



Los sectores que más confianza y desconfianza generan

El sector de los carburantes es el que más desconfianza genera entre la población española, según este informe de Ipsos.

Bajo un contexto de incertidumbre generalizado en el ámbito económico y social, la confianza de los ciudadanos en estos momentos se erige como un bien muypreciado entre los distintos actores que forman parte del entramado empresarial. En este clima de inestabilidad, Ipsos, a través de su Monitor Global de Confianza que realiza año tras año, mide en 21 países qué sectores generan más confianza entre la población general.

Los resultados de esta última edición muestran como **la industria farmacéutica desbanca al sector tecnológico del primer puesto**, aunque sea solo por un punto (34% de media), contando ya con el mayor nivel de confianza de la ciudadanía mundial. Un porcentaje que si se compara al del último estudio de 2021, sube 3 puntos y confirma una tendencia ascendente. Por su parte, el sector tecnológico junto con el sector de alimentación y bebidas ocupan el segundo puesto, alcanzando un porcentaje muy similar al sector farmacéutico (33%). En el caso del sector tecnológico se observa como desde 2018 va perdiendo la confianza de la ciudadanía con una bajada de 5 puntos desde entonces hasta ahora. En tercer lugar, encontramos a la industria del Retail, que, de media, con un 31% se sitúa entre las que más confianza despierta entre el público.

En el extremo opuesto encontramos al Gobierno (45%), las empresas de redes sociales (38%) y las de gas y carburantes (37%) como las que más desconfianza atraen. Y en un término medio encontramos a sectores como banca, servicios financieros y energía, donde los niveles de desconfianza y confianza que despiertan son muy similares.

España, desconfianza casi generalizada hacia todos los sectores

¿Y qué ocurre con España, qué sectores generan más confianza entre la población, coinciden con los globales? La respuesta es no. La suma de la idiosincrasia española y los altos niveles de corrupción vividos en la década pasada, quizás hayan pasado factura a la reputación e imagen de algunas industrias y administraciones públicas de nuestro país. Los datos del estudio indican que el sector del retail, con un 42%, es el único que cuenta con más confianza entre la ciudadanía española y, sitúa a España como el país europeo que más confianza deposita en esta industria. Por su parte, el sector farmacéutico, así como el tecnológico y el de alimentación y bebidas no encuentran en España la confianza que despiertan en el resto del mundo. De hecho, los niveles de confianza y desconfianza de estos cuatro sectores son muy similares, mostrándose así a la población muy dividida.

El resto de las industrias incluidas en el estudio obtienen un porcentaje más alto de desconfianza. Destacan las suspicacias que provoca el sector del gas y carburantes, con un 56% de desconfianza y con tan solo un 12% de población que dicen confiar en él. **La banca tampoco es muy apreciada, despertando el segundo mayor porcentaje de desconfianza entre la gente, con un 50% y un 16 de confianza.** En esta línea, le siguen sectores muy cercanos en actividad a los dos anteriores, como son el de servicios financieros y de energía, con un 47% y 43% de desconfianza respectivamente. Sin duda, los sectores de gas/ carburantes y energía se han visto impactados por la subida incesante de precios en el último año a cambio de una pérdida de confianza por parte de los consumidores.

Cumplir las promesas y ser transparente son los atributos que generan más confianza en la ciudadanía

¿Qué factores determinan tener una mayor o menor confianza en los distintos sectores? Este aspecto es otro de los puntos que aborda este estudio. A escala mundial, de media, un 36% de la población considera que si un sector cumple sus promesas merece contar con su confianza. Además, la transparencia en lo que hacen también es importante para el 35% de la población mundial. Asimismo, actuar de manera responsable es algo que valora, de media, un 31%, así como proporcionar una buena relación calidad precio (27%)

A nivel nacional, los resultados son casi similares, pero con ligeros cambios. A este respecto, la ciudadanía española considera más importante la transparencia, en un 37%, seguido por el cumplimiento de las promesas con un 32%. Por su parte, **actuar con responsabilidad y proporcionar una buena relación calidad precio son considerados positivos por el mismo porcentaje de personas (31%)**

Una peculiaridad de España, es que la gente valora de forma muy destacada la confianza que generan las empresas que son ambientalmente sostenibles y las que prestan un buen servicio de atención al cliente, con un 27% y 26% respectivamente. De hecho, sitúan a España como el país europeo que más importancia le da a estos dos factores a la hora de confiar en mayor o menor medida en un sector.

Fuente: marketingnews.es

Link: <https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1176196031605/sectores-mas-confianza-y-desconfianza-generan.1.html>