

CONFIANZA INTERPERSONAL EN EL MUNDO

Una encuesta Global Advisor en 30 países

Marzo 2022

For more information: <https://www.ipsos.com/en/interpersonal-trust-across-the-world>

© Ipsos

GAME CHANGERS

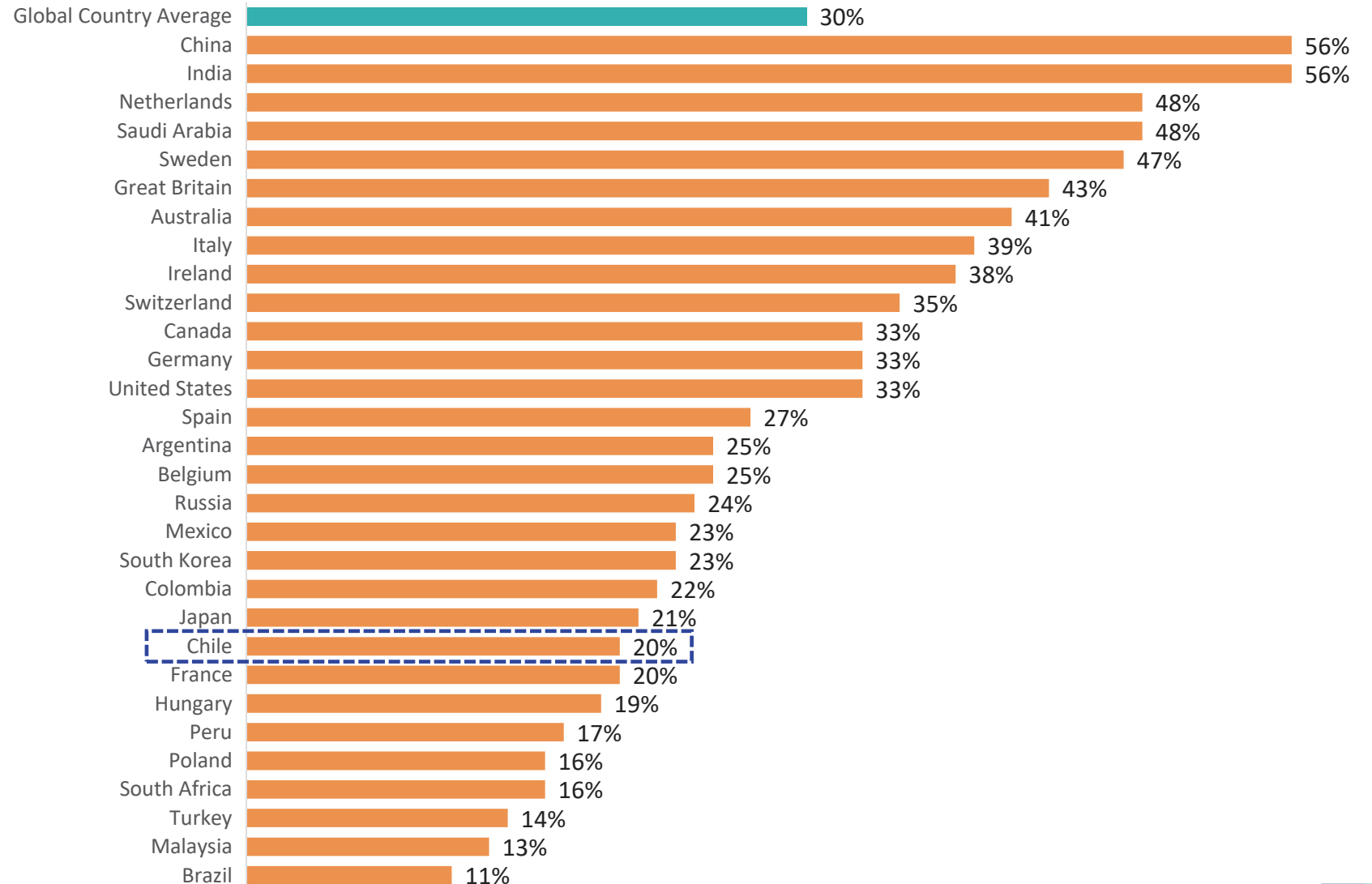


CONFIANZA INTERPERSONAL POR PAÍS

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- En promedio, en los 30 países encuestados, el 30% dice que se puede confiar en la mayoría de las personas
- Entre estos países, la confianza interpersonal es más frecuente en China e India, donde el 56% dice que se puede confiar en la mayoría de las personas.
- La menor prevalencia se da en Brasil, Malasia y Turquía, donde menos del 15% dice que se puede confiar en la mayoría de la gente



Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets 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.
The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

