



2014

EDELMAN TRUST BAROMETER ARGENTINA

LAS EMPRESAS DEBEN LIDERAR
EL DEBATE PARA EL CAMBIO

14ª ENCUESTA ANUAL DE EDELMAN

ESTUDIO MÁS IMPORTANTE SOBRE LA CONFIANZA A NIVEL GLOBAL



ENCUESTA ONLINE EN 27 PAÍSES

- 33.000 encuestados
- 6 años en +20 mercados



PÚBLICO GENERAL

- 1.000 encuestados por cada país relevado
- Edad +18
- 3 años en +25 mercados



PÚBLICOS INFORMADOS

- 500 encuestados en los Estados Unidos, China y 200 en otros países
- Edades 25-64
- Educación universitaria
- El 25% más alto de ingresos por grupo de edad en cada país
- Reportan un significativo consumo de información mediática e involucramiento con noticias de negocios y políticas públicas
- 14 años de datos

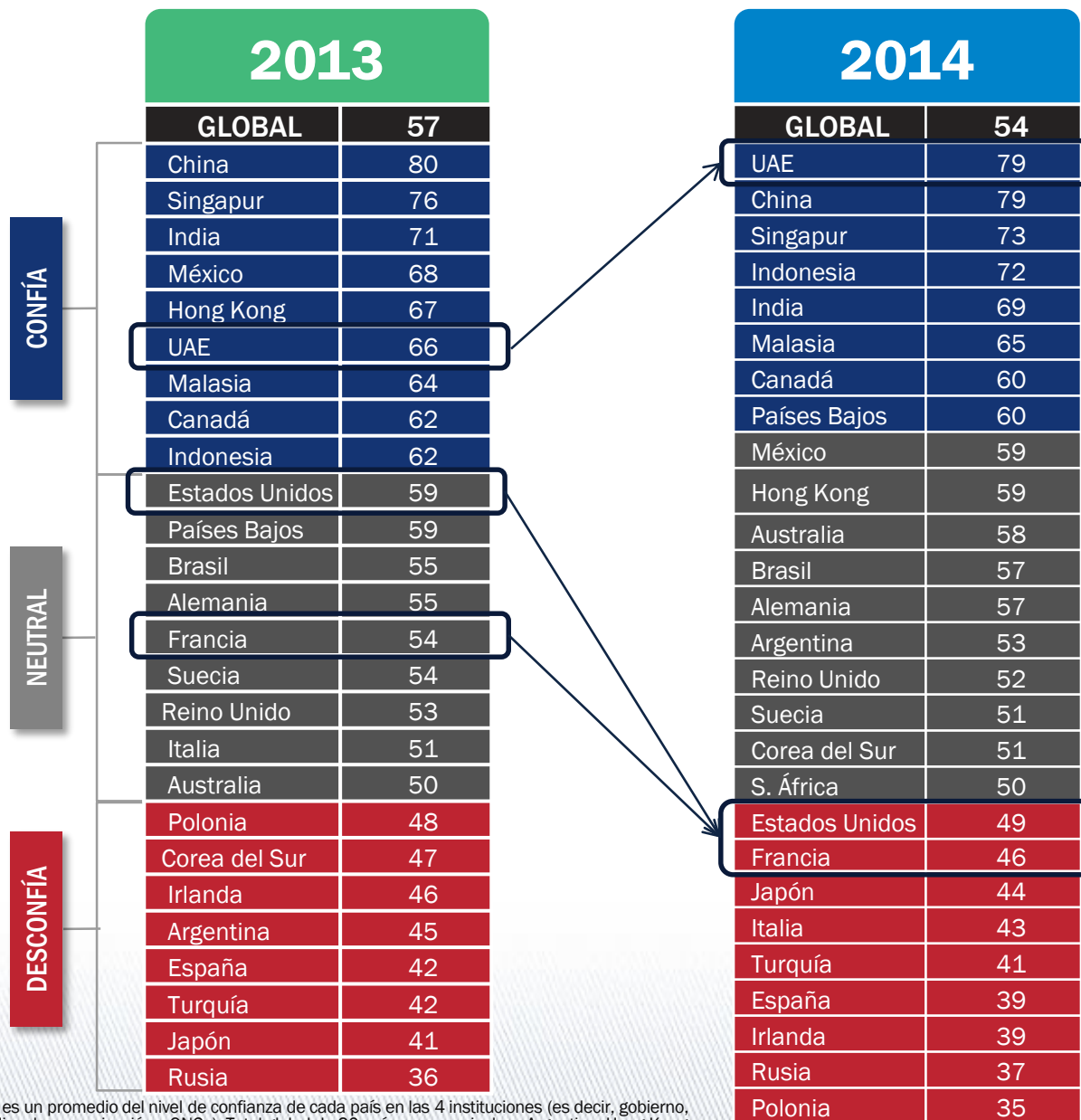
EDELMAN TRUST BAROMETER EN RETROSPECTIVA

2014	LOS NEGOCIOS PARA GUIAR EL DEBATE PARA EL CAMBIO
2013	CRISIS DE LIDERAZGO
2012	LA CAÍDA DEL GOBIERNO
2011	ASCENSO DE LAS FIGURAS DE AUTORIDAD
2010	LA CONFIANZA ES AHORA UNA ESENCIAL LÍNEA DE NEGOCIOS
2009	LAS EMPRESAS DEBEN ALIARSE CON EL GOBIERNO PARA RECUPERAR CONFIANZA
2008	LOS JÓVENES INFLUENCIADORES DEMUESTRAN MÁS CONFIANZA EN LAS EMPRESAS
2007	LAS EMPRESAS SON MÁS CONFIABLES QUE EL GOBIERNO Y LOS MEDIOS
2006	“UNA PERSONA COMO YO” SURGE COMO VOCERO CREÍBLE
2005	LA CONFIANZA PASA DE LAS “AUTORIDADES” A LOS PARES
2004	LAS COMPAÑÍAS DE EE.UU. Y EUROPA SUFREN UNA CAÍDA EN SUS NIVELES DE CONFIANZA
2003	COBERTURA EDITORIAL OBTENIDA POR RR.PP. GOZA DE MÁS CREDIBILIDAD QUE LA PUBLICIDAD
2002	CAÍDA DE LA FIGURA DEL CEO COMO CELEBRIDAD
2001	CRECE LA INFLUENCIA DE LAS ONGs



UNO | EL ESTADO DE LA CONFIANZA

ÍNDICE DE CONFIANZA: LEVE DECLIVE CON GRANDES VARIACIONES REGIONALES; LOS MAYORES DESCENSOS EN POLONIA, ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO



MAYORES AUMENTOS DE CONFIANZA DESDE 2013
 UAE +13
 Indonesia +10
 Australia + 8
 Argentina + 8

MAYORES DESCENSOS DE CONFIANZA DESDE 2013
 Polonia -13
 Estados Unidos. -10
 México -9

El puntaje total es un promedio del nivel de confianza de cada país en las 4 instituciones (es decir, gobierno, empresas, medios de comunicación y ONGs). Total global de 20 países que no incluye Argentina, Hong Kong, Malasia, Singapur, Sudáfrica, Turquía y UAE.

LA CONFIANZA EN LAS EMPRESAS Y LAS ONGS CONTINÚA ESTABLE, MIENTRAS QUE DECRECE EN EL GOBIERNO Y EN LOS MEDIOS



GLOBAL

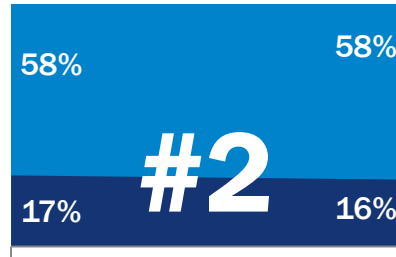
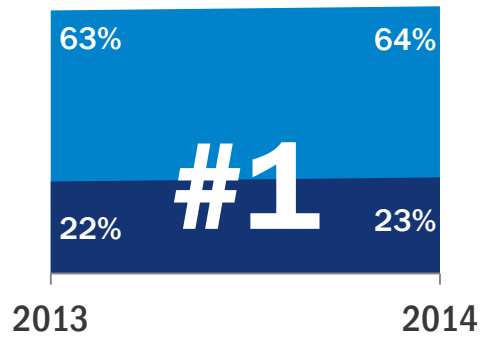
TOTAL CONFIANZA



CONFIANZA MUY ALTA



ONGs

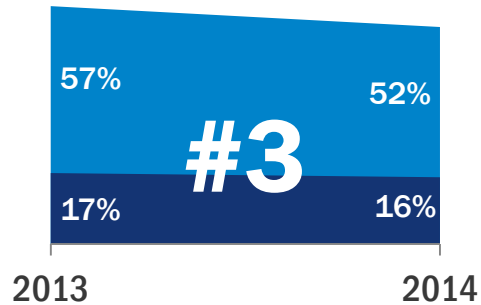


EMPRESAS

2013 2014



MEDIOS



GOBIERNO

2013 2014

Q11-14. [TRACKING] A continuación se muestra una lista de las instituciones. Para cada una, por favor, indique cuánto confía en esa institución para hacer lo que es correcto usando una escala de 9 puntos, donde uno significa que 'no confías en ella en absoluto' y nueve significa que 'confías mucho'. (Top 2 Box, confía mucho y Top 4 Box, Trust) Público informado en un total global de 20 países.

