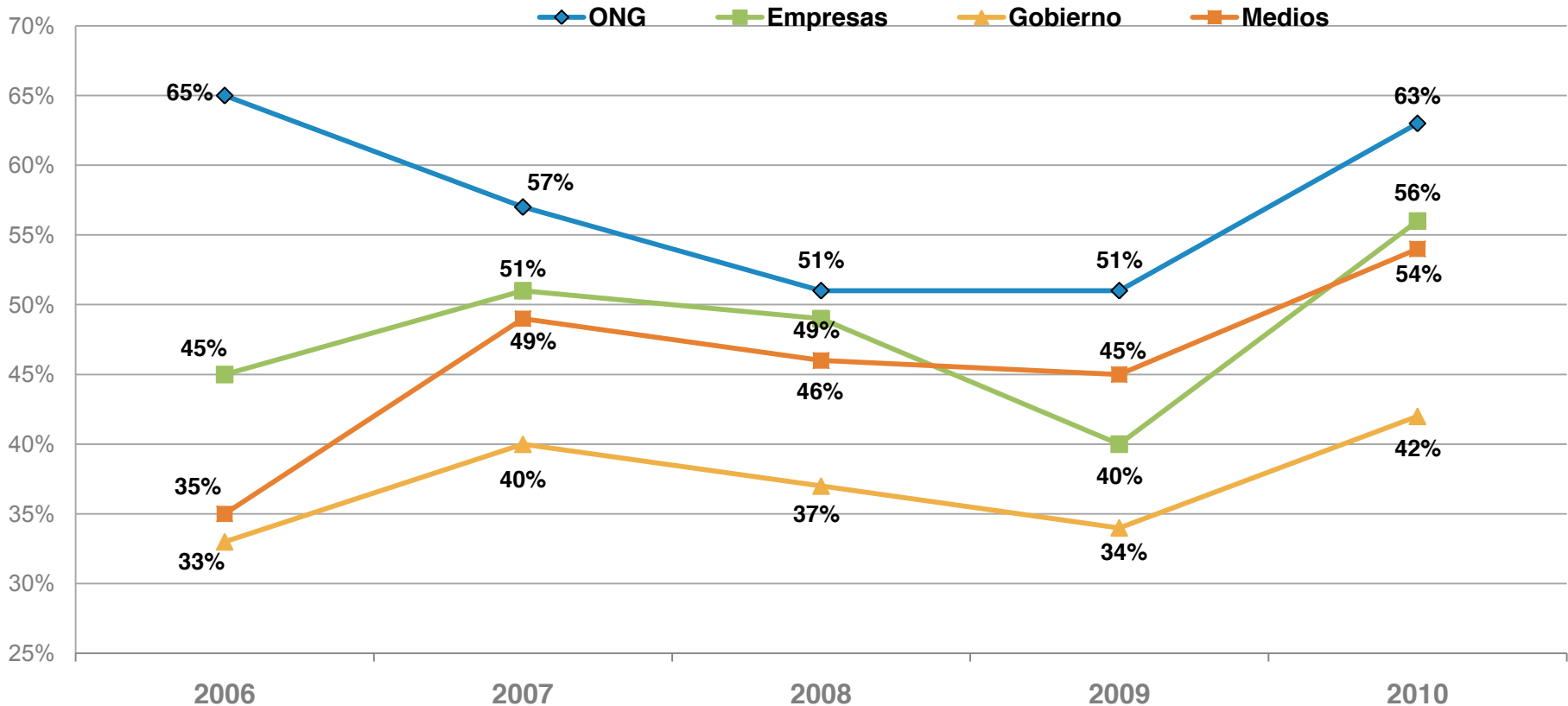
## Confianza en el gobierno - Países de la UE



A7. [SEGUIMIENTO general del Gobierno] Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. En una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA", ¿cuánto confía en que [INSERTAR] haga lo correcto? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 25 a 64 años en EE.UU y UE

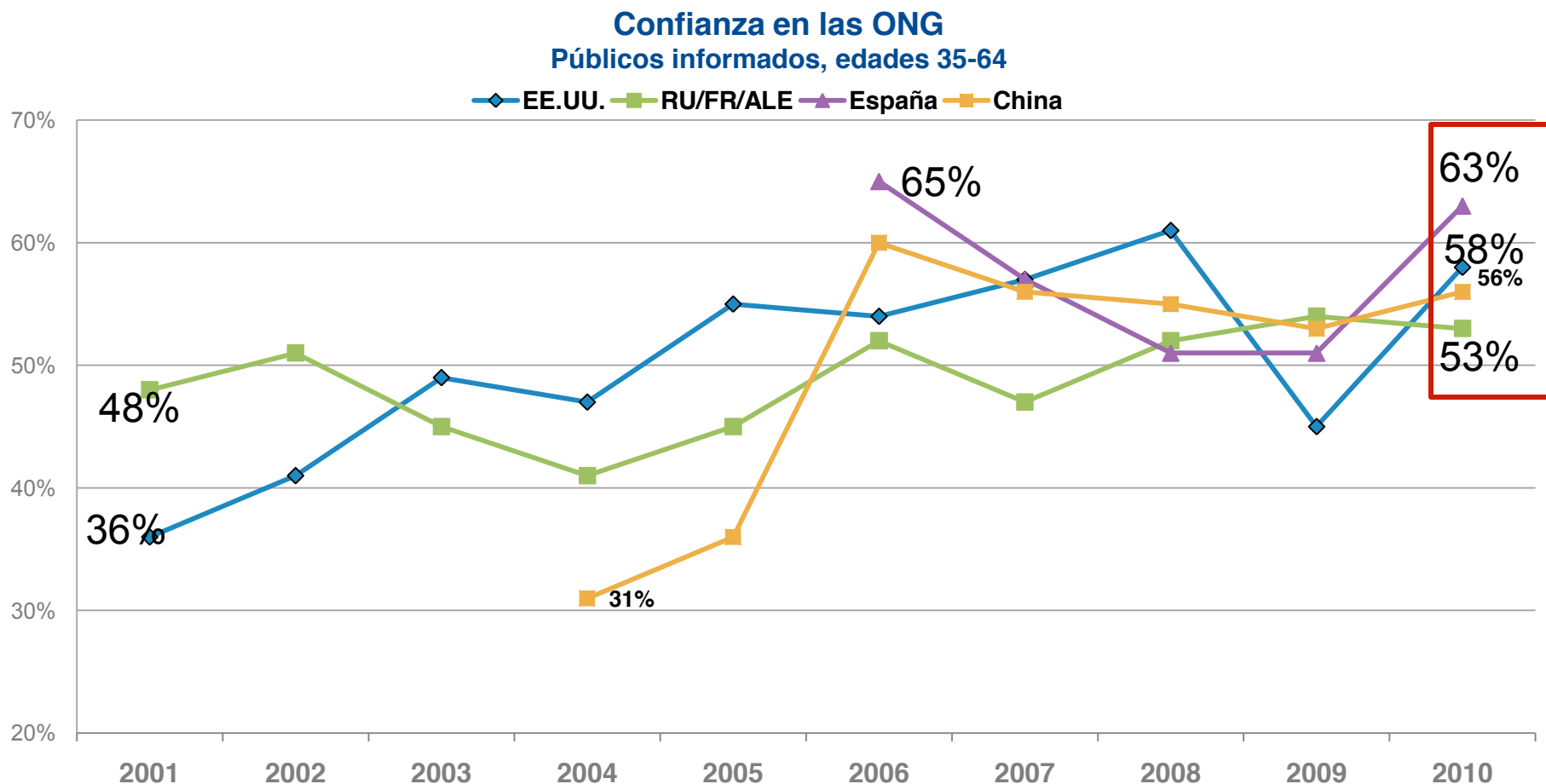
# Sube la confianza en todas las instituciones respecto al año pasado, aumentando en 16 puntos sobre dicho periodo

