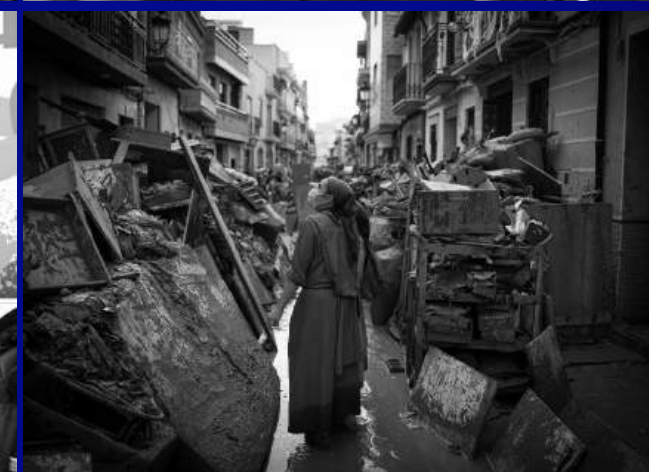


2025 Edelman Trust Barometer

La Confianza y la Crisis del Agravio
Resultados Colombia



Presentadores



Daniel Quiroga

Vice-Chairman
Edelman Asuntos
Públicos y de Gobierno
LATAM



Nicolás Cuellar

Vicepresidente de
Reputación y Crisis
Edelman Colombia



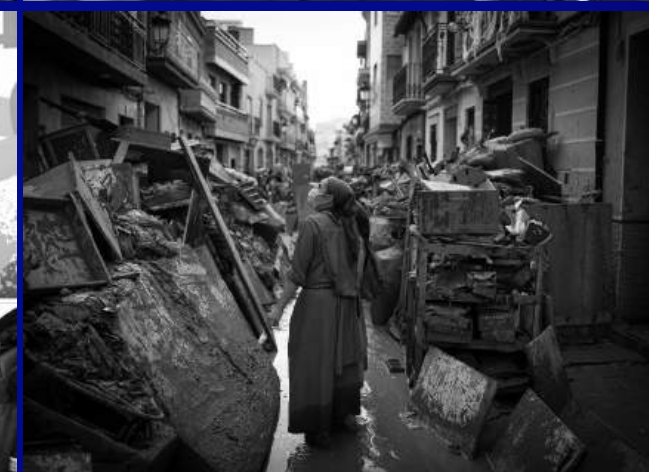
Juanita Barrios

Gerente General
Edelman Colombia



2025 Edelman Trust Barometer

La Confianza y la Crisis del Agravio
Resultados Colombia



25 años: Acontecimientos globales que ponen la confianza a prueba

2003

Invasión a Irak
En Estados Unidos la confianza en el gobierno disminuye.



2016

El populismo potencia el Brexit
Aumenta la desigualdad de confianza y disminuye la confianza en los medios de comunicación.

2022

Invasión de Ucrania
Los conflictos geopolíticos desencadenan boicots contra las marcas.

1999

La batalla de Seattle
Las protestas contra la cumbre de la OMC inspiran el primer Edelman Trust Barometer. Las ONG destacan como la institución más confiable.

2008

Crisis financiera
Se desploma la confianza en los bancos.

2020

Pandemia de COVID-19
Las empresas empatan y luego superan a las ONG como las instituciones más confiables.



Tras más de dos décadas de fracasos institucionales crece el sentimiento de agravio

25 Años de Confianza



2025
La Confianza y la Crisis del Agravio



Edelman Trust Barometer 2025

Metodología

25° entrega de la encuesta anual en línea

Trabajo de campo realizado del 25 de octubre al 16 noviembre de 2024



Alemania	Canadá**	EE.UU.	Irlanda	México	Sudáfrica
Arabia Saudita	China	España	Italia	Nigeria	Suecia
Argentina	Colombia 	Francia	Japón	Países Bajos	Tailandia
Australia	Corea del Sur	India	Kenia	Reino Unido	
Brasil	EAU	Indonesia	Malasia	Singapur	

Los datos recopilados son representativos de la población general según la edad, el género, la región y la etnicidad o nacionalidad (cuando corresponda) de cada país.

*El tamaño de la muestra varía según el país, de 1,150 a 2,124.

Margen de error de los datos globales de 28 mercados: Población general +/- 0.7 puntos porcentuales (n=33,194)

Margen de error de los datos específicos de cada país: Población general +/- 2.8 a 3.8 puntos porcentuales (varía por país en función del tamaño de la muestra, n=1,150 a n=2,124). El margen de error se calcula a un nivel de confianza del 99%

**Entre el 12 y el 17 de diciembre de 2024 se volvió a contactar a los participantes de Canadá que realizaron la encuesta en francés para solucionar un problema de traducción que afectaba a algunas preguntas.

Promedios globales

A menos que se indique algo diferente, los promedios globales se componen de los 28 países encuestados.

Significancia estadística

 **Cambio significativo**

Indica una diferencia o cambio estadísticamente significativo en los datos que es improbable que se deba al azar o a una fluctuación aleatoria.

Todos los cambios significativos año tras año indicados se determinaron mediante una prueba t establecida en un nivel de confianza de más del 99%.

Texto abreviado de las preguntas

A lo largo del reporte, el texto de las preguntas se ha editado para facilitar su lectura.

Para conocer más detalles sobre promedios globales, información sobre muestras específicas de cada país o para ver el texto completo de los enunciados acortados, consulte el Apéndice Técnico.

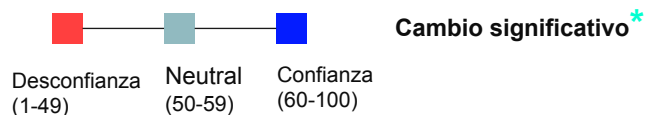
Todo el contenido de este reporte es propiedad del Edelman Trust Institute.



Índice de Confianza 2024 a 2025: Las elecciones no logran aumentar la confianza

Índice de Confianza

(Porcentaje promedio que confía en las ONG, empresas, el gobierno y los medios).



Países en los que se celebraron elecciones nacionales o hubo cambios de gobierno el año pasado^

Sólo 2 de estos 13 países registran un cambio de confianza significativo de 2024 a 2025
*Argentina +9**
*Sudáfrica +4**

Edelman Trust Barometer 2025. El Índice de Confianza es el porcentaje medio de confianza en las ONG, las empresas, el gobierno y los medios de comunicación. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. ^ Para más información sobre los países, fechas y acontecimientos incluidos, consultar el Apéndice Técnico.

2024 Población general

56	Global 28
79	China
75	India
74	EAU
73	Indonesia
72	Arabia Saudita
70	Tailandia
68	Malasia
66	Singapur
64	Kenia
61	Nigeria
59	México
56	Países Bajos
53	Brasil
53	Canadá
51	Australia
50	Italia
49	Sudáfrica
49	Suecia
47	Colombia
47	Francia
47	Irlanda
46	España
46	Estados Unidos
45	Alemania
43	Corea del Sur
39	Argentina
39	Japón
39	Reino Unido