SE REGISTRA UN AUMENTO DE CONFIANZA EN TODAS LAS INSTITUCIONES

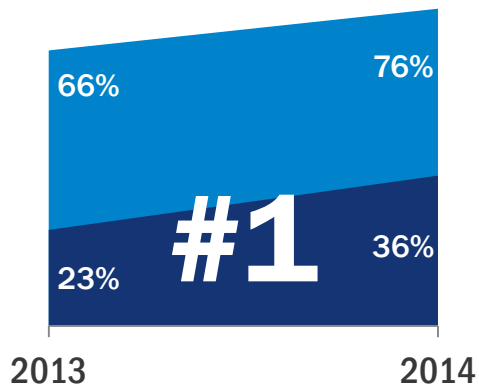
TOTAL CONFIANZA



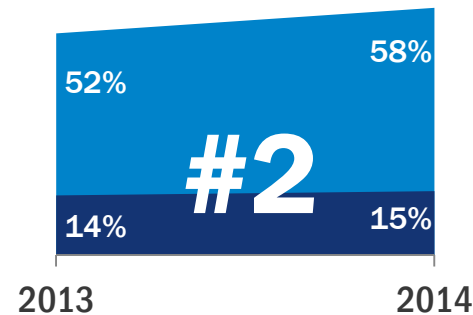
CONFIANZA MUY ALTA



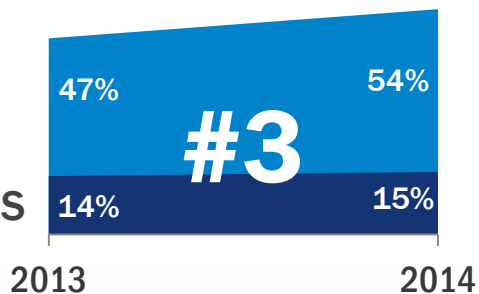
ONGs



EMPRESAS



MEDIOS



GOBIERNO



AUMENTA LA CONFIANZA EN LAS ONGS; LA MAYORÍA DE LOS MERCADOS IGUAL O POR ENCIMA DEL 60% DEL NIVEL DE CONFIANZA



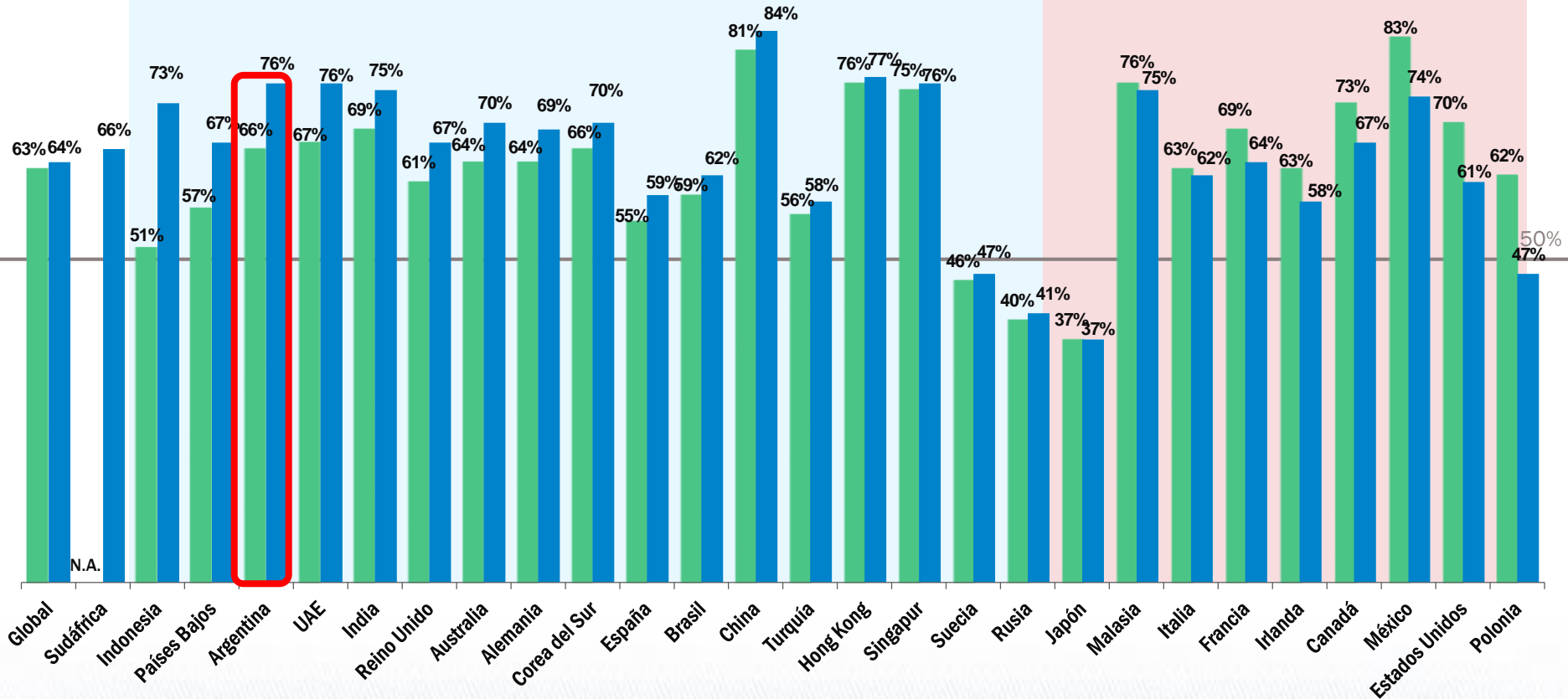
2013
2014



ONGs son las instituciones más confiables en 20 de los 27 países encuestados en el 2014

MAYOR CONFIANZA EN 17 PAÍSES

MENOR O IGUAL CONFIANZA EN 9 PAÍSES

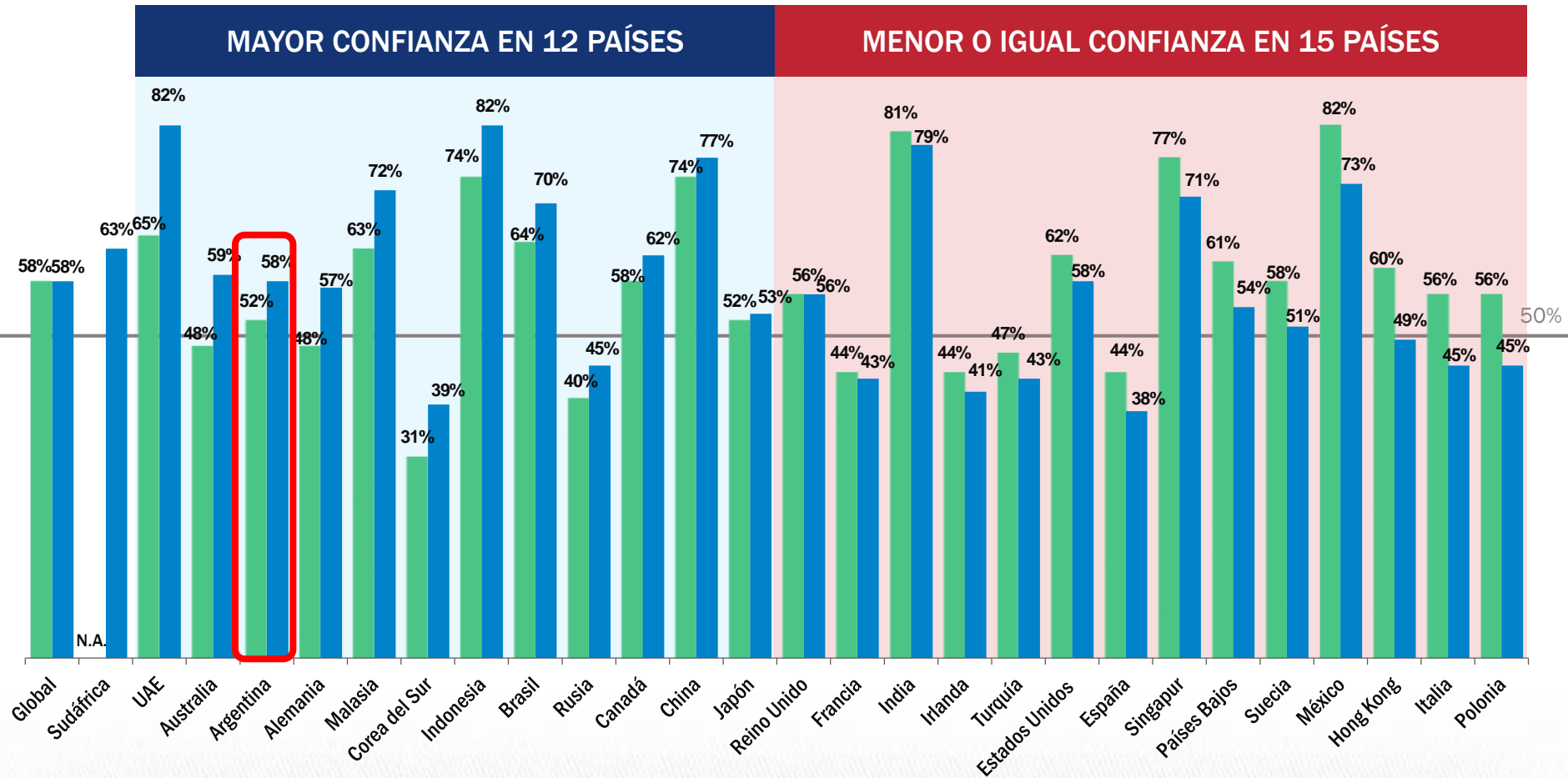


Q11-14. [TRACKING] A continuación se muestra una lista de las instituciones. Para cada una, por favor, indique cuánto confía en esa institución para hacer lo que es correcto usando una escala de 9 puntos, donde uno significa que 'no confías en ella en absoluto' y nueve significa que 'confías mucho'. (Top 4 Box, Trust) Público informado en un total global de 20 países.

LA CONFIANZA EN LAS EMPRESAS SE ESTABILIZA; EL ESCEPTICISMO OCCIDENTAL SE FORTALECE Y LOS MERCADOS EN DESARROLLO SE RECUPERAN



2013 ■
2014 ■



Q11-14. [EMPRESAS EN GENERAL] A continuación se muestra una lista de las instituciones. Para cada una, por favor, indique cuánto confía en esa institución para hacer lo que es correcto usando una escala de 9 puntos, donde uno significa que 'no confías en ella en absoluto' y nueve significa que 'confías mucho'. (Top 4 Box, Trust) Público informado en un total global de 20 países.

