

19ª PESQUISA ANUAL EDELMAN TRUST BAROMETER

Metodologia

Pesquisa on-line em 27 países

+33.000 entrevistados no total

Trabalho de campo foi realizado entre 19 de outubro e 16 de novembro de 2018

Margem de erro global de dados em 27 países: público total +/- 0,6% (N=31.050), público informado +/- 1,3% (N=6.000), público geral +/- 0,6% (26.000+), metade da amostra global do público total on-line +/- 0,8 (N=15.525).

Margem de erro dos dados específicos de cada país: público total +/- 2,9 (N=1.150), público informado +/- 6,9% (N=min 200, varia de acordo com o país, China e EUA +/- 4,4% (N=500), público geral +/- 3,0 a 3,6 (N =min 739, varia de acordo com o país).

Margem de erro Trabalhadores: 27 países = +/- 0,8% (N=16.944)
De cada país = +/- 3,2 a 4,6% (N=min 446, varia de acordo com o país)

Público Total On-line

1.150 entrevistados por país

+18 anos de idade

Todos os slides mostram dados do público total on-line, exceto quando indicado de outra forma



Público Informado

500 entrevistados nos EUA e na China;
200 entrevistados nos outros países

Representa 16% do público total

4 critérios:

- Faixa etária entre 25 e 64 anos
- Formação universitária
- Estar entre os 25% de maior renda familiar por grupo etário de cada país
- Relatar consumo significativo de mídia e engajamento com notícias sobre políticas públicas e negócios

População Geral

O público total, excluído o público informado

Representa 84% do público total

2019 foca as relações entre empregadores e empregados

55% do público total tem emprego de tempo integral ou meio período (mas não é autônomo)

Sobreamostragem de empregados em companhias multinacionais: 500 entrevistados por país

RETROSPECTIVA DA CONFIANÇA

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Influência crescente das ONGs	Declínio do CEO-celebridade	Mídia espontânea com mais credibilidade do que a publicidade	Empresas dos EUA na Europa sofrem queda na confiança	Confiança desloca-se de “autoridades para pares”	“Pessoa comum” surge como porta-voz de credibilidade	Empresas são mais confiáveis do que governo e mídia	Jovens influenciadores têm mais confiança nas empresas	Empresas devem ser parceiras do governo para recuperar confiança

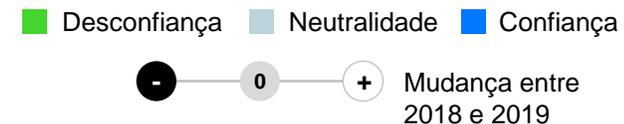
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Confiança agora é uma linha de negócio essencial	Ascensão de figuras de autoridade	Declínio do governo	Crise na liderança	Empresas devem liderar o debate sobre mudanças	Confiança é essencial para a inovação	Desigualdade crescente na confiança	Confiança em crise	Fake news e a batalha pela verdade	Confiança no trabalho



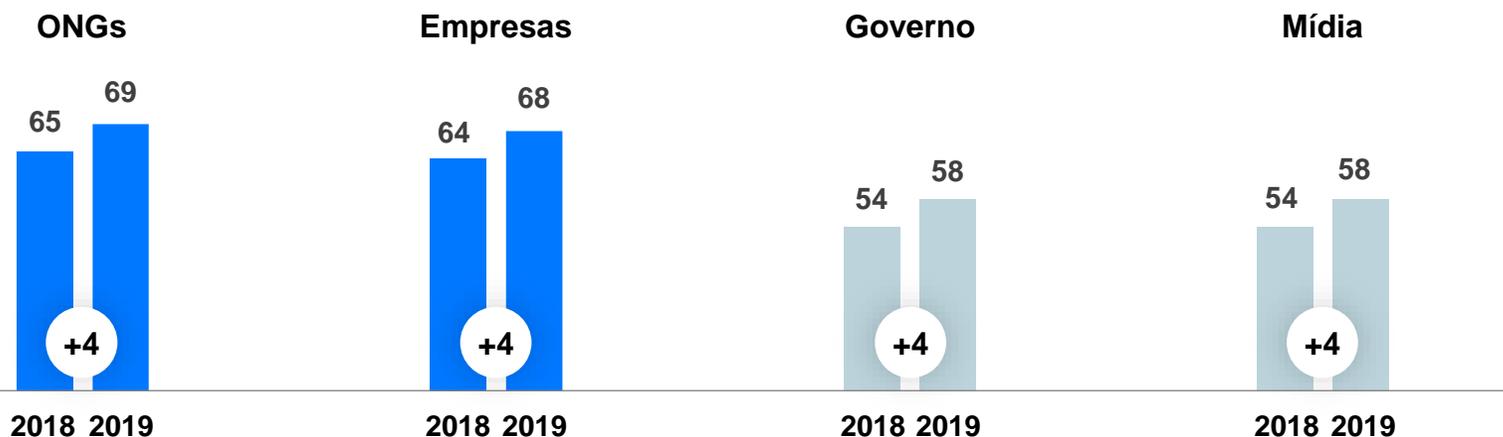
Mundo desconfiado

GOVERNO E MÍDIA SEGUEM NO PATAMAR DA DESCONFIANÇA

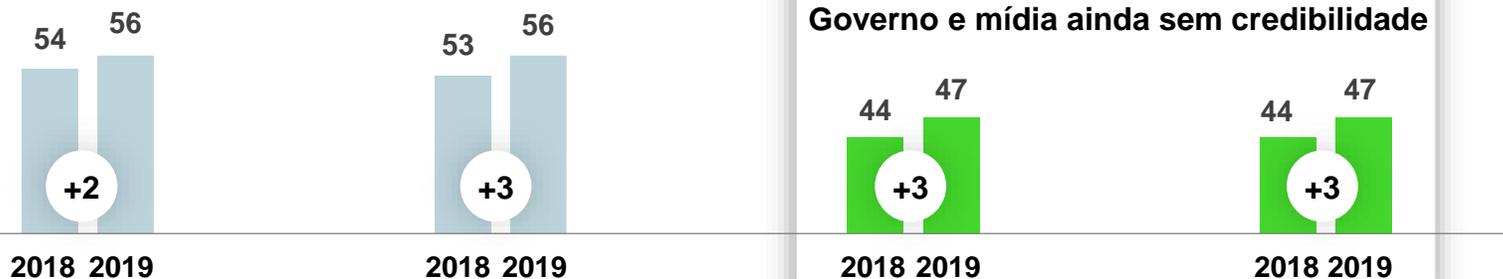
Porcentagem de confiança



△ Público informado



▲ Público total

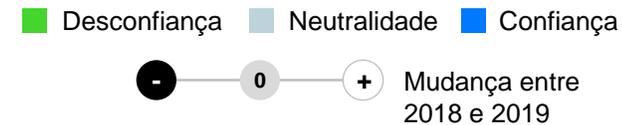


Governo e mídia ainda sem credibilidade

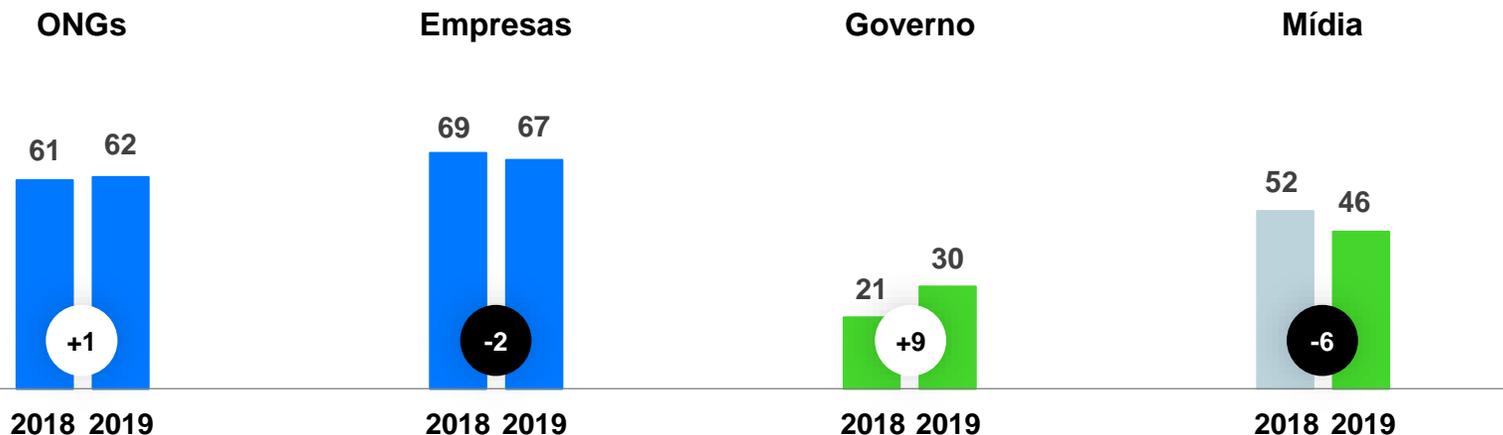
Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público informado e público total, média de 26 países.