**Confianza en las instituciones - España**  
Públicos informados, edades 35-64



A7-A10. [SEGUIMIENTO] Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. En una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA", ¿cuánto confía en que [INSERTAR] haga lo correcto? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 35 a 64 años en España

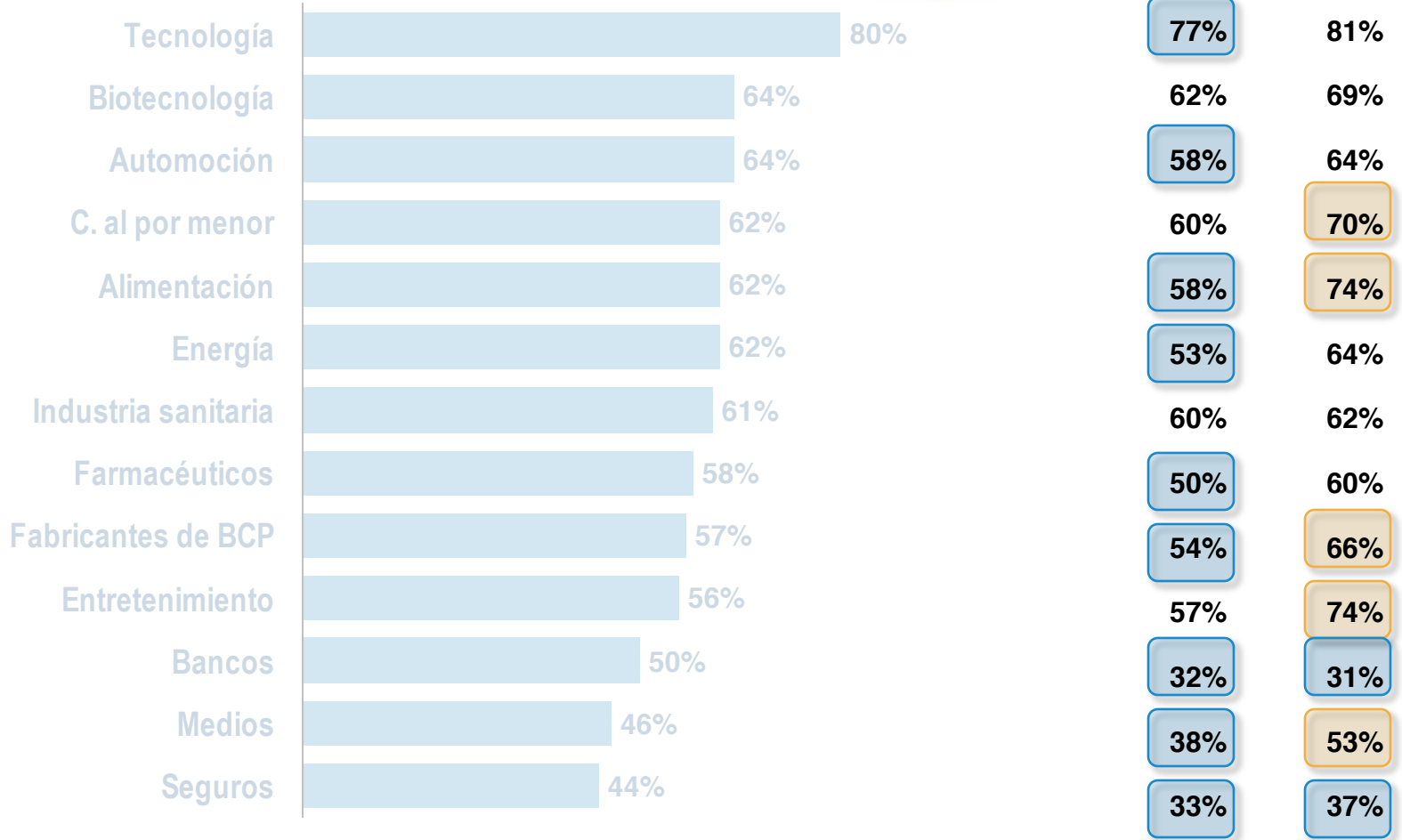
# En todas las regiones aumenta la influencia de las ONG a lo largo del tiempo



A10. [SEGUIMIENTO de organizaciones no gubernamentales] Le voy a leer una lista de instituciones. Dígame, en relación a cada una de ellas, cuánto CONFÍA en que hará lo correcto. En una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA", ¿cuánto confía en que [INSERTAR] haga lo correcto? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 35 a 64 EE.UU., RU/FR/ALE, España y China

# La confianza de España en la industria tiende a ser mayor que la media global y de la UE

La UE, la que menos confía en la mayoría de las industrias



Significativo al 95% de nivel de confianza



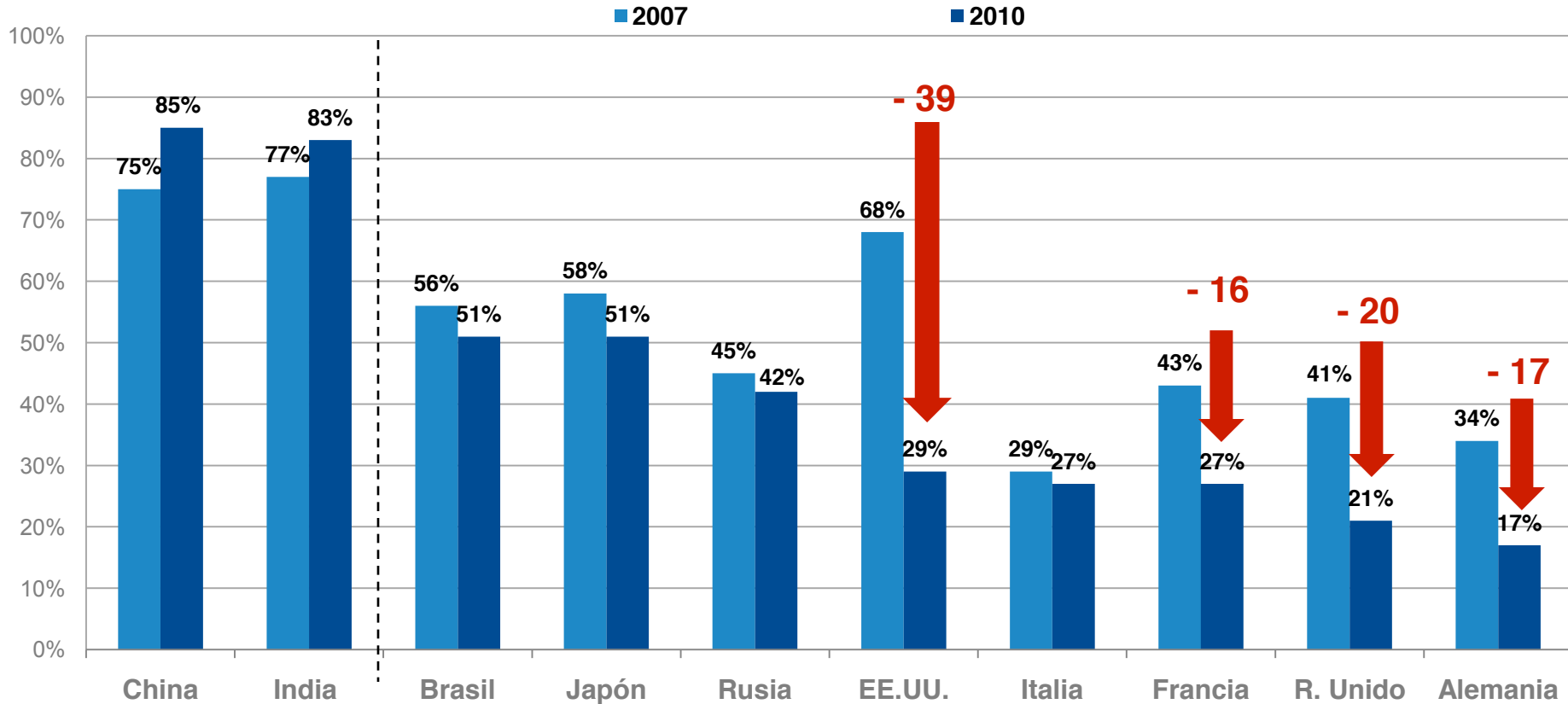
A26-38. Ahora quisiera centrarme en su confianza en diferentes sectores industriales. Por favor, dígame cuánto CONFÍA en que las empresas de los siguientes sectores harán lo correcto. Por favor, emplee de nuevo una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA". (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 25 a 64 años en 22 países, UE y España