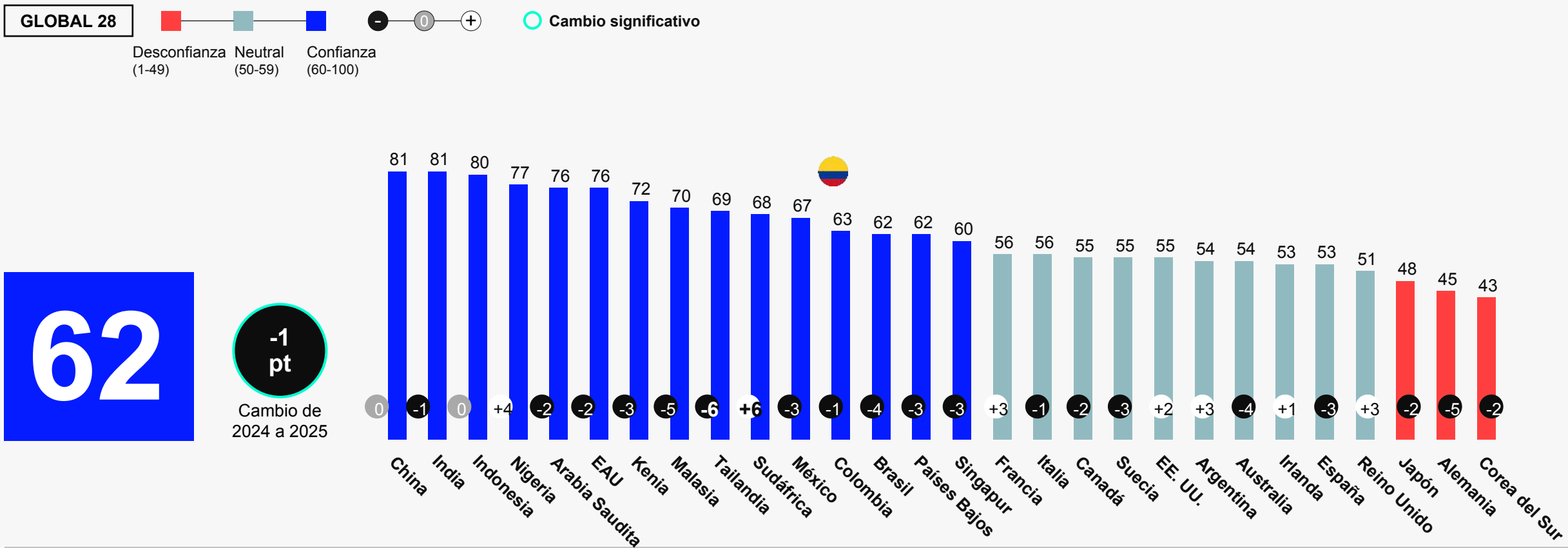
2025 Población general

56	Global 28	
<input checked="" type="checkbox"/>	77	China
<input checked="" type="checkbox"/>	76	Indonesia
<input checked="" type="checkbox"/>	75	India
	72	EAU
	71	Arabia Saudita
	66	Malasia
<input checked="" type="checkbox"/>	66	Tailandia
	65	Nigeria
	65	Singapur
	63	Kenia
<input checked="" type="checkbox"/>	57	México
<input checked="" type="checkbox"/>	57	Países Bajos
<input checked="" type="checkbox"/>	53	Sudáfrica
	52	Canadá
	51	Brasil
	50	Italia
	50	Suecia
	49	Australia
	49	Colombia
<input checked="" type="checkbox"/>	48	Argentina
<input checked="" type="checkbox"/>	48	Francia
	48	Irlanda
<input checked="" type="checkbox"/>	47	Estados Unidos
	44	España
<input checked="" type="checkbox"/>	43	Reino Unido
<input checked="" type="checkbox"/>	41	Alemania
<input checked="" type="checkbox"/>	41	Corea del Sur
<input checked="" type="checkbox"/>	37	Japón