NO BRASIL, CONFIANÇA NO GOVERNO SOBE 10 PONTOS, MAS NÃO ATINGE NEUTRALIDADE

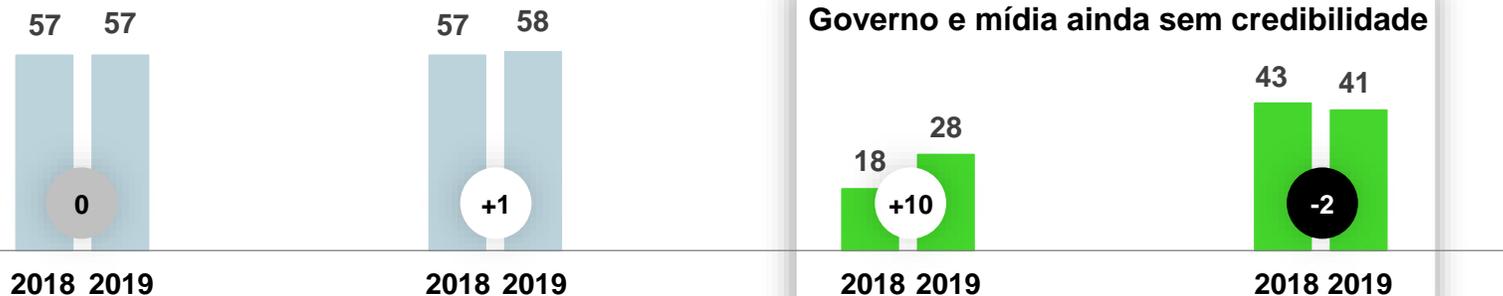
Porcentagem de confiança



△ Público informado



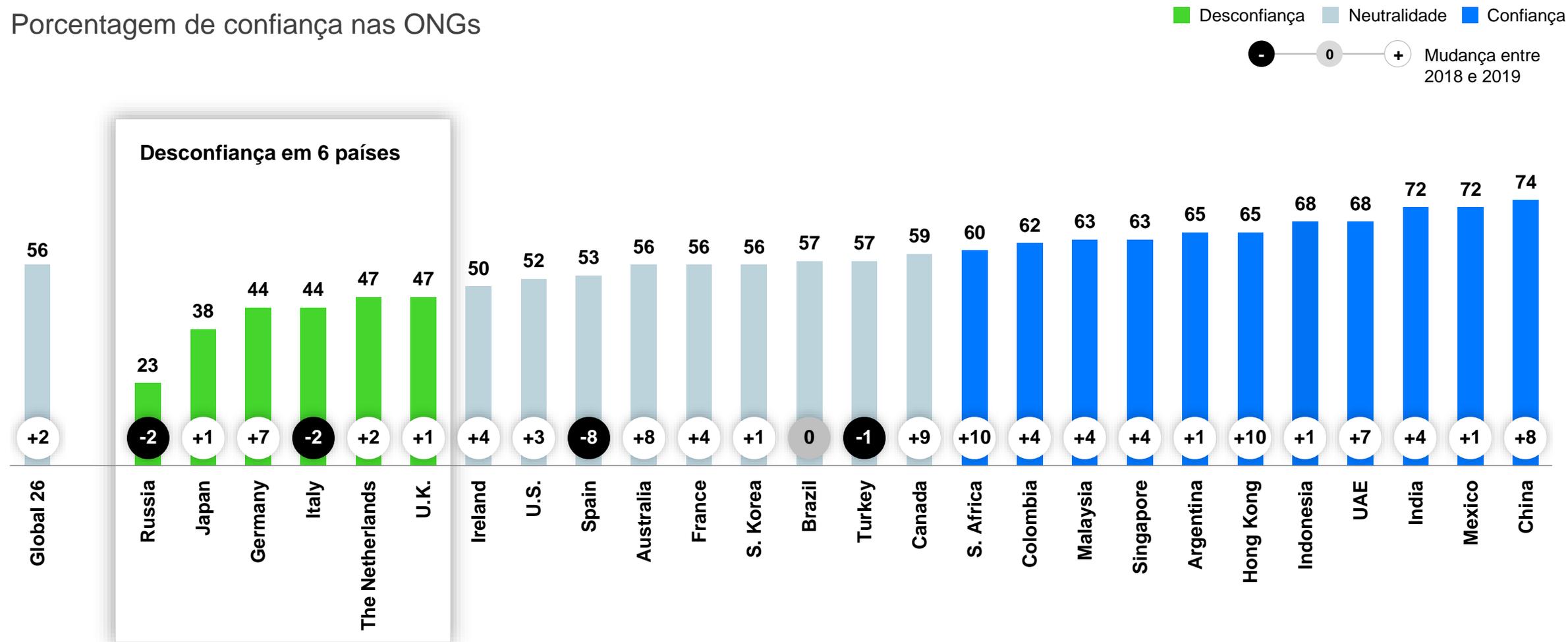
▲ Público total



Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público informado e público total, Brasil.

CONFIANÇA NAS ONGs AUMENTA EM 21 DE 26 PAÍSES

Porcentagem de confiança nas ONGs

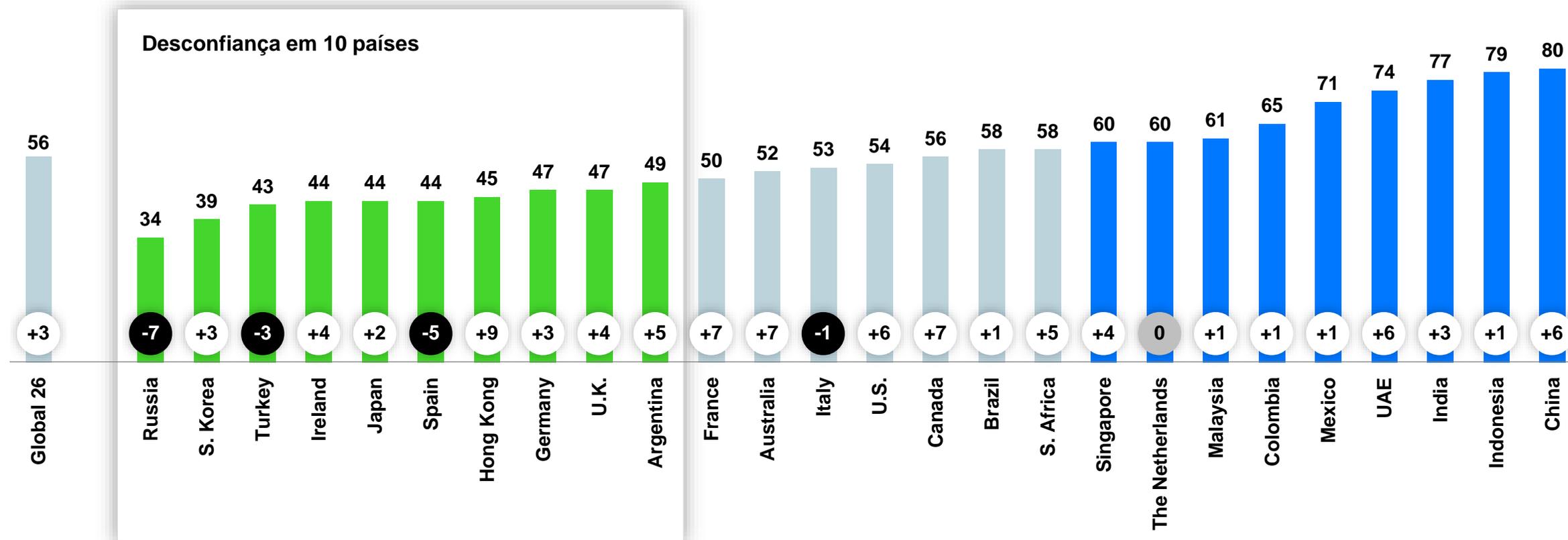


Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [ONGs EM GERAL] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 26 países.

CONFIANÇA NAS EMPRESAS AUMENTA EM 21 DE 26 PAÍSES

Porcentagem de confiança nas empresas

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança
 - 0 + Mudança entre 2018 e 2019



Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [EMPRESAS EM GERAL] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 26 países.

TODOS OS SETORES NO BRASIL TÊM TENDÊNCIA DE ALTA EM CINCO ANOS

Porcentagem dos que confiam em cada setor

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança

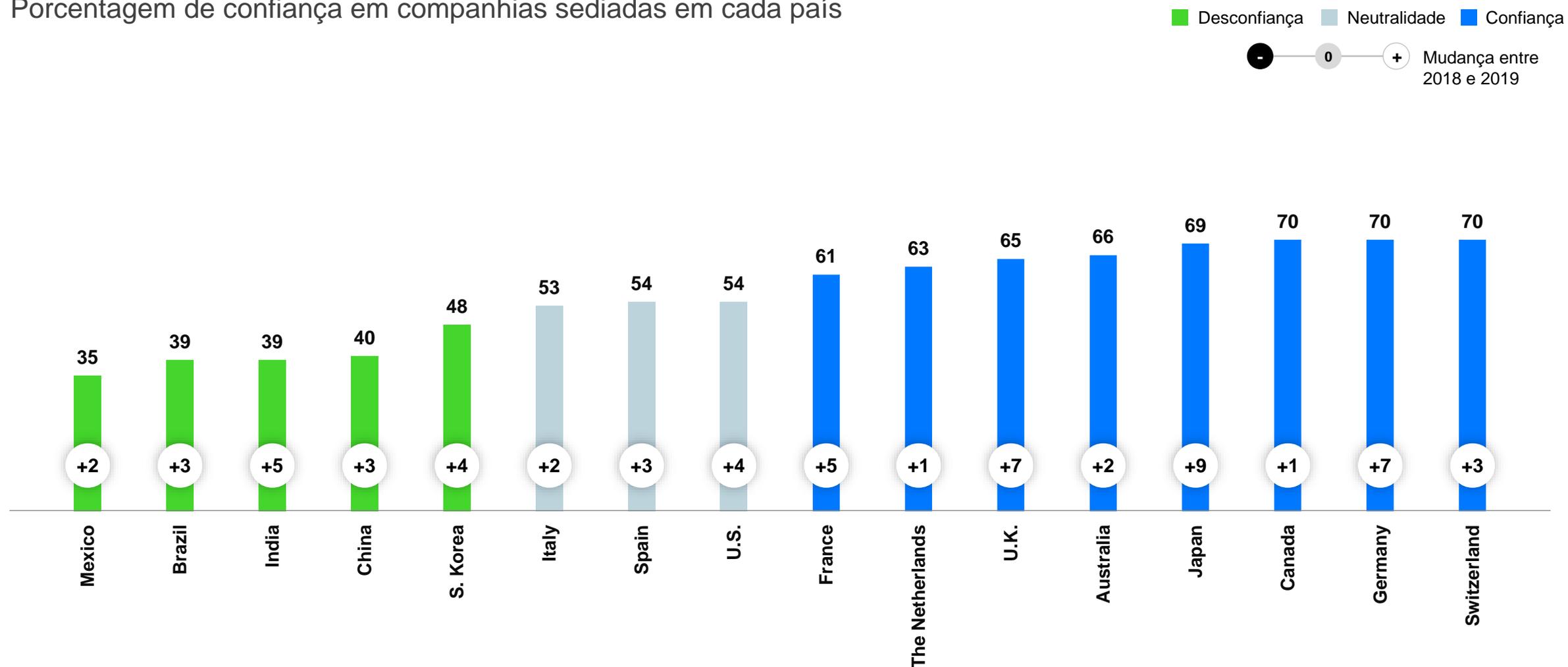
● - ● 0 ● + Mudança entre 2015 e 2019

Setor	2015	2016	2017	2018	2019	Tendência 5 anos
Tecnologia	81	83	82	86	87	+6
Automotivo	74	69	72	70	80	+6
Entretenimento	76	77	76	72	80	+4
Alimentos e bebidas	73	73	73	62	78	+5
Energia	65	56	68	66	72	+7
Bens de consumo	62	63	65	54	71	+9
Telecomunicações	60	57	63	56	68	+8
Serviços financeiros	56	56	62	53	66	+10
Saúde	-	44	55	51	59	n/a

Edelman Trust Barometer 2019. TRU_IND. Indique o quanto você confia que as empresas de cada um dos setores atue corretamente. Novamente, utilize a mesma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Setores mostrados para metade da amostra. Público total, Brasil.

ALTA NA CONFIANÇA EM MARCAS DE TODOS OS PAÍSES

Porcentagem de confiança em companhias sediadas em cada país



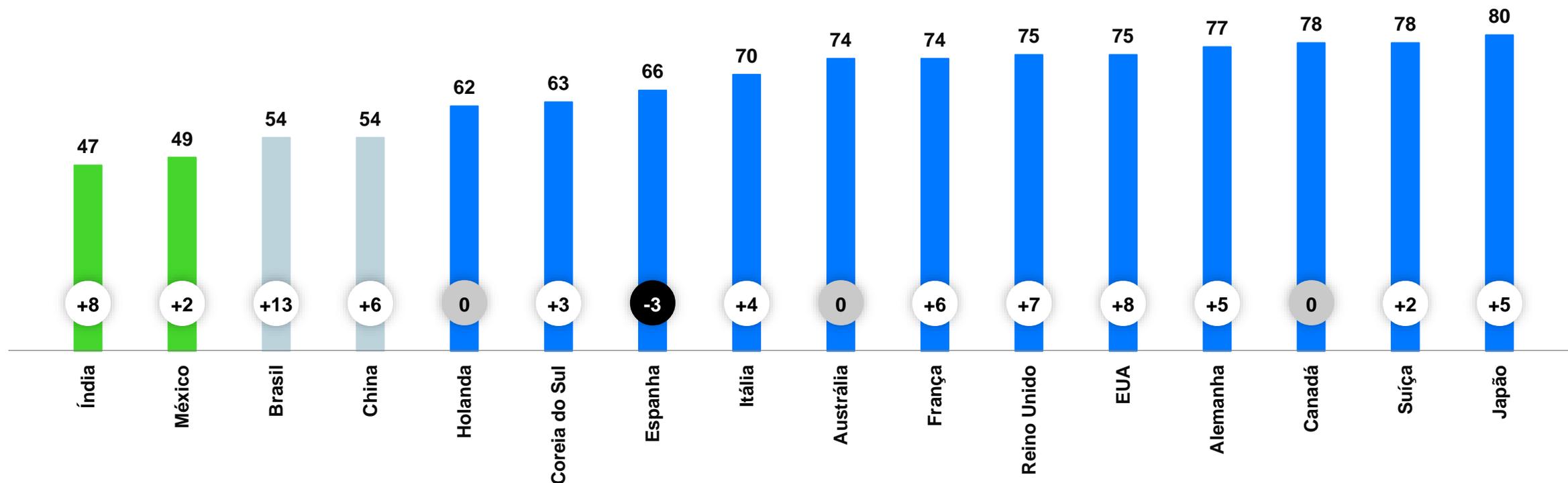
Edelman Trust Barometer 2019. TRU_NAT. Agora gostaríamos de focar as companhias globais sediadas em países específicos. Indique o quanto você confia que companhias globais sediadas nos seguintes países atuem corretamente. utilize a mesma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Países mostrados para metade da amostra. Público total, média de 26 países.

