

# MONITOR DE CONFIANZA GLOBAL

Enero 2022

# CONTENIDOS

# CONTENIDOS



Resumen



Hallazgos clave



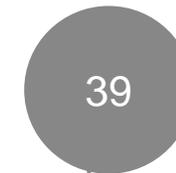
Hallazgos en detalle  
(apéndice)



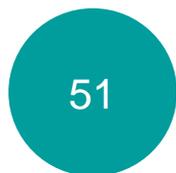
Confianza en  
Empresas



Factores que afectan  
la confianza



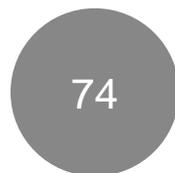
El Gobierno



Los Medios



Servicios Públicos



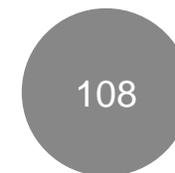
Empresas de  
Tecnología



Empresas  
Farmacéuticas



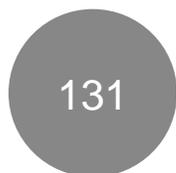
Empresas de  
Petroleo y Gas



Empresas Bancarias



Empresas de  
Redes Sociales



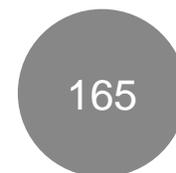
Empresas  
Automotrices



Confianza en las  
fuentes de  
información



Fuentes de  
información



Metodología

# RESUMEN

# RESUMEN

**Los nuevos datos del Global Trustworthiness Monitor de Ipsos revelan que las empresas farmacéuticas y bancarias y los gobiernos se consideran ahora más fiables que hace tres años.**

- En 29 países, un promedio global del 31% califica a las empresas farmacéuticas como dignas de confianza, frente al 25% de 2018.
- Además, el 28% dice lo mismo de las empresas bancarias (frente al 20% de 2018) y el 20% de su gobierno (frente al 14%).
- Una posible explicación de la mejora podría ser la forma en que estos sectores han actuado durante el transcurso de la pandemia de COVID-19.
- **En comparación, la confianza de las empresas tecnológicas ha descendido del 38% al 34%. Sin embargo, el sector tecnológico sigue siendo el más fiable de los nueve sectores estudiados.**
- La opinión generalizada sobre la confianza sigue siendo que está en crisis. En la primera oleada del Global Trustworthiness Monitor de hace tres años, Ipsos desafió este punto de vista al examinar una amplia gama de fuentes de datos y tendencias de todo el mundo
- Nuestra principal conclusión fue que, a nivel mundial, la confianza en la mayoría de las instituciones, sectores y profesiones se ha mantenido estable durante mucho, mucho tiempo, y los cambios que se han producido en los últimos 20 años han sido lentos y nada dramáticos
- No hay evidencia que sugiera que esta observación no sigue siendo verdadera

# RESUMEN

## Diferencias importantes entre países

- Pese a ser hogar de muchas de las principales compañías tecnológicas del mundo, Estados Unidos es uno de los pocos países en los que los encuestados son más propensos a ver las compañías tecnológicas como poco confiables (29%) que como confiables (27%)
- Los Estados Unidos muestran el mayor porcentaje en desacuerdo con que las empresas del sector tecnológico trabajan para evitar la difusión de información falsa (31%), lo que puede influir en su opinión sobre la fiabilidad del sector
- Los chilenos destacan por su mala opinión sobre las empresas farmacéuticas, ya que sólo un 12% dice que son dignas de confianza, frente a un 58% que dice que no lo son; la puntuación menos favorable de todos los países medidos
- Los chinos tienen una opinión especialmente positiva de las empresas bancarias, ya que casi dos tercios (63%) las consideran dignas de confianza, frente a sólo uno de cada diez (11%) que dicen que no son dignas de confianza

## Confianza en los medios

- A nivel mundial, las fuentes de noticias en las que más se confía para proporcionar información precisa sobre política y actualidad son los medios de comunicación más tradicionales (periódicos, radio, televisión), así como los periódicos en línea y los sitios web o aplicaciones de noticias, mientras que la confianza en otras fuentes digitales es menor
- En promedio global, en los 29 países encuestados, los formatos mediáticos más utilizados son los periódicos y sitios de noticias en línea, la televisión y, a pesar de ser mucho menos confiables, las redes sociales