LA TECNOLOGÍA SE MANTIENE COMO EL SECTOR MÁS CONFIABLE; EL SECTOR FINANCIERO COMO EL MENOS CONFIABLE

CONFIANZA EN LAS INDUSTRIAS



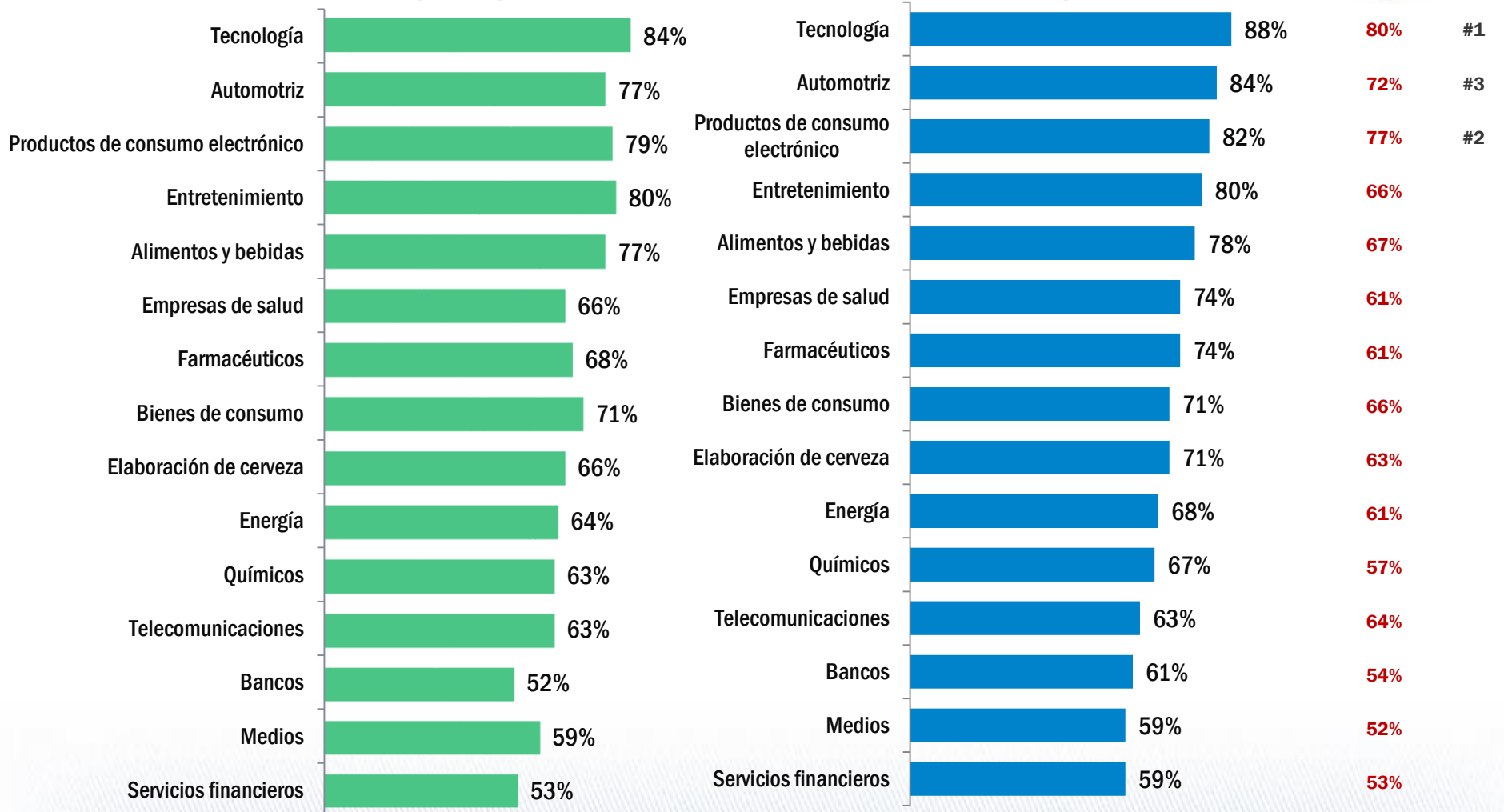
AMÉRICA LATINA

2013

2014



2014



10 Q43-60. [TRACKING] Por favor indique cuánto confía en los negocios de las siguientes industrias que hacen lo correcto. Nuevamente, por favor use la misma escala de 9 puntos donde 1 significa "no confiamos en ellas" y 9 significa "confiamos plenamente en ellas". (Top 4 Box, Trust). Públicos informados.

SE MANTIENE LA TENDENCIA GLOBAL Y REGIONAL, CON UN IMPORTANTE AUMENTO EN LA CONFIANZA DEL SECTOR FINANCIERO

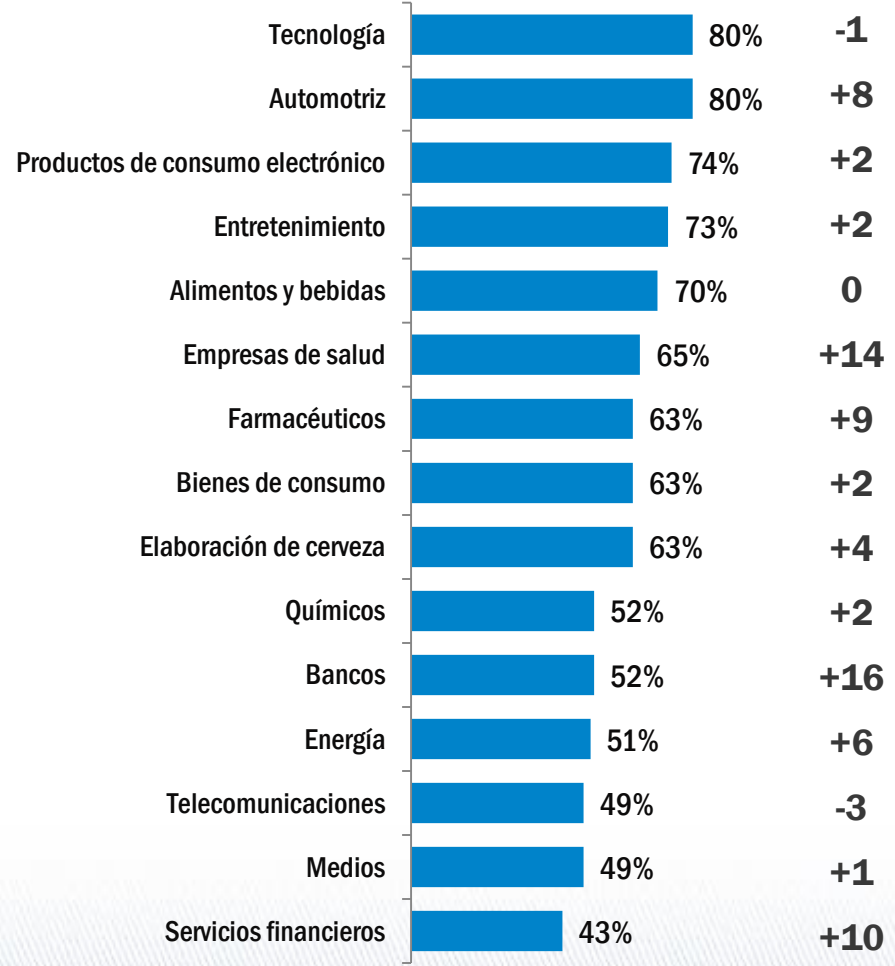
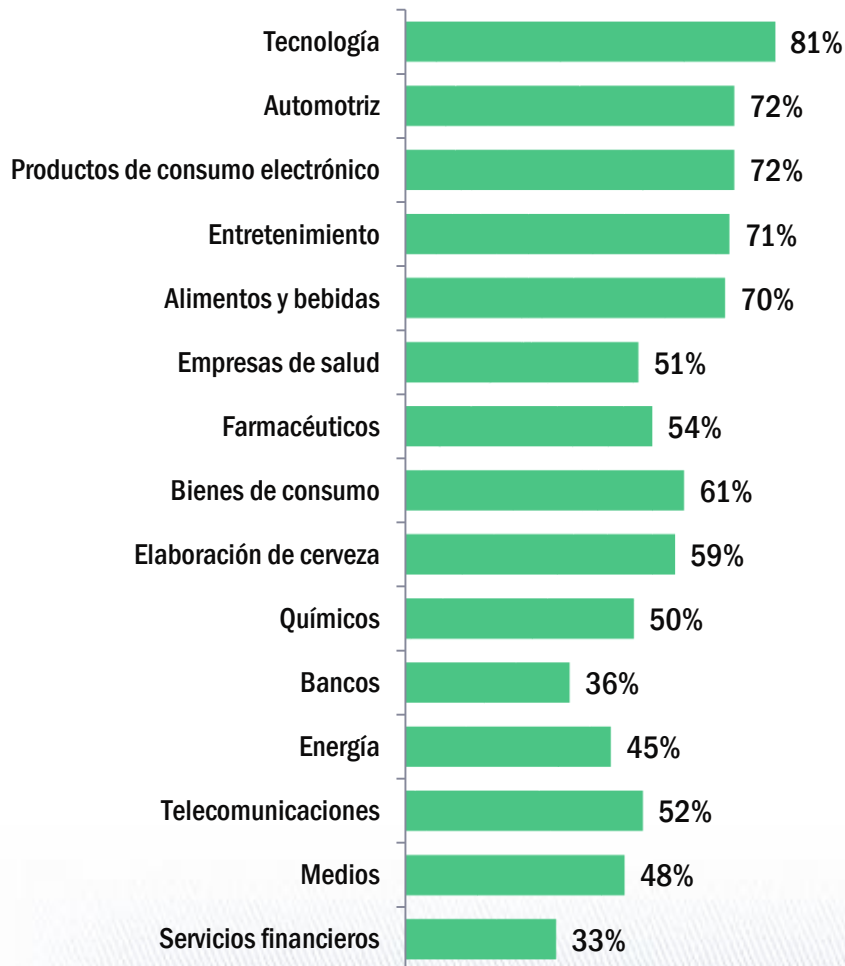
CONFIANZA EN LAS INDUSTRIAS

ARGENTINA

2013 vs.
2014

2013

2014



11. Q43-60. [TRACKING] Por favor indique cuánto confía en los negocios de las siguientes industrias que hacen lo correcto. Nuevamente, por favor use la misma escala de 9 puntos donde 1 significa "no confiamos en ellas" y 9 significa "confiamos plenamente en ellas". (Top 4 Box, Trust). Públicos informados.

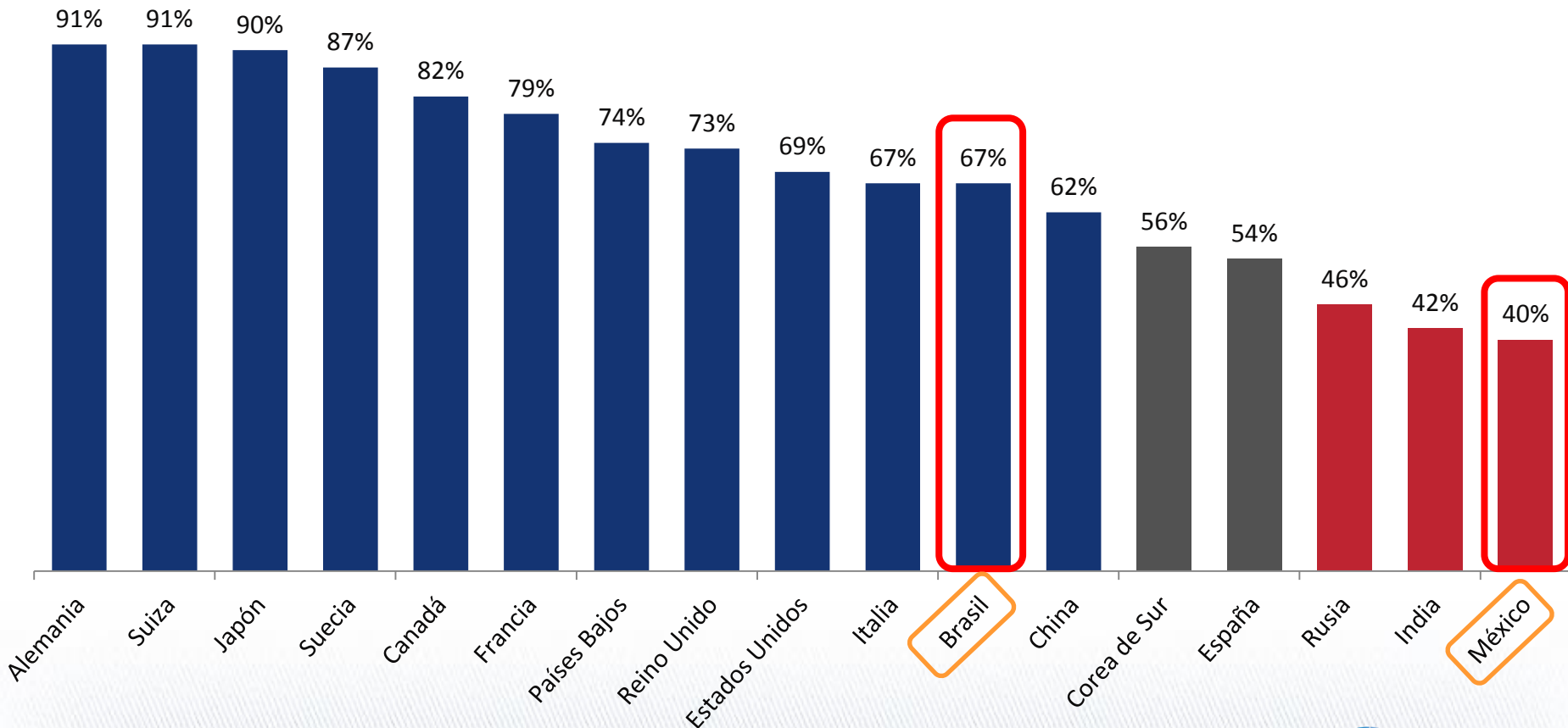
LAS EMPRESAS CON SEDE EN PAÍSES BRIC SUFREN UN DÉFICIT DE CONFIANZA, A EXCEPCIÓN DE BRASIL Y CHINA