# Desde 2007, se ha visto drásticamente reducida la confianza en los bancos en la mayoría de países occidentales

En EE.UU., la confianza en los bancos cae del tercer a casi el último lugar en cuatro años

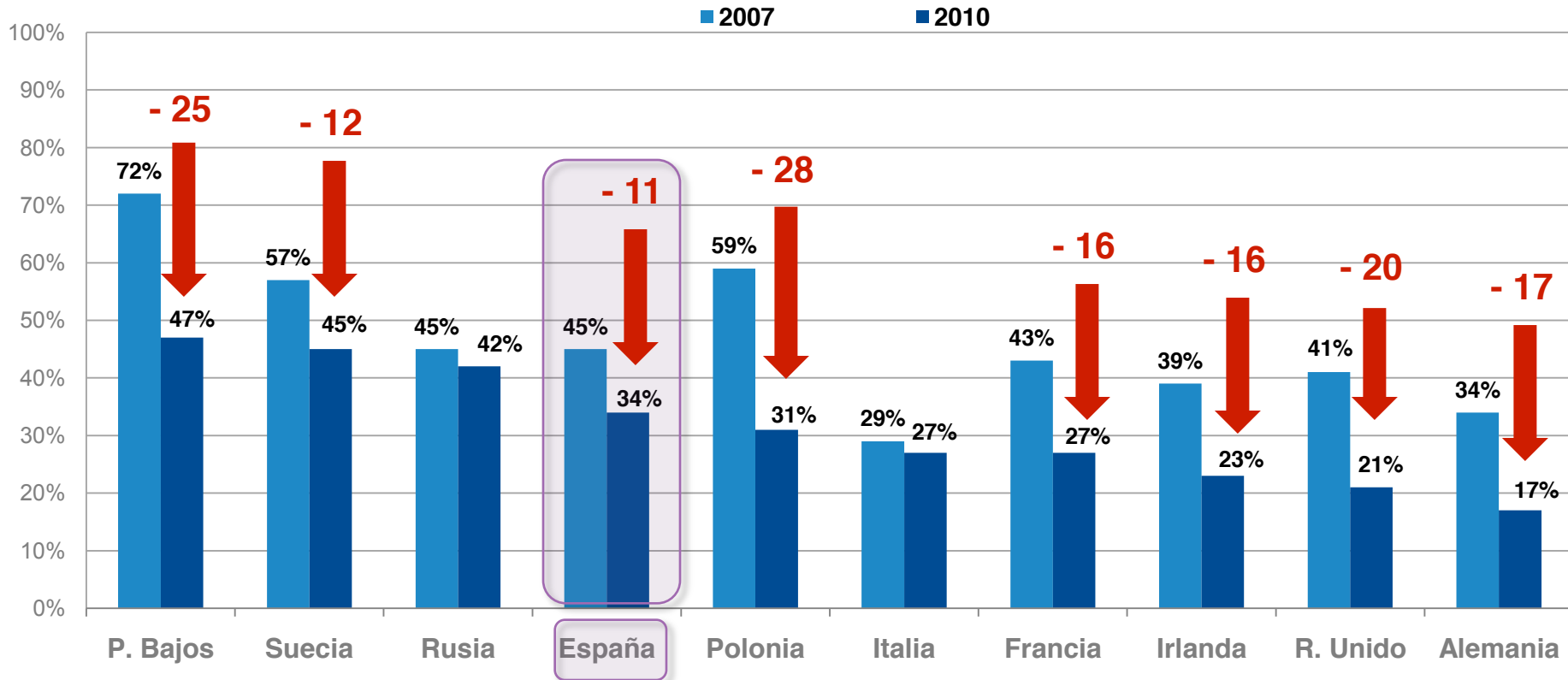
**Confianza en los Bancos - Diez primeros países por PIB**  
Públicos Informados, edades 35-64



A26-38. [SEGUIMIENTO] Ahora quisiera centrarme en su confianza en diferentes sectores industriales. Por favor, dígame cuánto CONFÍA en que las empresas de los siguientes sectores harán lo correcto. Por favor, de nuevo emplee una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA". (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 35 a 64 años de edad en - Diez primeros países por PIB

# La confianza de España en los bancos se ha reducido once puntos en los tres últimos años

**Confianza en los Bancos - Países de la UE**  
Públicos Informados, edades 35-64



A26-38. [SEGUIMIENTO] Ahora quisiera centrarme en su confianza en diferentes sectores industriales. Por favor, dígame cuánto CONFÍA en que las empresas de los siguientes sectores harán lo correcto. Por favor, de nuevo emplee una escala de nueve puntos, donde 1 significa que "NO CONFÍA EN ABSOLUTO" y 9 significa que "CONFÍA EN GRAN MEDIDA". (Casilla 4 mejores) Públicos Informados de 35 a 64 años en la UE

# La confianza es frágil

**“Ya hemos sido testigos de especulaciones respecto a que nuestra industria pronto volverá a hacer negocios de la manera habitual. Déjenme decir claramente: hay lecciones de esta crisis que no podemos permitirnos ignorar.”**