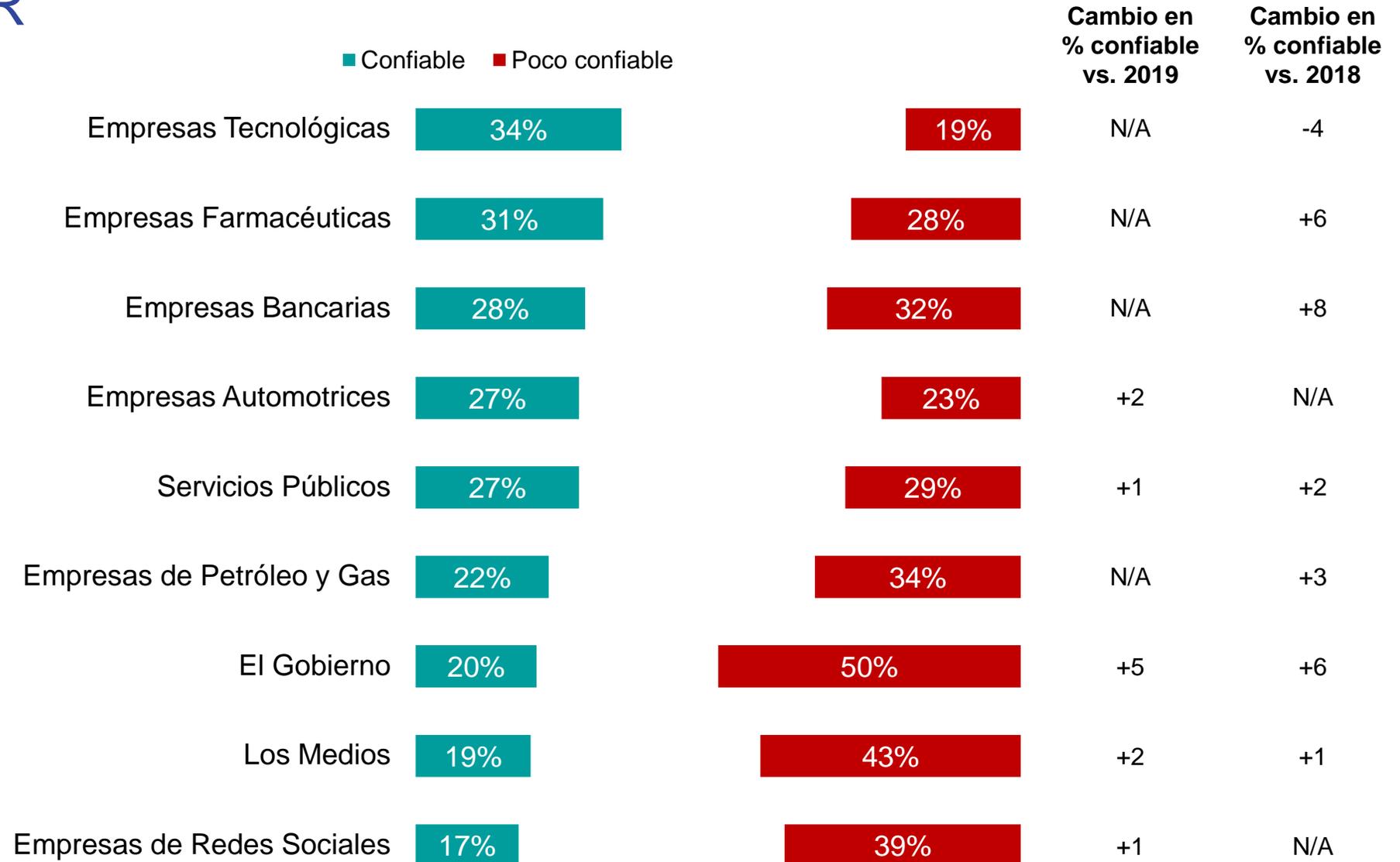
# HALLAZGOS CLAVE

# CONFIANZA POR SECTORES: PROMEDIO DE 29 PAÍSES

P.

Por favor observe esta lista de diferentes tipos de organizaciones e instituciones. En general, ¿piensa que cada una de ellas es confiable o poco confiable? Por favor use una escala de 1 a 5, donde 1 es muy confiable y 5 es muy poco confiable.