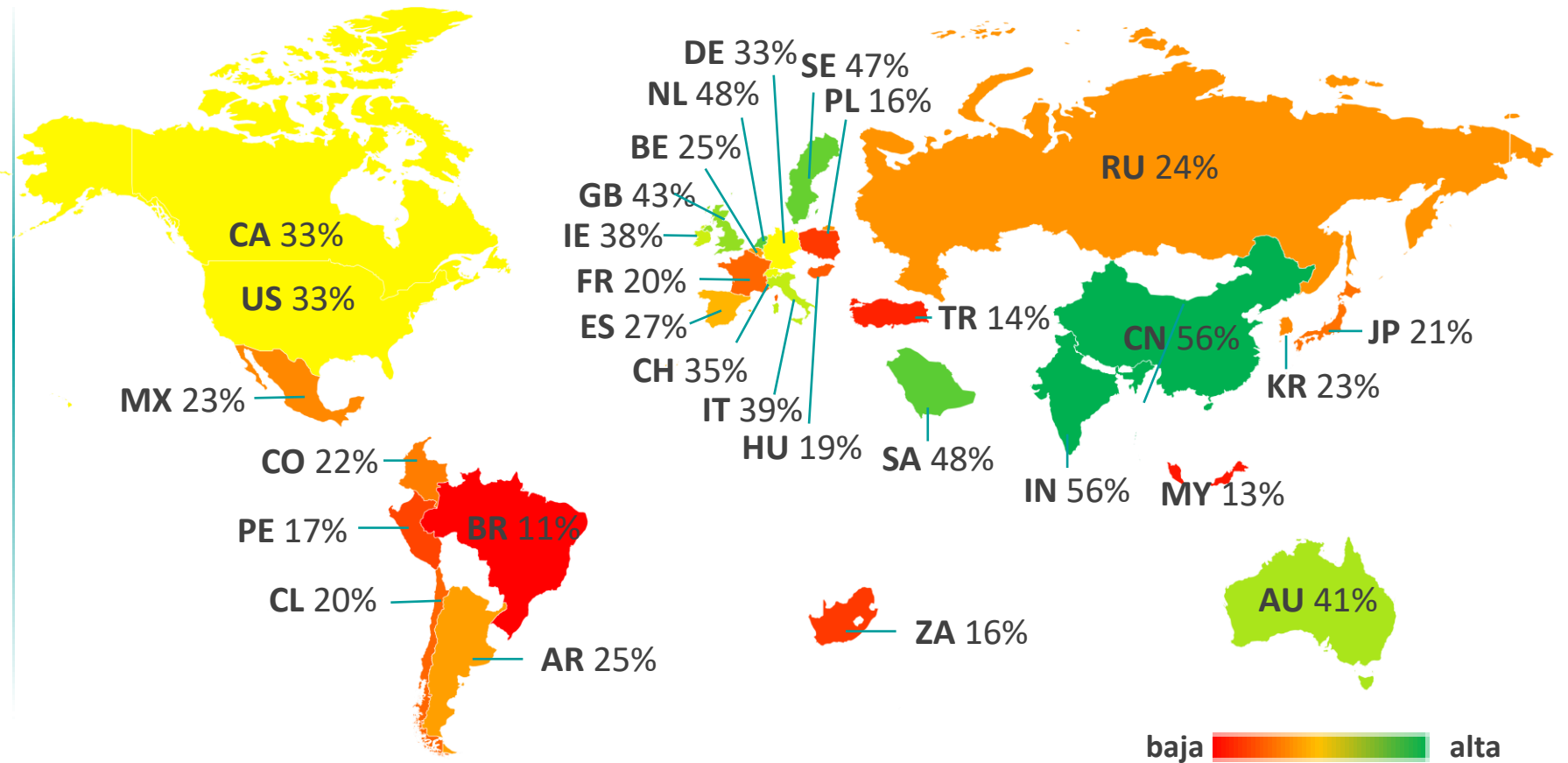
CONFIANZA INTERPERSONAL POR PAÍS

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- La confianza interpersonal es uniformemente baja en América Latina y cercana al promedio global en América del Norte
- Los niveles varían mucho entre los países de otras regiones: En Europa, del 48% en los Países Bajos a sólo el 16% en Polonia; y en la región de Asia-Pacífico, del 56% en China e India al 13% en Malasia

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

Promedio de 30 países: 30%



Base: ca. 500, 1,000, or 2,000 adults under 75 in each country, Feb.–Mar. 2022
 Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population.