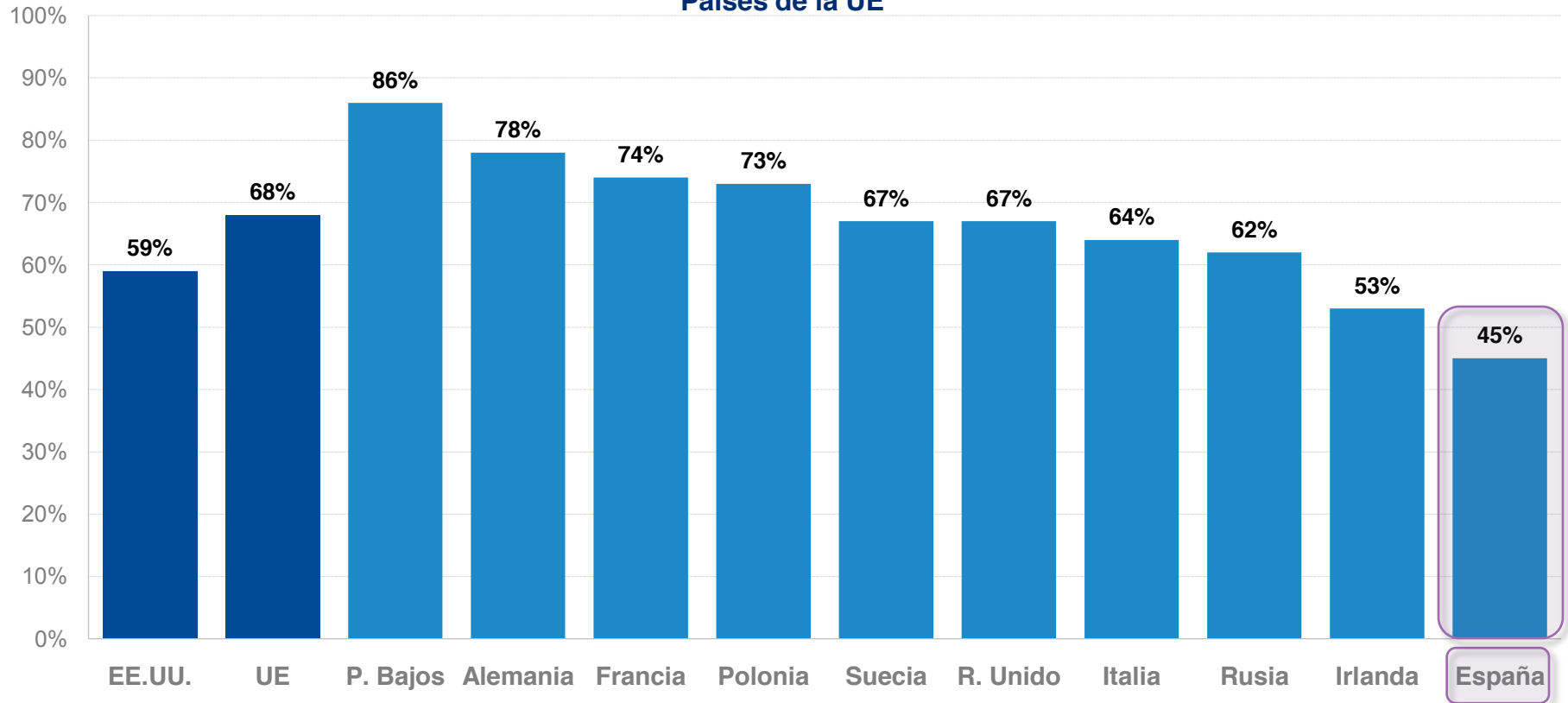
**Josef Ackermann,  
Consejero Delegado de Deutsche Bank**



# Casi la mitad de los públicos informados de España esperan que las empresas comerciales y financieras vuelvan a las viejas prácticas

## Esperan volver a hacer negocios "como siempre" tras la recesión

### Países de la UE



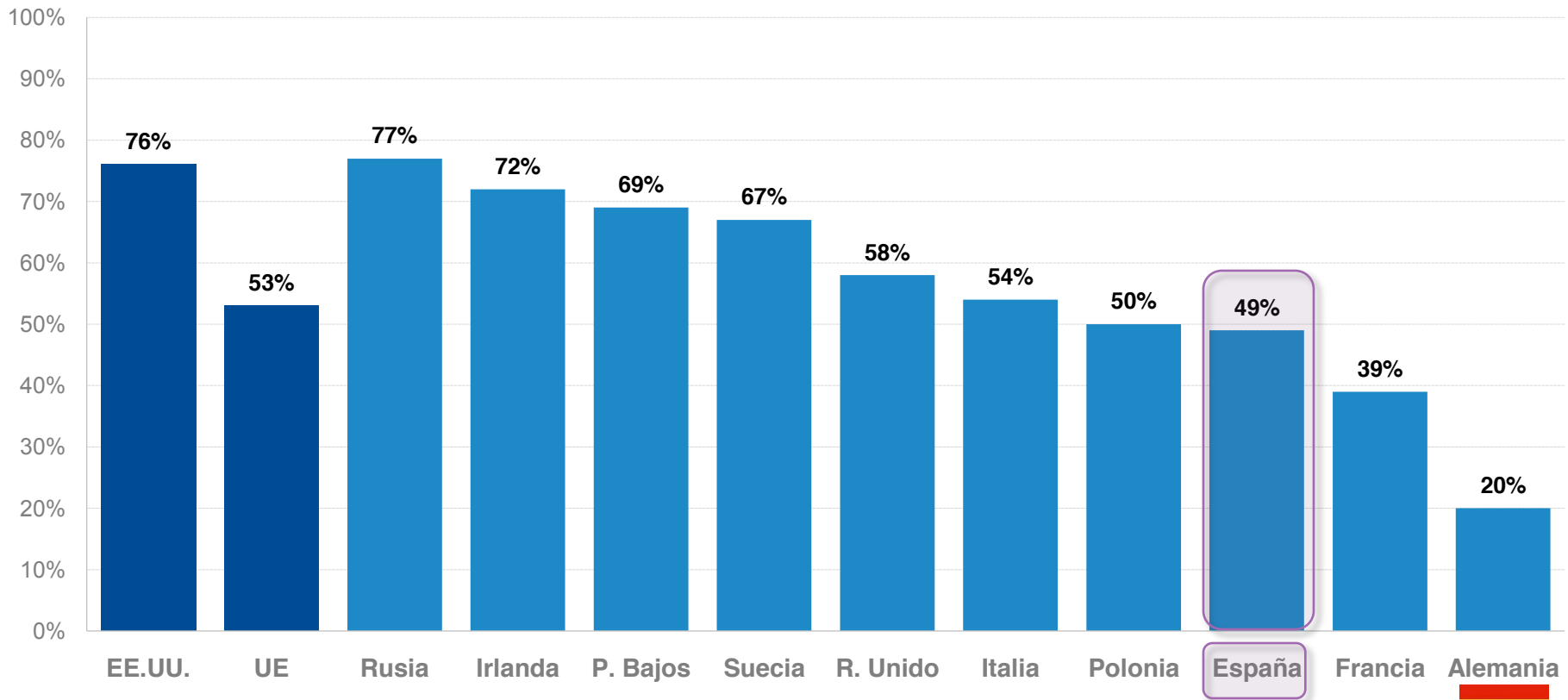
C81. Una vez acabe la recesión, ¿Espera que las empresas comerciales y financieras vuelvan a "hacer negocios como siempre"? Públicos informados de 25 a 64 años en EE.UU y UE



# En España, la mitad de los encuestados cree que el gobierno tendrá influencia sobre bancos e instituciones financieras en el futuro

