



Edelman Trust Barometer

Informe Especial:

La confianza en las empresas como motor de cambio



Edelman

| edelman.es

| [@edelman_spain](https://twitter.com/edelman_spain)

Metodología y ámbito del estudio

Durante los últimos 25 años Edelman, firma líder de comunicación en el ámbito global, estudia la confianza a través del mayor estudio sobre la materia, el **Edelman Trust Barometer**.

El informe que se presenta a continuación pone el foco en el análisis de la evolución de la confianza en las empresas españolas en la década comprendida entre los años 2014 y 2024 para entender, no sólo el estado de la confianza en esta institución, sino también sus posibles causas y las oportunidades que encierra un contexto en plena transformación.

Para ello, la mayor parte de los datos presentados se extraen del **Edelman Trust Barometer**. Encuesta online que se realiza anualmente desde el año 2000, cuyo campo se realiza en el mes de noviembre de cada año. La encuesta evalúa la confianza en cuatro instituciones: empresas, gobierno, medios y ONGs. A efectos

de este informe especial, solo analizaremos la evolución de la confianza en las empresas.

Además, para complementar este análisis, se utilizan datos del informe: **Impacto del coste de la vida**, llevado a cabo por Edelman España en el año 2022. Investigación cuantitativa a través de una encuesta online con una muestra de 1000 personas, complementada con una escucha social a través de la herramienta Command Center de Edelman sobre la conversación acerca del coste de la vida y la inflación.

Este informe añade una **visión regional** sobre la confianza en las empresas. Para ello, Edelman España, llevó a cabo en diciembre de 2024 un estudio cuantitativo a través de una encuesta online a una muestra de 2.130 personas, representativa de la población general en términos de edad y sexo en cada Comunidad Autónoma.

2024 Edelman Trust Barometer

Encuesta online anual 2024

28

Países

32.000+

Encuestados

1.150+/-

Encuestados por país

Argentina	Colombia	Irlanda	México	África del Sur	Emiratos Árabes
Australia	Francia	Italia	Países Bajos	Corea del Sur	Reino Unido
Brasil	Alemania	Japón	Nigeria	España	Estados Unidos
Canadá	India	Kenia	Arabia Saudí	Suecia	
China	Indonesia	Malasia	Singapur	Tailandia	

Los datos recopilados son representativos de la población general en cuanto a edad, género, región y etnia/nacionalidad (cuando corresponda) dentro de cada país.

1. Evolución de la Confianza en las Empresas

INMERSOS EN LA ERA DE LA DISRUPCIÓN

Nuevos tiempos traen nuevos desafíos, y si hay algo constante en la última década, ha sido la disrupción, el cambio. La globalización ha reconfigurado la economía y la forma en que los diferentes grupos de interés se relacionan con empresas y marcas. Y, con ello, ha evolucionado el rol de las empresas como parte del ecosistema económico y social.

Las economías conectadas han traído nuevos retos geoestratégicos y nuevos temores sociales. El avance tecnológico acelerado, el cambio en la cultura del trabajo, la democratización de la información y la opinión, así como el auge de la desinformación. **Todo ello ha aumentado la exigencia hacia las empresas, de las que la sociedad espera que intervengan más allá de su área de negocio.**

Y en este contexto volátil, las empresas han sabido estar a la altura de lo que se esperaba de ellas.

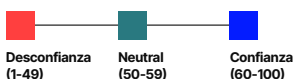
LAS EMPRESAS LIDERAN EL PODIO DE LA CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

En una década de desafíos sin precedentes, las empresas superan con creces el aprobado, siendo la institución en la que más se confía en España frente a Gobierno, medios y ONGs: en 2014, un 38% confiaba en que las empresas hicieran lo correcto (frente a un 18% de confianza en el Gobierno), y más de la mitad (un 56%) lo hace en 2024, frente a un 36% que confía en que el Gobierno haga lo correcto según datos del Edelman Trust Barometer 2024.