SOBE A CONFIANÇA DOS BRASILEIROS EM MARCAS DE 12 DE 16 PAÍSES

Porcentagem no Brasil dos que confiam em companhias sediadas em cada país

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança

● - 0 + Mudança entre 2018 e 2019

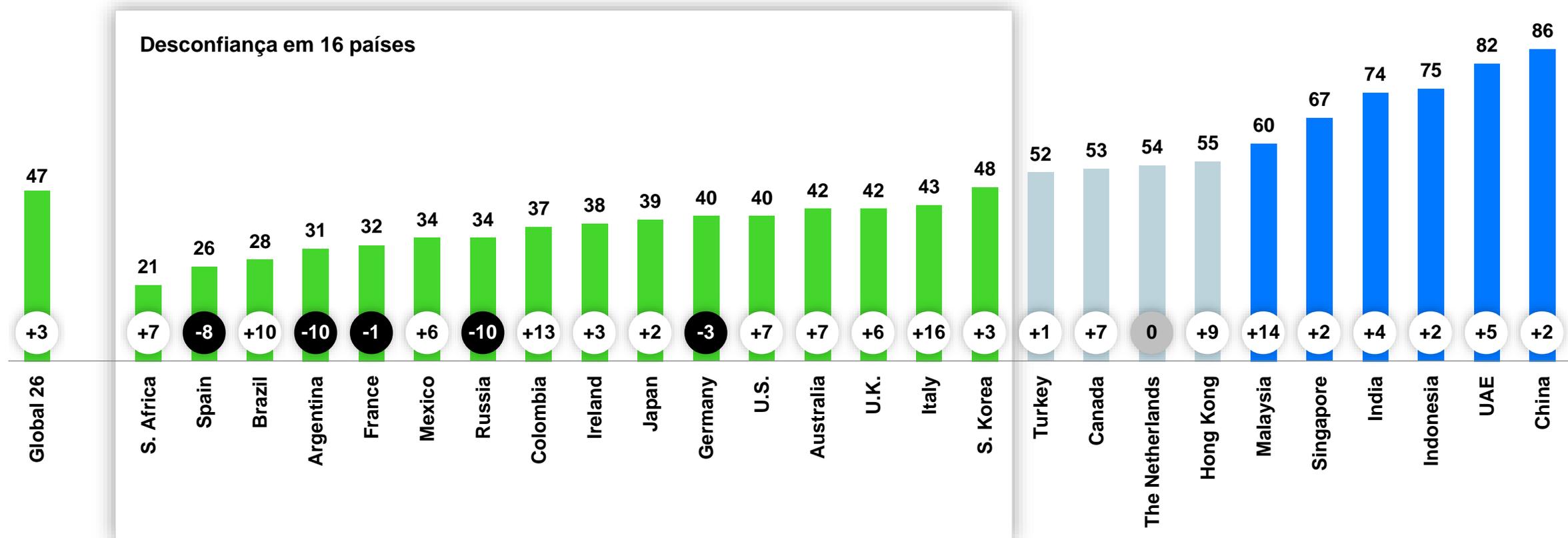


Edelman Trust Barometer 2019. TRU_NAT. Agora gostaríamos de focar as companhias globais sediadas em países específicos. Indique o quanto você confia que companhias globais sediadas nos seguintes países atuem corretamente. utilize a mesma escala de nove pontos, em que um significa que você "não confia de forma alguma" e nove significa que você "confia bastante". Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Países mostrados para metade da amostra. Público total, Brasil.

CONFIANÇA NO GOVERNO AUMENTA EM 20 DE 26 PAÍSES

Porcentagem de confiança no governo

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança
 - 0 + Mudança entre 2018 e 2019

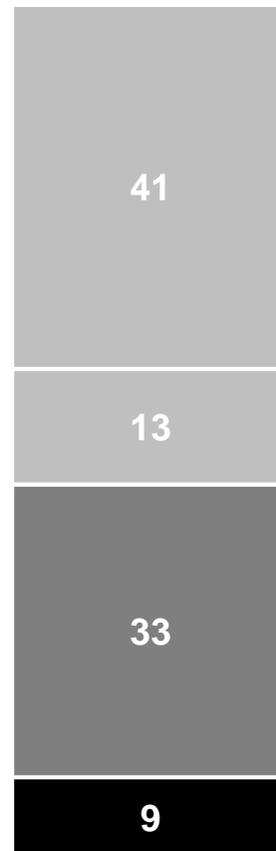


Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [GOVERNO EM GERAL] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 26 países.

PRIMEIRO TURNO ELEIÇÕES 2018 ELEITORES DIVERGEM SOBRE CONFIANÇA E CONFIRMAM POLARIZAÇÃO

Porcentagem dos eleitores brasileiros que votaram em vários partidos nas últimas eleições presidenciais. Dados coletados de outubro a novembro de 2018.

- Voto em:
- Voto em outros partidos (diferentes do PSL e PT)
- Voto branco/ nulo/ abstenções



	% Quem pretendia votar em cada candidato ou partido	Índice de Confiança entre esses eleitores	% Desses eleitores que acreditam que o sistema falhou com eles
Jair Bolsonaro (PSL)	41	42	49
Fernando Haddad (PT)	13	55	54
Voto em outros partidos	33	48	56
Voto branco/ nulo/ abstenções	9	43	54

- Confiança**
(60-100)
- Neutralidade**
(50-59)
- Desconfiança**
(1-49)

Eleitores de Bolsonaro menos confiantes

Eleitores de Haddad mais confiantes

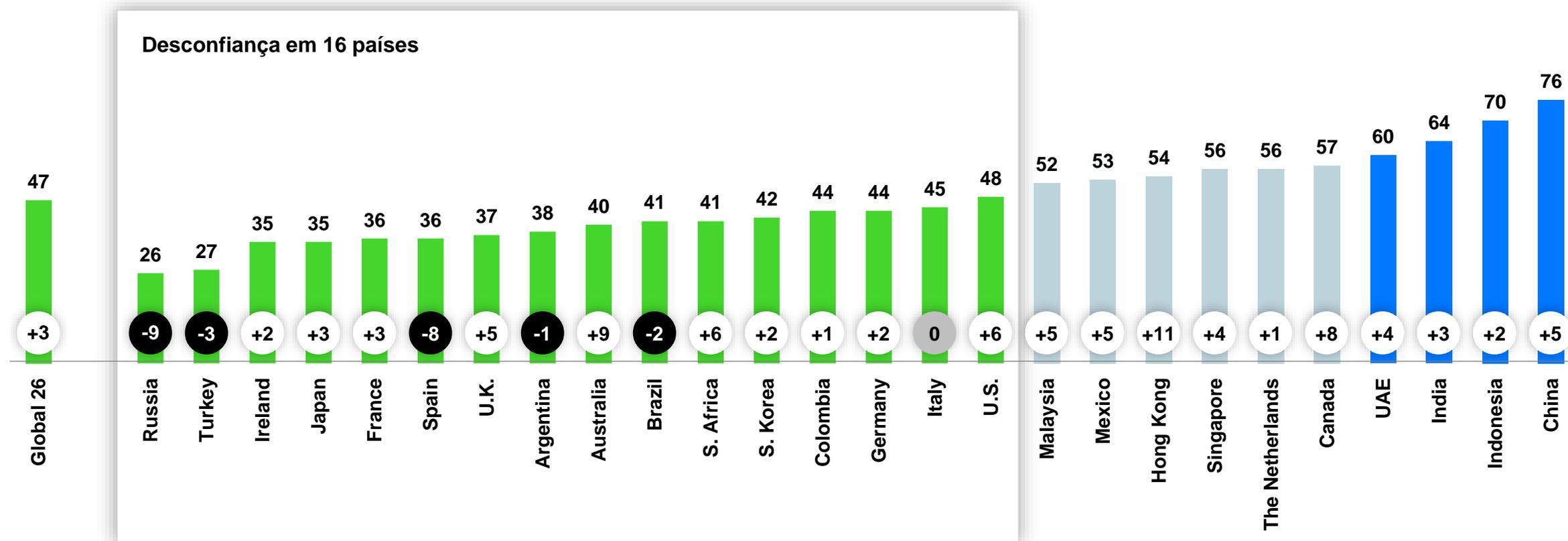
2019 Edelman Trust Barometer. Q30. Who did you vote for in the last national election? TRU_INS. Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right using a nine-point scale where one means that you "do not trust them at all" and nine means that you "trust them a great deal." 9-point scale; top 4 box, trust. "System failing" measure. For full details on how the "system failing" measure was calculated, please refer to the Technical Appendix. General population, Brazil.

CONFIANÇA NA MÍDIA SOBE, MAS CONTINUA A INSTITUIÇÃO MENOS CONFIÁVEL

Porcentagem de confiança na mídia

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança

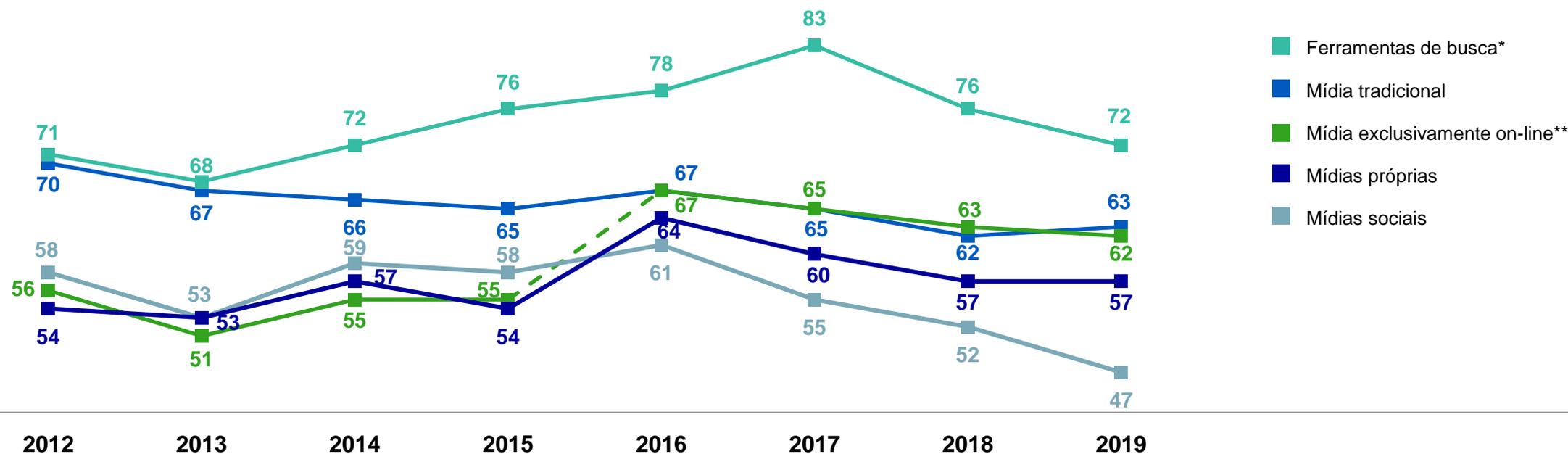
● - 0 + Mudança entre 2018 e 2019



Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [MÍDIA EM GERAL] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você "não confia de forma alguma" e nove significa que você "confia bastante". Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 26 países.

