

NUESTRO ANÁLISIS DE EDELMAN TRUST BAROMETER

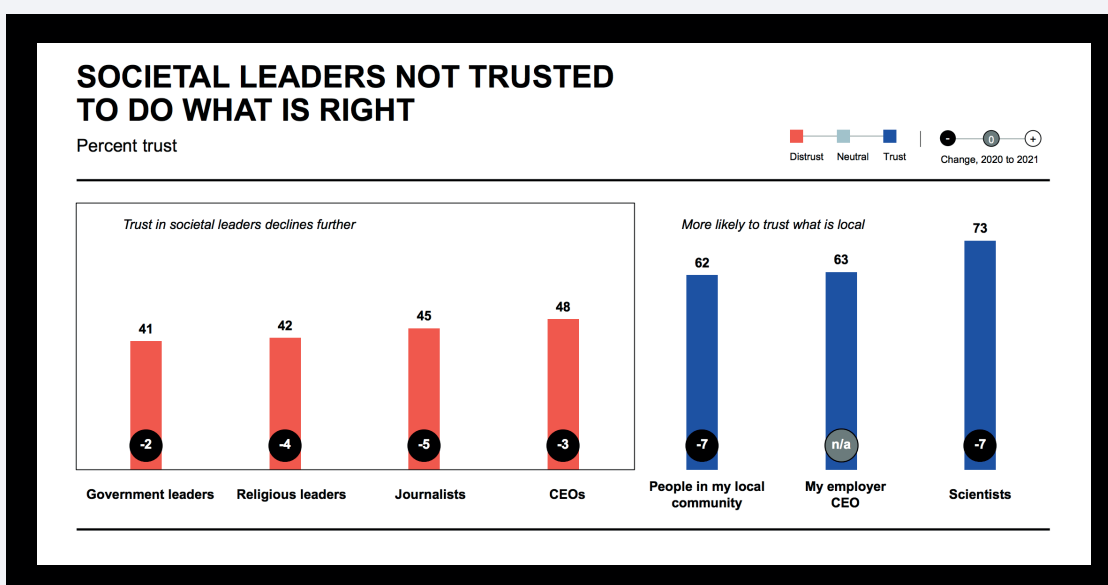
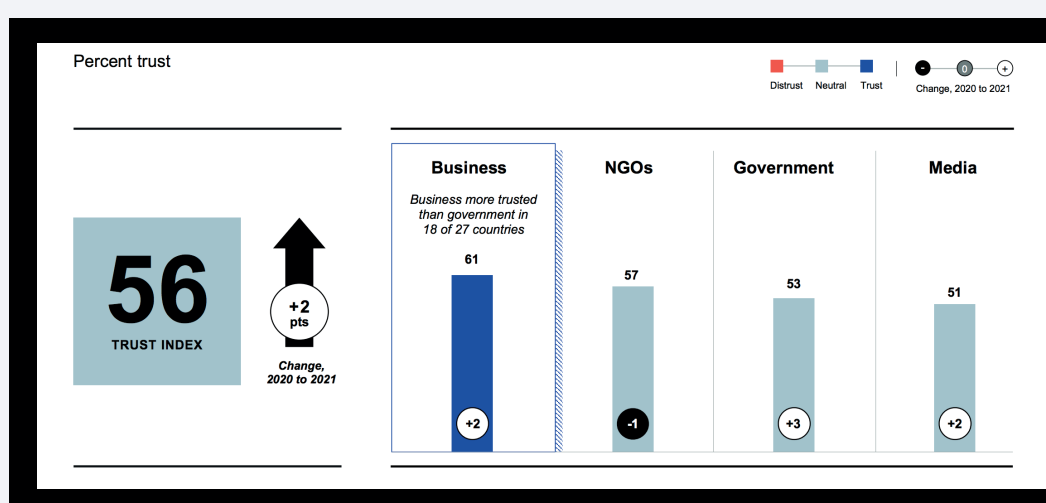


¿CÓMO TOMARÁN ESTE DESAFÍO LAS EMPRESAS DE NUESTRO PAÍS?

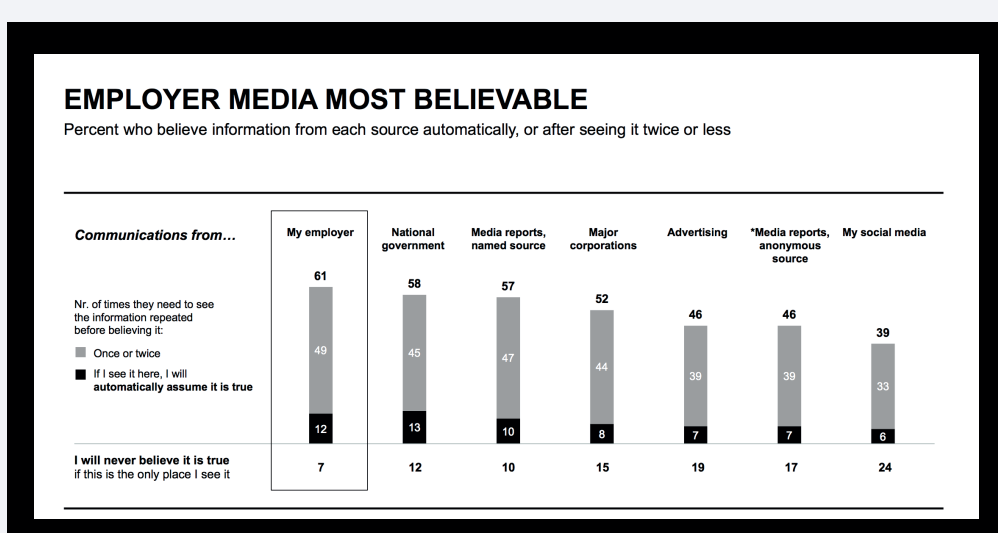
¿CÓMO APROVECHAR ESTA OPORTUNIDAD PARA QUE LAS EMPRESAS SEAN UN MOTOR DE DESARROLLO SOCIAL?