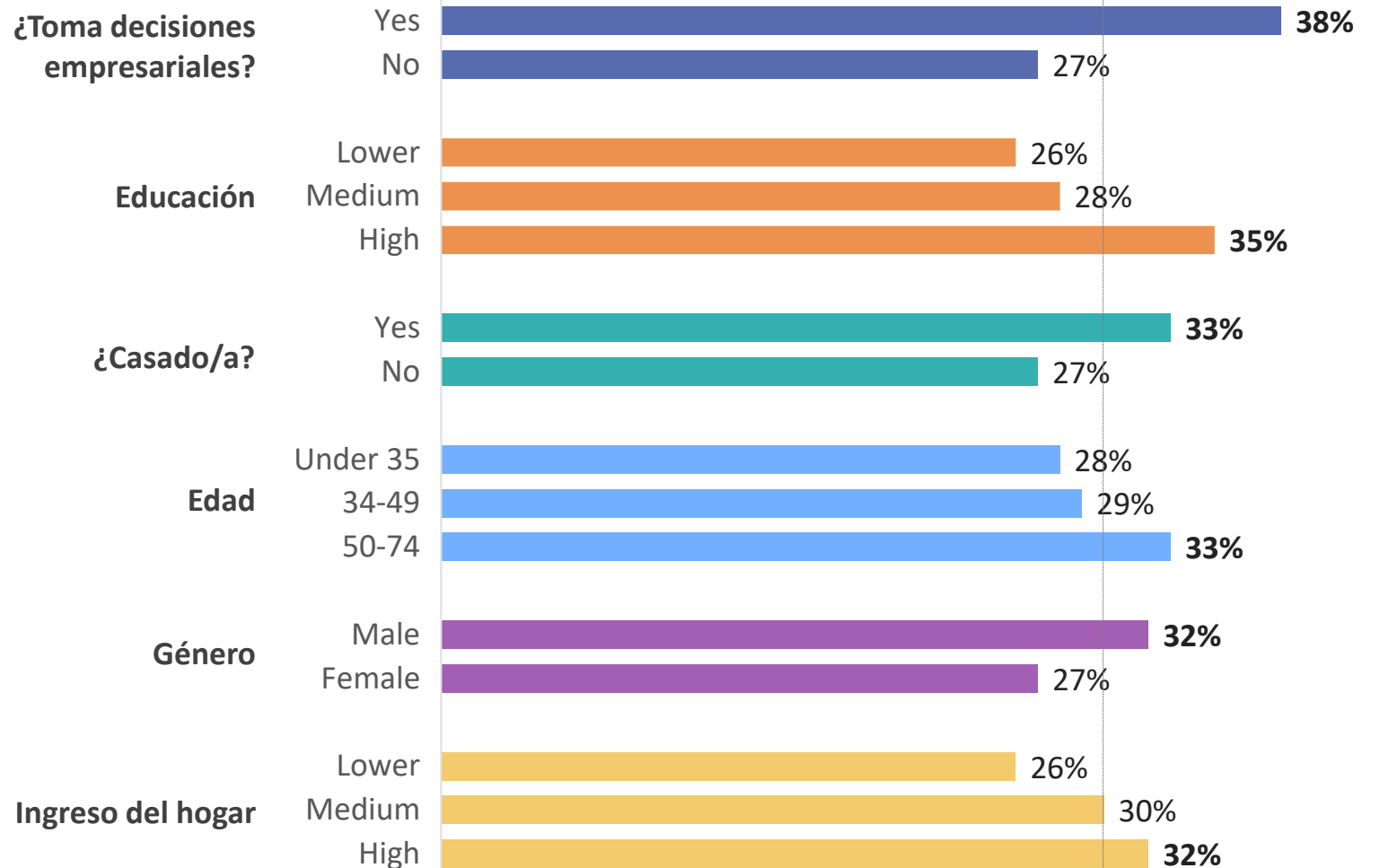
CONFIANZA INTERPERSONAL POR DEMOGRAFÍA

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- Globalmente, la propensión a confiar en los demás es mayor entre quienes toman decisiones empresariales, quienes poseen un título de educación superior, las personas acomodadas, las personas casadas, los mayores y los hombres.