*Ipsos Global Trustworthiness Monitor 2021 – 21,503 adults aged 16/18-74 in 29 countries (ca.500 or 1000 per country), interviewed online 25 June – 9 July 2021  
Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Romania, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population  
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries where the survey was conducted. It has not been adjusted to the population size of each country or market and is not intended to suggest a total result.*

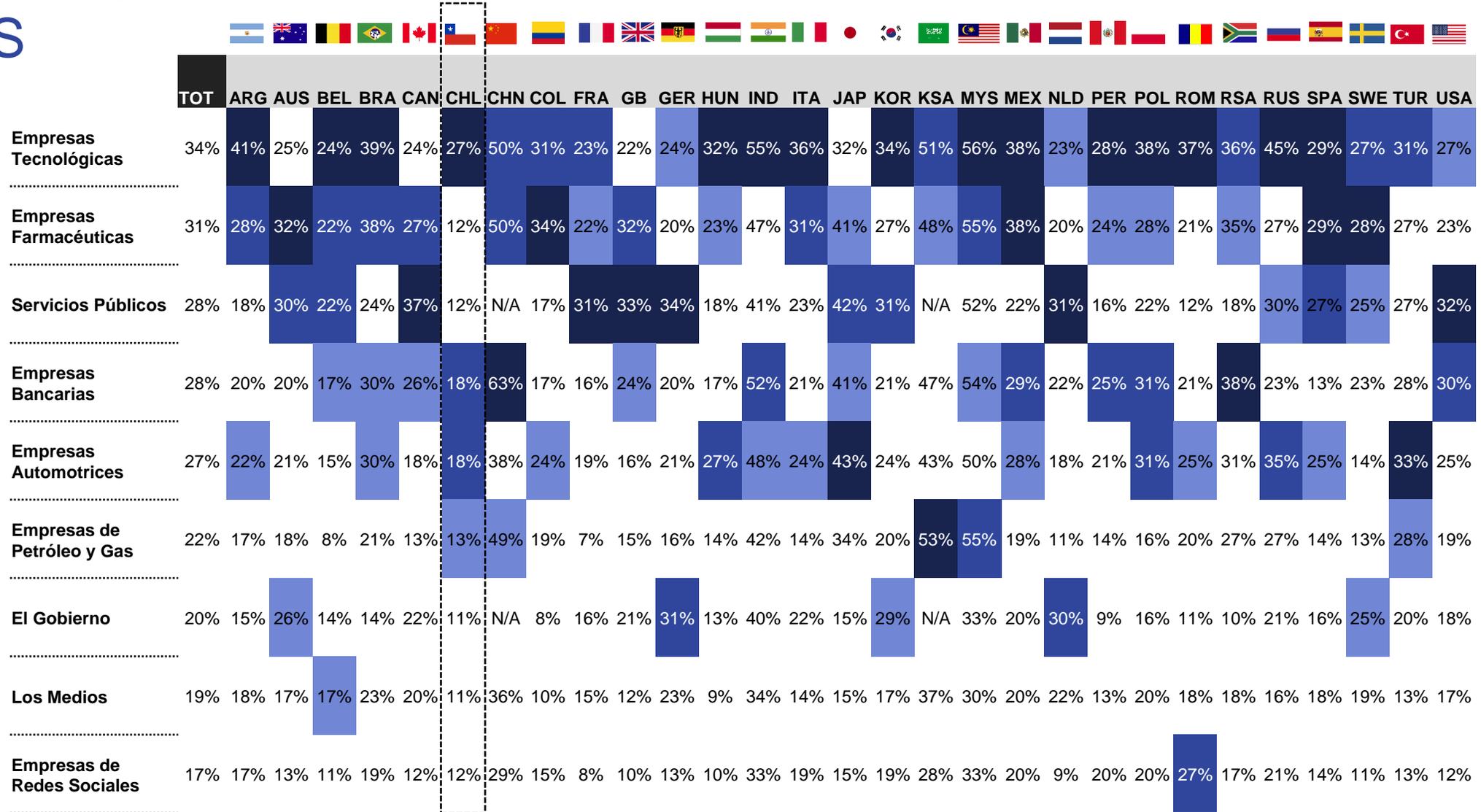


# CONFIANZA POR SECTORES

P.

Por favor observe esta lista de diferentes tipos de organizaciones e instituciones. En general, ¿piensa que cada una de ellas es confiable o poco confiable en su país? Por favor use una escala de 1 a 5, donde 1 es muy confiable y 5 es muy poco confiable.