CONFIANÇA NAS FONTES DE NOTÍCIAS EM QUEDA

Porcentagem dos que confiam em cada fonte de notícias e informações gerais



Edelman Trust Barometer 2019. COM_MCL. Ao buscar notícias e informações gerais, quanto você confia em cada tipo de fonte para notícias e informações gerais? Utilize uma escala de 9 pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, Brasil. *De 2012 a 2015, “Ferramentas de Busca On-line” eram um tipo de mídia. Em 2016, alterou-se para “Ferramentas de Busca”. **De 2012 a 2015, “Mídia Híbrida” era um tipo de mídia. Em 2016, alterou-se para “Mídia Exclusivamente On-line”.

MAIORIA DOS PAÍSES SÃO DESCONFIADOS

Índice de confiança

Índice de confiança global sobe 3 pontos e agora é neutro

15 de 26 países são desconfiados, 3 a menos que em 2018

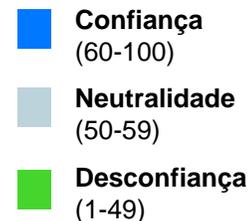
Edelman Trust Barometer 2019. O índice de confiança é a porcentagem média da confiança em ONGs, Empresas, Governo e Mídia. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você "não confia de forma alguma" e nove significa que você "confia bastante". Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confiança. Público total, média de 26 países.

▲ 2018 Público Total

49	Global 26
74	China
71	Indonésia
68	Índia
66	Emirados Árabes
58	Singapura
54	México
54	Holanda
53	Malásia
49	Canadá
47	Argentina
47	Colômbia
47	Espanha
46	Turquia
45	Hong Kong
44	Brasil
44	Coreia do Sul
43	Itália
43	EUA
41	Alemanha
40	Austrália
40	França
39	Reino Unido
38	Irlanda
38	África do Sul
37	Japão
36	Rússia

▲ 2019 Público Total

52	Global 26
79	China
73	Indonésia
72	Índia
71	Emirados Árabes
62	Singapura
59	Malásia
58	México
56	Canadá
55	Hong Kong
54	Holanda
52	Colômbia
49	EUA
48	Austrália
46	Argentina
46	Brasil
46	Itália
46	Coreia do Sul
45	África do Sul
45	Turquia
44	França
44	Alemanha
43	Reino Unido
42	Irlanda
40	Espanha
39	Japão
29	Rússia



Maiores mudanças



DESEQUILÍBRIO ENTRE POPULAÇÃO GERAL E PÚBLICO INFORMADO

Índice de confiança

Público total 14 pontos menos confiante

18 países com diferenças de dois dígitos na confiança

Edelman Trust Barometer 2019. O índice de confiança é a porcentagem média da confiança em ONGs, Empresas, Governo e Mídia. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você "não confia de forma alguma" e nove significa que você "confia bastante". Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público informado, média global de 27 mercados.

▲ 2019
Público Informado

▲ 2019
População Geral

Diferença
de
Confiança

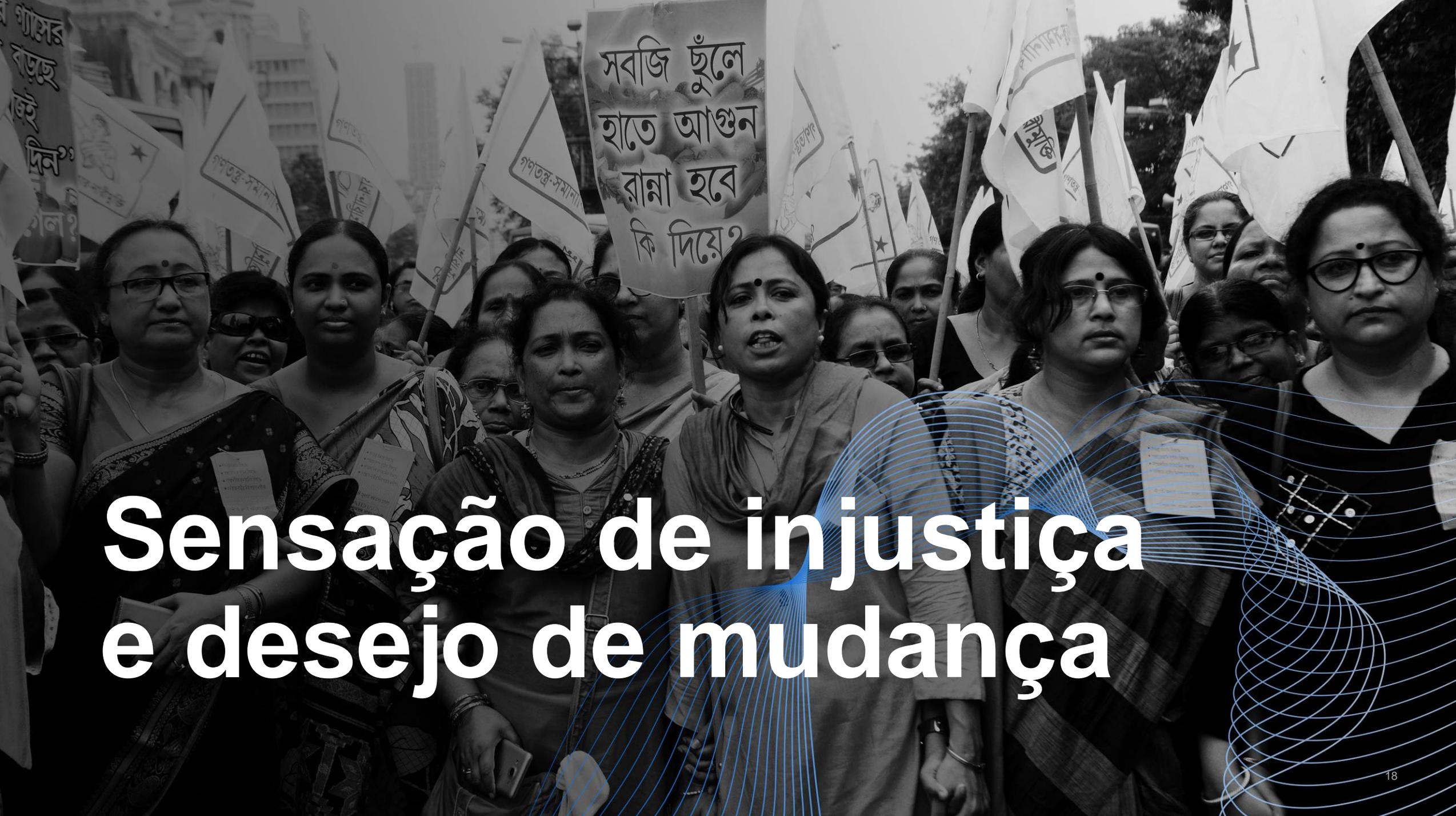
■ Confiança
(60-100)

■ Neutralidade
(50-59)

■ Desconfiança
(1-49)

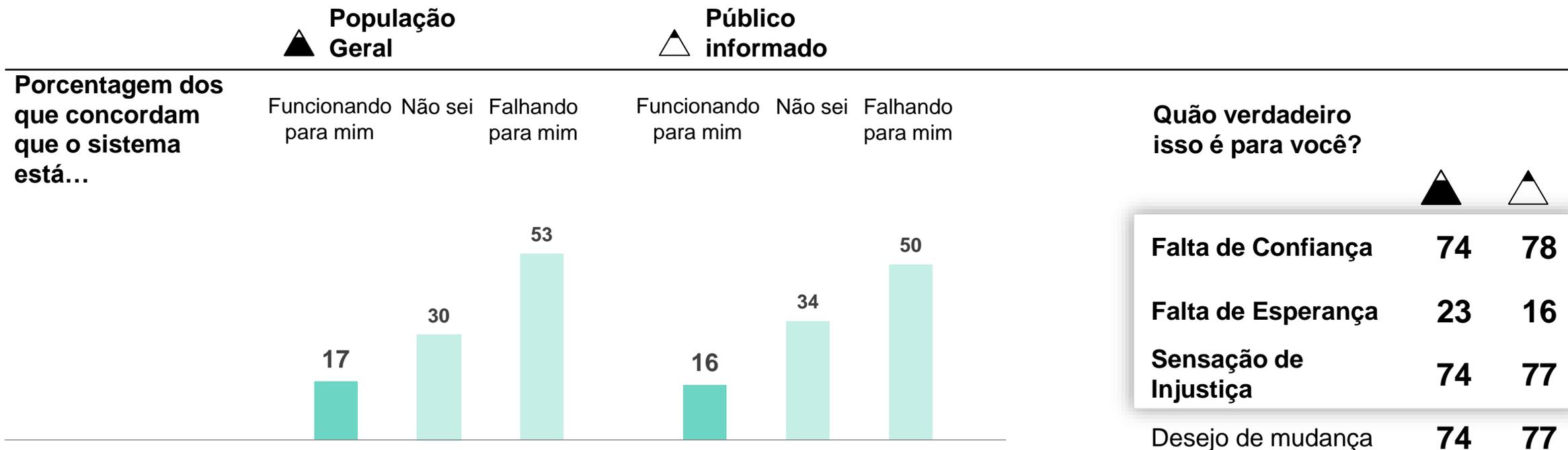
2019 Público Informado	2019 População Geral	Diferença de Confiança
64 Global 27	50 Global 27	14
88 China	76 China	12
84 Arábia Saudita	69 Indonésia	14*
83 Índia	69 Arábia Saudita	15
83 Indonésia	68 Emirados Árabes	15
83 Emirados Árabes	66 Índia	17*
74 Canadá	60 Singapura	9
70 Malásia	58 Malásia	12
69 Singapura	54 Canadá	20*
68 México	54 México	14
67 Holanda	54 Holanda	13
66 Hong Kong	52 Hong Kong	14
64 Reino Unido	51 Colômbia	5
61 Coreia do Sul	47 EUA	13
60 Alemanha	46 Austrália	13
60 EUA	46 Itália	7
59 Austrália	45 Argentina	8
59 França	44 África do Sul	9
56 Colômbia	44 Coreia do Sul	17*
53 Argentina	43 Brasil	8
53 Itália	42 Alemanha	18*
53 Japão	41 França	18
53 África do Sul	41 Irlanda	7
53 Turquia	41 Turquia	12
51 Brasil	40 Reino Unido	24*
48 Irlanda	39 Espanha	8
47 Espanha	37 Japão	16
35 Rússia	28 Rússia	7

*maior desigualdade na confiança já registrada



Sensação de injustiça e desejo de mudança

MAIORIA ESTÁ SEM ESPERANÇA E TEM SENSAÇÃO DE INJUSTIÇA



Edelman Trust Barometer 2019. Métrica “o sistema está falhando”. Para detalhes sobre como foi mensurado “o sistema está falhando”, consulte o apêndice técnico. POP_MDC. Segue abaixo uma lista de afirmações. Indique o quão verdadeira você acha cada afirmação, utilizando uma escala de 9 pontos, em que um significa “nada verdadeira” e nove significa “completamente verdadeira”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, verdadeira. Público informado e público total, Brasil. Sensação de injustiça é uma média de POP_MDC/1,2,3,8; Desejo de mudança é POP_MDC/9; Falta de confiança é POP_MDC/10; Falta de esperança é uma média de POP_MDC/18,19,20 [escore reverso].