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

Promedio de 30 países
30%



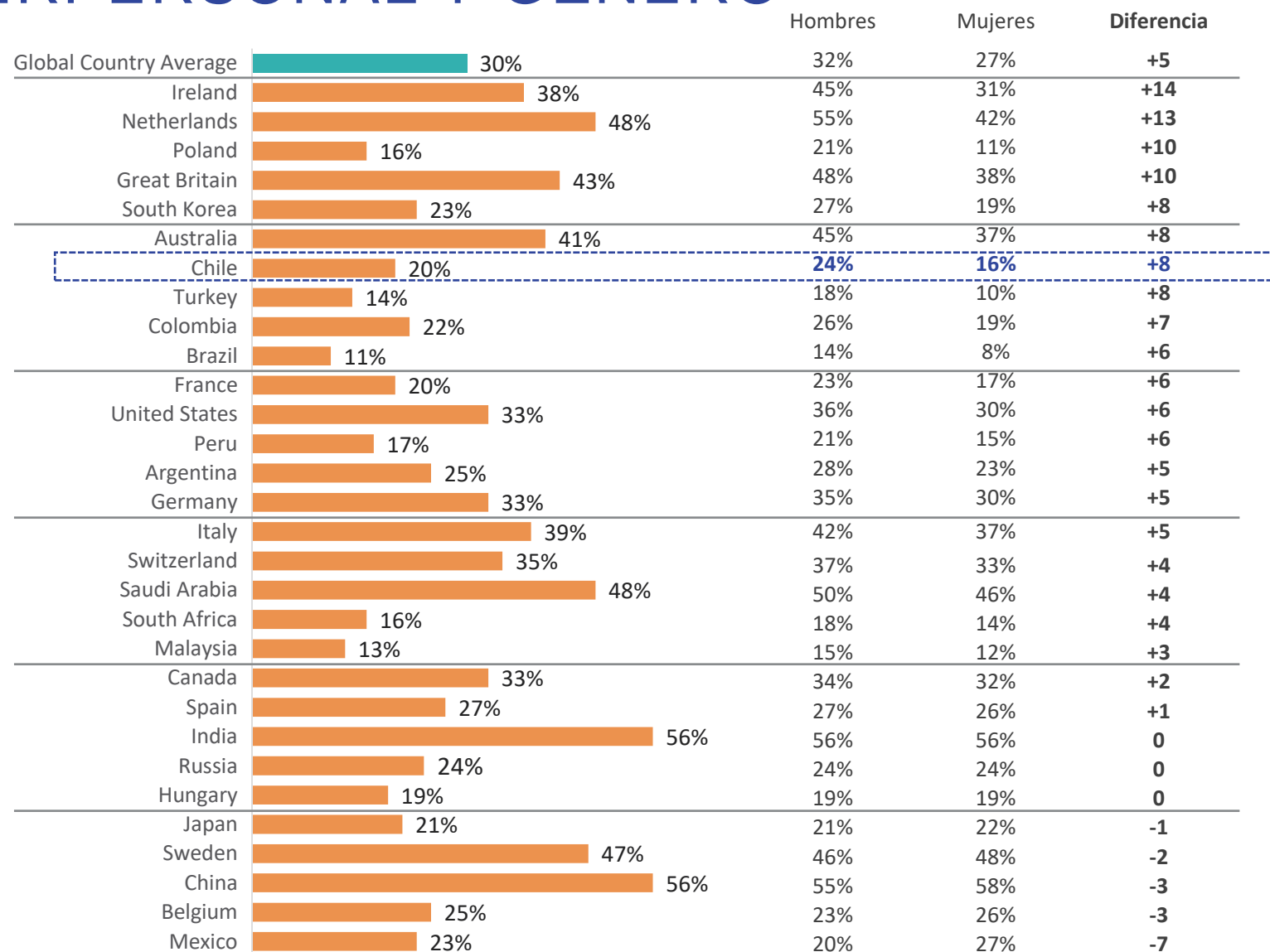
Base: ca. 500, 1,000, or 2,000 adults under 75 in each country, Feb.–Mar. 2022
Online samples in Brazil, Chile, mainland China, Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population.

CONFIANZA INTERPERSONAL Y GÉNERO

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- En la mayoría de los países, los hombres tienden a confiar más en otras personas que las mujeres
- Este es el caso, sobre todo, de Irlanda, Países Bajos, Polonia y Gran Bretaña.
- El único país en el que las mujeres son significativamente más propensas que los hombres a decir que se puede confiar en la mayoría de la gente es México



Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets 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.
 The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

CONFIANZA INTERPERSONAL Y EDAD

% "Se puede confiar en la mayoría de la gente"

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- A nivel mundial, la confianza interpersonal tiende a ser más frecuente entre los adultos
- Las diferencias de confianza social en función de la edad son más acusadas en Irlanda, España, Corea del Sur, Australia, China, Colombia, México y Turquía, países en los que el porcentaje de los que dicen que "se puede confiar en la mayoría de la gente" es al menos 10 puntos mayor entre los que tienen entre 50 y 74 años que entre los menores de 35.

		Edad bajo 35	Edad 35-49	Edad 50-74	50-74 vs. Bajo 35 Diferencia
Global Country Average	30%	28%	29%	33%	+5
Ireland	38%	31%	41%	48%	+17
Spain	27%	17%	28%	33%	+16
South Korea	23%	16%	20%	31%	+15
Australia	41%	38%	33%	50%	+12
China	56%	48%	63%	60%	+12
Colombia	22%	19%	23%	30%	+11
Mexico	23%	18%	27%	28%	+10
Turkey	14%	14%	7%	24%	+10
Argentina	25%	20%	29%	29%	+9
Canada	33%	31%	26%	39%	+8
Russia	24%	20%	25%	27%	+7
Japan	21%	19%	17%	26%	+7
Sweden	47%	45%	43%	50%	+5
Netherlands	48%	45%	52%	49%	+4
Chile	20%	18%	20%	21%	+3
United States	33%	32%	31%	35%	+3
Great Britain	43%	44%	35%	46%	+2
Italy	39%	38%	39%	40%	+2
India	56%	54%	59%	56%	+2
Brazil	11%	8%	14%	10%	+2
France	20%	21%	16%	22%	+1
Peru	17%	18%	16%	19%	+1
Hungary	19%	21%	13%	22%	+1
South Africa	16%	17%	11%	18%	+1
Poland	16%	19%	11%	18%	-1
Germany	33%	32%	38%	30%	-2
Switzerland	35%	38%	31%	35%	-3
Belgium	25%	28%	22%	24%	-4
Malaysia	13%	16%	10%	10%	-6
Saudi Arabia	48%	44%	52%	NA	NA

Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
 The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets 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.
 The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

CONFIANZA INTERPERSONAL E INGRESO DEL HOGAR

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- En la mayoría de los países, la prevalencia de la confianza interpersonal aumenta con los ingresos de los hogares.
- Tanto los Países Bajos como Perú muestran una diferencia de más de 15 puntos entre quienes tienen una renta más alta y los que tienen una renta media con respecto a si puede confiar en la mayoría de la gente.
- Ambos países, así como Estados Unidos, Canadá, Suecia, México y Gran Bretaña, muestran una diferencia de más de 12 puntos entre las personas con mayores ingresos y las de menores ingresos

		Ingreso bajo	Ingreso medio	Ingreso alto	Alto vs. Medio Diferencia
Global Country Average	30%	26%	30%	32%	+2
Netherlands	48%	38%	51%	71%	+20
Peru	17%	15%	17%	33%	+16
United States	33%	24%	28%	41%	+13
China	56%	48%	47%	59%	+12
Poland	16%	NA	6%	18%	+12
South Korea	23%	24%	15%	26%	+11
Canada	33%	26%	30%	40%	+10
Saudi Arabia	48%	47%	45%	54%	+9
Australia	41%	39%	41%	49%	+8
Russia	24%	23%	18%	26%	+8
Sweden	47%	40%	46%	54%	+8
Belgium	25%	20%	23%	31%	+8
Mexico	23%	15%	24%	30%	+6
France	20%	26%	18%	24%	+6
Germany	33%	26%	32%	38%	+6
Colombia	22%	20%	20%	25%	+5
Switzerland	35%	32%	36%	40%	+4
Great Britain	43%	35%	45%	49%	+4
Italy	39%	34%	39%	43%	+4
South Africa	16%	13%	15%	17%	+2
Malaysia	13%	16%	11%	13%	+2
Brazil	11%	16%	10%	11%	+1
Chile	20%	19%	20%	20%	0
Turkey	14%	13%	15%	14%	-1
Japan	21%	21%	24%	22%	-2
Ireland	38%	40%	38%	35%	-3
India	56%	50%	60%	55%	-5
Argentina	25%	21%	31%	25%	-6
Spain	27%	26%	31%	24%	-7
Hungary	19%	11%	29%	20%	-9

Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets 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.
 The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.



CONFIANZA INTERPERSONAL Y EDUCACIÓN

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- Las personas con estudios universitarios tienden a ser más confiadas que las que no los tienen.
- Los Países Bajos, Bélgica, Corea del Sur, Canadá, Francia, Italia y Alemania muestran una diferencia de más de 10 puntos entre los porcentajes de personas con estudios superiores y los de nivel medio que dicen que se puede confiar en la mayoría de la gente.
- Rusia es el único país en el que las personas con un nivel de educación más alto son menos propensas a confiar en los demás.

		Educación Baja	Educación Media	Educación Alta	Alta vs. Media Diferencia
Global Country Average	30%	26%	28%	35%	+7
Netherlands	48%	32%	41%	63%	+22
Belgium	25%	22%	19%	34%	+15
South Korea	23%	NA	14%	26%	+12
Canada	33%	25%	34%	46%	+12
France	20%	12%	18%	30%	+12
Italy	39%	NA	36%	48%	+12
Germany	33%	25%	31%	42%	+11
Peru	17%	NA	16%	26%	+10
United States	33%	28%	32%	41%	+9
China	56%	NA	55%	64%	+9
Ireland	38%	37%	32%	41%	+9
Sweden	47%	45%	44%	52%	+8
Saudi Arabia	48%	55%	39%	47%	+8
Switzerland	35%	39%	31%	38%	+7
Chile	20%	NA	16%	23%	+7
Hungary	19%	NA	16%	23%	+7
Mexico	23%	23%	23%	29%	+6
Australia	41%	39%	39%	43%	+4
Great Britain	43%	35%	43%	47%	+4
Colombia	22%	11%	22%	25%	+3
Malaysia	13%	17%	10%	13%	+3
Brazil	11%	11%	10%	13%	+3
Spain	27%	29%	22%	25%	+3
India	56%	NA	54%	57%	+3
Poland	16%	NA	16%	18%	+2
Japan	21%	19%	24%	25%	+1
Argentina	25%	25%	25%	26%	+1
South Africa	16%	14%	17%	18%	+1
Turkey	14%	14%	16%	15%	-1
Russia	24%	30%	24%	18%	-6

Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets 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.
 The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

CONFIANZA INTERPERSONAL Y MATRIMONIO

P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?