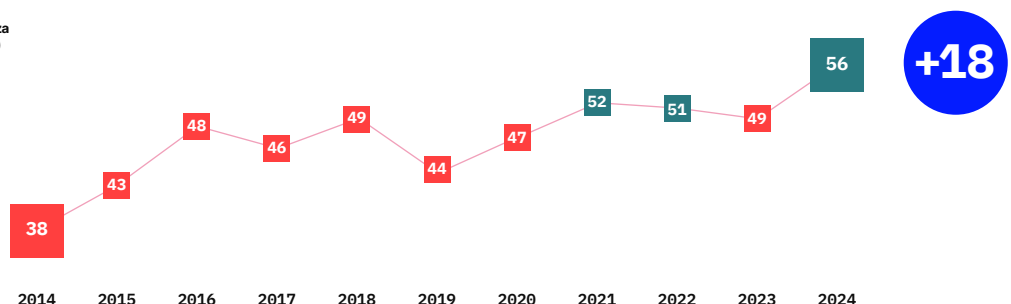


En la última década, las empresas han pasado a liderar el podio de la confianza en las instituciones en España

Porcentaje de confianza



Evolución de la confianza en las empresas



Fuente: Edelman Trust Barometer 2014-2024

2. Factores que han impulsado la confianza en las empresas

EMPRESAS A LA ALTURA DE LAS EXPECTATIVAS

La recuperación económica y el desencanto político han marcado el contexto de los últimos diez años en nuestro país. Entre 2014 y 2024, España ha atravesado un periodo de recuperación económica tras la crisis financiera de 2008, evidenciado por una reducción del desempleo y crecimiento del PIB, en el que las empresas han sido un actor clave.

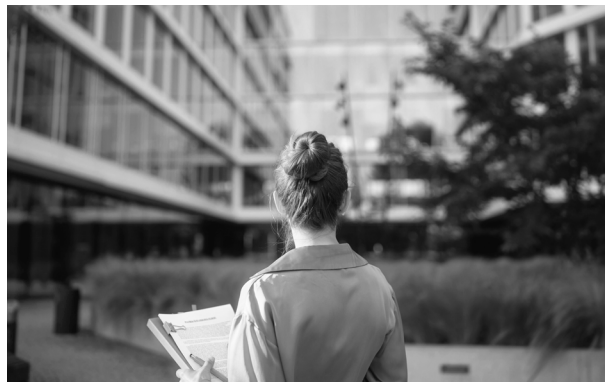
La pandemia de COVID-19 en 2020 causó una recesión significativa, con un impacto severo en sectores como el turismo, a la que ha seguido una crisis del coste de la vida tras el estallido de la Guerra de Ucrania. En ambos casos, las empresas respondieron amortiguando el impacto económico de los acontecimientos y adoptando medidas de apoyo y protección a los trabajadores.

El capital de confianza acumulado por las empresas en estos años explica que, incluso en este momento de pesimismo económico, éstas fueran **menos penalizadas en términos de confianza que el resto de instituciones.**

EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO EN ESPAÑA

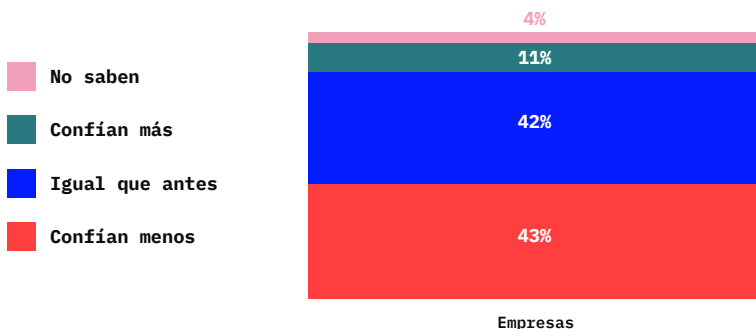
En el ámbito político, de 2014 a 2024 se ha ido produciendo una fragmentación del arco parlamentario con la aparición de una mayor polarización. Asimismo, la crisis catalana de 2017 puso a prueba la unidad territorial del país.

A día de hoy, persisten desafíos estructurales y tensiones políticas, y **esto puede explicar en parte la evolución en positivo de la confianza en las empresas ante el desencanto político.**



Incluso en momentos de pesimismo económico como la crisis del coste de la vida, los españoles siguen confiando en las empresas

¿Cuánto ha cambiado, si lo ha hecho, su nivel de confianza en las empresas como resultado de la crisis del coste de la vida?



53%

Confía igual o más en las empresas

A pesar de la situación económica desfavorable durante la crisis del coste de la vida

¿POR QUÉ LAS EMPRESAS SON LA INSTITUCIÓN EN LA QUE MÁS SE CONFÍA?

La confianza en las empresas se ha fortalecido gracias a su capacidad de adaptación y respuesta a estas demandas sociales.

