

## Las ONG, las empresas y los medios de comunicación son los organismos que más confianza generan

07/02/07 - Redacción

La confianza en los medios de comunicación avanza un 14% en España en relación al año pasado. Sin embargo, y a pesar de estas mejores perspectivas, las ONG se proclaman de nuevo como las instituciones más creíbles, incluso a nivel internacional. El segundo puesto de este ranking lo ocupan las empresas, según la 8ª Edición del Trust Barometer, que realiza Edelman.

En España, aprueban con buena nota los gobiernos, que se sitúan en cuarta posición, al contrario de lo que ocurre en la mayoría de países europeos, ya que en 12 de los 18 países encuestados se sitúa a los gobiernos en las posiciones más bajas en cuanto al nivel de confianza que inspiran.

El estudio también se refiere a las fuentes informativas más fiables. En este caso, los artículos en las revistas financieras se erigen como los que generan más confianza para obtener información, seguidos de los informes de analistas de bolsa o financieros y los artículos en la prensa general. Éstos últimos han experimentado uno de los aumentos más significativos (de un 53% en el 2006 a un 65% en el 2007) junto con las comunicaciones de las empresas, que han aumentado su credibilidad en un 10%. A nivel global, una de las fuentes que goza de mayor credibilidad es la televisión, mientras que en España ésta ocupa uno de los últimos puestos de la lista.

El informe destaca además el "significativo" aumento que han experimentado los directores generales o jefes de las empresas como interlocutores que más confianza ofrecen así como los empleados de las compañías. De todas formas, los médicos o especialistas sanitarios son todavía los más fiables.

### Localización, calidad y responsabilidad

A la hora de valorar en qué se basa la confianza en las empresas, una localización cercana se convierte en uno de los elementos determinantes, así como el país de origen de la compañía. Las empresas con sede en Suecia son las mejor consideradas a nivel global, a diferencia de aquellas situadas en Rusia, que ocupan los últimos lugares. La calidad de los productos y la Responsabilidad Social Corporativa juegan también un papel fundamental.