PERDER O EMPREGO É MEDO GENERALIZADO

Porcentagem de empregados que se preocupam com o desemprego devido a cada questão

Não ter **formação e competências** para ter um emprego que pague bem

Automação e/ou outras **inovações** roubando seu emprego

Conflitos internacionais em torno de **regras e tarifas** prejudicarem a companhia para qual trabalha

Todos os empregados

73% 

59% 

64% 

55% 

66% 

57% 

Empregados de multinacionais

73% 

63% 

69% 

60% 

73% 

64% 

Edelman Trust Barometer 2019. POP_EMO. Algumas pessoas dizem se preocupar com muitas coisas, enquanto outras afirmam ter poucos receios. Queremos saber o que preocupa você. Especificamente, o quanto você se preocupa com cada uma das seguintes questões? Responda utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa “Não me preocupo de forma alguma” e nove significa “Estou extremamente preocupado com isso”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, preocupado. Pergunta feita a metade da amostra. Itens mostrados aos que estão empregados, mas não têm seu próprio negócio (Q43/1 E NÃO Q28/7). Público total, empregados e empregados de multinacionais, Global e Brasil.



**Fazendo a
mudança acontecer**

AS PESSOAS ESTÃO PRESSIONANDO POR MUDANÇAS



“Coletes amarelos” protestam por justiça econômica na França



Funcionários da Ford protestam contra fechamento de fábrica no ABC paulista



Funcionários da Odebrecht demonstram apoio à empresa durante Lava Jato

ALTA MASSIVA NO ENGAJAMENTO COM NOTÍCIAS

Com que frequência você se dedica às seguintes atividades relacionadas a notícias e informação?

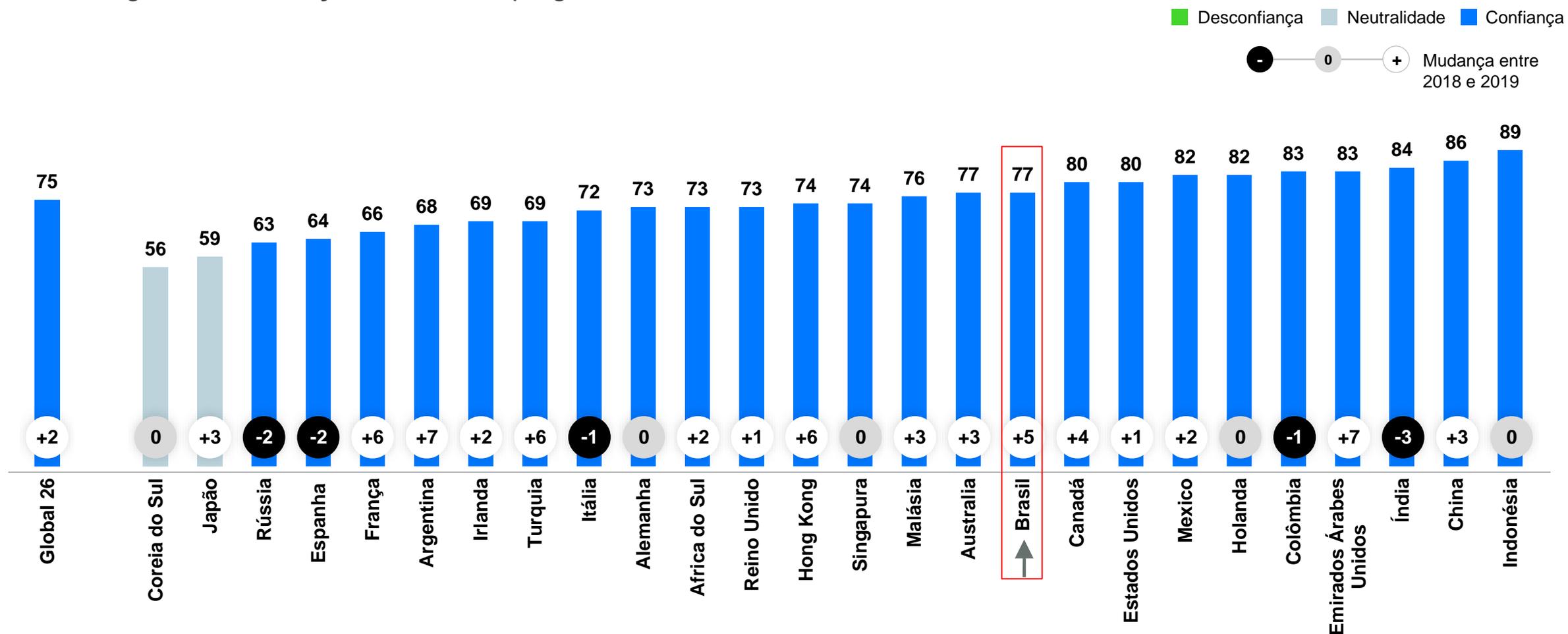




**Meu empregador:
parceiro confiável e
agente para mudança**

RELACIONAMENTO COM O EMPREGADOR É FENÔMENO GLOBAL

Porcentagem de confiança em “meu empregador”

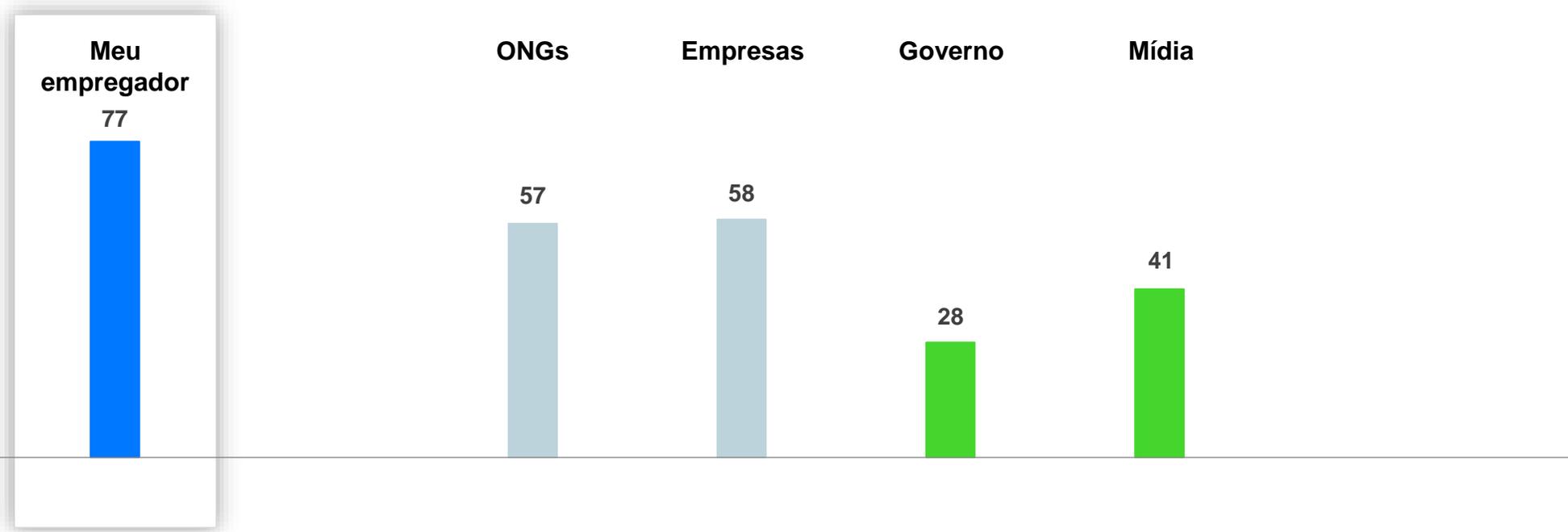


Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [SEU EMPREGADOR] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra dos que estão empregados, mas não são autônomos (Q206/1 OU 2 E NÃO Q421/8). Público total empregados, média de 26 países.

RELAÇÃO DE CONFIANÇA É MAIOR COM O EMPREGADOR

Porcentagem de confiança

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança



Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. “Seu empregador” incluído na lista para os que estão empregados, mas não são autônomos (Q206/1 OU 2 E NÃO Q421/8). Público total, Brasil.

INDEPENDENTE DO PÚBLICO, NÍVEL DE ESPERANÇA E GÊNERO, A CONFIANÇA NO EMPREGADOR É ALTA

■ Desconfiança ■ Neutralidade ■ Confiança

Porcentagem de confiança em “meu empregador”



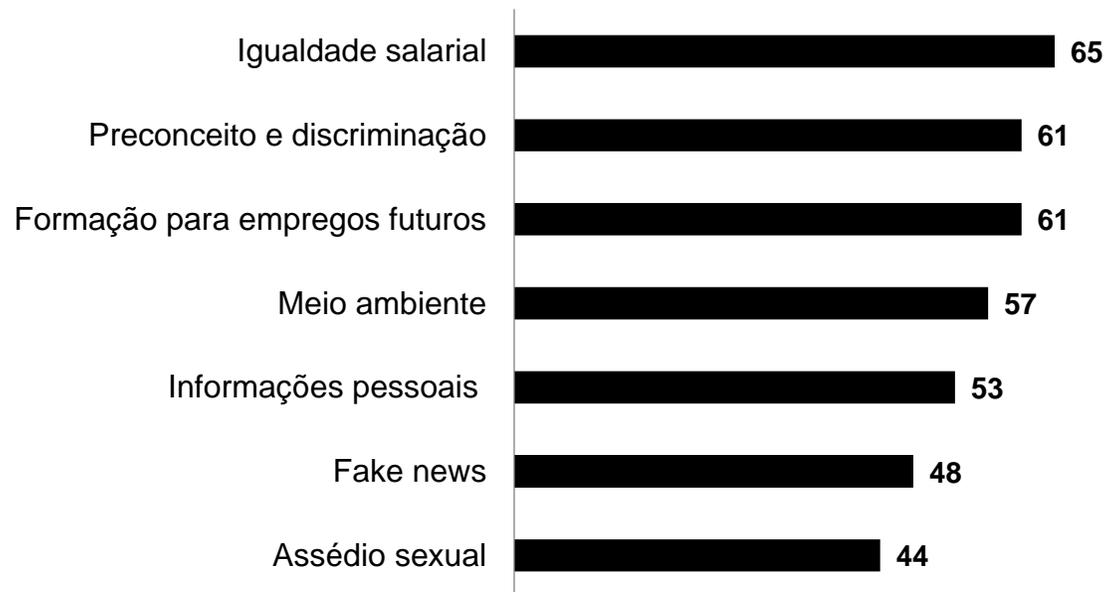
Edelman Trust Barometer 2019. TRU_INS. [SEU EMPREGADOR] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra dos que estão empregados, mas não são autônomos (Q206/1 OU 2 E NÃO Q421/8). Público total empregados, Brasil, por gênero, e escala “o sistema está falhando”. Para detalhes sobre como foi medido “o sistema está falhando”, consulte o Apêndice Técnico.