CONFIANZA EN LAS EMPRESAS CON SEDE EN LOS SIGUIENTES PAÍSES



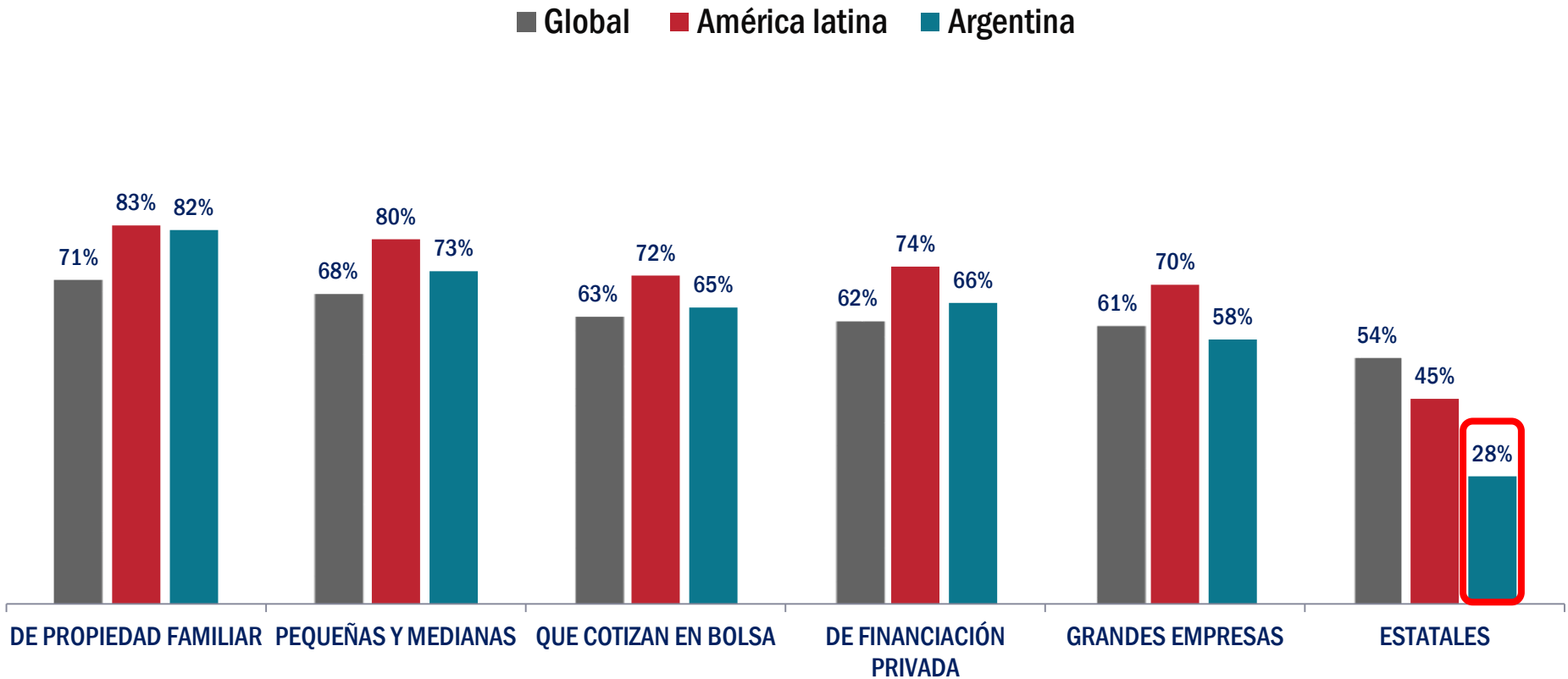
ARGENTINA

MÁS CONFIABLES



EN ARGENTINA, MENOR NIVEL DE CONFIANZA EN LAS EMPRESAS ESTATALES QUE A NIVEL REGIONAL Y GLOBAL

CONFIANZA EN DIFERENTES TIPOS DE EMPRESA



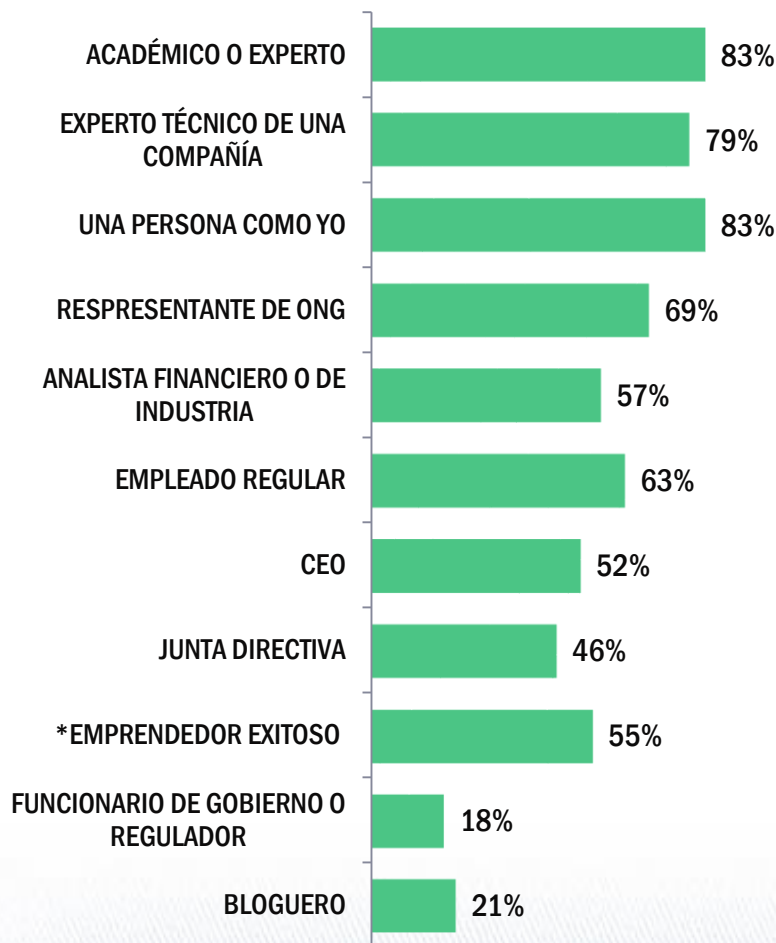
AUMENTO EN LA CONFIANZA DE TODOS LOS VOCEROS MENOS LOS EMPRENDEDORES. MEJORA DEL ANALISTA FINANCIERO, JUNTA DIRECTIVA Y FUNCIONARIO DEL GOBIERNO



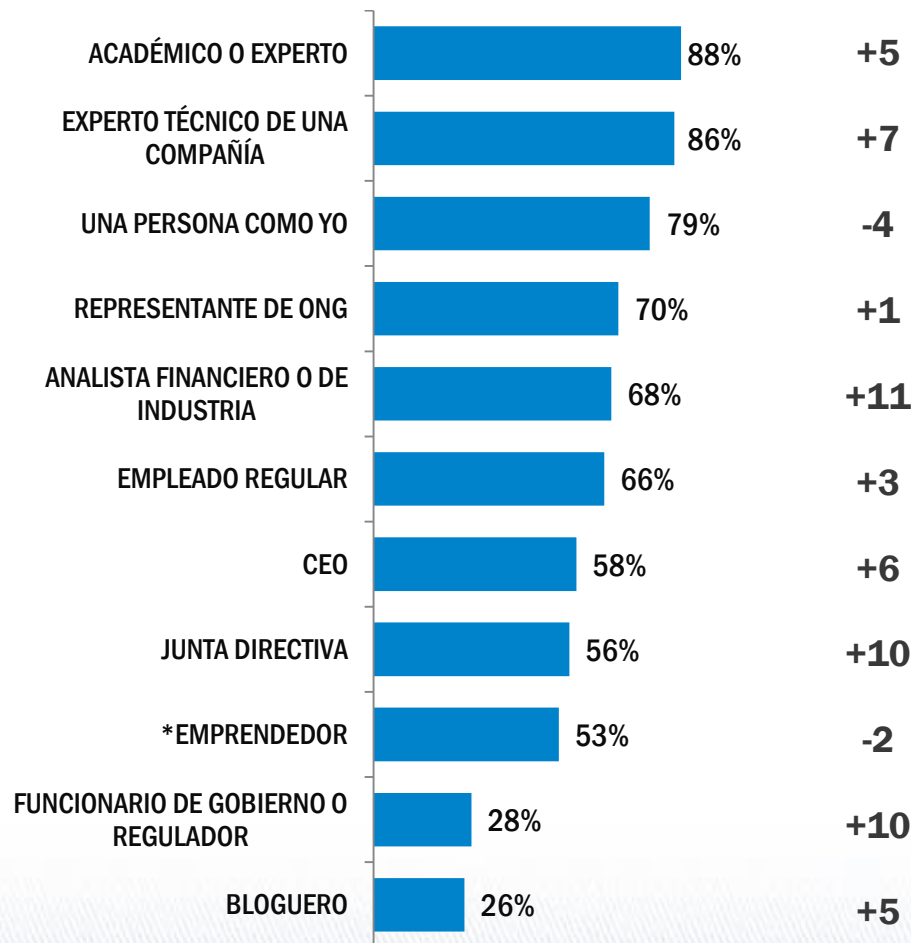
CREDIBILIDAD DE LOS VOCEROS

ARGENTINA

2013



2014



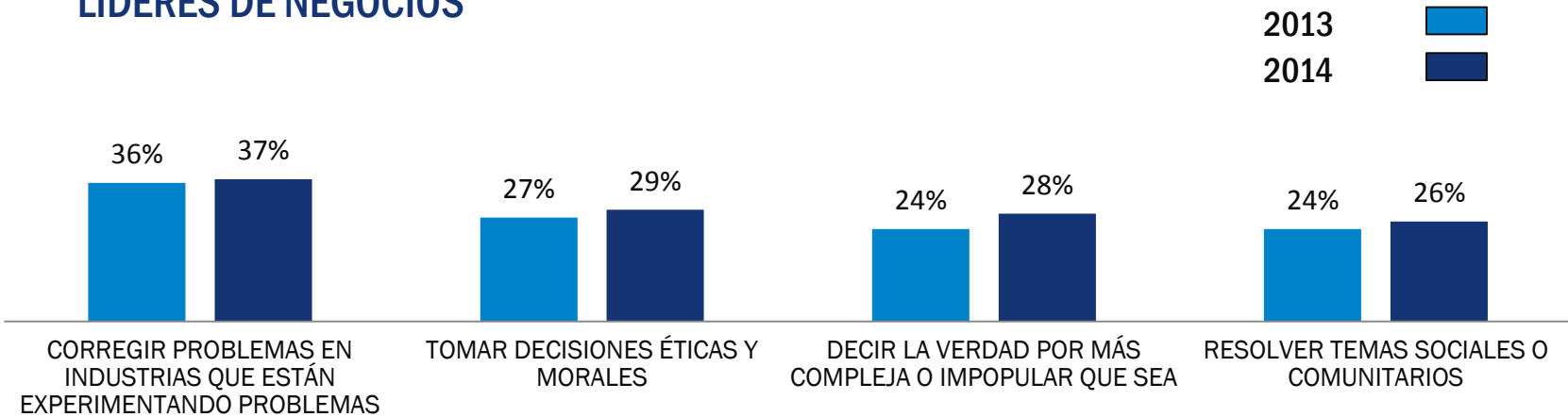
*Cambiado de "Emprendedor Exitoso" en 2013