- #1 más confiable
- #2 más confiable
- #3 más confiable



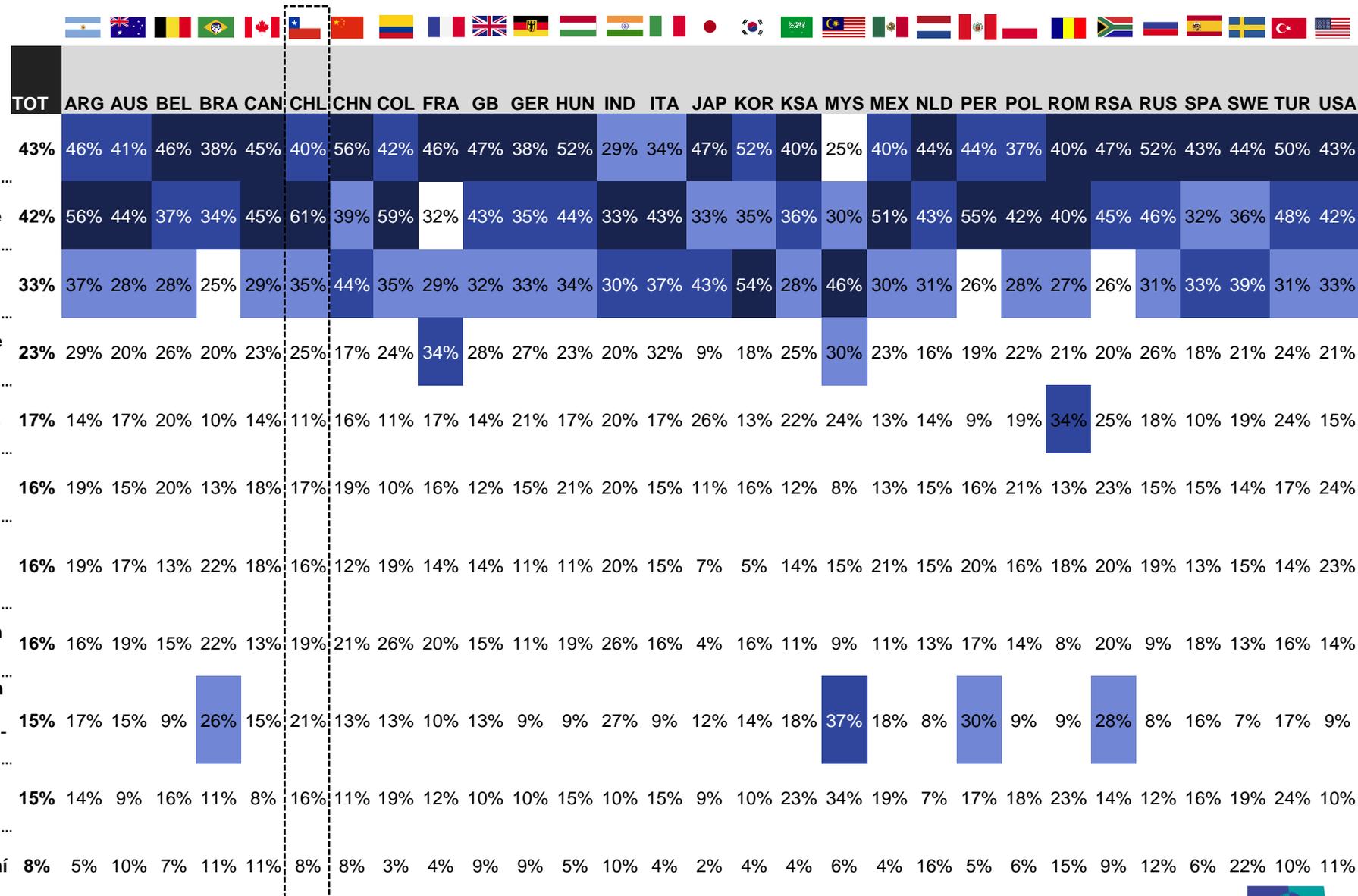
# FACTORES DE CONFIANZA

P.

¿Cuáles dos o tres de los siguientes atributos, si alguno, es más importante para usted al momento de decidir si confiar o no en una organización o institución?