CEOS DEVEM LIDERAR MOVIMENTOS DE MUDANÇA EM TEMAS QUE INCLUEM DISCRIMINAÇÃO E ASSÉDIO

Porcentagem no Brasil dos que afirmam que os CEOs deveriam promover mudanças ao invés de esperar que o governo as imponha

73% 
13pts

Porcentagem dos que concordam que os CEOs podem gerar mudanças positivas em relação a:



ALÉM DO “BÁSICO”, EMPREGADOS ESPERAM QUE EMPREGADORES SE JUNTEM A ELES NA DEFESA DE QUESTÕES SOCIAIS E OS EMPODERE

Porcentagem dos empregados que esperam cada item de um potencial empregador

■ Importante

Você teria que **me pagar muito mais** para trabalhar em uma organização que não oferece isso

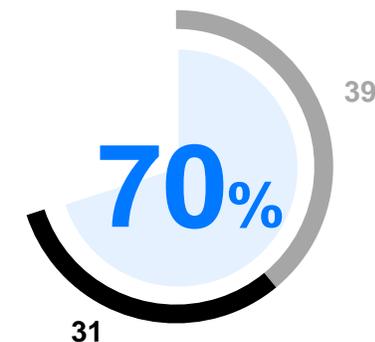
■ Essencial

Eu **nunca** trabalharia em uma organização que não oferece isso

Edelman Trust Barometer 2019. EMP_IMP. Ao considerar uma organização como um potencial local de emprego, quão importante é cada um dos itens abaixo para você decidir se aceitaria ou não um emprego nela? Pergunta feita aos que estão empregados, mas não têm seu próprio negócio (Q43/1 E NÃO Q28/7). Público total empregados, Brasil. Os dados (buckets) são a soma da média das respostas 1 & 2 para os itens que formam cada dimensão. Para a lista completa e detalhada de itens que entraram em cada uma das três dimensões, consulte o apêndice técnico.

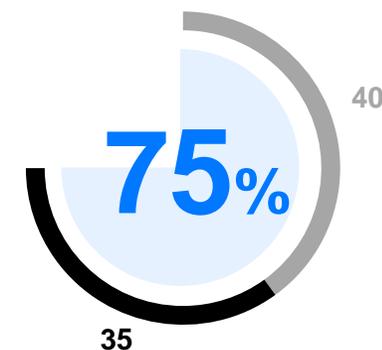
Propósito em comum

Meu empregador tem um propósito maior, e meu trabalho tem um impacto social significativo



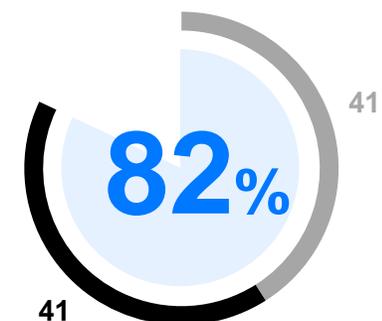
Empoderamento pessoal

Eu sei o que está acontecendo, faço parte o processo de planejamento, e tenho voz em decisões importantes; a cultura é guiada por valores e inclusiva



Oportunidades e identificação

Meu empregador oferece aumento salarial, treinamento, crescimento na carreira e um trabalho que acho interessante e gratificante



O EMPREGADOR É LEVADO A SÉRIO QUANDO SE POSICIONA

Porcentagem dos que concordam

Vejo meu empregador como uma fonte confiável de informações sobre problemas sociais e outros assuntos **sobre os quais não há consenso**

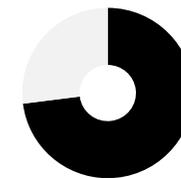
Todos os empregados

73%

Empregados de multinacionais

79%

Empregados brasileiros veem as empresas como confiáveis em relação à:



73%

Economia global



60%

Tecnologia

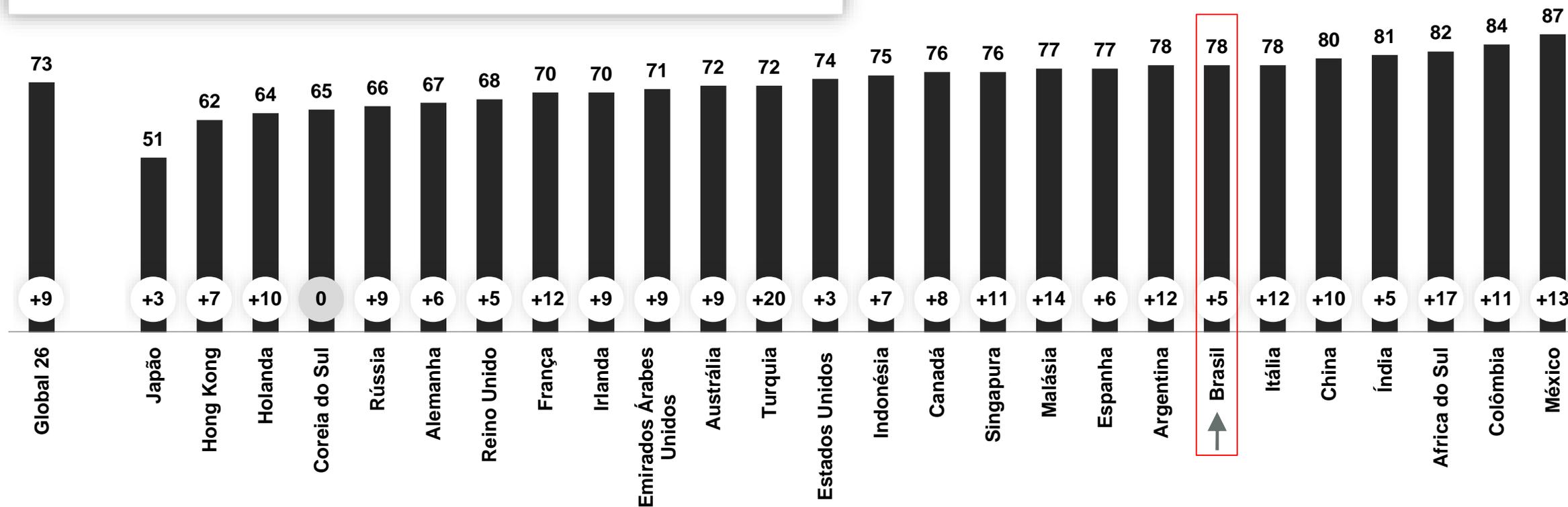
Edelman Trust Barometer 2019. EMP_ENG. Pensando em seu atual empregador, até que ponto você concorda com as seguintes frases? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, concordo. Pergunta feita aos que estão empregados, mas não têm seu próprio negócio(Q43/1 E NÃO Q28/7). Público total empregados e empregados de multinacionais, Brasil. BUS_SRC. Segue abaixo uma lista de assuntos e problemas sociais. Indique sobre quais deles você acredita que empresas em geral são uma fonte de informação confiável. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, Brasil, entre os que estão empregados, mas não seu próprio negócio (Q43/1 E NÃO Q28/7). "Economia" é uma combinação de BUS_SRC/3,7,8,9,10; "Tecnologia" é uma combinação de BUS_SRC/2,5,6,11.

EMPRESAS PODEM MELHORAR A SOCIEDADE – E SE DAR BEM

Porcentagem dos que concordam

“Uma companhia pode tomar atitudes que aumentem os lucros e, ao mesmo tempo, melhorem as condições econômicas e sociais nas comunidades onde opera”

● 0 ● + Mudança entre 2018 e 2019

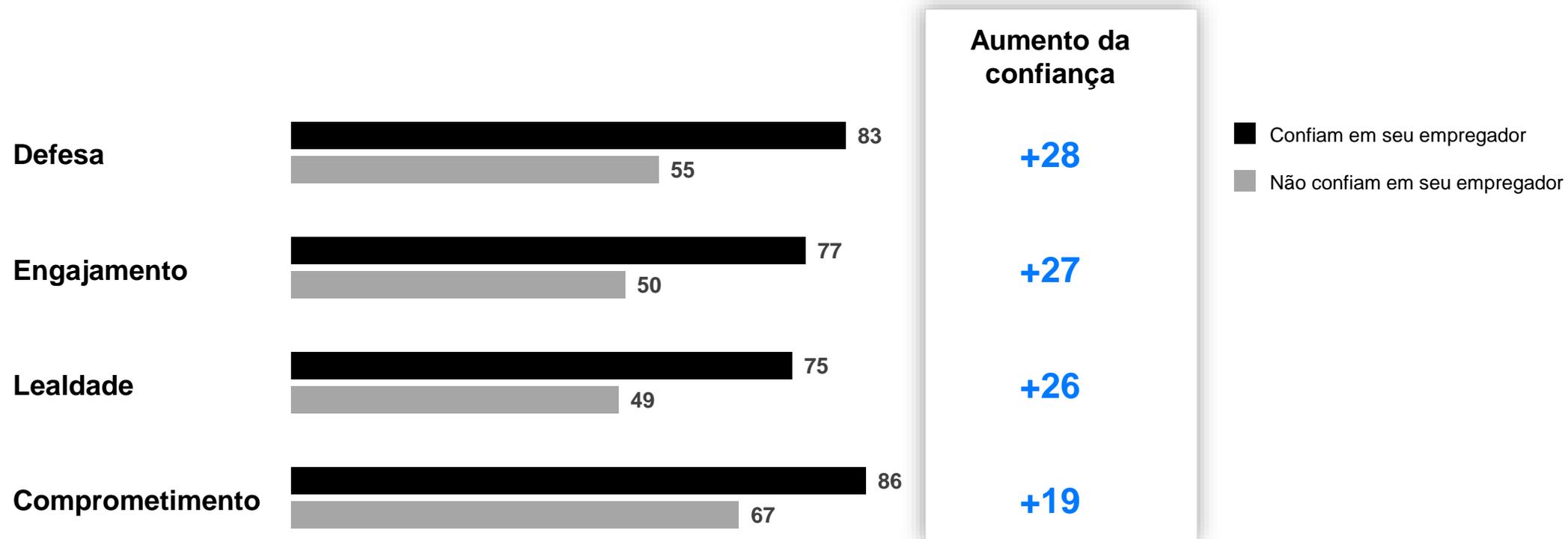




Confiança no trabalho: uma relação vantajosa

A CONFIANÇA FORTALECE A PARCERIA EMPREGADOR-EMPREGADO

Porcentagem de empregados que assumem esses tipos de comportamento em relação a seu empregador



Edelman Trust Barometer 2019. EMP_ENG. Pensando em seu atual empregador, até que ponto você concorda com as seguintes frases? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, concordo. Pergunta feita aos que estão empregados, mas não têm seu próprio negócio (Q43/1 E NÃO Q28/7). Público total empregados, Brasil, divididos entre os confiam no empregador (pontuações 6-9) e aqueles que não confiam (pontuações 1-5; 99). TRU_INS. [SEU EMPREGADOR] Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atua corretamente, utilizando uma escala de nove pontos, em que um significa que você “não confia de forma alguma” e nove significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita aos que estão empregados, mas não têm seu próprio negócio (Q43/1 E NÃO Q28/7). Público total empregados, Brasil. “Defesa” é a média de (EMP_ENG/3-5); “Lealdade” é a média de (EMP_ENG/1-2); “Engajamento” é a média de (EMP_ENG/10-15); “Comprometimento” é a média de (EMP_ENG/6-9). Para a lista completa de itens que entraram em cada dimensão de KPI do empregado, consulte o Apêndice Técnico.