CRISIS DE LIDERAZGO – LA CONFIANZA EN LA ÉTICA Y LA MORAL ES MUY BAJA

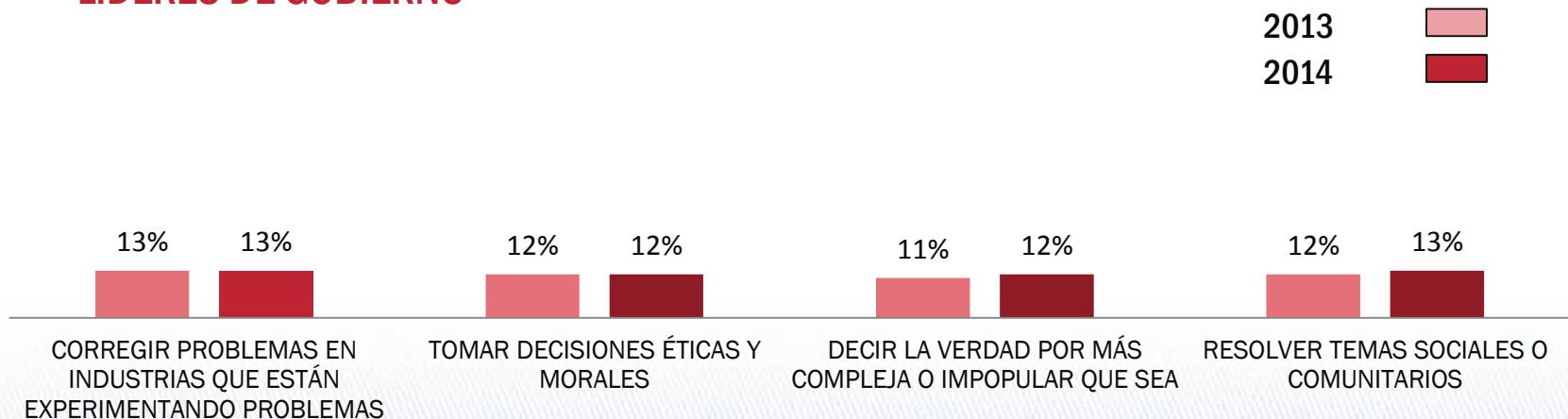
CONFIANZA EN LÍDERES DE EMPRESAS Y DEL GOBIERNO PARA HACER LO SIGUIENTE

AMÉRICA LATINA

LÍDERES DE NEGOCIOS



LÍDERES DE GOBIERNO



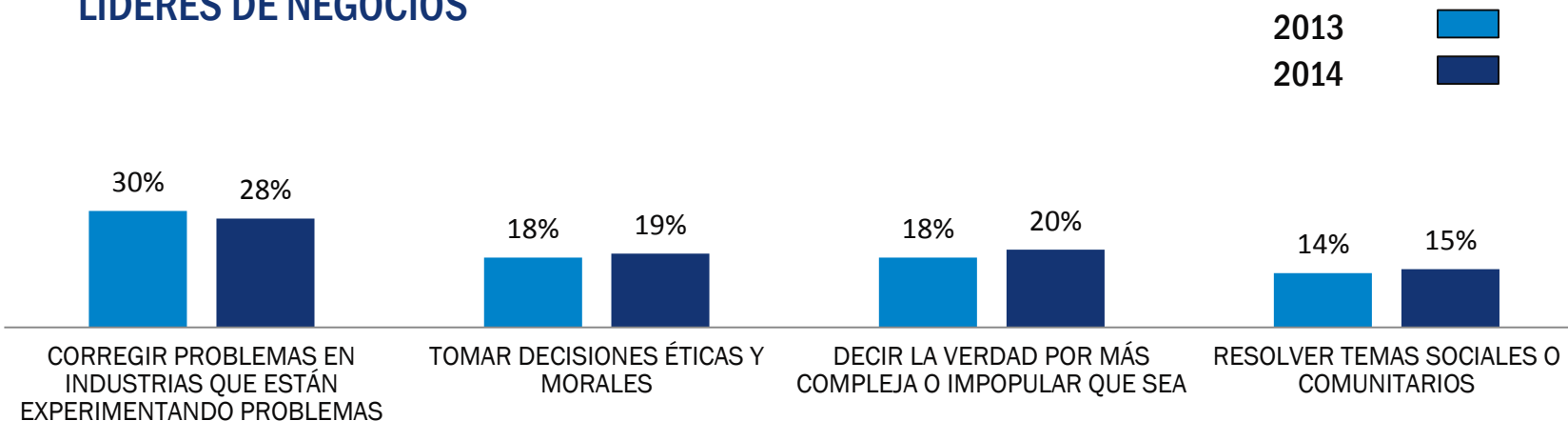
CRISIS DE LIDERAZGO – LA CONFIANZA EN LA ÉTICA Y LA MORAL ES MUY BAJA; EN ARGENTINA, LEVE REPUNTE DE LOS LÍDERES DE GOBIERNO