- #1 más importante
- #2 más importante
- #3 más importante

- Es fiable/ cumple sus promesas
- Es abierta y transparente sobre lo que hace
- Actúa responsablemente
- Es buena en lo que hace
- Hace lo que hace con la mayor de las intenciones
- Comparte mis valores
- Trabaja para prevenir la divulgación de desinformación
- Es sustentable con el medioambiente
- Ha actuado bien en su respuesta a la pandemia de covid-19
- Está bien dirigida
- Trataría de aprovecharse de mí si pudiera



# PERFORMANCE DE FACTORES

Q.

¿Hasta que punto está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre [ORGANIZACIÓN]?

	Empresas Tecnológicas	Empresas farmacéuticas	Empresas bancarias	Empresas automotrices	Servicios públicos	Empresas de petróleo y gas	El gobierno	Los Medios	Empresas de redes sociales
Es confiable/ cumple sus promesas	35%	36%	33%	33%	28%	26%	20%	24%	24%
Es abierta y transparente sobre lo que hace	32%	31%	29%	31%	28%	25%	22%	25%	25%
Actúa responsablemente	36%	40%	35%	35%	32%	26%	26%	27%	25%
Es buena en lo que hace	48%	49%	43%	45%	32%	37%	24%	34%	36%
Hace lo que hace con la mayor de las intenciones	37%	40%	29%	34%	35%	26%	28%	27%	27%
Comparte mis valores	27%	25%	22%	25%	23%	18%	20%	21%	21%
Es sustentable con el medioambiente	31%	32%	28%	28%	26%	23%	23%	26%	27%
Trabaja para prevenir la divulgación de desinformación	34%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	29%	29%	27%
Está bien dirigida	40%	39%	36%	38%	26%	30%	24%	28%	30%
Ha actuado bien en su respuesta a la pandemia de covid-19	39%	51%	38%	34%	38%	28%	34%	36%	34%
Trataría de aprovecharse de mí si pudiera	38%	42%	50%	39%	35%	40%	47%	43%	46%

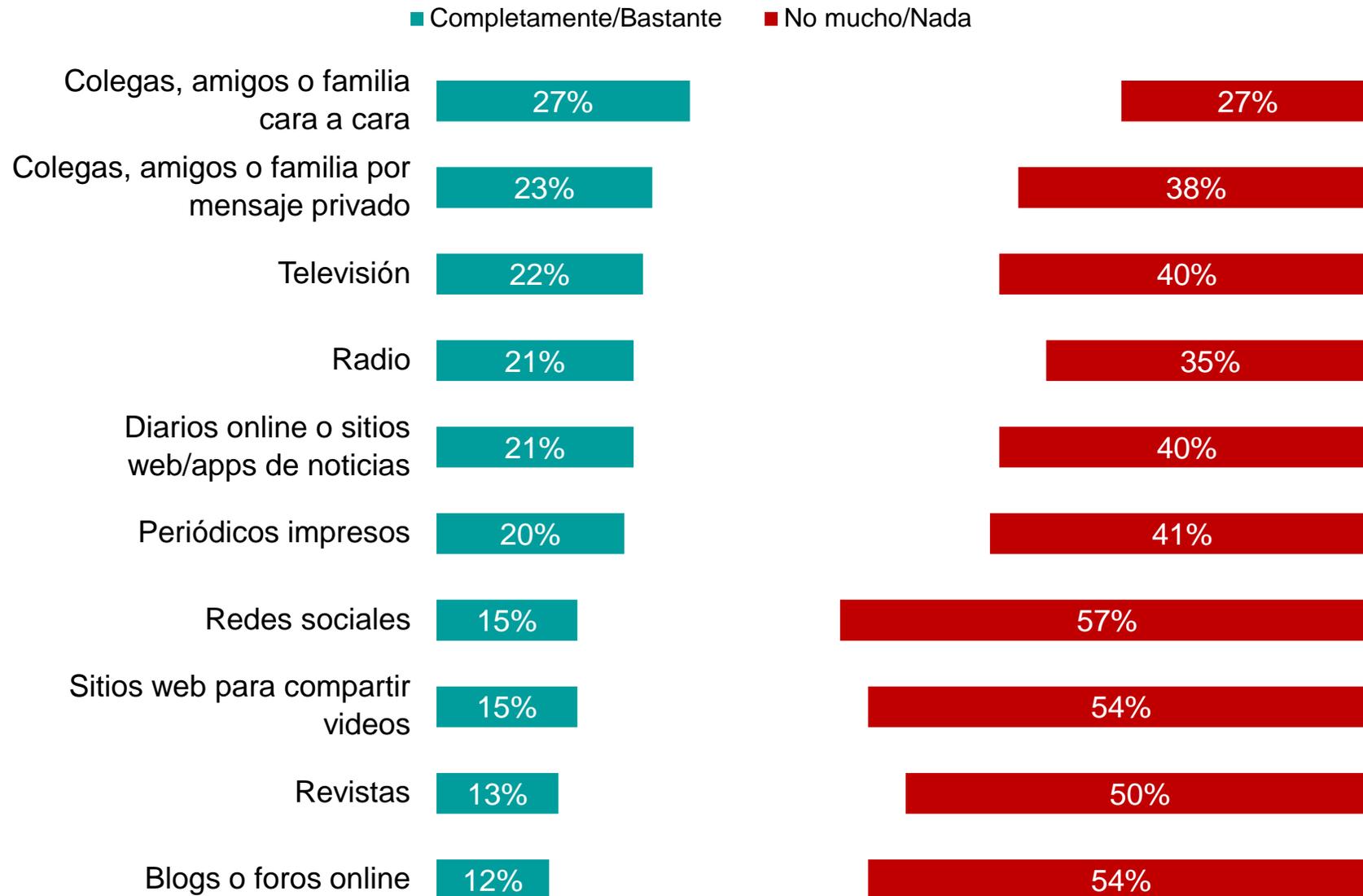
- #1 De acuerdo
- #2 De acuerdo
- #3 De acuerdo