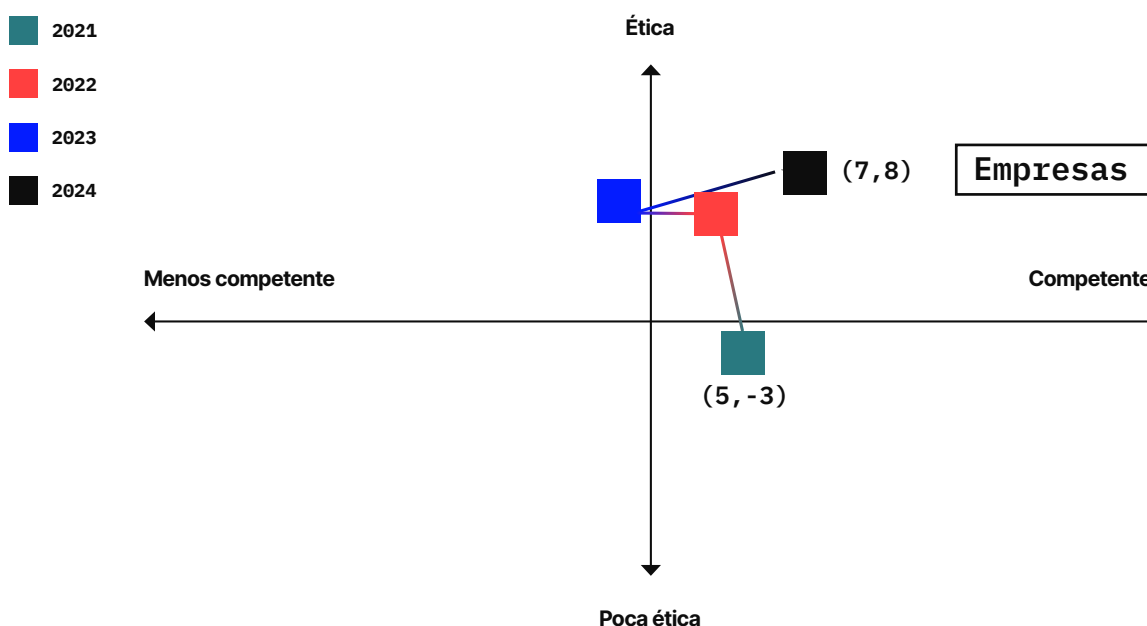
A la hora de analizar la confianza, debemos tener en cuenta dos variables fundamentales: la competencia (ser bueno en lo que se hace) y la ética (ser honesto, transparente y contar con una visión de futuro basada en los intereses colectivos).

En 2024, las empresas son la única de las cuatro instituciones considerada ética y competente. Es decir, la ciudadanía presupone que sólo las empresas tienen la habilidad para desarrollar proyectos y además son éticas en la manera de operar.

Esto deriva de la capacidad de adaptación de las empresas a las demandas sociales. No es casualidad que a partir de la pandemia del Covid, las empresas pasaran de ser consideradas poco éticas a ser consideradas éticas por primera vez, desde que se analizan estos datos.



Matriz de ética y competencia de las empresas



Fuente: Edelman Trust Barometer 2014-2024

3. La sociedad espera que las empresas hagan realidad el progreso

DAR RESPUESTA A LOS DESAFÍOS SOCIALES

La confianza en las empresas se ha visto reforzada por su capacidad para actuar éticamente y con competencia en tiempos difíciles, llenando el vacío de liderazgo dejado por otras instituciones.

En estos diez años, lo que esperamos de las empresas también ha evolucionado y, especialmente desde después de la pandemia, **la sociedad espera que las empresas contribuyan a hacer frente a los desafíos sociales, acerquen posturas contra la polarización, refuercen el tejido social** y, en definitiva, actúen más allá de su actividad de negocio.

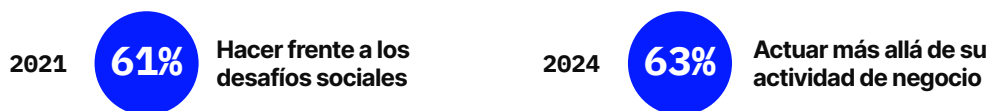
Los CEOs son vistos como figuras clave en la gestión del cambio social y empresarial. La sociedad espera que los líderes empresariales tomen un rol activo en la solución de problemas sociales, especialmente cuando el gobierno no logra enfrentar estos desafíos.