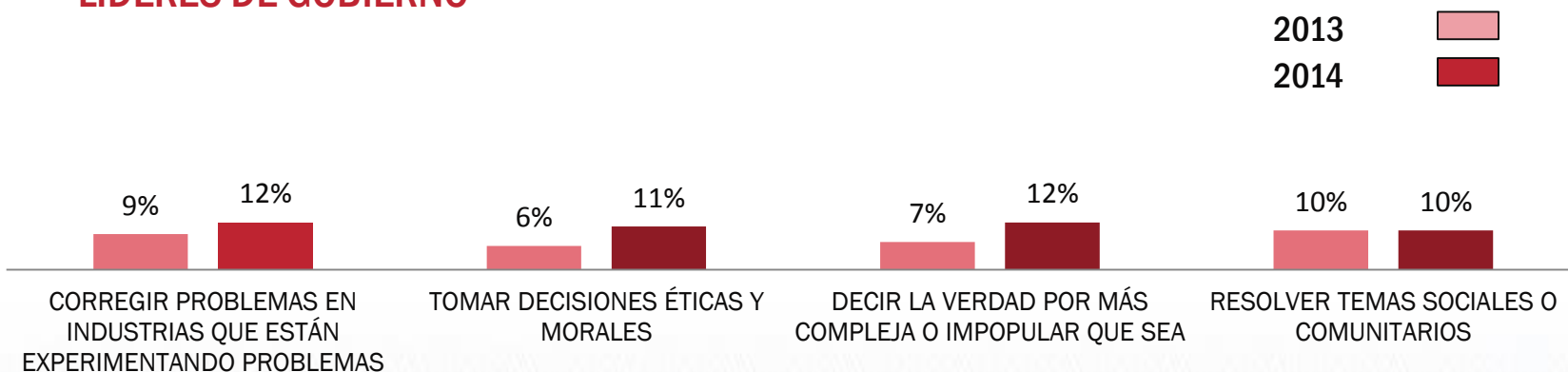
CONFIANZA EN LÍDERES DE EMPRESAS Y DEL GOBIERNO PARA HACER LO SIGUIENTE

ARGENTINA

LÍDERES DE NEGOCIOS



LÍDERES DE GOBIERNO



DISMINUCIÓN SIGNIFICATIVA DE LA CONFIANZA EN EL GOBIERNO; LAS BAJAS MÁS GRANDES SE DAN EN EE.UU., FRANCIA Y HONG KONG

CONFIANZA EN EL GOBIERNO

2013
2014

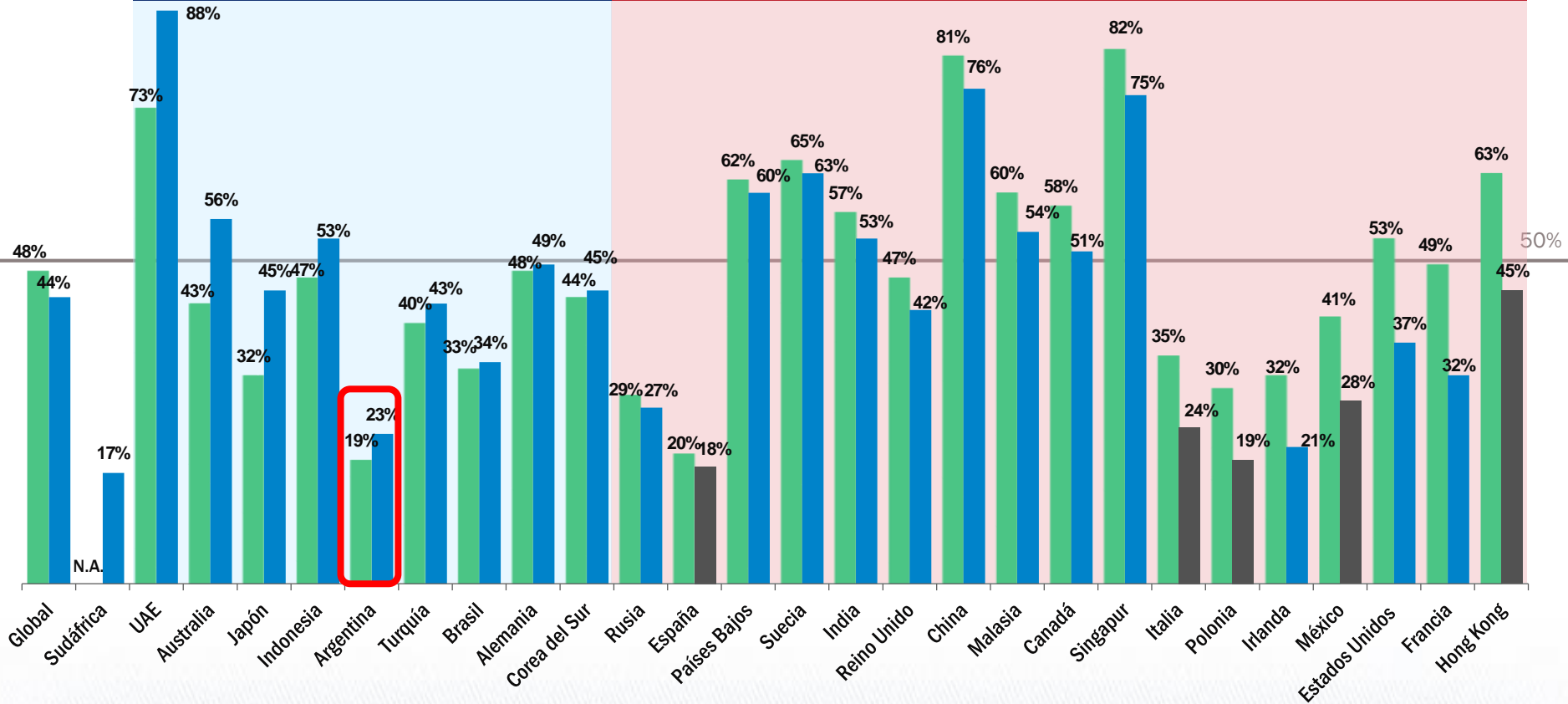


■ = BAJA HISTÓRICA

BAJA HISTÓRICA GLOBAL (2009) = 43%

MAYOR CONFIANZA EN 9 PAÍSES

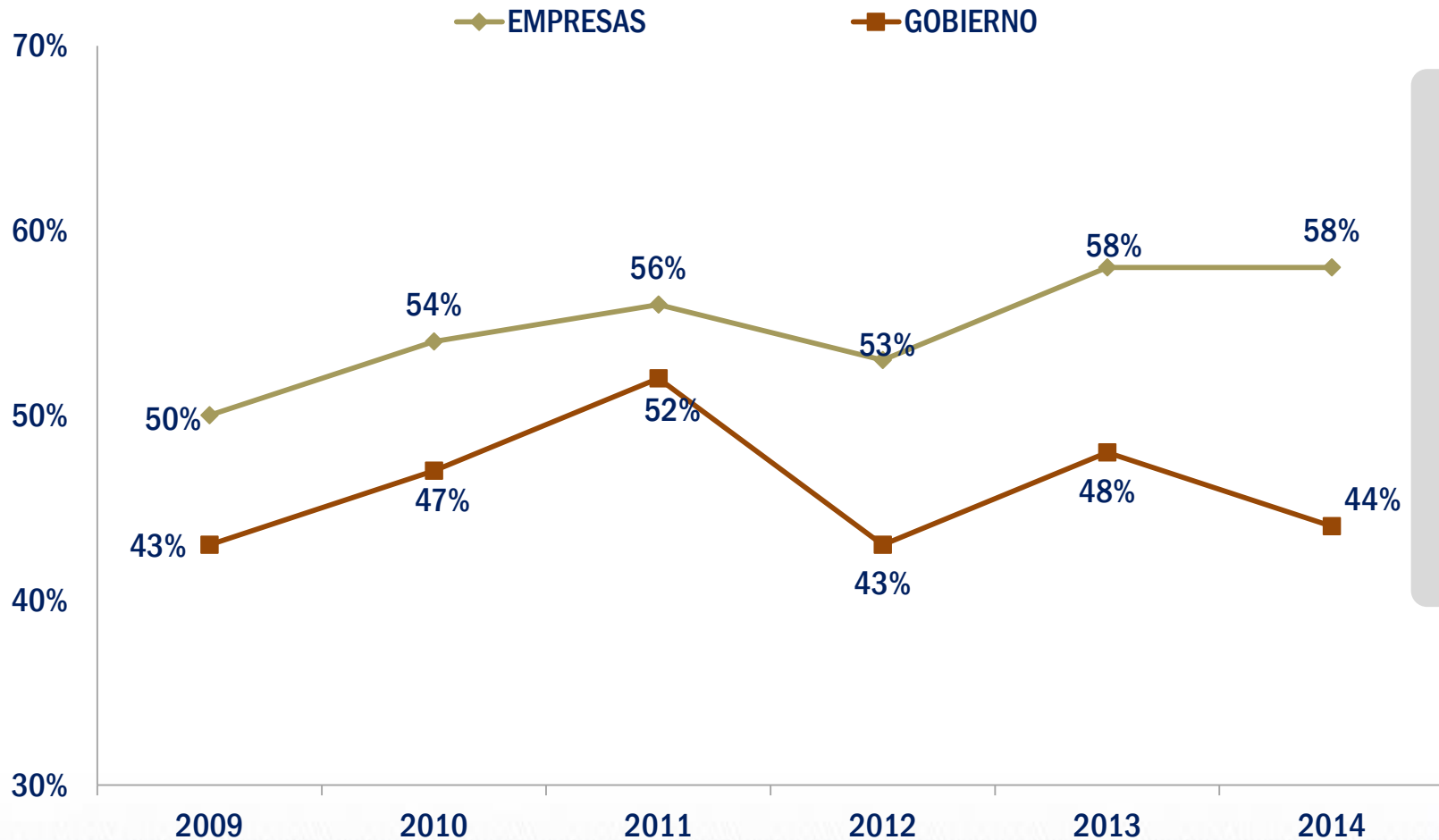
MENOR O IGUAL CONFIANZA EN 17 PAÍSES



Q11-14. [GOBIERNO EN GENERAL] A continuación se muestra una lista de las instituciones. Para cada una, por favor, indique cuánto confía en esa institución para hacer lo que es correcto usando una escala de 9 puntos, donde uno significa que 'no confías en ella en absoluto' y nueve significa que 'confías mucho'. (Top 4 Box, Trust) Público informado en un total global de 20 países.

BRECHA HISTÓRICA ENTRE LA CONFIANZA EN LAS EMPRESAS Y EL GOBIERNO

CONFIANZA EN EL GOBIERNO Y LOS NEGOCIOS



14
puntos
de brecha
de
confianza
entre los
negocios y
el gobierno

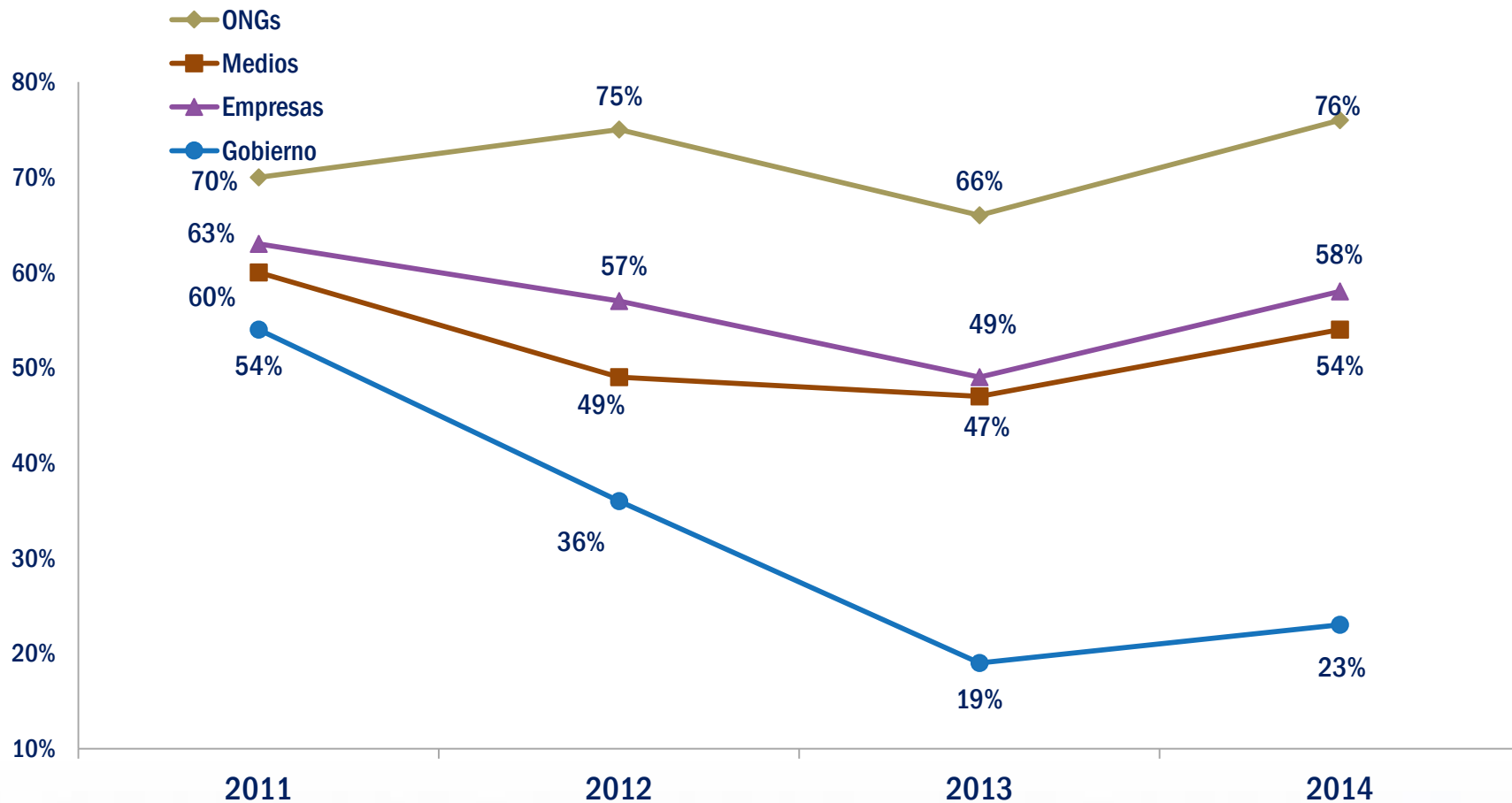
18 Q11-14. [TRACKING] A continuación se muestra una lista de las instituciones. Para cada una, por favor, indique cuánto confía en esa institución para hacer lo que es correcto usando una escala de 9 puntos, donde uno significa que 'no confías en ella en absoluto' y nueve significa que 'confías mucho'. (Top 4 Box, Trust) Público informado en un total global de 20 países.