En 15 de los 28 países, la gente confía en las empresas

Porcentaje de confianza en las empresas

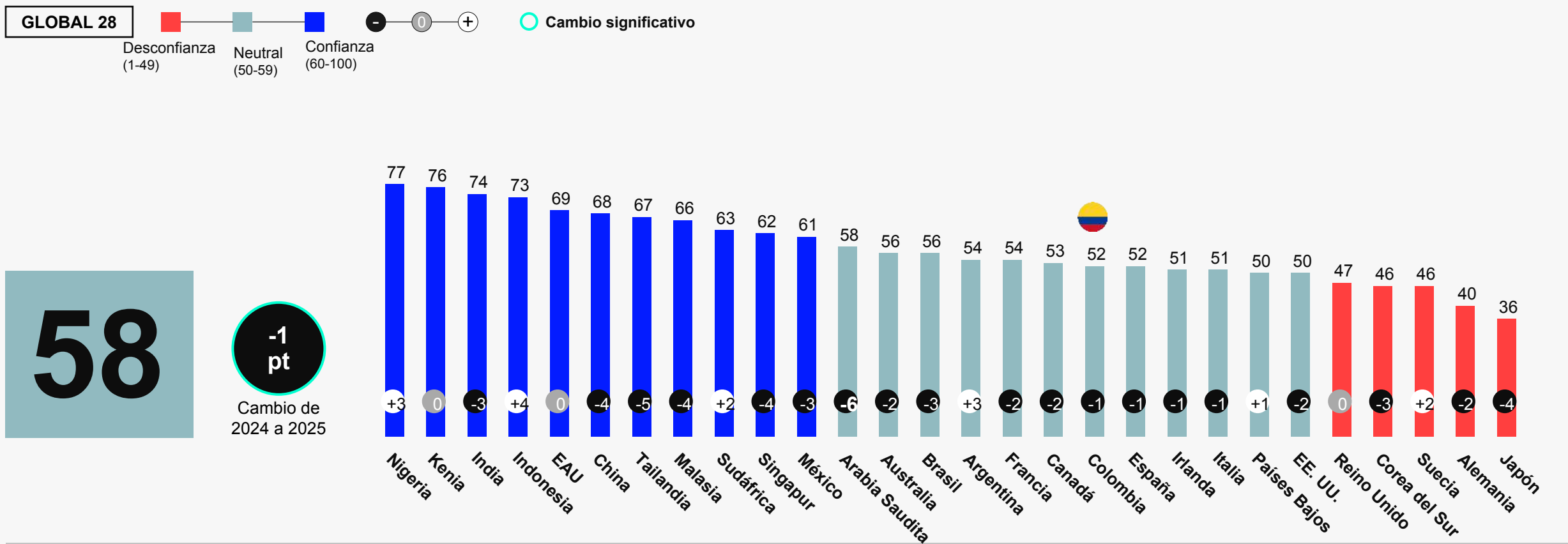


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



En 11 de los 28 países, la gente confía en las ONG

Porcentaje de confianza en las ONG

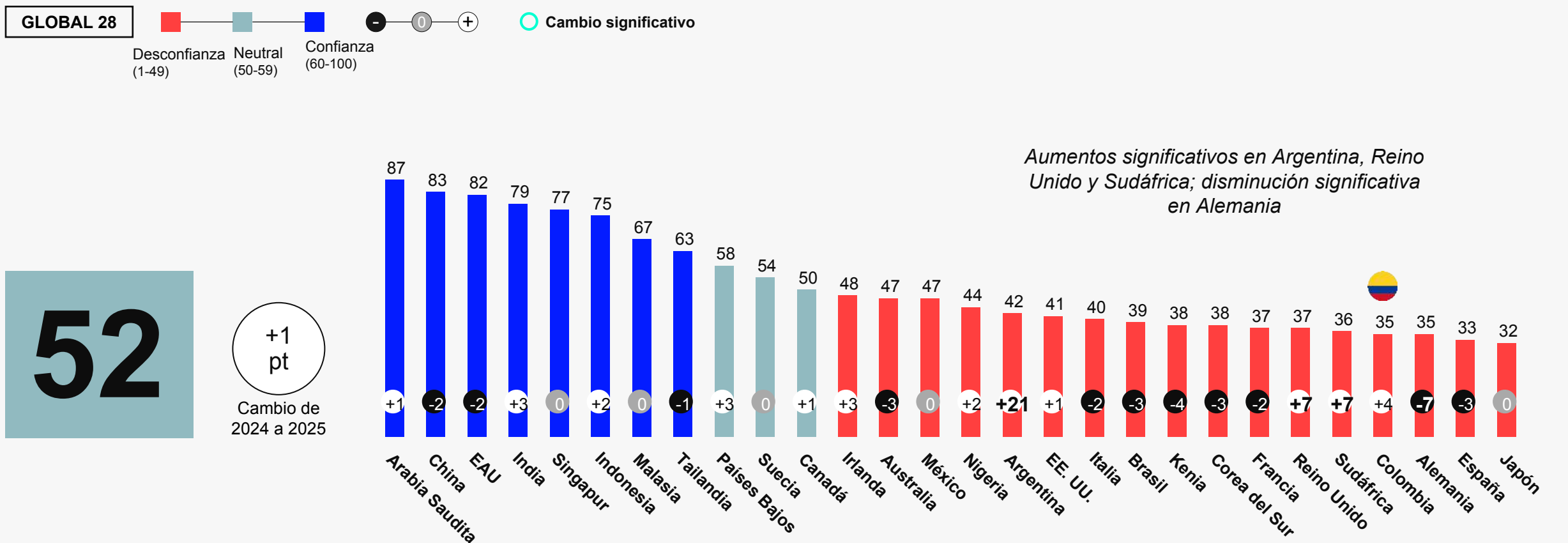


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



El gobierno genera desconfianza en 17 de los 28 países

Porcentaje de confianza en el gobierno

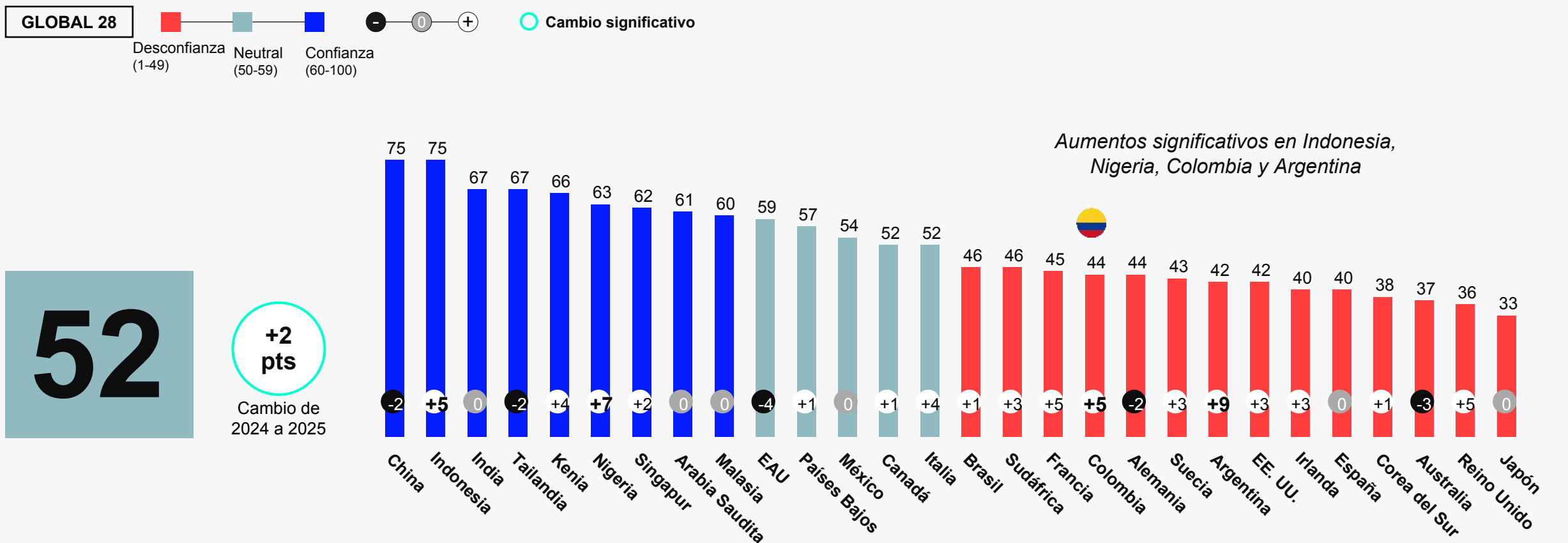


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



Los medios generan desconfianza en 14 de los 28 países

Porcentaje de confianza en los medios

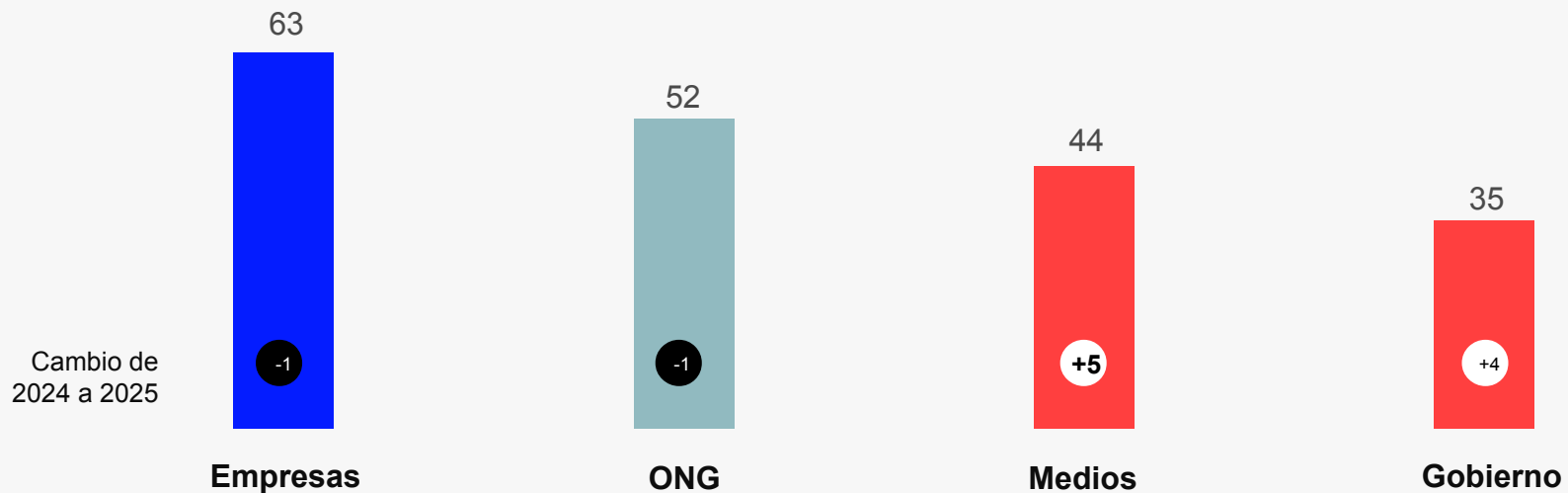
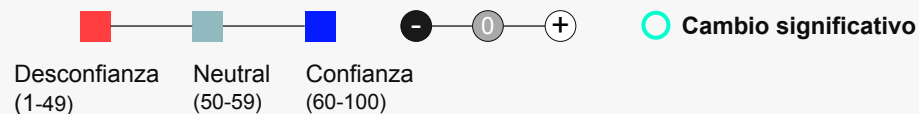


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

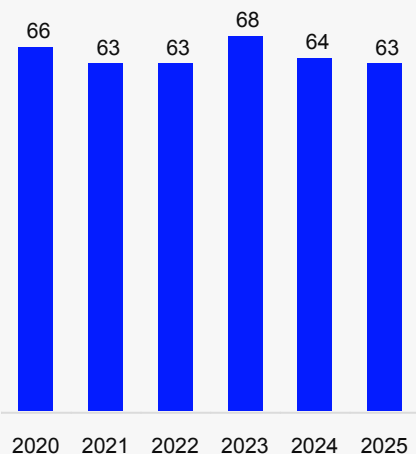
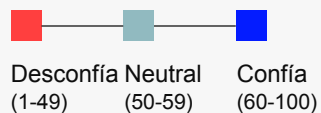


Las empresas siguen siendo la institución más confiable

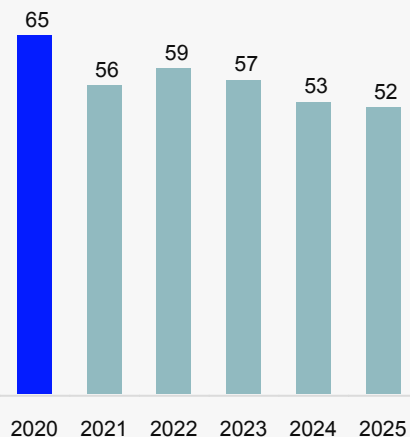
Porcentaje de confianza en Colombia



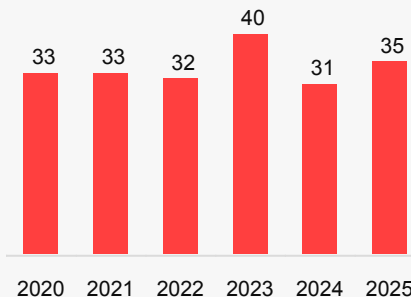
Cuadro comparativo de todos los sectores y evolución de los últimos 6 años en Colombia