En esta versión vemos un **rol social preponderante** de las empresas y sus líderes en donde se confía en ellos pero se les exige un **rol más público**.

LAS EMPRESAS SON LA INSTITUCIÓN MÁS CONFIABLE

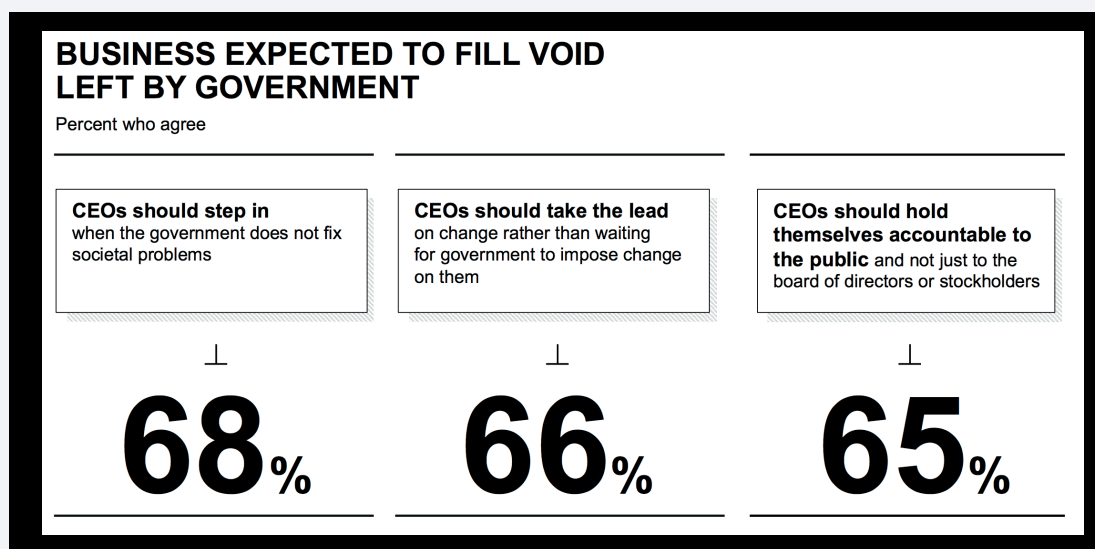


Líderes sociales como gobernantes, líderes religiosos, periodistas y CEOs tienden a bajar en confiabilidad. Pero son las personas de mi comunidad las que son más probables de confiar; tales como el CEO de mi empresa o los científicos.

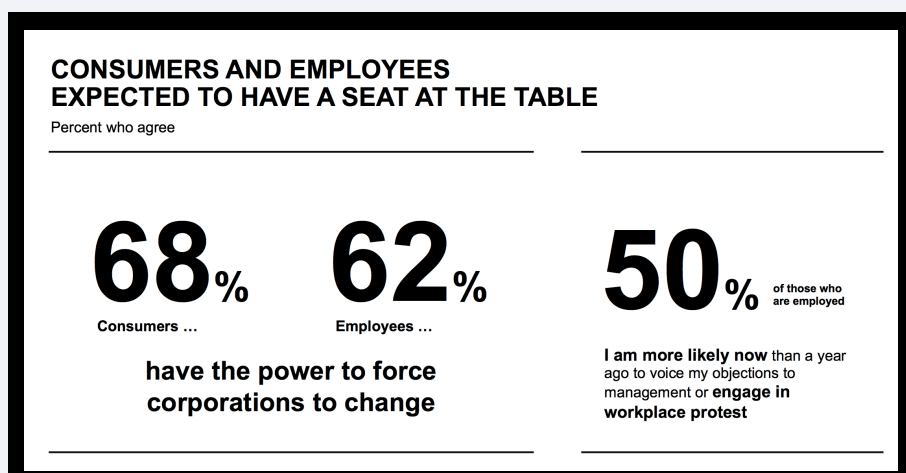


Las fuentes de información caen en su confianza, siendo los medios de mi propia empresa más creíble que la información del gobierno, la prensa, la publicidad o las redes sociales.

Los líderes de las empresas tienen un rol más social, en la medida que no se confía en el gobierno. Las personas creen que ellos deben tomar un liderazgo preponderante y ser “accountables” no sólo con su directorio y accionistas, sino que con la opinión pública en general.



Por último, tanto los consumidores como trabajadores quieren ser partícipes de las decisiones de las empresas.



PARA VER EL ESTUDIO COMPLETO HAZ CLICK

AQUÍ