- En la mayoría de los países, los adultos casados tienden a confiar más en otras personas que los no casados
- La confianza interpersonal es notablemente más frecuente entre los que están casados que entre los que no lo están en China, Estados Unidos, Irlanda, España e India
- Las dos excepciones notables son Hungría y Arabia Saudí

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

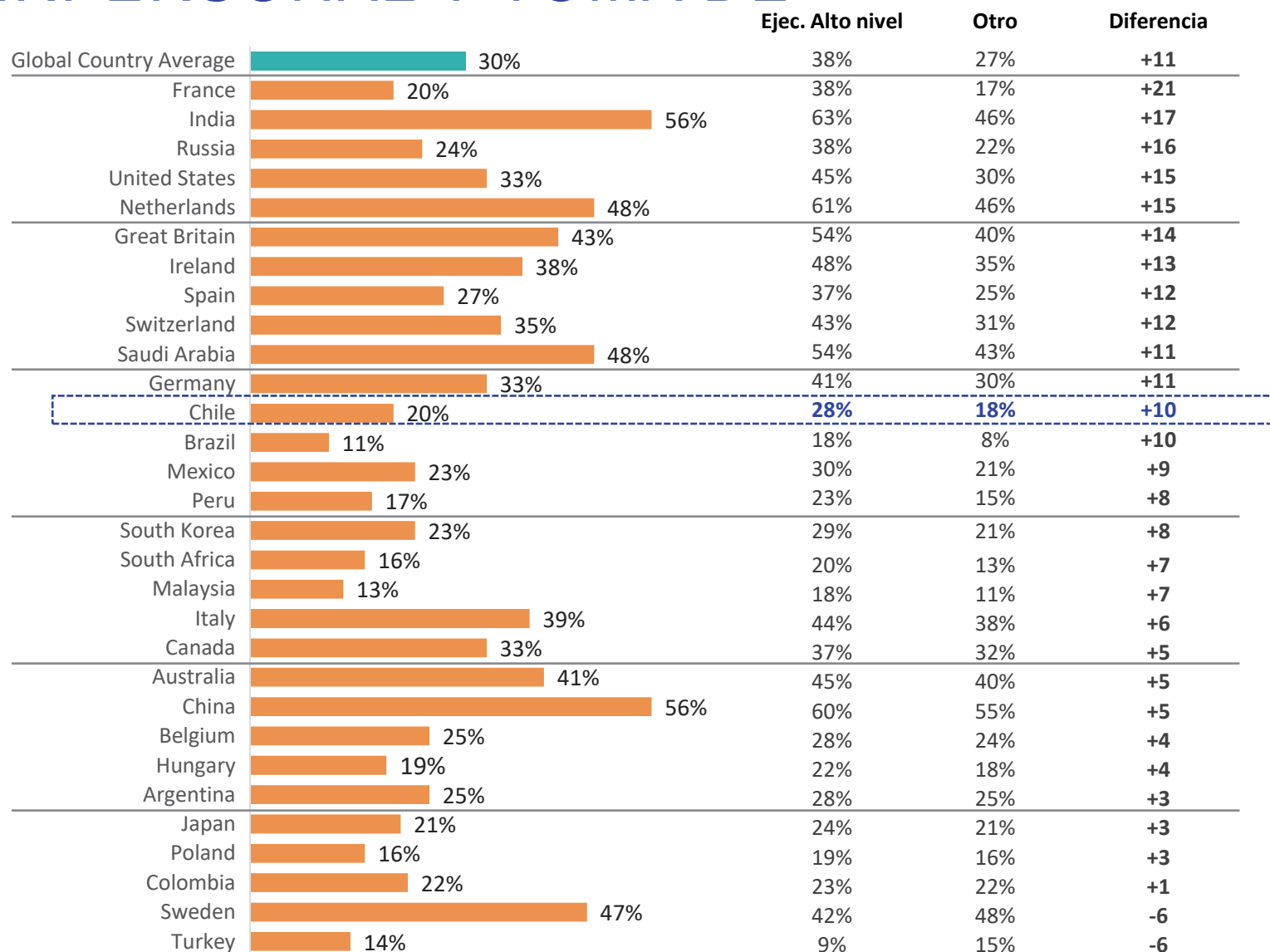
		Casado	Otro	Diferencia
Global Country Average	30%	33%	27%	+6
China	56%	61%	47%	+14
United States	33%	39%	27%	+12
Ireland	38%	45%	33%	+12
Spain	27%	32%	22%	+10
India	56%	60%	50%	+10
South Korea	23%	27%	18%	+9
Canada	33%	37%	30%	+7
Australia	41%	44%	38%	+6
Great Britain	43%	46%	40%	+6
Switzerland	35%	38%	33%	+5
Japan	21%	24%	19%	+5
France	20%	22%	18%	+4
Germany	33%	35%	31%	+4
Sweden	47%	50%	46%	+4
Poland	16%	18%	14%	+4
Chile	20%	22%	19%	+3
South Africa	16%	18%	15%	+3
Turkey	14%	15%	12%	+3
Italy	39%	41%	38%	+3
Peru	17%	19%	17%	+2
Belgium	25%	25%	24%	+1
Colombia	22%	23%	22%	+1
Argentina	25%	26%	25%	+1
Brazil	11%	11%	10%	+1
Malaysia	13%	13%	13%	0
Russia	24%	24%	25%	-1
Mexico	23%	22%	25%	-3
Netherlands	48%	47%	50%	-3
Saudi Arabia	48%	46%	52%	-6
Hungary	19%	14%	22%	-8

Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
 The “Global Country Average” reflects the average result for all the countries and markets 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.
 The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

CONFIANZA INTERPERSONAL Y TOMA DE DECISIONES

% “Se puede confiar en la mayoría de la gente”

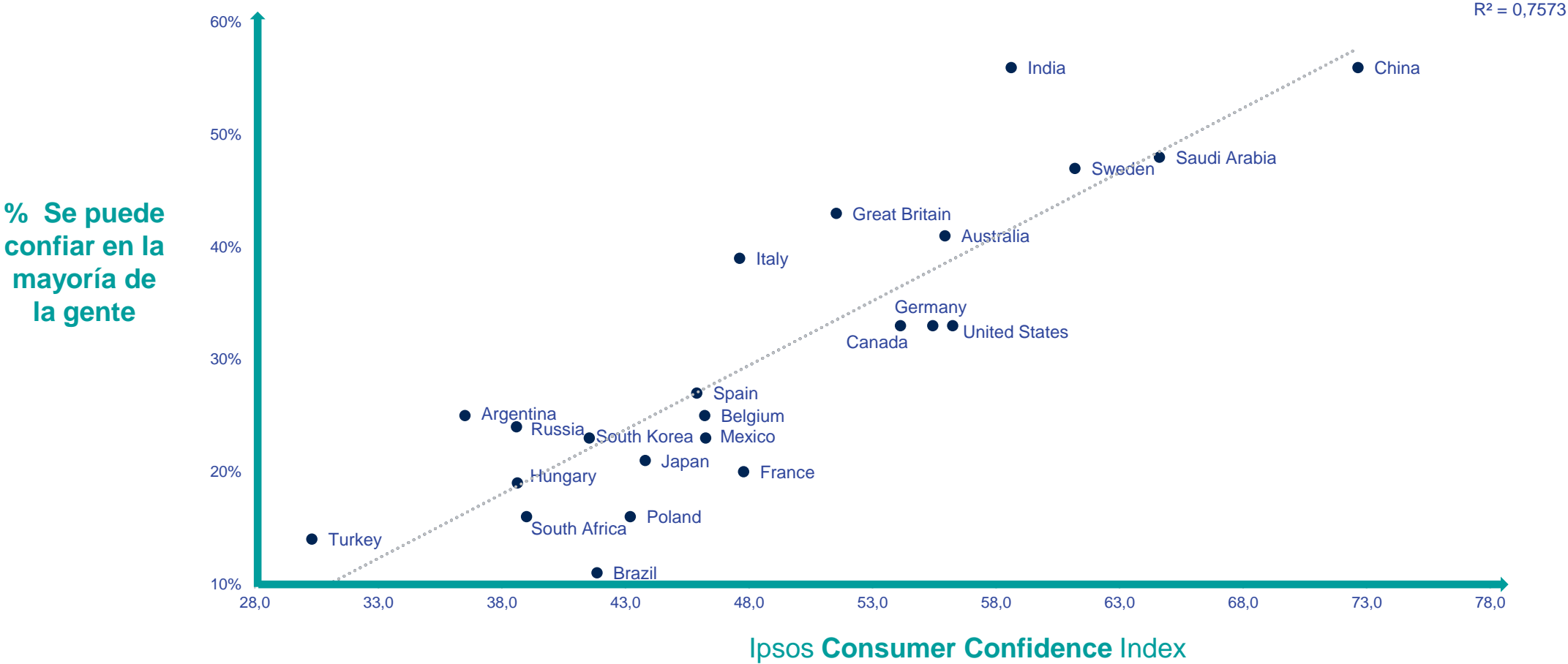
P. ¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás?



- Tanto a nivel global como en la mayoría de los países, la gente de nivel directivo tiende a confiar mucho más en los demás.
- En promedio, el porcentaje de los que dicen que se puede confiar en la mayoría de la gente es 11 puntos mayor entre los que se autoidentifican como altos ejecutivos, responsables o líderes de su empresa y otros.
- La cifra más alta se registra en Francia, India, Rusia, Estados Unidos y los Países Bajos.
- Los únicos países que muestran el patrón contrario son Turquía y Suecia.

Base: 22,534 online adults aged 16-74 or 18-74 across 30 countries
The "Global Country Average" reflects the average result for all the countries and markets 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.
The samples in Brazil, Chile, China (mainland), Colombia, India, Malaysia, Mexico, Peru, Russia, Saudi Arabia, Singapore, South Africa, and Turkey are more urban, more educated, and/or more affluent than the general population.