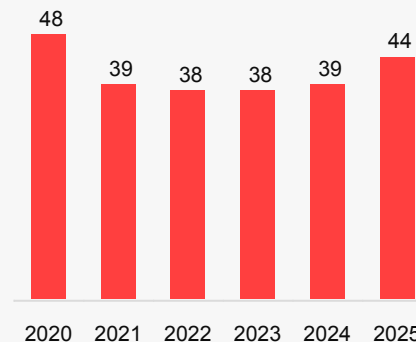
Empresas



ONG



Gobierno

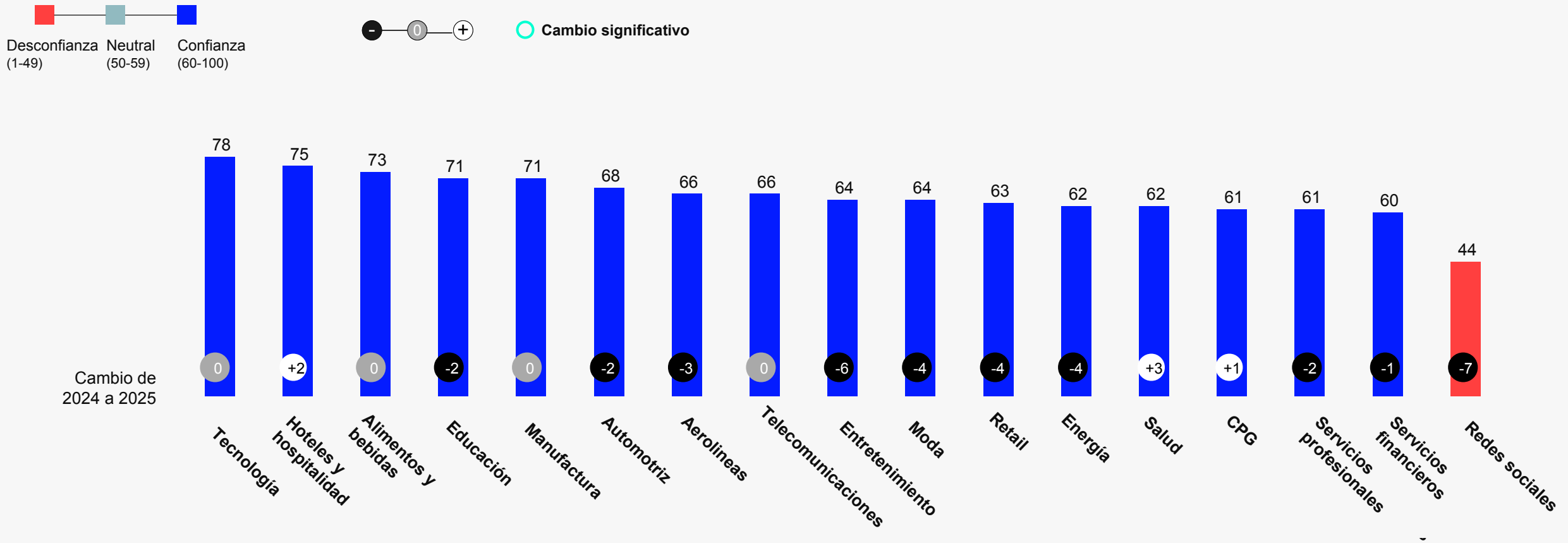


Medios



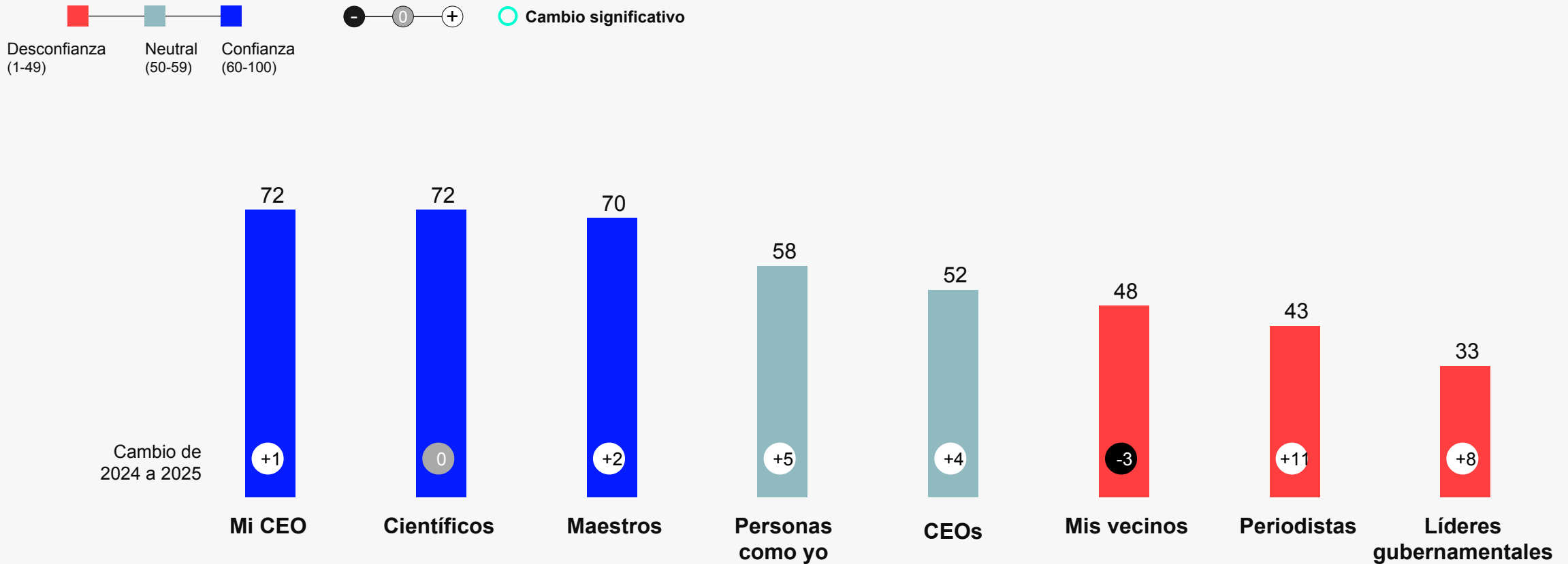
En Colombia, la gente sigue confiando en la mayoría de los sectores industriales


Porcentaje de confianza en Colombia



La gente confía más en el CEO empleador y los científicos que en los líderes institucionales

Porcentaje de confianza en hacer lo correcto, en Colombia

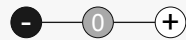
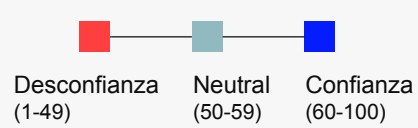


 **Edelman Trust Barometer 2025.** TRU_PEP. A continuación, aparece una lista de distintos grupos de personas. Para cada una de ellas, indica en qué medida confías en que ese grupo de personas haga lo correcto. Escala de 9 puntos; casilla con las 4 primeras respuestas, siento confianza. Algunas opciones se mostraron solo a la mitad de la muestra. Población general, Colombia. La opción "Mi CEO" solo se mostró a los participantes que trabajan en una organización o empresa (P43/1). Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