REPUNTE EN EL NIVEL DE CONFIANZA DE LAS CUATRO INSTITUCIONES. LAS ONGS AFIANZAN SU POSICIÓN DE LIDERAZGO

CONFIANZA EN LAS CUATRO INSTITUCIONES - ARGENTINA



ARGENTINA





**DOS | LA INTERSECCIÓN ENTRE
LA EMPRESA Y EL GOBIERNO**

LOS PÚBLICOS INFORMADOS EXIGEN MÁS REGULACIÓN EN TODOS LOS SECTORES, MAYORMENTE EN LAS INDUSTRIAS DE ENERGÍA Y DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

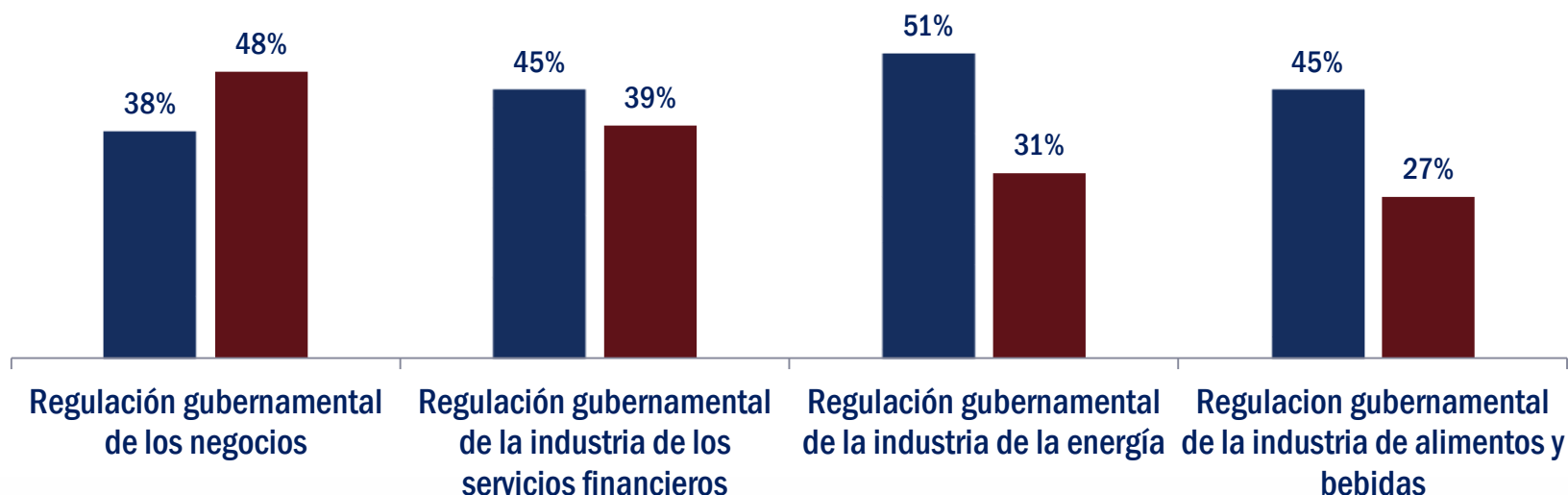


ARGENTINA

REGULACIÓN GUBERNAMENTAL DE LOS NEGOCIOS Y LOS SECTORES

■ NO HAY SUFICIENTE REGULACIÓN

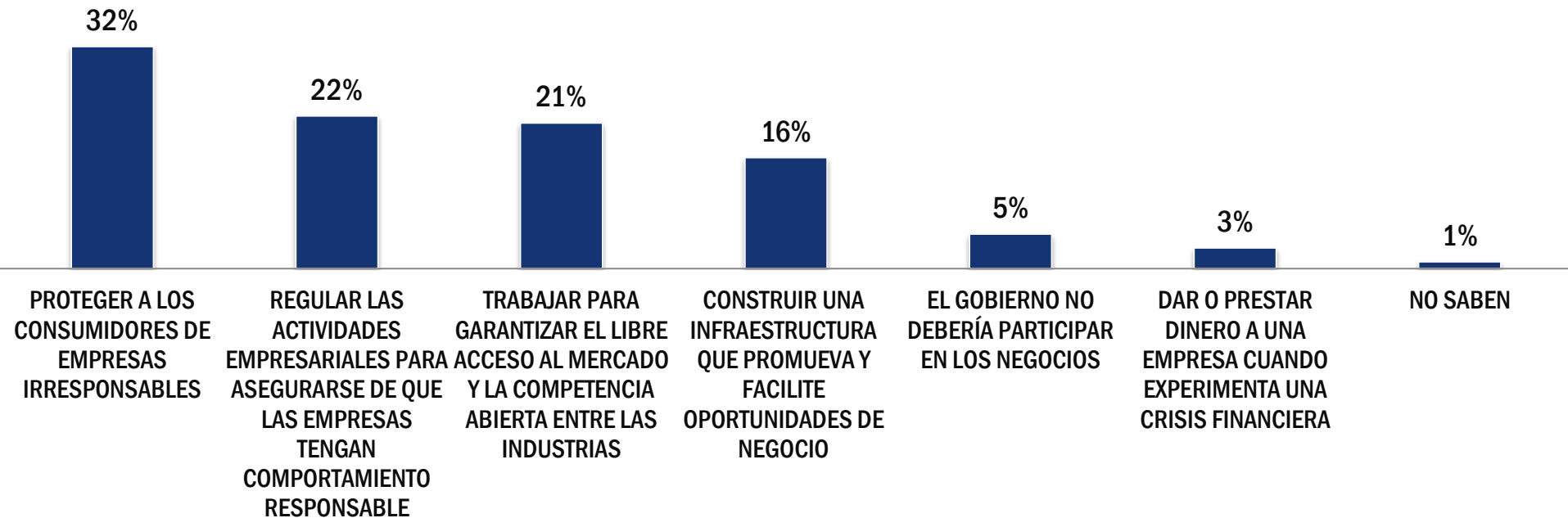
■ HAY DEMASIADA REGULACIÓN



22 Q148. [TRACKING] Cuando se trata de la regulación gubernamental de los negocios, ¿cree que su gobierno regula los negocios demasiado, no lo suficiente o la cantidad correcta? (No lo suficiente, demasiado) Públicos informados. Q262. Cuando se trata de la regulación gubernamental de la industria de servicios financieros, ¿cree que el gobierno la regula demasiado, no lo suficiente o la cantidad correcta? (No lo suficiente, demasiado) Públicos informados. Q263. Cuando se trata de la regulación gubernamental de la industria de la energía, ¿cree que el gobierno la regula demasiado, no lo suficiente o la cantidad correcta? (No lo suficiente, demasiado) Públicos informados. Q264. Cuando se trata de la regulación gubernamental de la industria de alimentos y bebidas, ¿cree usted que el gobierno regula demasiado, no lo suficiente o la cantidad correcta? (No lo suficiente, demasiado) Públicos informados.

MÁS DE LA MITAD CREE QUE EL ROL MÁS IMPORTANTE DEL GOBIERNO ES PROTEGER A LOS CONSUMIDORES DE EMPRESAS IRRESPONSABLES Y REGULAR LOS NEGOCIOS

ROL MÁS IMPORTANTE DEL GOBIERNO EN LOS NEGOCIOS









**TRES | CONSTRUYENDO CONFIANZA
A TRAVÉS DEL CONTEXTO**

16 ATRIBUTOS CLAVE PARA CONSTRUIR CONFIANZA




La investigación de Edelman Trust Barometer revela 16 atributos específicos que construyen confianza

Pueden ser agrupados en cinco clusters de desempeño enumerados aquí en orden de importancia



COMPROMISO

-  ESCUCCHAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OFRECER UNA RESPUESTA
-  TENER BUEN TRATO HACIA LOS EMPLEADOS
-  PRESTAR MÁS ATENCIÓN AL CLIENTE QUE AL BENEFICIO ECONÓMICO
-  COMUNICAR CON FRECUENCIA Y HONESTIDAD EL ESTADO DE LA EMPRESA





INTEGRIDAD

-  TENER PRÁCTICAS EMPRESARIALES ÉTICAS
-  LLEVAR A CABO ACCIONES RESPONSABLES SOBRE UN TEMA O CRISIS
-  TENER PRÁCTICAS EMPRESARIALES TRANSPARENTES Y ABIERTAS




PRODUCTOS Y SERVICIOS

-  OFRECER PRODUCTOS O SERVICIOS DE BUENA CALIDAD
-  INNOVAR CON NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS O IDEAS

PROPÓSITOS

-  TRABAJAR PARA PROTEGER Y MEJORAR EL MEDIOAMBIENTE
-  ATENDER LAS NECESIDADES SOCIALES DÍA A DÍA
-  CREAR PROGRAMAS QUE IMPACTEN POSITIVAMENTE EN LA COMUNIDAD LOCAL
-  ASOCIARSE CON ONGs, GOBIERNO Y TERCEROS PARA ATENDER LAS NECESIDADES SOCIALES

OPERACIONES

-  ENTREGA RETORNOS FINANCIEROS ALTOS Y CONSISTENTES A LOS INVERSORES
-  TENER UN MUY RESPETADO Y ADMIRADO LIDERAZGO
-  FIGURAR EN LA LISTA MUNDIAL DE LAS MEJORES EMPRESAS

ATRIBUTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA; BRECHA SIMILAR

ARGENTINA



IMPORTANCIA DE LA EMPRESA VS. RENDIMIENTO EN 16 CONDUCTORES DE CONFIANZA

Gap

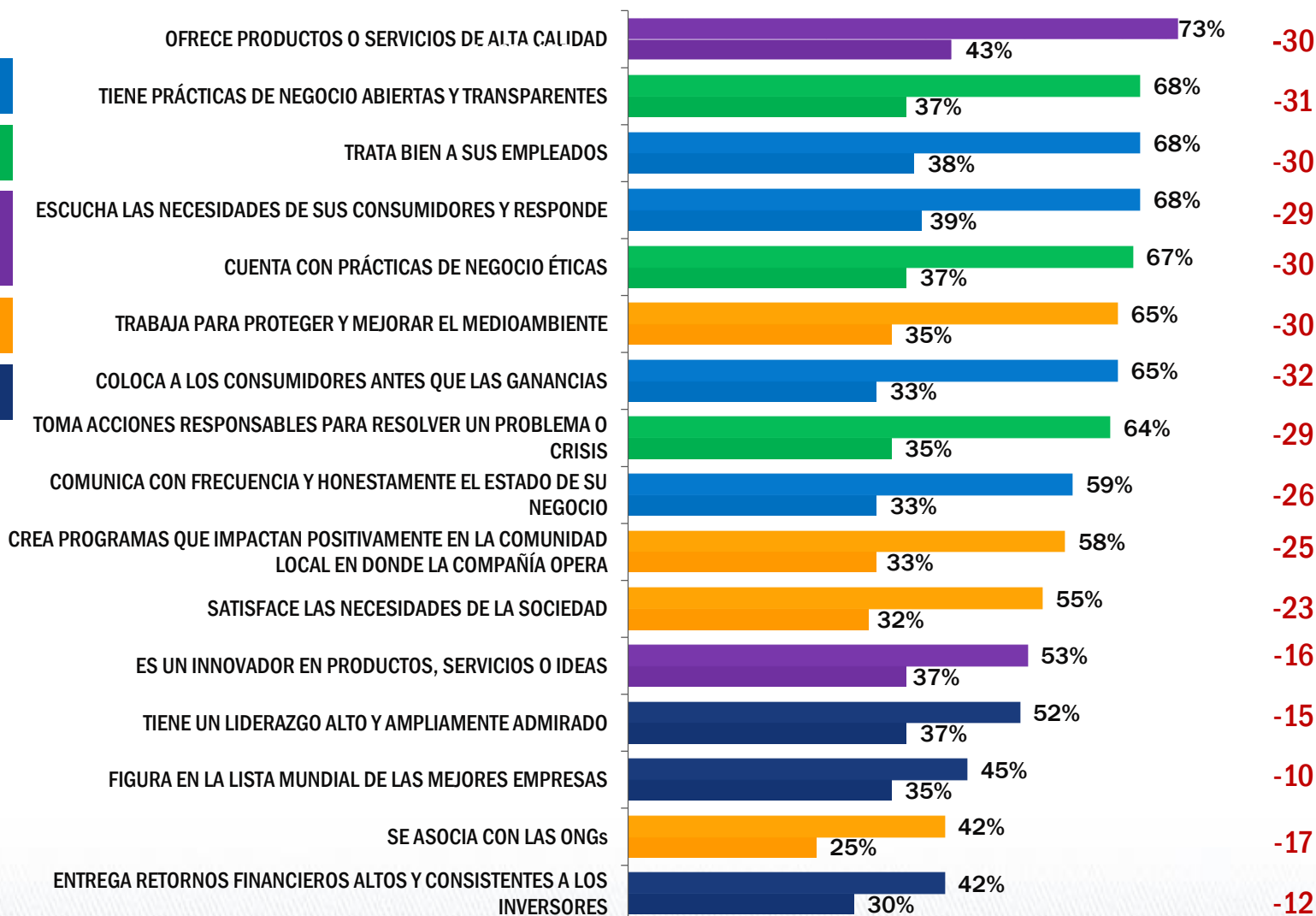
COMPROMISO

INTEGRIDAD

PRODUCTOS Y SERVICIOS

PROPÓSITOS

OPERACIONES



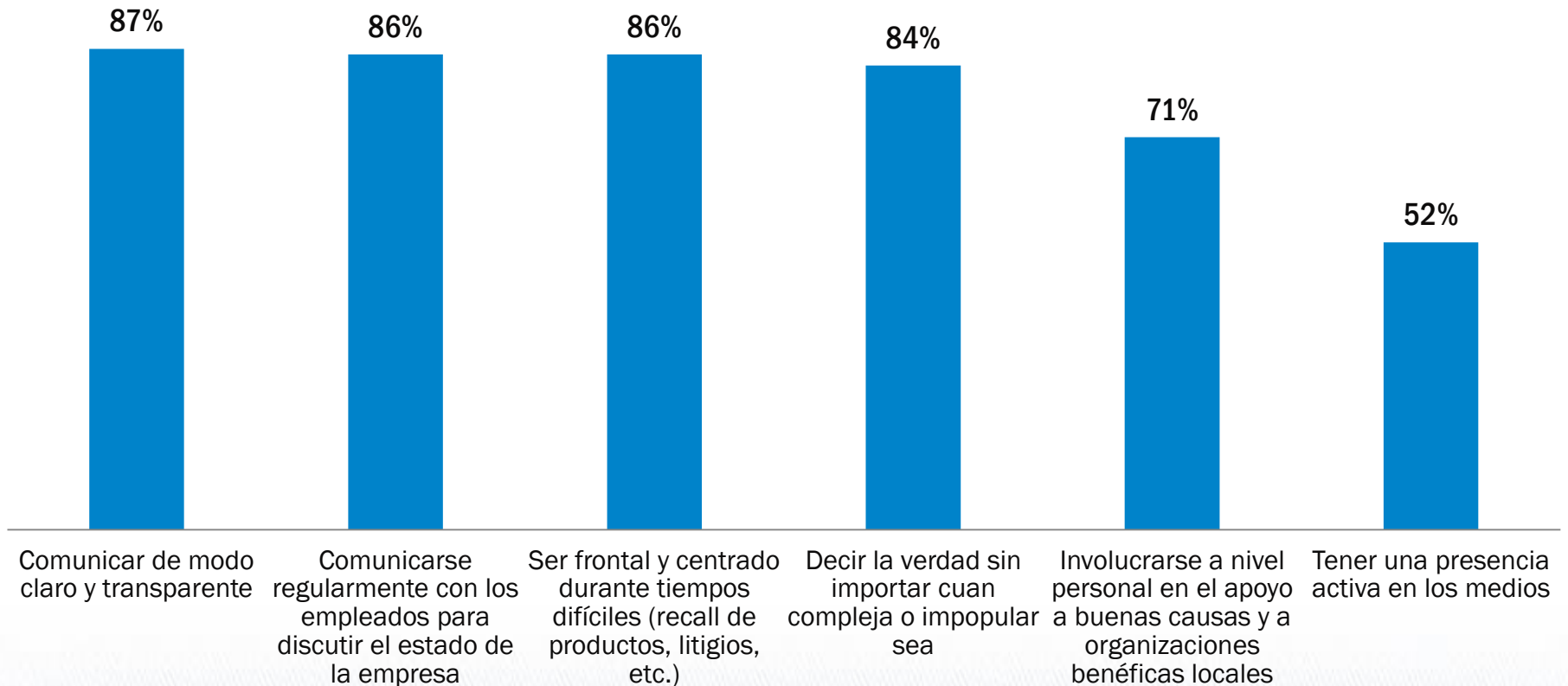
Q80-Q96. [TRACKING] Cuán importante es cada una de las siguientes acciones para construir su CONFIANZA en una compañía? Use una escala de 9 puntos donde 1 significa que esa acción "no es para nada importante para construir su confianza" y 9 significa que "es extremadamente importante para construir su confianza" en una compañía. (Top 2 Box, Muy/ Extremadamente importante) Públicos informados en un total global de 27 países; Q114-Q129. Por favor califique [COMPAÑÍA] en cuán bien se están desempeñando en cada uno de los siguientes atributos. Use una escala de 9 puntos donde 1 significa que se están desempeñando "extremadamente pobre" y 9 significa que se están desempeñando "extremadamente bien". (Top 2 Box, Desempeñando Muy/ Extremadamente bien) Públicos informados.

QUÉ DEBE HACER UN CEO PARA CONSTRUIR CONFIANZA

ARGENTINA



ACCIONES QUE UN CEO PUEDE TOMAR PARA CONSTRUIR CONFIANZA EN SÍ MISMO Y EN SU EMPRESA



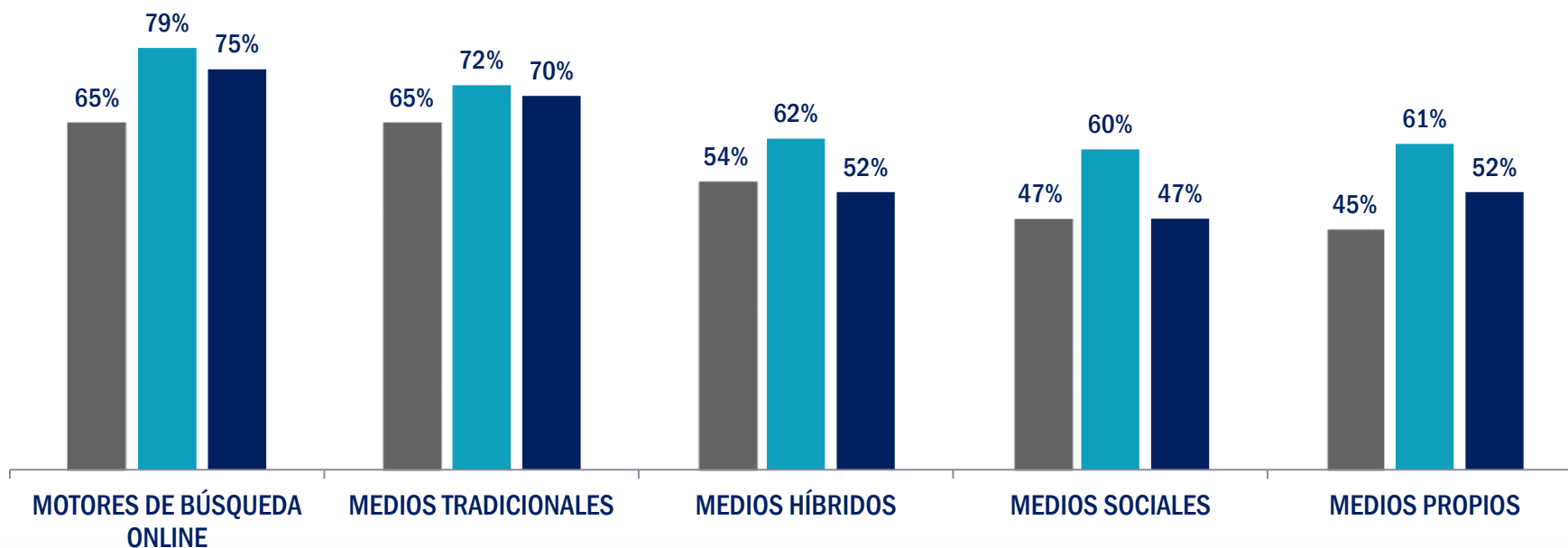
EN AMÉRICA LATINA HAY MAYOR CONFIANZA EN LAS DIFERENTES FUENTES DE INFORMACIÓN QUE A NIVEL GLOBAL Y LOCAL

CONFIANZA EN DIFERENTES FUENTES DE INFORMACIÓN



AMÉRICA LATINA

■ Global ■ América Latina ■ Argentina



Q178-182. [TRACKING] Al buscar noticias e información general, ¿cuánta confianza tiene en cada tipo de fuente de noticias e información general? Por favor, utiliza la escala de 9 puntos donde uno significa que "no tiene confianza" y nueve significa que "tiene confianza". (Top 4 Box, Trust) Públicos informados.

UN NUEVO ENTORNO DE CONFIANZA

Ha habido un cambio significativo en el entorno de confianza desde 2009. **Las empresas deben liderar el debate para el cambio.**

Las personas confían en las empresas para innovar, unir y distribuir a través de las fronteras de una manera en que el gobierno no puede. **Esta confianza viene con la expectativa y la responsabilidad para mantenerlo. Hacer esto implica un riesgo menor que no hacerlo.**

Las operaciones y programas de RSE son ahora esenciales. Las empresas deben centrarse en

Compromiso e Integridad para construir confianza.

El **84%** cree que una empresa puede tomar acciones específicas que aumenten los beneficios y mejoren las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera.

El CEO debe convertirse en Chief Engagement Officer

NECESITAMOS EVOLUCIONAR...



Micro



Macro

Transaccional



Valor(es) compartidos

Requisitos legales



Expectativas sociales

Qué



Cómo y por qué

The logo features a circular graphic composed of several blue segments of varying shades, arranged in a ring. The text 'Edelman' is positioned above 'trustbarometer', and '2014 | ANNUAL GLOBAL STUDY' is positioned below it.

Edelman
trustbarometer
2014 | ANNUAL GLOBAL STUDY