# CONFIANZA EN FUENTES DE INFORMACIÓN: PROMEDIO DE 29 PAÍSES

P.

Debajo hay una lista de diferentes canales de comunicación. ¿Hasta que punto confía en que cada uno de ellos le entregue información precisa sobre la política y eventos actuales?

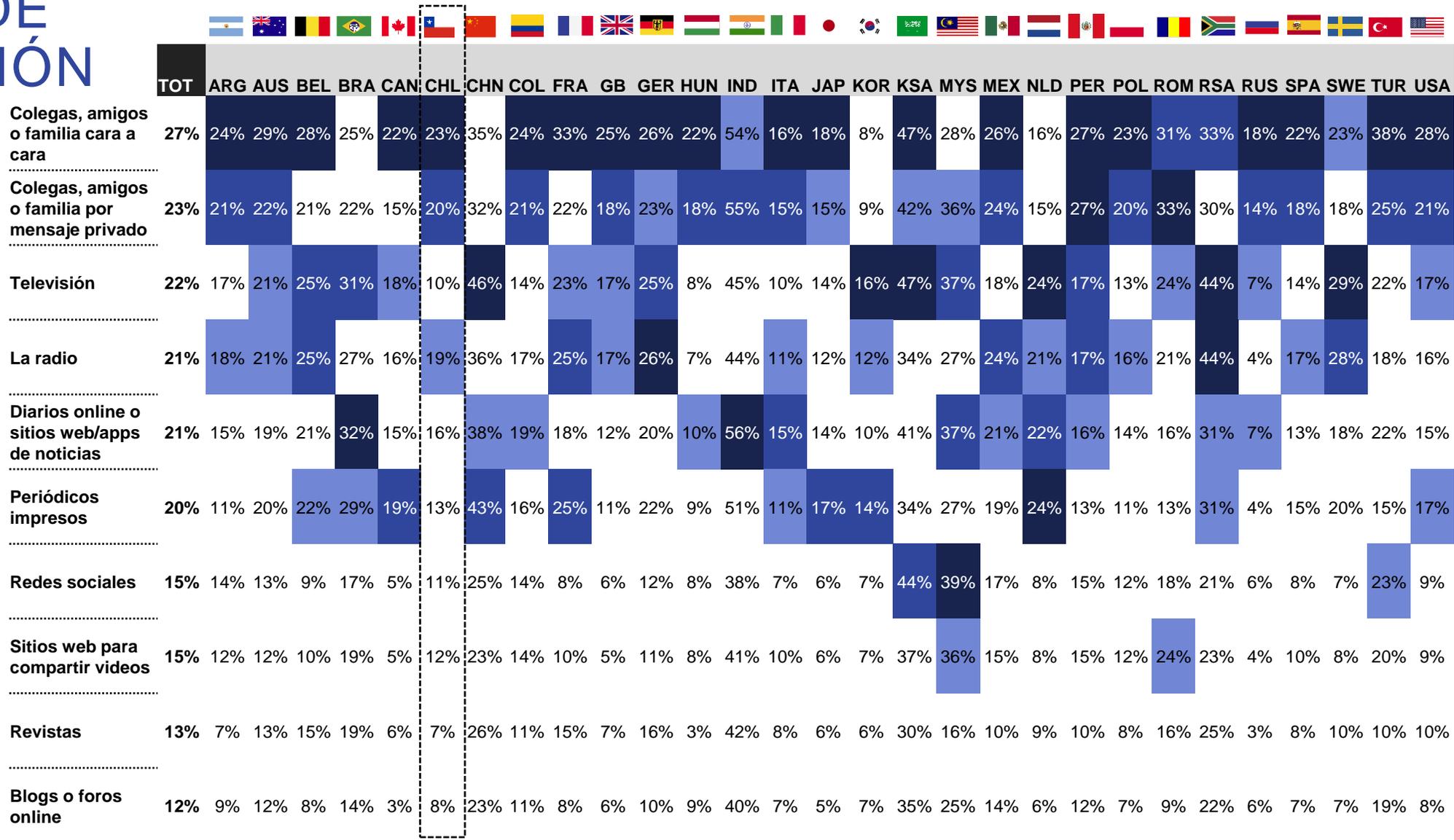


# CONFIANZA EN FUENTES DE INFORMACIÓN

P.

Debajo hay una lista de diferentes canales de comunicación. ¿Hasta que punto confía en que cada uno de ellos le entregue información precisa sobre la política y eventos actuales?

- #1 más confiable
- #2 más confiable
- #3 más confiable



# METODOLOGÍA

# 4

# NOTA TÉCNICA

Estos son los resultados de una encuesta en línea de Ipsos realizada del 25 de junio al 9 de julio de 2021 a través del sistema Panel en línea de Ipsos en 29 países: Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China (continental), Colombia, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, India, Italia, Japón, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suecia, Turquía y Estados Unidos. Los resultados del índice principal para este año se basan en la muestra completa de 29 países, mientras que los resultados de tendencia miran hacia atrás a las oleadas anteriores de la encuesta y se centran solo en los 22 países que han aparecido en las tres oleadas de la encuesta.

Los resultados comprenden una muestra internacional de 21 503 adultos de 16 a 74 años en la mayoría de los países y de 18 a 74 años en Canadá, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos. Las muestras consisten en aproximadamente 1000 individuos en cada uno de Australia, Brasil, Canadá, China (continental), Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y los EE. UU. y 500 individuos en cada uno de Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, India, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia y Turquía.