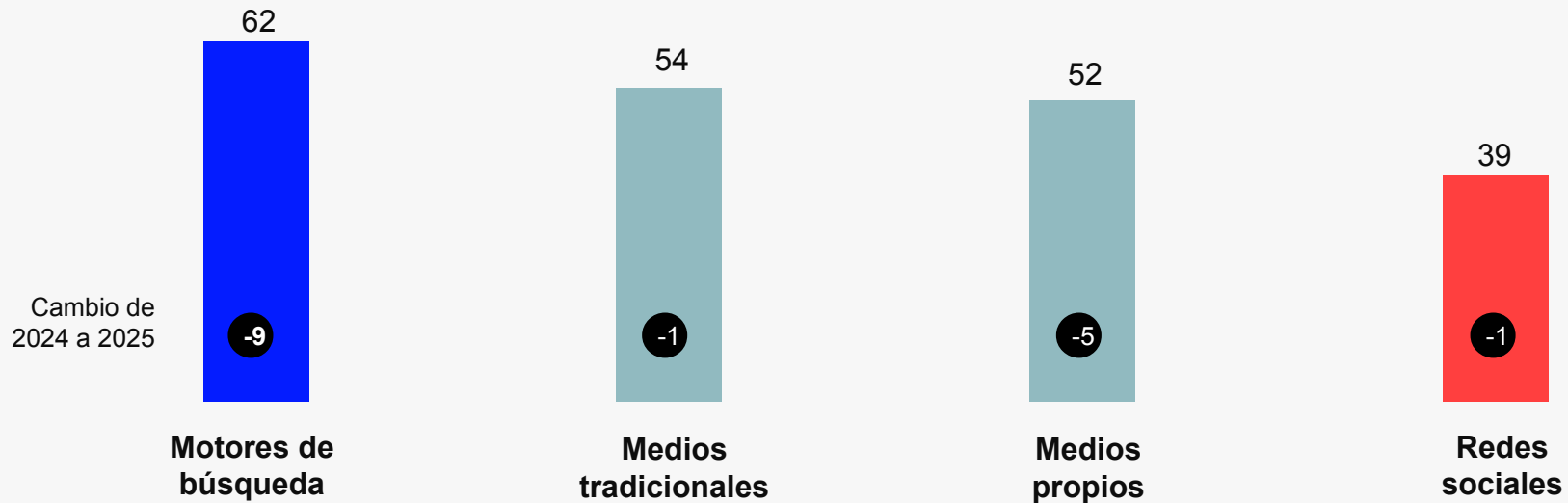


La confianza en todas las fuentes de noticias disminuye

Porcentaje de confianza en cada tipo de medio para noticias e información general, en Colombia



○ Cambio significativo





Al límite por los fracasos institucionales

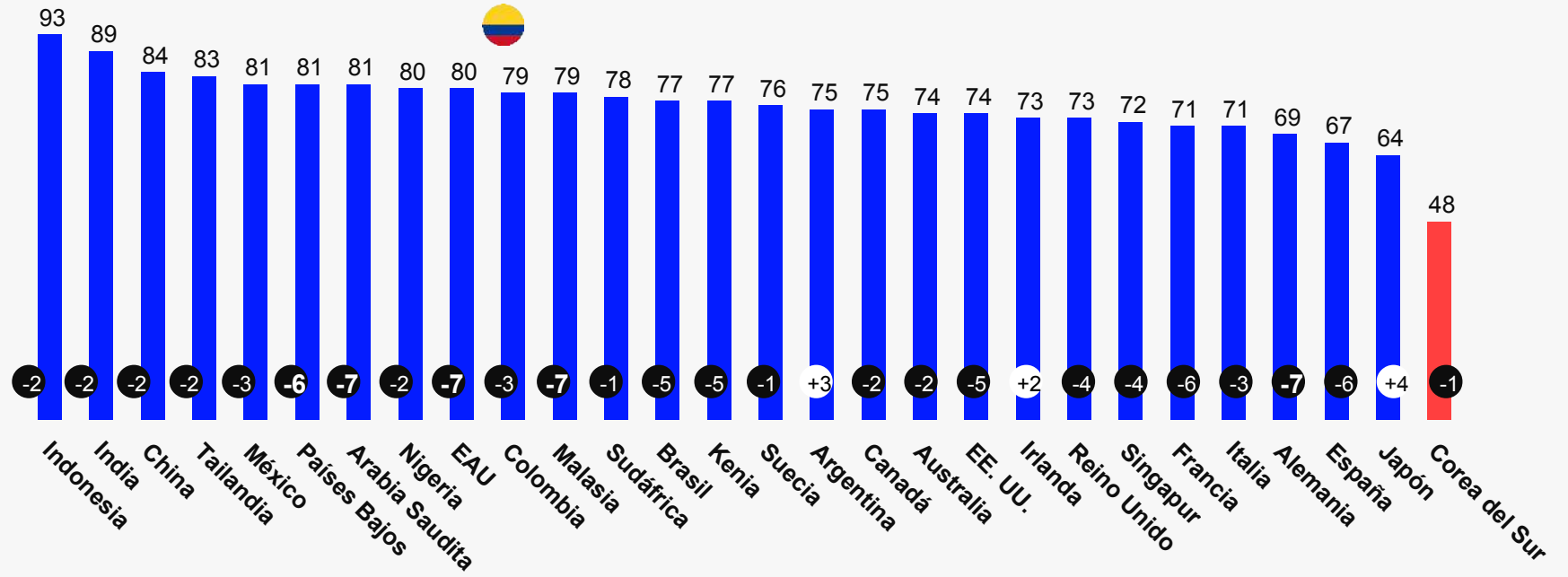
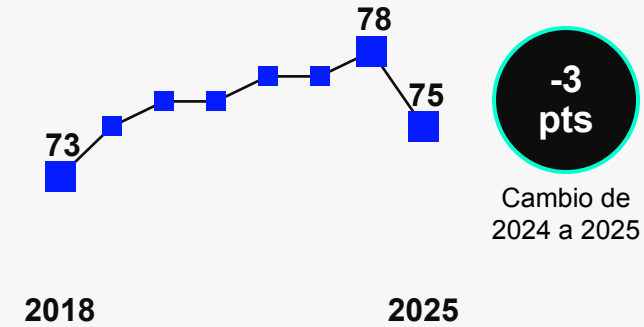


Declive generalizado de confianza en los empleadores

Porcentaje de empleados que confían



Confío en que **mi empleador** hará lo correcto



Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. A continuación, aparece una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indica en qué medida confías en que esa institución haga lo correcto. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confía. Población general, promedio de 22 mercados. Las preguntas se realizaron a los participantes que trabajan en una organización o empresa (P43/1). Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

Entre el 12 y el 17 de diciembre de 2024 se volvió a contactar a los participantes de Canadá que realizaron la encuesta en francés para solucionar un problema de traducción que afectaba esta pregunta. Para conocer más detalles, consulte el Apéndice Técnico.



La mayoría de las personas muestra preocupación por la credibilidad de las fuentes de noticias