**Cree que el gobierno tendrá influencia sobre bancos e instituciones financieras**

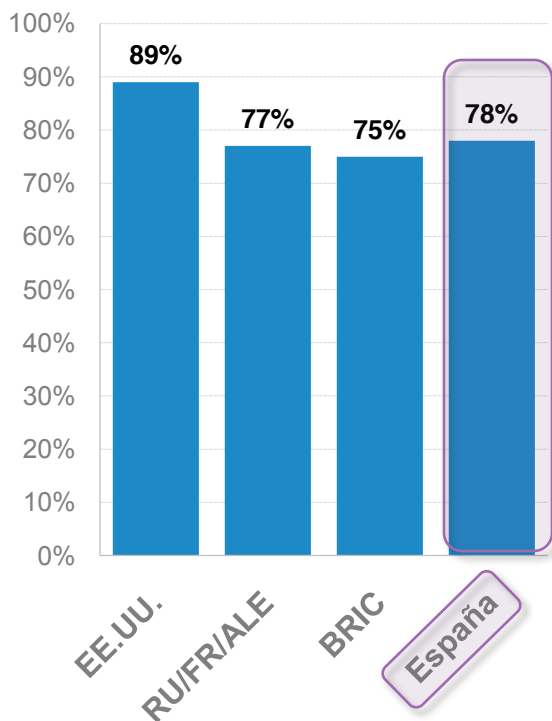
**Países de la UE**



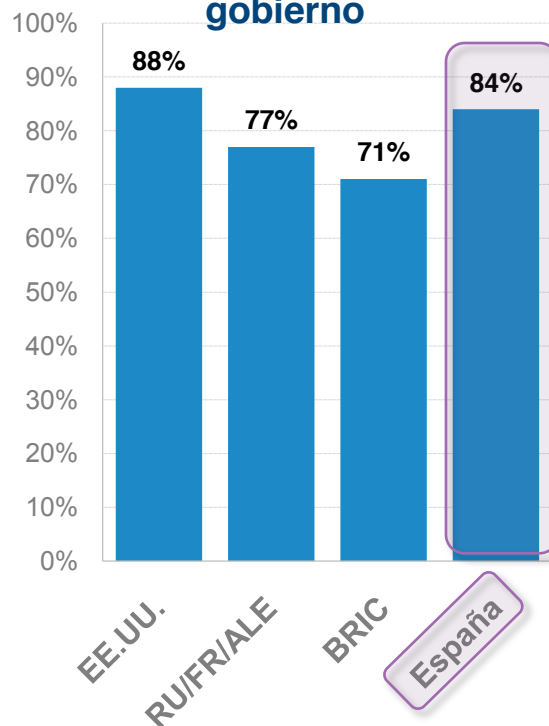
C82. ¿Cuánta influencia, en caso de haberla, tendrá el gobierno sobre bancos e instituciones financieras en el futuro? (Escala Read, Seleccionar una) Públicos informados de 25 a 64 años en EE.UU y UE

# La reducción de la brecha entre los sueldos de los altos ejecutivos y del trabajador medio es una de las maneras más eficaces de devolver la confianza empresarial en España

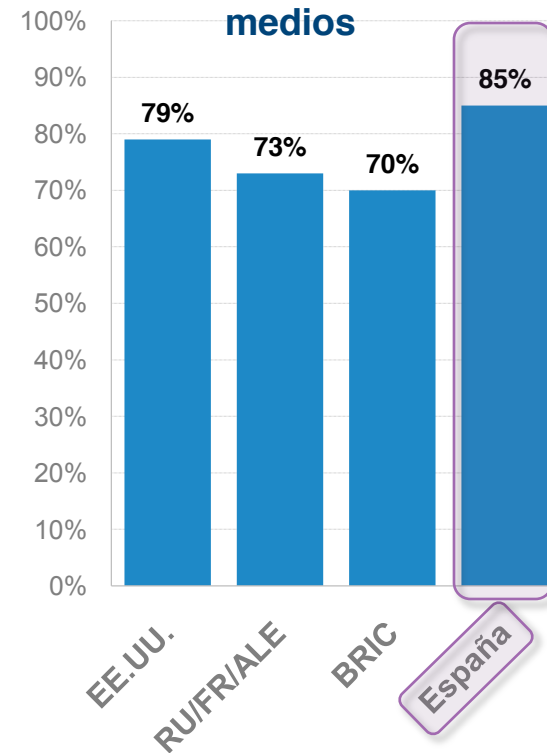
## Despedir equipos con bajo rendimiento



## Devolver dinero de préstamos/rescate al gobierno



## Reducir la brecha salarial entre altos ejecutivos y empleados medios



B73-75. ¿Cuál sería el grado de eficacia de las siguientes acciones para restaurar la confianza en una empresa? Por favor, emplee una escala de 9 puntos, en la que 1 significa "EN ABSOLUTO EFICAZ" y 9 significa "EXTREMADAMENTE EFICAZ". La primera es [INSERTAR PRIMERA]. ¿Cuál es el grado de eficacia de esta acción para restaurar la confianza en una empresa en una escala de 9 puntos, en la que 1 significa "en absoluto eficaz" y 9 significa "extremadamente eficaz"? (Casilla 4 mejores) Públicos informados de 25 a 64 años de edad

# La confianza es diferente ahora



**“...una de las formas más importantes de reconstruir el sistema para que sea más fuerte que antes, es desarrollar la confianza a mayor nivel y para ello no hay que esperar a que se apruebe una nueva ley.”**

**Presidente Barack Obama,  
discurso a la comunidad financiera, Federal Hall,  
Nueva York. Septiembre de 2009**

# Tratar bien a los empleados es el factor más importante de la reputación de una empresa en España



Significativo al 95% de nivel de confianza

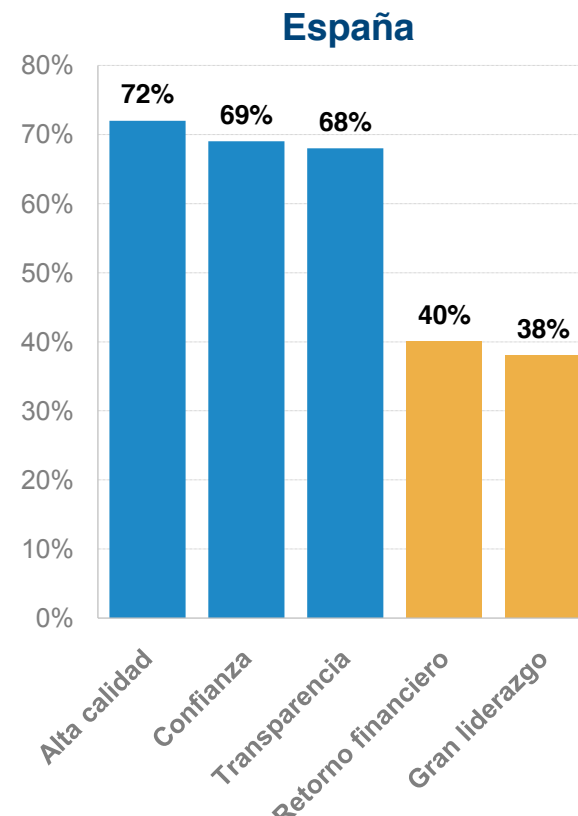
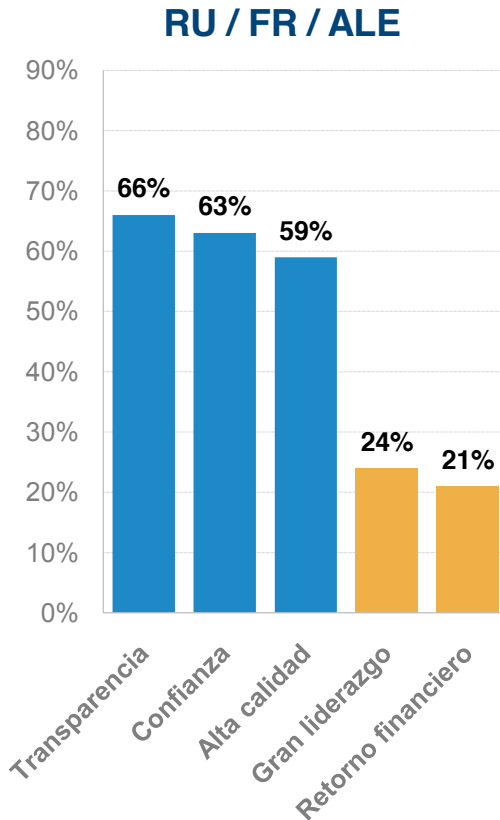
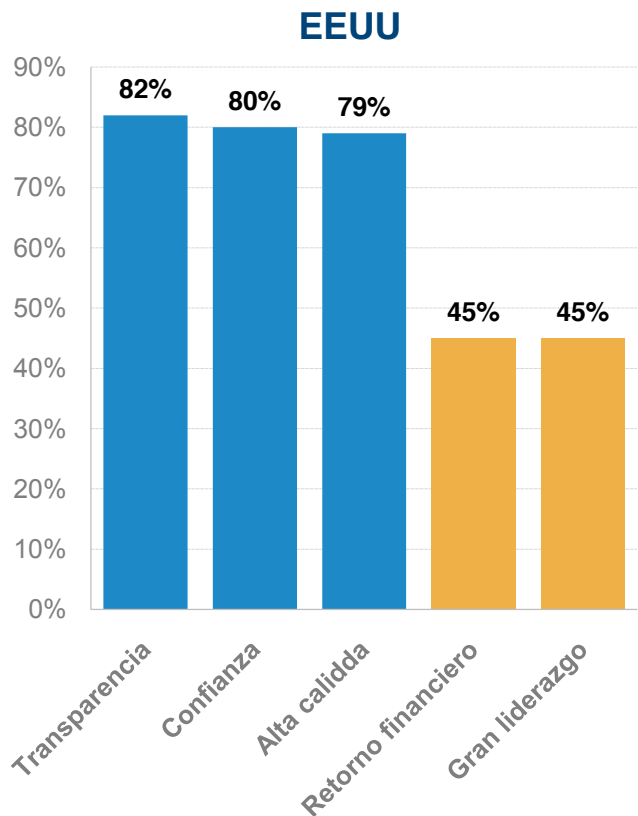