INVESTIR NA CONFIANÇA DOS EMPREGADOS É INVESTIR EM SEU RESULTADO COMERCIAL

Porcentagem dos que concordam com as afirmações a seguir

“A forma como uma empresa trata seus empregados é um dos melhores indicadores de seu grau de confiabilidade”

78%

“Um boa reputação pode me fazer experimentar um produto, mas, se eu não conseguir confiar na companhia por trás dele, logo vou parar de comprar”

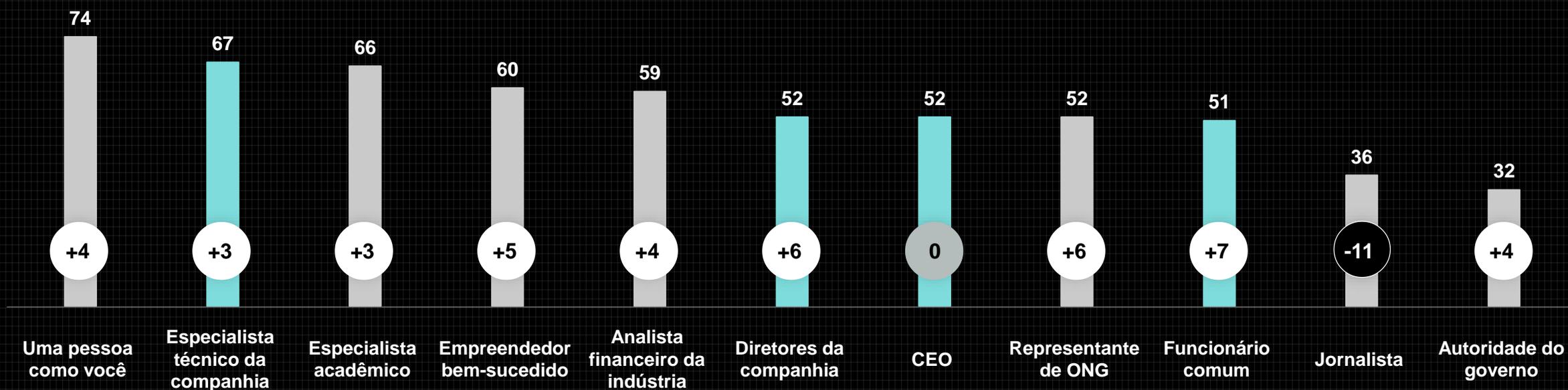
66%



DÊ VOZ AOS EMPREGADOS

Porcentagem no Brasil dos que classificam cada fonte como muito/extremamente confiável

■ Porta-vozes da companhia
○ - 0 + Mudança entre 2018 e 2019



Edelman Trust Barometer 2019. CRE_PPL. Segue abaixo uma lista de pessoas. Em geral, ao formar uma opinião sobre uma companhia, se você obtivesse informações sobre a companhia de cada uma dessas pessoas, o quão confiáveis essas informações seriam – extremamente confiáveis, muito confiáveis, um pouco confiáveis ou não confiável de forma alguma. Escala de 4 pontos; 2 primeiros, confiáveis. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, Brasil.



Nova dinâmica empregador-empregado

CAMINHOS PARA CONSTRUIR CAPITAL DE CONFIANÇA

Lidere a mudança

- Seja ambicioso
- Responda aos receios gerados por mudanças de impacto pessoal
- Forme a força de trabalho do futuro

Empodere os empregados

- Dê voz a eles
- Crie oportunidades de ações conjuntas
- Compartilhe informação

Comece localmente

- Resolva os problemas em “casa”
- Melhore as condições sociais das comunidades locais nas quais opera

Liderança do CEO

- Viva os valores da empresa
- Envolver-se diretamente
- Seja visível e mostre comprometimento pessoal, dentro e fora da organização



Apêndice Técnico

Edelman Trust Barometer 2019

SUMÁRIO

Apêndice Técnico

1. Por que a Edelman estuda a confiança

2. Metodologia

3. A amostra

4. Como mensuramos a crença no sistema

5. Como mensuramos o engajamento com notícias

6. Como mensuramos as expectativas dos empregados

7. Como definimos a relação entre desempenho do empregador relativo às expectativas dos empregados e confiança

8. Como calculamos o ROI da confiança dos empregados

9. Como organizações podem mensurar e administrar sua confiabilidade?

10. A equipe do Edelman Trust Barometer

19ª PESQUISA ANUAL EDELMAN TRUST BAROMETER

Metodologia

Pesquisa on-line em 27 países

+33.000 de entrevistados no total

Todo o trabalho de campo foi realizado entre 19 de outubro e 16 de novembro de 2018

Margem de erro global de dados em 27 países: Público total +/- 0,6% (N=31.050), público informado +/- 1,3% (N=6.000), público geral +/- 0,6% (26.000+), metade da amostra global do público total on-line +/- 0,8 (N=15.525).

Margem de erro dos dados específicos de cada país: Público total +/- 2,9 (N=1.150), público informado +/- 6,9% (N=min 200, varia de acordo com o país, China e EUA +/- 4,4% (N=500), público geral +/- 3,0 a 3,6 (N =min 739, varia de acordo com o país).

Margem de erro Trabalhadores: 27 países = +/- 0,8% (N=16.944)
De cada país = +/- 3,2 a 4,6% (N=min 446, varia de acordo com o país)

População Total On-line

1.150 entrevistados por país

Idade +18

Todos os slides mostram dados do público total on-line, exceto quando indicado de outra forma



Público Informado

500 entrevistados nos EUA e na China;
200 em todos os outros países

Representa 16% do público total

4 critérios:

- Faixa etária entre 25 e 64
- Formação universitária
- Ester entre os 25% de maior renda familiar por grupo etário de cada país
- Relatar consumo significativo de mídia e engajamento em notícias sobre políticas públicas e negócios

População Geral

O público total, excluído o público informado

Representa 84% do público total

2019 foca as relações entre empregadores e empregados

55% do público total tem emprego de tempo integral ou meio período (mas não é autônomo)

Sobreamostragem de empregados em companhias multinacionais: 500 entrevistados por país

TAMANHO DA AMOSTRA, COTAS E MARGEM DE ERRO

	Público Total			Público Informado		
	Tamanho da amostra*	Cotas determinadas**	Margem de erro	Tamanho da amostra*	Cotas determinadas***	Margem de erro
Global	31.050	Idade, Gênero, Região	+/- 0,6% amostra total +/- 0,8% metade da amostra	6.000	Idade, Escolaridade, Gênero, Renda	+/- 1,2% amostra total +/- 1,8% amostra repartida
China e EUA	1.150	Idade, Gênero, Região	+/- 2,9% total sample +/- 4,1% metade da amostra	500	Idade, Escolaridade, Gênero, Renda	+/- 4,4% amostra total +/- 6,2% amostra repartida
Todos os outros países	1.150	Idade, Gênero, Região	+/- 2,9% total sample +/- 4,1% metade da amostra	200	Idade, Escolaridade, Gênero, Renda	+/- 6,9% amostra total +/- 9,8% amostra repartida

* Algumas perguntas foram feitas a apenas metade da amostra. Consulte as notas de rodapé de cada página para mais informações.

** Nos EUA, no Reino Unido e nos Emirados Árabes, houve cotas adicionais de etnia.

*** Nos Emirados Árabes, houve cotas adicionais de etnia.

IDIOMAS E PENETRAÇÃO DA INTERNET, POR PAÍS

O Edelman Trust Barometer é uma pesquisa on-line. Em países desenvolvidos, uma amostra on-line com representatividade nacional reflete bem a população total. Em países com níveis mais baixos de penetração da internet, uma amostra on-line com representatividade nacional será de uma população mais abastada e urbana e com maior escolaridade do que a população total.

	Idiomas	Penetração da internet*		Idiomas	Penetração da internet*		Idiomas	Penetração da internet*
Global	-	55%	Índia	Hindi e inglês	34%	Singapura	Inglês e chinês simplificado	84%
Argentina	Espanhol regional	79%	Indonésia	Indonésio	50%	África do Sul	Inglês e africâner	54%
Austrália	Inglês	88%	Irlanda	Inglês	93%	Coreia do Sul	Coreano	93%
Brasil	Português	66%	Itália	Italiano	92%	Espanha	Espanhol	93%
Canadá	Inglês e francês canadense	90%	Japão	Japonês	93%	Turquia	Turco	68%
China	Chinês simplificado	57%	Malásia	Malaio	79%	Emirados Árabes	Árabe e inglês	98%
Colômbia	Espanhol regional	58%	México	Espanhol regional	65%	Reino Unido	Inglês	95%
França	Francês	93%	Holanda	Holandês e inglês	96%	EUA	Inglês	88%
Alemanha	Alemão	96%	Rússia	Russo	76%			
Hong Kong	Inglês e chinês tradicional	87%	Arábia Saudita	Árabe e inglês	90%			

*Fonte dos dados: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (30 de junho de 2018 para países da Ásia e do Oriente Médio; dezembro de 2017 para países da Europa e América do Norte)

COMO MENSURAMOS A CRENÇA NO SISTEMA?

Quatro dimensões foram avaliadas para determinar se os entrevistados acreditam que o sistema está falhando com eles ou não:

- 1) Uma **sensação de injustiça** que vem da percepção de que as elites da sociedade cooptaram o sistema para benefício próprio às custas das pessoas comuns,
- 2) Uma **falta de esperança** de que o futuro será melhor para você e sua família,
- 3) Uma **falta de confiança** nos líderes das instituições da sociedade para que solucionem os problemas do país, e
- 4) Um **desejo de** reformadores vigorosos em posições de poder, que sejam capazes de promover as **mudanças** necessárias.

As pontuações totais de percepção do sistema foram calculadas tirando a média das pontuações dos nove itens.

Os entrevistados foram categorizados em três segmentos com base em suas pontuações médias:

- Aqueles com média 6,00 ou mais acreditam que o **sistema está falhando** com eles
- Aqueles com média entre 5,00 e 5,99 foram classificados como **não sei**
- Aqueles com média abaixo de 5,00 acreditam que o **sistema está funcionando**

Pediu-se aos entrevistados:

Indique o quão **verdadeira** você acha cada afirmação, utilizando uma escala de 9 pontos, em que um significa “**nada verdadeira**” e nove significa “**completamente verdadeira**”.

Itens de Sensação de injustiça

“As elites que dirigem nossas instituições não têm contato com pessoas comuns” POP_MDCr8

“As elites que dirigem nossas instituições são indiferentes à vontade da população” POP_MDCr1

“Enquanto as pessoas comuns lutam para pagar as contas, as elites estão ficando mais ricas do que merecem” POP_MDCr2

“O sistema é parcial em detrimento pessoas comuns e em prol dos ricos e poderosos” POP_MDCr3

Itens da Falta de esperança

“Meu trabalho duro será recompensado” (escore reverso) POP_MDCr18

“Meus filhos terão uma vida melhor que a minha” (escore reverso) POP_MDCr19

“O país está na direção certa” (escore reverso) POP_MDCr20

Item da Falta de Confiança

“Não acredito que nossos líderes atuais conseguirão responder aos desafios de nosso país” POP_MDCr10

Item do Desejo de mudança

“Precisamos de reformadores vigorosos em posições de poder para promover as mudanças necessárias” POP_MDCr9

COMO DEFINIMOS OS SEGMENTOS DE ENGAJAMENTO COM NOTÍCIAS?

Os três segmentos de engajamento com notícias mostrados na página 22 do relatório global (Desengajados, Consumidores e Amplificadores) foram definidos com base em duas escalas.