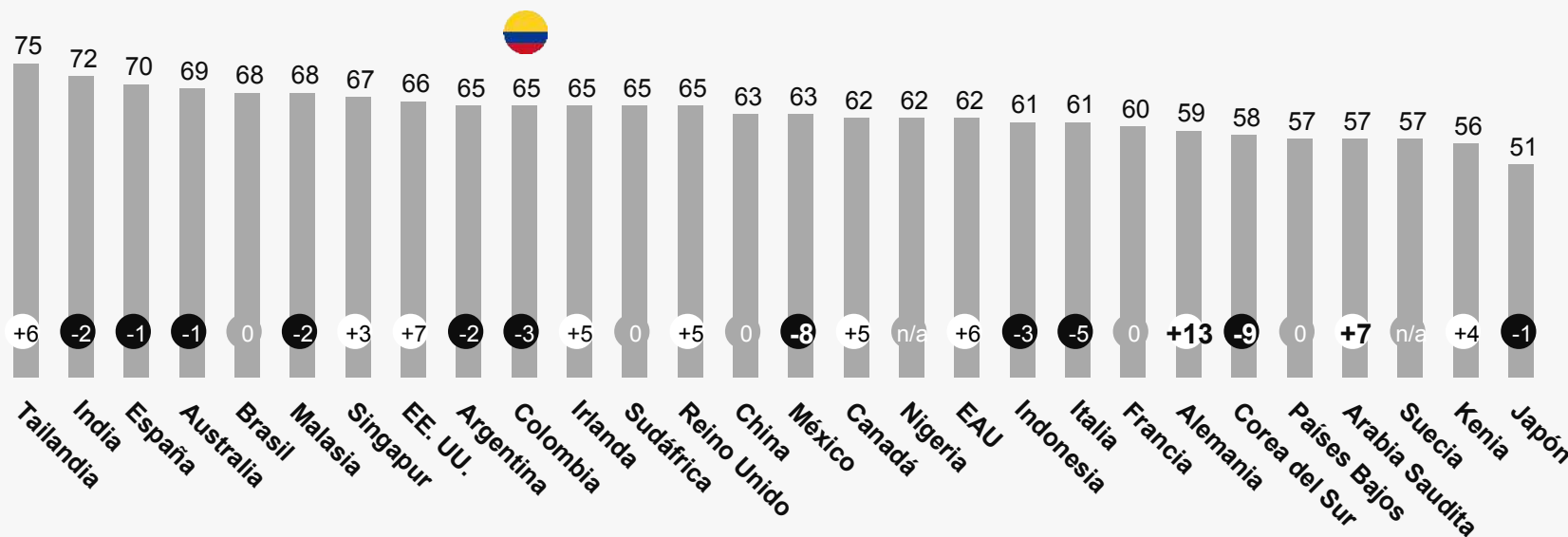
Porcentaje que está de acuerdo

GLOBAL 26 ● ○ + ○ Cambio significativo

Cada vez es más difícil saber si las noticias provienen de medios **confiables** o de **una persona intentando engañar a la gente**

63%

0 pts
Cambio de 2021 a 2025



Edelman Trust Barometer 2025. ATT_MED_AGR. A continuación, aparece una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indica que tanto estás de acuerdo o en desacuerdo usando una escala de nueve puntos. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, de acuerdo. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, promedio de 26 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

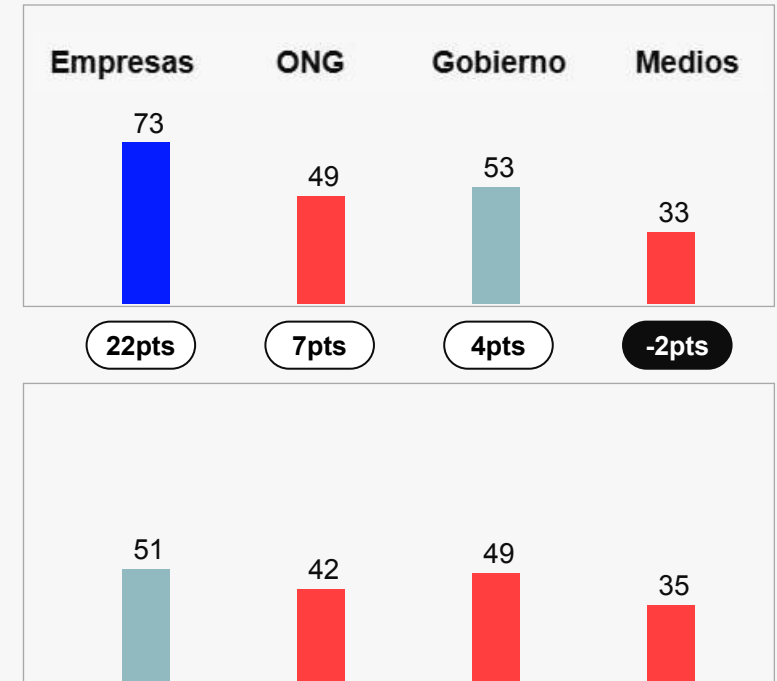
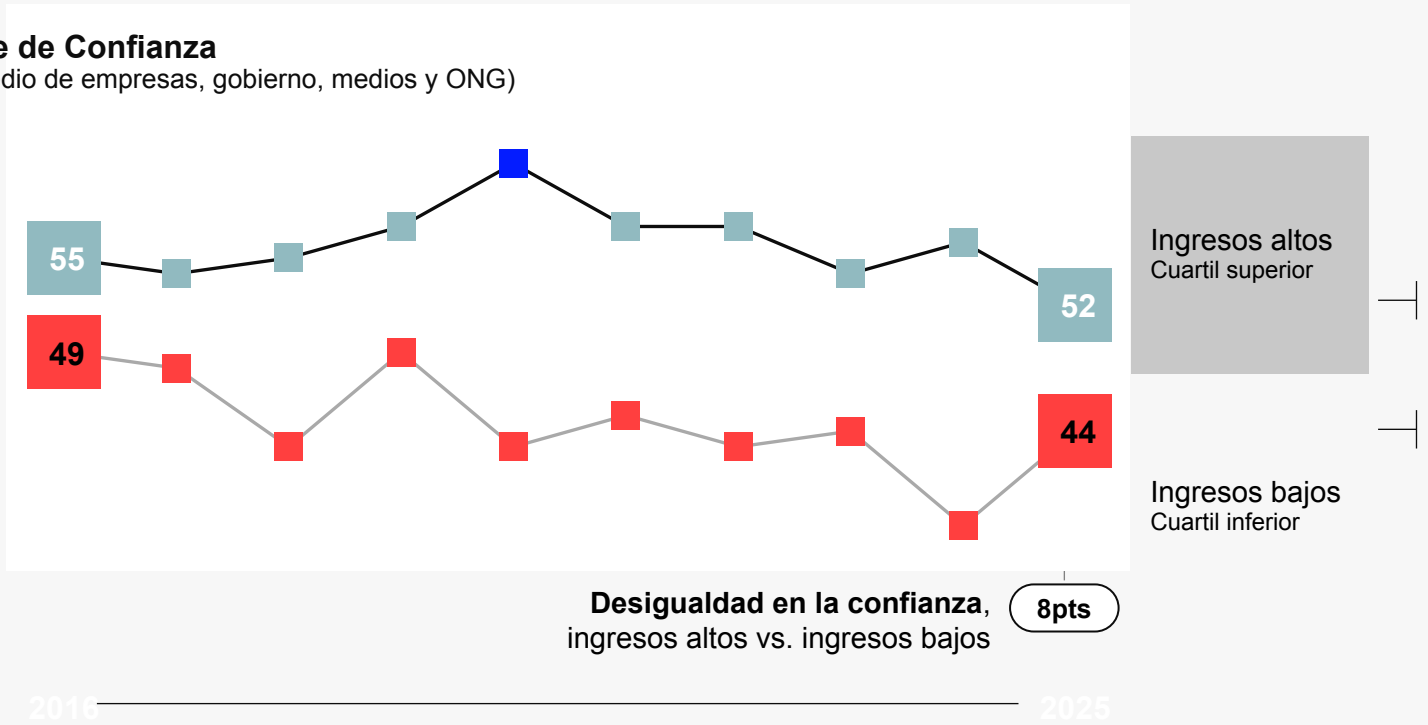


La desconfianza está arraigada en las poblaciones de ingresos más bajos

Porcentaje de confianza en Colombia

■ Desconfianza (1-49)
■ Neutral (50-59)
■ Confianza (60-100)

Índice de Confianza
(promedio de empresas, gobierno, medios y ONG)