B63.-72. ¿Qué importancia tiene cada uno de los siguientes factores en la reputación de la empresa? Por favor, emplee una escala de nueve puntos, donde 1 significa que el factor "no es importante en absoluto" y nueve significa que es "sumamente importante" para la reputación global. (Casilla 2 mejores, Muy/Sumamente Importante) Públicos informados de 25 a 64 años en 22 países, la UE y España

# Confianza y transparencia entre los factores más determinantes de la reputación; liderazgo y finanzas los que menos

Las economías europeas califican el retorno financiero como el que menos

## Factores de Reputación Empresarial



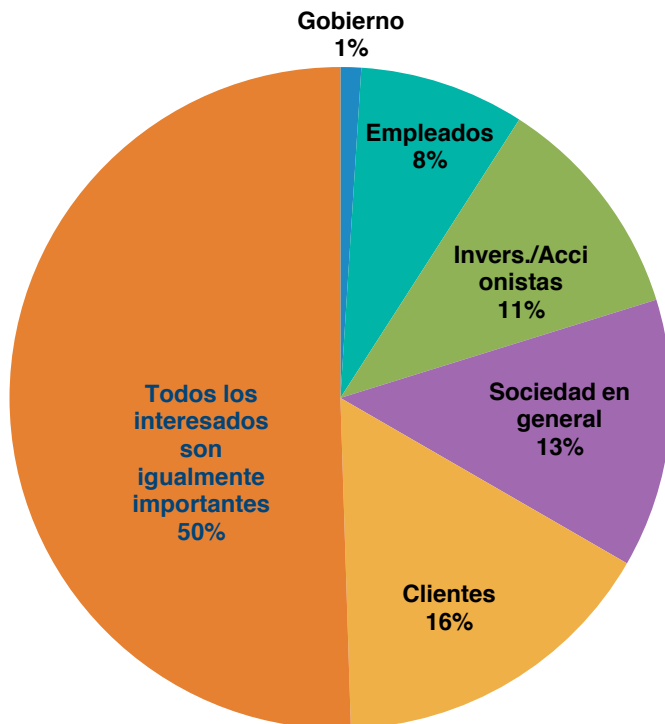
B63.-72. ¿Qué importancia tiene cada uno de los siguientes factores en la reputación de la empresa? Por favor, emplee una escala de nueve puntos, donde 1 significa que el factor "no es importante en absoluto" y nueve significa que es "sumamente importante" para la reputación global. (Casilla 2 mejores, Muy/Sumamente Importante) Públicos informados de 25 a 64 años de edad

# Un mundo de audiencias, no de accionistas

Casi la mitad de encuestados en España cree que todas las audiencias son igual de importantes para las decisiones empresariales de un gerente

¿Qué participante debería ser el más importante en las decisiones empresariales de un gerente?

Países de la UE



España

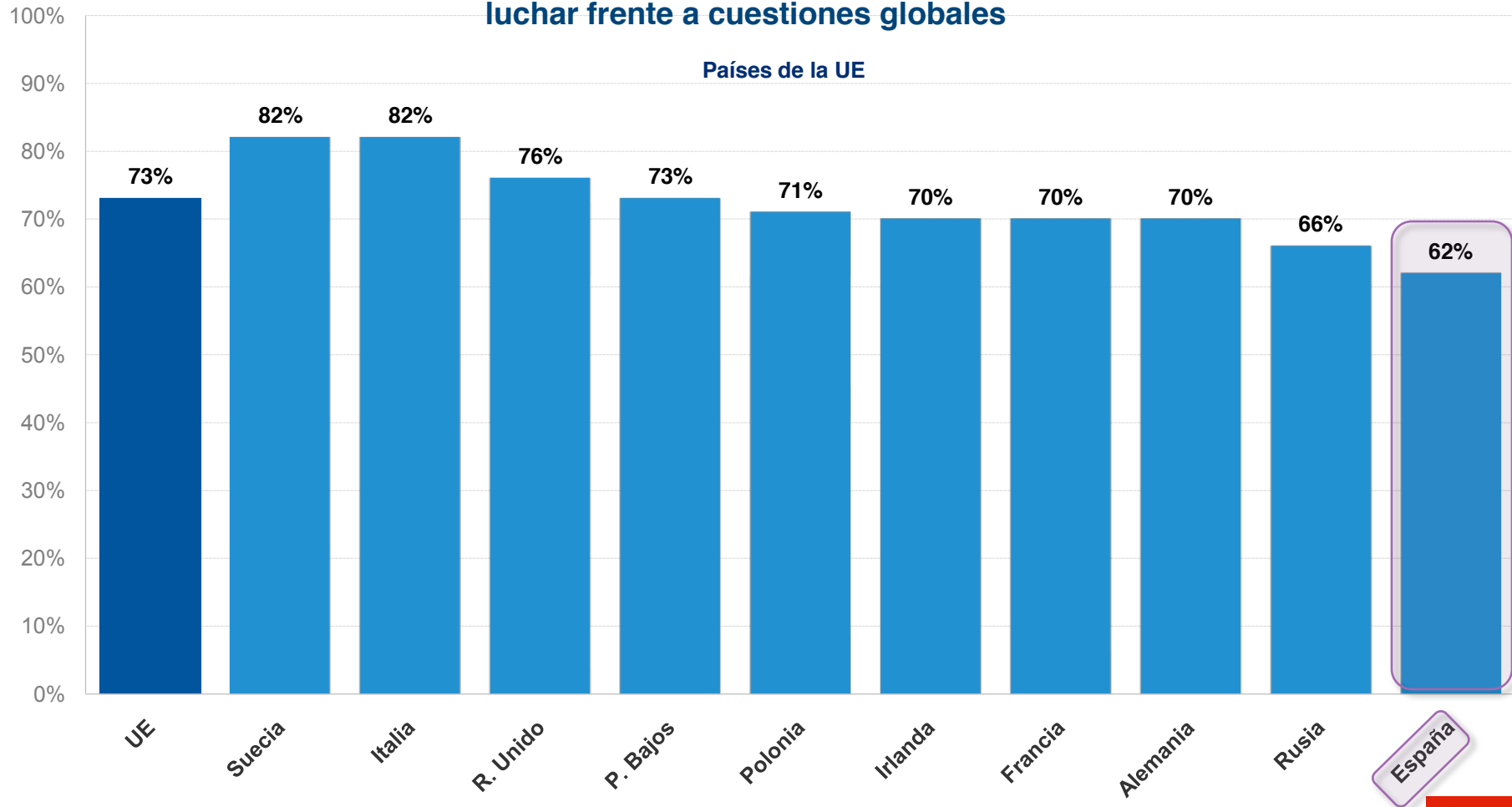


D83. Cuando un gerente toma decisiones empresariales en nombre de su compañía, ¿qué participante DEBERÍA SER el más importante en las mismas? Públicos informados de 25 a 64 años en la UE y España