A primeira escala mensurou o consumo de notícias e a segunda mensurou o compartilhamento e a postagem de conteúdo noticioso. Ambas as escalas basearam-se na média das duas ações, classificadas em uma escala de 7 pontos sobre a frequência com que o entrevistado se engajava nessas ações. Utilizamos as duas escalas juntas para determinar três níveis de engajamento geral com notícias.

Descobrimos que era muito pouco provável que aqueles com alta pontuação na escala de compartilhamento/postagem tivessem baixa pontuação na escala de consumo, e que aqueles com baixa pontuação na escala de consumo tivessem alta pontuação na escala de compartilhamento/postagem.

Como resultado, apesar de haver quatro combinações possíveis de alta/baixa pontuação nas duas escalas, optamos por segmentar os entrevistados em apenas três grupos, conforme abaixo.

	Consumo	Compartilhamento e postagem
Desengajados	Menos de uma vez por semana	Menos de várias vezes por mês
Consumidores	Cerca de uma vez por semana ou mais	Menos de várias vezes por mês
Amplificadores	Cerca de uma vez por semana ou mais	Várias vezes por mês ou mais

Itens da Escala de Consumo de Notícias

- Ler, ver ou ouvir notícias e informações produzidas por grandes organizações ou veículos de comunicação na fonte original
- Ler notícias e informações de grandes organizações enviadas para mim por terceiros ou que aparecem para mim em um *feed* de notícias, plataforma de mídia social ou aplicativo

Itens da Escala de Compartilhamento/Postagem de conteúdo noticioso

- Compartilhar ou encaminhar notícias que acho interessantes
- Criar e postar minhas próprias opiniões ou outros conteúdos noticiosos/informativos em plataformas de mídias sociais ou outros sites on-line

Alternativas de Escala de Frequência das ações

- Nunca faço isso
- Faço isso às vezes
- Faço isso várias vezes por mês
- Faço isso uma vez por semana
- Faço isso várias vezes por semana
- Faço isso uma vez por dia
- Faço isso várias vezes por dia

COMO MENSURAMOS AS EXPECTATIVAS DOS EMPREGADOS?

Identificamos três dimensões de expectativas de empregados:

- 1) **Oportunidades profissionais:** Meu empregador oferece bons salários, treinamento, crescimento na carreira e experiências interessantes de trabalho
- 2) **Empoderamento pessoal:** Eu sei o que está acontecendo, participo do processo de planejamento e tenho voz em decisões-chave; a cultura é guiada por valores e inclusiva
- 3) **Ação conjunta:** Meu empregador tem um propósito maior, e meu trabalho tem um impacto social significativo

Perguntou-se aos entrevistados:

Ao considerar uma organização como um potencial local de emprego, quão importante é cada um dos itens abaixo para você decidir se aceitaria ou não um emprego nela?

Muito importante: Eu nunca trabalharia numa organização que não tem essa característica.

Importante: Salário ou benefícios precisariam estar bem acima de minhas outras opções para compensar por esta não ser uma característica da organização.

Não muito importante: Seria bom ter isso, mas não é muito importante para mim

Itens de Oportunidades Profissionais

- Oferece programas de treinamento para ajudar os empregados a manter suas competências atualizadas
- Há muitas oportunidades para que eu suba dentro da organização
- Garante que os salários de seus empregados acompanhem os aumentos no custo de vida ao longo do tempo
- Oferece experiências de trabalho interessantes e valiosas

Itens de Empoderamento Pessoal

- Os empregados de todos os níveis dentro da organização refletem a diversidade dos clientes e da comunidade a que ela atende
- A gerência sempre conta a verdade aos empregados
- A organização se recusa a promover ou recompensar pessoas que não correspondam a seus valores, mesmo que elas desempenhem bem em outros quesitos
- A gerência se comunica regularmente com os empregados sobre o que está acontecendo dentro da organização
- As ações do CEO incorporam os valores da organização
- Facilita que os empregados deem opiniões e feedback para a gerência
- Inclui empregados no processo de planejamento e desenvolvimento de estratégia

Itens de Ação Conjunta

- Meu emprego me dá oportunidades de me engajar em atividades que ajudam a solucionar problemas sociais ou apoiar a comunidade local
- A organização tem um propósito maior, que eu entendo e apoio
- O CEO fala publicamente sobre questões sociais e políticas controversas com as quais me importo
- Meus valores são refletidos na maneira como a organização encaminha seus negócios
- Eu teria oportunidade de fazer trabalhos que definirão o futuro da sociedade de maneira significativa
- Se seus empregados contestassem, meu empregador interromperia práticas comerciais específicas ou pararia de trabalhar com certas organizações

COMO DEFINIMOS A RELAÇÃO ENTRE DESEMPENHO DO EMPREGADOR E CONFIANÇA?

Perguntou-se aos entrevistados:

Pensando em seu empregador atual, até que ponto você **concorda** com as seguintes afirmações? As respostas foram dadas em uma escala de 9 pontos, de Concordo a Discordo.

A resposta às expectativas foi calculada a partir de uma pontuação de 0 a 3 em cada uma das dimensões de expectativa (Oportunidades profissionais, Empoderamento pessoal e Ação conjunta) e, então, somando-se essas pontuações nas três dimensões. Assim, a nota do empregador em termos de atendimento às expectativas pode variar de 0 a 9.

Dentro de uma dimensão específica, se a pontuação média do empregador em todos os itens ficou entre 0 e 4,99, ele recebeu nota zero, ou seja, não atendeu nessa dimensão. Se a pontuação média de um empregador em todos os itens ficou entre 5,00 e 5,99, ele recebeu nota um, ou seja, não atendeu com consistência nessa dimensão. Se a pontuação média de um empregador em todos os itens ficou entre 6,00 e 7,49, ele recebeu nota dois, ou seja, atendeu nessa dimensão. Se a pontuação média de um empregador em todos os itens ficou entre 7,50 e 9,00, ele recebeu nota três, ou seja, atendeu fortemente nessa dimensão.

O gráfico baseia-se no cálculo da confiança média forte (2 primeiros) e fraca (3º e 4º) entre os empregadores que pontuaram de 0 a 9 em termos de atendimento às expectativas.

Itens de Oportunidades Profissionais

- Oferece programas de treinamento para ajudar os empregados a manter suas competências atualizadas
- Há muitas oportunidades para que eu suba dentro da organização
- Garante que os salários de seus empregados acompanhem os aumentos no custo de vida ao longo do tempo
- Oferece experiências de trabalho interessantes e valiosas

Itens de Empoderamento Pessoal

- Os empregados de todos os níveis dentro da organização refletem a diversidade dos clientes e da comunidade a que ela atende
- A gerência sempre conta a verdade aos empregados
- A organização se recusa a promover ou recompensar pessoas que não correspondam a seus valores, mesmo que elas desempenhem bem em outros quesitos
- A gerência se comunica regularmente com os empregados sobre o que está acontecendo dentro da organização
- As ações do CEO incorporam os valores da organização
- Facilita que os empregados deem opiniões e feedback para a gerência
- Inclui empregados no processo de planejamento e desenvolvimento de estratégia

Itens de Ação Conjunta

- Meu emprego me dá oportunidades de me engajar em atividades que ajudam a solucionar problemas sociais ou apoiar a comunidade local
- A organização tem um propósito maior, que eu entendo e apoio
- O CEO fala publicamente sobre questões sociais e políticas controversas com as quais me importo
- Meus valores são refletidos na maneira como a organização encaminha seus negócios
- Eu teria oportunidade de fazer trabalhos que definirão o futuro da sociedade de maneira significativa
- Se seus empregados contestassem, meu empregador interromperia práticas comerciais específicas ou pararia de trabalhar com certas organizações

COMO CALCULAMOS O ROI DA CONFIANÇA DO EMPREGADO?

Quatro dimensões de KPI dos funcionários foram analisadas para determinar a natureza do dividendo de confiança para o empregador:

- 1) Lealdade
- 2) Defesa
- 3) Comprometimento
- 4) Engajamento

Perguntou-se aos entrevistados:

Pensando em seu empregador atual, até que ponto você **concorda** com as seguintes afirmações? As respostas foram dadas em uma escala de 9 pontos, de Concordo a Discordo.

Itens de Lealdade

- Quero continuar trabalhando nessa organização por muitos anos
- Apoio publicamente as decisões tomadas pela liderança da organização

Itens de Defesa

- Eu recomendaria nossos produtos ou serviços a terceiros
- Eu defenderia a organização se visse ou ouvisse críticas a ela
- Recomendaria essa organização como empregadora para terceiros

Itens de Comprometimento

- Quero fazer o melhor trabalho possível para nossos consumidores ou clientes
- Estou comprometido em ajudar a organização a cumprir sua estratégia e atingir suas metas
- Sinto-me motivado a ter o melhor desempenho possível
- Faço mais do que se espera para ajudá-la a ser bem-sucedida

Itens de Engajamento

- Comporto-me de um jeito que representa os valores da organização
- Apoio as causas sociais e ações comunitárias da organização
- Dou sugestões para melhorar os processos, produtos e serviços da organização
- Eu me sentiria à vontade para me manifestar caso visse a organização se envolvendo em má conduta.
- Participo das ações da organização nas mídias sociais
- Eu me sentiria à vontade para pressionar a gerência a considerar questões sociais e políticas importantes se achasse que ficar em silêncio prejudicaria a reputação da organização
- Tenho um sentimento de orgulho em relação a minha organização

COMO AS ORGANIZAÇÕES PODEM MENSURAR E ADMINISTRAR SUA CONFIABILIDADE?

Com quase duas décadas de experiência em pesquisa e análise da confiança, a Edelman desenvolveu uma metodologia para que companhias mensurem, analisem e administrem seu capital de confiança. O Edelman Trust Management (ETM) é um conjunto de ferramentas analíticas e serviços de consultoria flexíveis para ajudar uma empresa ou organização a entender melhor até que ponto as pessoas confiam nela – e descobrir como pode administrar e construir melhor sua confiabilidade junto a audiências, stakeholders e acionistas.

Baseado em 20 anos de pesquisas sobre confiança, o ETM foi desenvolvido e verificado por um time de especialistas e acadêmicos em comunicação e administração para relacionar a confiança com resultados comerciais reais. Os elementos centrais do ETM são o Edelman Net Trust Score (ENTS) e as quatro dimensões da confiança:

Confiança Geral: “Eu confio que essa companhia agirá corretamente”

Capacidade: “Essa companhia é boa no que faz”

Integridade: “Essa companhia é honesta”

Fiabilidade: “Essa companhia cumpre suas promessas”

Para saber mais sobre o Edelman Trust Management (ETM),
entre em contato com a Edelman pelo e-mail EdelmanTrustManagement@edelman.com

EQUIPE DO EDELMAN TRUST BAROMETER 2019

Edelman Intellectual Property

Diretora Executiva	Tonia E. Ries
Conselheiros Executivos	Richard Edelman Stephen Kehoe Nigel Miller Cydney Roach Michael Stewart
Editor Executivo	Joseph Tropiano
Gerente de Projetos Sr.	Kisha R. Stokes
Gerente de Projetos	Alina Krikunova
Produtor Executivo de Criação	David Isaacs
Design	Saebom Bae Jennifer Vandersteen Matt Webb Kate Ling

Edelman Intelligence

Chefe de Pesquisa em Liderança de Pensamento	David M. Bersoff, Ph.D
Diretora de Operações	Sarah Adkins
Gerente de Pesquisa	Cody Armstrong
Estatístico	Joshua Wu
Coordenador de Pesquisa	Nick Maxwell
Coordenadores Associados de Pesquisa	Giuseppe Bovenzi Abbey Fox
Processador de Dados Associado	John Zamites