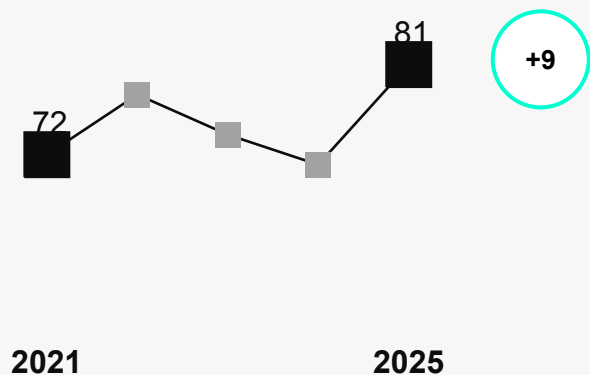


El temor a que los líderes nos mientan alcanza niveles históricos

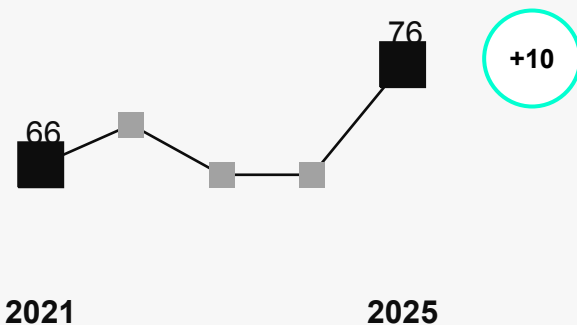
Porcentaje preocupado en Colombia

—○— Cambio de 2021 a 2025
 ○ Cambio significativo

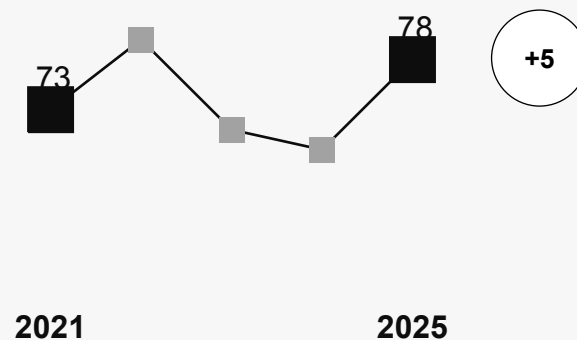
Líderes gubernamentales



Líderes empresariales



Periodistas y reporteros



engañan *intencionalmente* a las personas
mediante declaraciones falsas o exageraciones desproporcionadas



Edelman Trust Barometer 2025. POP_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, preocupación. Las preguntas se realizaron a la mitad de la muestra. Población general, Colombia. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %. El análisis de máximos y mínimos históricos incluyó países con al menos cinco ciclos de recopilación de datos.



1 de cada 4 ven en el activismo hostil un medio para impulsar cambios

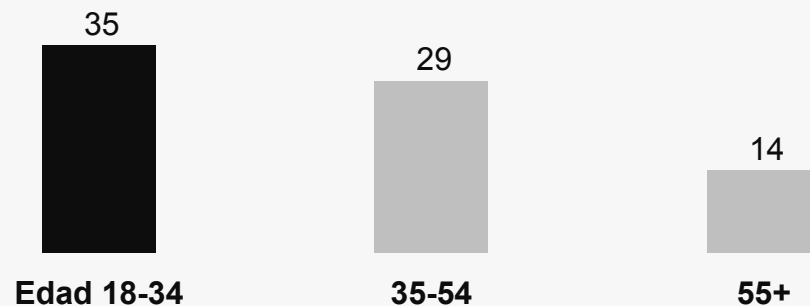
Porcentaje que lo afirma en Colombia

Apruebo el activismo hostil como generador de cambio:

- *Atacar personas en internet (16%)*
- *Difundir desinformación intencionalmente (17%)*
- *Amenazar o cometer actos de violencia (14%)*
- *Dañar propiedad pública o privada (14%)*

27 %
(net)

1 de cada 3 adultos jóvenes aprueban el activismo hostil



Edelman Trust Barometer 2025. CNG_MECH. ¿Qué acciones aprobarías como posibles maneras de provocar cambios sociales que, en tu opinión, te darían a ti y a tu familia un futuro mejor? Para cada una de las posibles formas de provocar el cambio que se enumeran a continuación, elige la afirmación que mejor describa cómo te sentirías si alguien lo hiciera. Escala de 4 puntos, códigos 3-4, apruebo. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, por edad. Los datos recopilados de la opción "Activismo hostil" es un porcentaje neto de las opciones 7-10, es decir el porcentaje de participantes que aprobó una o más de las cuatro opciones dadas.



La Crisis del Agravio



El futuro en riesgo: falta optimismo sobre las posibilidades económicas de la próxima generación

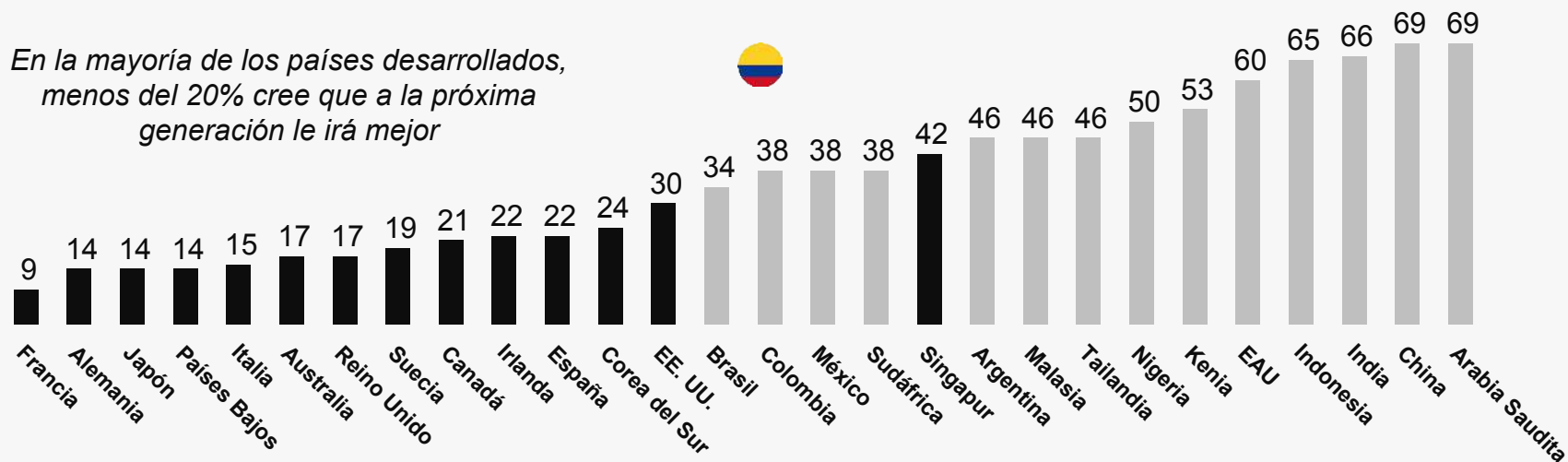
Porcentaje que dice que

GLOBAL 28 ■ Países desarrollados

En comparación con hoy, la **próxima generación estará en una mejor situación**

Solo **36%**

En la mayoría de los países desarrollados, menos del 20% cree que a la próxima generación le irá mejor