# Las alianzas corporativas con ONG construyen confianza

Más probabilidad de confiar en una empresa que se asocie a una ONG para luchar frente a cuestiones globales



C80. ¿Tendría más o menos probabilidades de confiar en una empresa que se asocia con ONG para luchar ante problemas globales como el cambio climático, el alivio de la pobreza o la curación de enfermedades de lo que lo haría en una compañía que trabaja sola? (Más probable neto: (Mucho más + Un poco más) Públicos informados, edades 25-64 en la UE

# A nivel global y en España, el conocimiento experto sigue motivando la credibilidad de las fuentes de información



Tradicionales

Corporativas

Digitales

Significativo al 95% de nivel de confianza

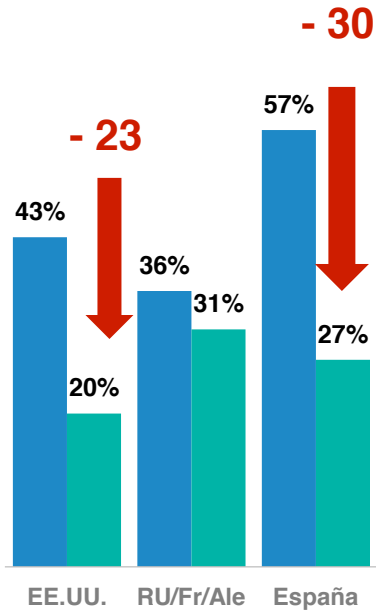


E84-97. A continuación, voy a leerle una lista de lugares de los que podría obtener información sobre una empresa. Por favor, dígame qué grado de credibilidad otorga a cada una de ellas como fuente de información sobre la empresa- ¿es sumamente creíble, muy creíble, parcialmente creíble, o no creíble en absoluto? (Casilla 2 mejores, Muy + sumamente creíble) Públicos informados de 25 a 64 años en 22 países, la UE y España