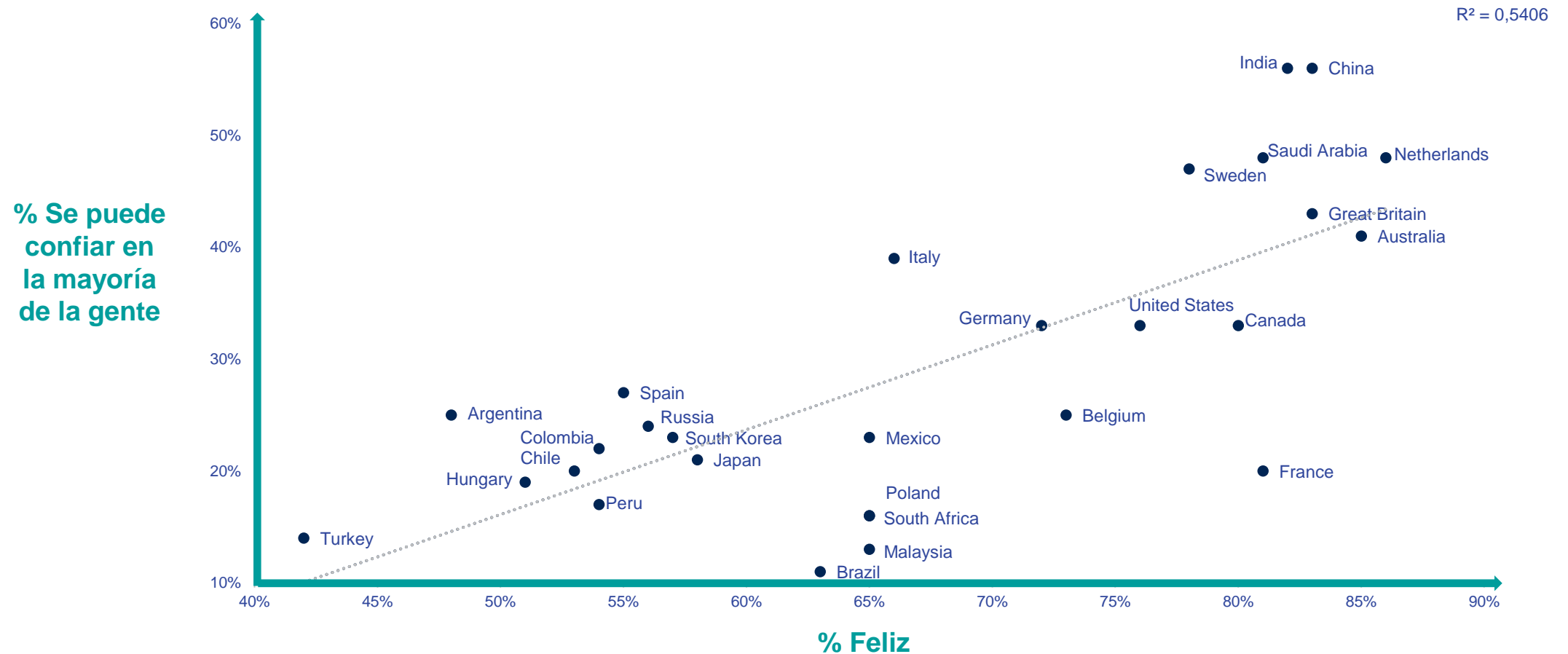
LA CONFIANZA INTERPERSONAL Y LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR ESTÁN MUY CORRELACIONADAS



Base: ca. 500 , 1,000 or 2,000 adults under 75 in each country, Feb.–Mar. 2022
Online samples in Brazil, Chile, mainland China, India, Mexico, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population.



LA CONFIANZA INTERPERSONAL Y LA FELICIDAD TAMBIÉN ESTÁN ALTAMENTE CORRELACIONADAS, CON SOLO ALGUNAS EXCEPCIONES



Base: ca. 500 , 1,000 or 2,000 adults under 75 in each country, Feb.–Mar. 2022

Online samples in Brazil, Chile, mainland China, India, Mexico, Russia, Saudi Arabia, South Africa, and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population.

Metodología

Estos son los resultados de una encuesta de Ipsos en 30 países realizada del 18 de febrero al 4 de marzo de 2022, entre 22 534 adultos de 18 a 74 años en los Estados Unidos, Canadá, Malasia, Sudáfrica y Turquía, y de 16 a 74 años en otros 26 países. , a través de la plataforma de encuestas en línea Global Advisor de Ipsos.

La muestra de cada país consta de ca. 2000 individuos en Japón y Estados Unidos, ca. 1000 personas en Australia, Brasil, Canadá, China (continental), Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia y España, y ca. 500 personas en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, India, Irlanda (República), Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Suiza y Turquía.

Se pueden tomar muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Irlanda (República), Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza y Estados Unidos. como representante de la población adulta general de estos países menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, China (continental), Colombia, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. . Los resultados de la encuesta para estos mercados deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada mercado refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente.

El Promedio Global refleja el resultado promedio de todos los países y mercados donde se realizó la encuesta ese año. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/- 1 más/menos que el real, esto puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de las respuestas que no sabe 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 +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 4,8 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad de Ipsos, 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

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.



CONTACTOS PARA MÁS INFORMACIÓN

Carolina Suez
Directora de Comunicaciones
Carolina.Suez@ipsos.com

Alejandra Ojeda
Gerente de Estudios Públicos
Alejandra.Ojeda@ipsos.com