"MI EMPLEADOR" COBRA PROTAGONISMO COMO FIGURA DE CONFIANZA

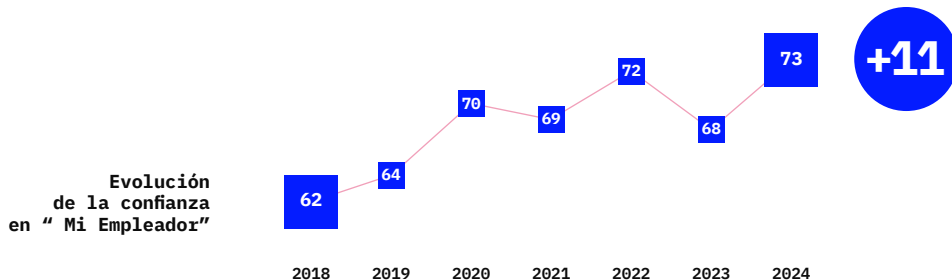
Si las empresas son la institución en la que más se confía, **"Mi empleador"** es el representante más cercano de esa institución. La confianza en "Mi empleador" ha aumentado nada menos que 11 puntos porcentuales en estos diez años, convirtiéndose en **la figura en la que confiar ante la desinformación reinante**. Esto abre interesantes oportunidades para las empresas y nuevas exigencias en términos de comunicación interna y transparencia.



Evolución de las principales expectativas hacia las empresas



Evolución de la confianza en "Mi Empleador"



Fuente: Edelman Trust Barometer 2014-2024

LAS EMPRESAS COMO MOTOR DE LA INNOVACIÓN

La combinación de competencia y ética es clave para que las empresas sean percibidas como actores capaces de gestionar la innovación y los cambios sociales de manera efectiva y responsable.

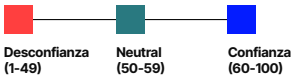
Si bien la sociedad está preparada tecnológicamente para innovar, también debe estarlo psicológicamente para aceptar la innovación. Para que se dé esta aceptación es fundamental confiar en que esa innovación tendrá un impacto positivo en la sociedad y que estará adecuadamente gestionada.

Las empresas son la institución en la que confiamos para integrar la innovación en la sociedad de una forma segura, responsable y que no deje a nadie atrás.



Confiamos en las empresas para integrar la innovación en la sociedad

Porcentaje de confianza



55

Confío en que esta institución asegure que la integración de la innovación en la sociedad sea segura, fácil de entender, útil y accesible:



Empresas

Los empleados dicen:

Le exijo a mi CEO que hable públicamente sobre:

Las futuras habilidades del trabajo	78
El uso ético de la tecnología	75
El impacto de la automatización sobre el trabajo	77

Fuente: Edelman Trust Barometer 2024

Reflexión final

Las empresas han sabido adaptarse y liderar en tiempos de incertidumbre, y hoy son consideradas una institución fundamental por la sociedad española. Su capacidad para actuar con ética y competencia, junto con su rol en la innovación y la gestión del cambio, las ha posicionado como las instituciones más confiables en España.

Con el aumento de la confianza, también han aumentado las expectativas hacia las empresas, cuyo rol ha evolucionado de ser el motor económico de la sociedad a convertirse en un auténtico arquitecto de posibilidades como catalizadores de la innovación y el progreso.





**Edelman
Trust
Barometer**

La confianza en las empresas de la sociedad andaluza



Edelman

edelman.es

@edelman_spain

1. Los andaluces confían plenamente en las empresas

Como se ha descrito en la primera parte del informe, en un contexto de alta fragmentación social, económica y política, donde las instituciones tradicionales sufren una pérdida progresiva de credibilidad, las empresas aparecen como uno de los pocos actores capaces de mantener un vínculo de confianza sólido con los ciudadanos, que queda evidenciado en la evolución durante la década 2014-20124.

Además, uno de los aprendizajes más claros que deja el Trust Barometer en sus 25 ediciones es que la confianza es local y para comprender el nivel de confianza de los andaluces en el sector empresarial en general, Edelman ha profundizado en esta cuestión mediante un estudio comparativo.

En este sentido, los resultados nacionales del Edelman Trust Barometer 2025, cuya muestra se tomó entre octubre y noviembre de 2024, combinados con un estudio regional específico realizado en Andalucía entre noviembre y diciembre del mismo año, muestran que todos los indicadores de confianza hacia las empresas y sus líderes superan a la media nacional en todos los parámetros analizados.

Así lo confirman los datos, que demuestran que los andaluces confían en su mayoría en que empresas, empleadores y líderes empresariales harán lo correcto. De hecho, el 65% de los andaluces afirma confiar en las empresas, frente al 53% de la media nacional. Más revelador aún es el dato de confianza en “mi empleador”, que alcanza el 77% superando en 10 puntos el dato de confianza de la muestra nacional (67%).

¿Cuánto confía en que las empresas hagan lo que es correcto?