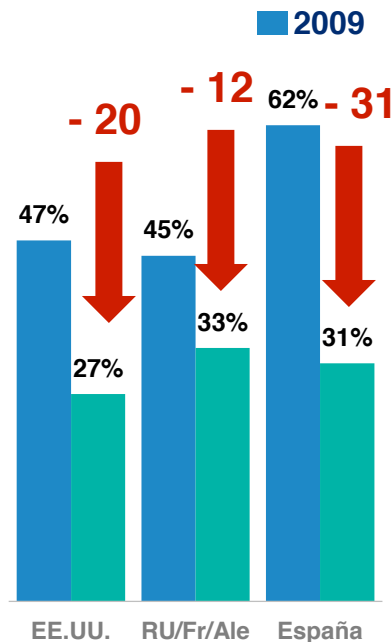


# Las fuentes tradicionales de noticias y las conversaciones con amigos y colegas pierden credibilidad

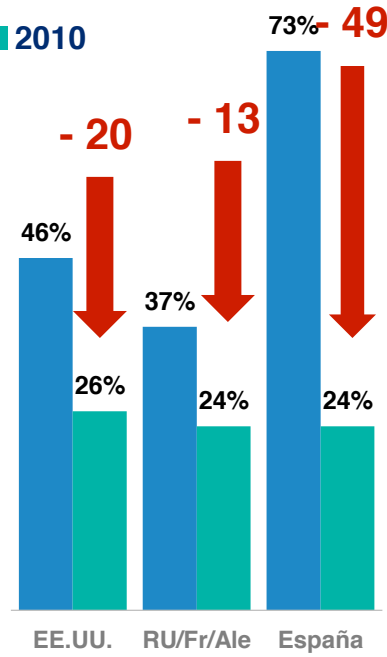
## Noticias en TV



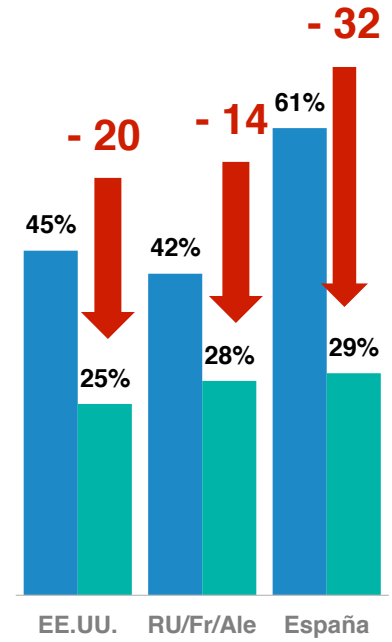
## Noticias en radio



## Periódicos



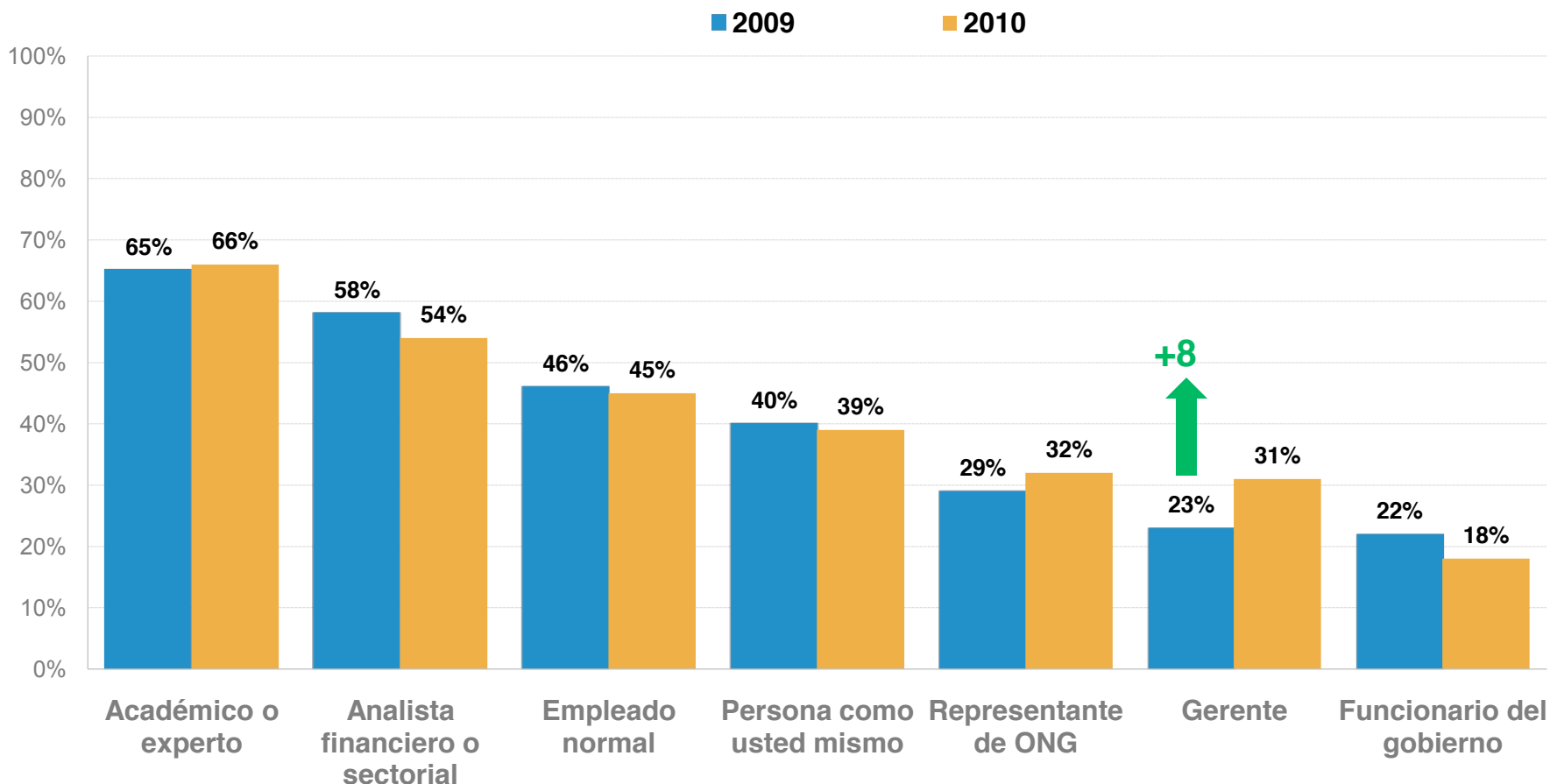
## Amigos/colegas



E84-97. [SEGUIMIENTO] A continuación, voy a leerle una lista de lugares de los que podría obtener información sobre una empresa. Por favor, dígame qué grado de credibilidad otorga a cada una de ellas como fuente de información sobre la empresa, ¿es sumamente creíble, muy creíble, parcialmente creíble, o no creíble en absoluto? (Casilla 2 mejores) Públicos informados de 35 a 64 años de edad

# Los académicos/expertos son aún los interlocutores más creíbles en España

## Interlocutores creíbles - España



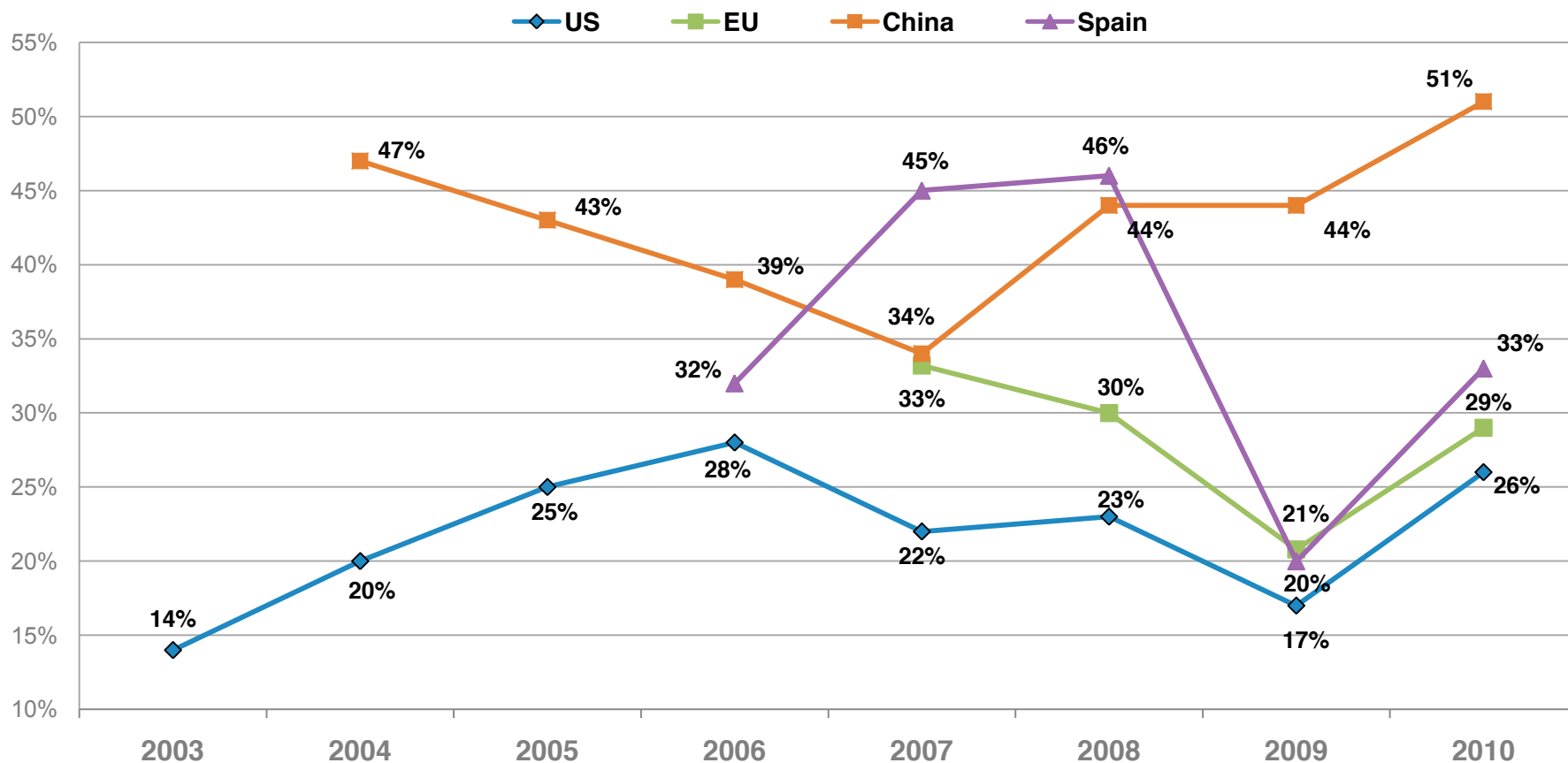
F99-105. [SEGUIMIENTO] A continuación voy a leerle una lista de personas. A la hora de formar una opinión sobre una empresa, por lo general, si ha oído información de dicha persona sobre la empresa, como sería de creíble la información? -sumamente creíble, muy creíble, parcialmente creíble o no creíble en absoluto? (Casilla 2 mejores: Muy + sumamente creíble) Públicos informados de 25 a 64 años en España

# En mercados clave, los gerentes recuperan la confianza en un año

## La credibilidad en los gerentes aumentó doce puntos el año pasado

### Interlocutores creíbles - Gerentes

#### Públicos informados, edades 35-64



F99-105. [SEGUIMIENTO] A continuación voy a leerle una lista de personas. A la hora de formar una opinión sobre una empresa, por lo general, si ha oído información de dicha persona sobre la empresa, ¿cual sería el grado de credibilidad de la información? (Casilla 2 mejores) Públicos informados de 35 a 64 años en EE.UU, la UE, China y España

# Conclusiones

- El aumento en la confianza en las empresas contradice la fragilidad
- La confianza es ahora una línea de negocio esencial a desarrollar y materializar
- La reputación corporativa se basa en el comportamiento, el papel en la sociedad y la transparencia
- Ganan terreno las audiencias y no los accionistas de las empresas