Las muestras de Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y Estados Unidos pueden tomarse como representativas de su población adulta general bajo la edad de 75 años. Las muestras en otros países (Brasil, China, Chile, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía) producen una muestra nacional más urbana y educada, y con mayores ingresos que sus conciudadanos. Los resultados de la encuesta para estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Luego se empleó la ponderación para equilibrar la demografía y garantizar que la composición de la muestra refleje la de la población adulta según los datos del censo más reciente del país.

El "promedio global del país" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los resultados no suman 100 o la diferencia parece ser más o menos un punto más o menos que el real, esto puede deberse al redondeo, a las respuestas múltiples o a la exclusión de las respuestas "no sé" o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de más o menos 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de más o menos 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y reglamentos locales.

# SOBRE IPSOS

---

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 mercados y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades multiespecialistas únicas que brindan información valiosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas o de observación.

“Game Changers”, nuestro eslogan, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte de los índices SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

En nuestro mundo de cambios rápidos, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca ha sido tan grande.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en verdad procesable.

Esta es la razón por la cual nuestros expertos apasionadamente curiosos no solo brindan la medición más precisa, sino que también la moldean para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar más rápido, más inteligente y más audaz.

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

**Actúas mejor cuando estás seguro.**



# THANK YOU

Para más información:

Carolina Suez  
Directora de Comunicaciones  
[Carolina.Suez@ipsos.com](mailto:Carolina.Suez@ipsos.com)

GAME CHANGERS