Andalucía	<div></div>	64
Nacional	<div></div>	53

¿Cuánto confías en que “mi empleador” haga lo correcto?

Andalucía	<div></div>	77
Nacional	<div></div>	67

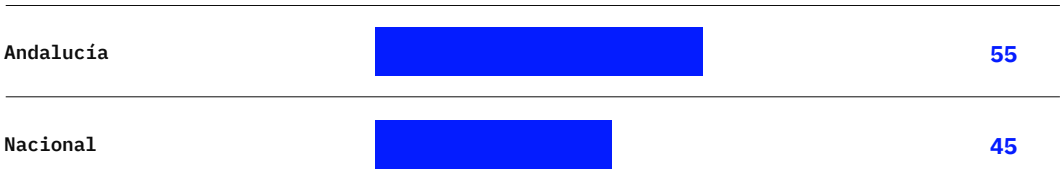
En una primera valoración de estos datos, es importante matizar que la generación de confianza no se basa en una idealización o en una narrativa, sino en la experiencia real y en los hechos concretos, por lo que se podría presuponer que la alta confianza de los ciudadanos andaluces en las empresas en general puede estar relacionada con esa relación de cercanía y de conexión con el impacto real del tejido empresarial.

La alta confianza en “mi empleador” debe ser interpretada como una oportunidad estratégica. No se trata únicamente de un reconocimiento

simbólico, sino de una base real donde las empresas están legitimadas para liderar el cambio en un contexto en plena transformación.

Destaca también entre la población andaluza el alto nivel de confianza en las figuras de liderazgo empresarial que, de nuevo, vuelven a superar a la media nacional. Más de la mitad de la población de esta comunidad, un 55%, confía en que los CEOs hagan lo correcto (vs un 45% nacional), frente a un 68% de los ciudadanos de Andalucía que confían en que “mi CEO” haga lo correcto, 12 puntos más que media nacional (56%).

¿En qué medida confía en que los CEOs en general hagan lo que es correcto?



¿En qué medida confía en que “Mi CEO” haga lo correcto?



Los datos de alta confianza de los andaluces hacia los líderes empresariales son clave para movilizar a los equipos y dar legitimidad a las decisiones estratégicas. En particular, la figura de “mi CEO” concentra un nivel de confianza muy elevado que puede estar asociada a un liderazgo próximo, visible y coherente donde, de nuevo, la cercanía puede ser un factor determinante.

Como se ha observado anteriormente los andaluces cuentan con un alto nivel de confianza en las empresas y en los líderes empresariales, lo que es especialmente relevante en un contexto donde la innovación, la automatización o la transición ecológica exigen adaptaciones profundas. Solo aquellos que confían, ciudadanos y empleados, estarán más dispuestos a aceptar cambios, adaptarse a nuevas dinámicas de trabajo y comprometerse con proyectos de futuro.

En este sentido, el 65% de los andaluces afirma confiar en que las empresas harán lo correcto para que la introducción de las nuevas tecnologías y la innovación en la sociedad esté bien gestionada. Es decir, que estas innovaciones sean seguras, comprensibles, accesibles y beneficiosas para la sociedad en

general. Este dato de confianza es todavía más alto cuando se hace referencia a la figura del empleador directo, con 8 de cada 10 andaluces, que aseguran confiar. Este vínculo de confianza interna también actúa como amortiguador ante la incertidumbre, y como acelerador de procesos de cambio.

¿En qué medida confía en que esta institución haga lo correcto en lo que se refiere a garantizar que la introducción de nuevas tecnologías e innovaciones en la sociedad esté bien gestionada?

Confianza en las empresas	<div></div>	65
Confianza en "mi empleador"	<div></div>	80

En conclusión, la alta percepción de los andaluces hacia las empresas muestra que la confianza se construye desde la proximidad, la experiencia y la capacidad de generar impacto real. En un entorno donde las grandes narrativas globales tienden a fragmentar, la sociedad andaluza cree que las empresas pueden ocupar un lugar central como actor estabilizador, promotor de progreso y facilitador de cohesión social.

Por lo tanto, las empresas tienen un doble mandato: proteger y potenciar ese capital de confianza, y convertirlo en una palanca de transformación. Para ello, deben seguir fortaleciendo la escucha activa, actuar con transparencia, y demostrar con hechos su compromiso con el entorno y con sus grupos de interés. La confianza no se hereda ni se improvisa; se gana con coherencia, presencia y responsabilidad.





Edelman Trust Barometer



Edelman

| [edelman.es](https://www.edelman.es)

| [@edelman_spain](https://twitter.com/edelman_spain)