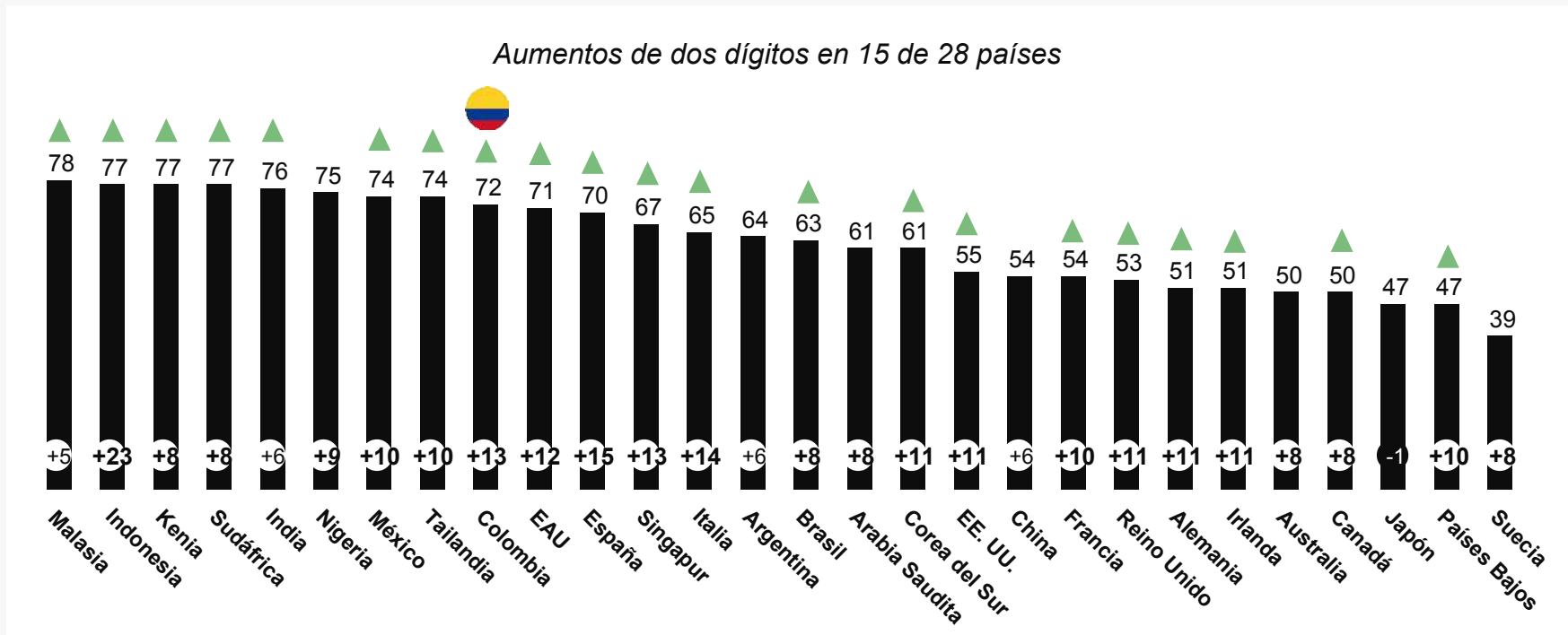
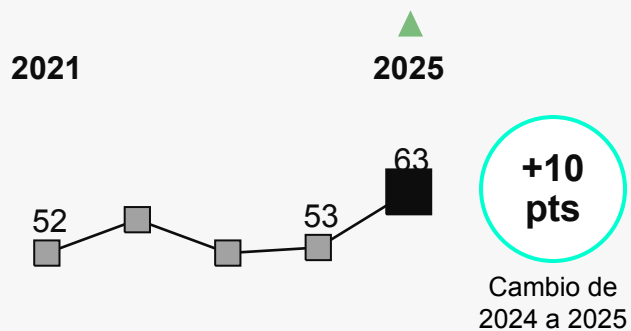


El temor a ser discriminado alcanza su nivel más alto

Porcentaje que dice

GLOBAL 26 **Cambio significativo** ▲ ▼ Máximos y mínimos históricos

Me preocupa enfrentar **prejuicios, discriminación o racismo**



Edelman Trust Barometer 2025. POP_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, preocupación. Las preguntas se realizaron a la mitad de la muestra. Población general, promedio de 26 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %. El análisis de máximos y mínimos históricos incluyó países con al menos cinco ciclos de recopilación de datos, por lo que Nigeria y Suecia no fueron incluidos.



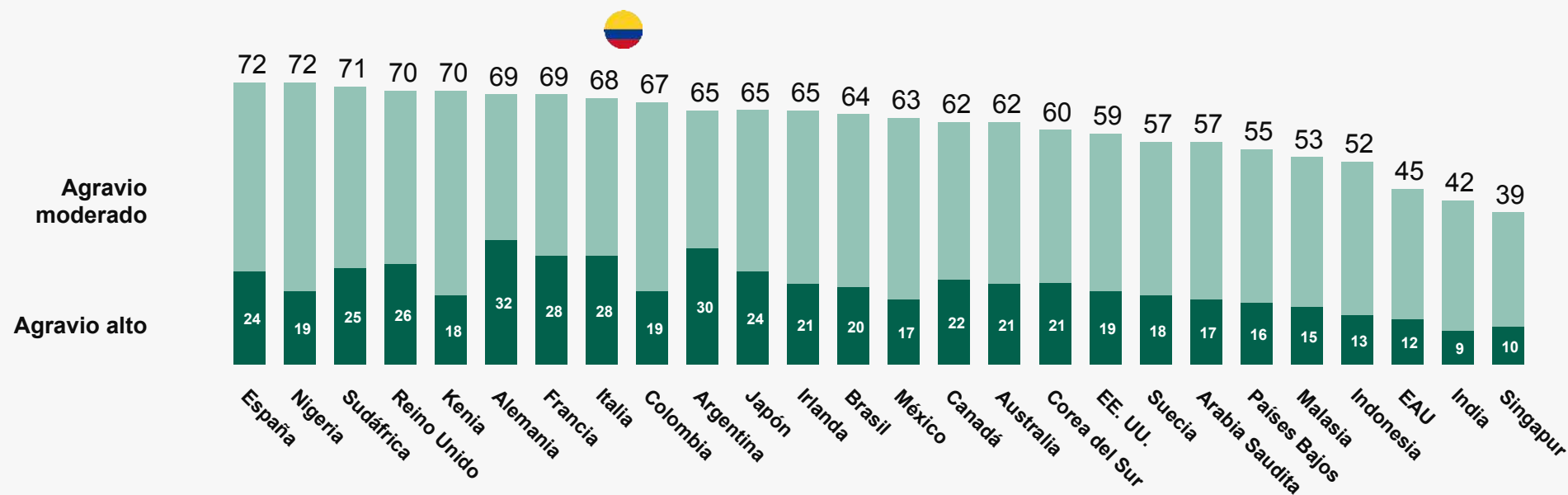
La mayoría de personas en 23 de los 26 países encuestados se siente agraviada

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio

GLOBAL 26 excl. China, Tailandia

Mi sentimiento de agravio hacia las empresas, el gobierno y los ricos es moderado o alto

La mayoría se siente agraviada de manera moderada o alta en 23 de 26 países



Edelman Trust Barometer 2025. Escala de sentimiento de agravio. Población general, promedio de 26 mercados. Ciertos datos incluidos en la escala no se recopilaron en China ni en Tailandia. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



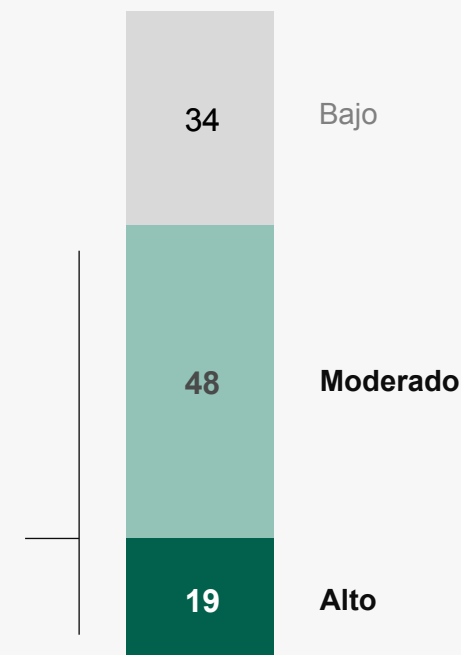
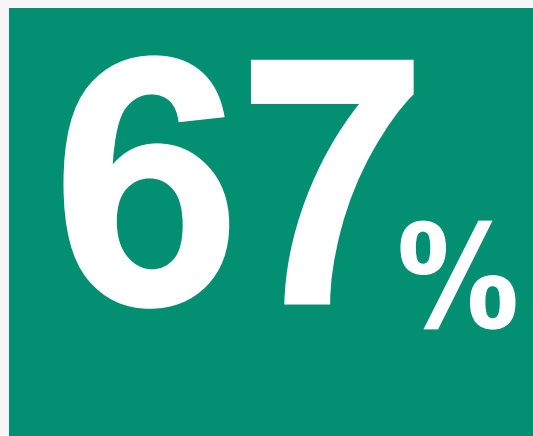
En Colombia, 2 de cada 3 se sienten agraviados por el actuar de las empresas, el gobierno y los más ricos

Porcentaje que tiene un sentimiento bajo, moderado o alto de agravio en Colombia

Me siento agraviado porque:

- *Las empresas y el gobierno benefician solo a algunos*
- *Las acciones de las empresas y el gobierno me perjudican*
- *El sistema favorece a los ricos*
- *Los ricos se están haciendo cada vez más ricos*

Mi sentimiento de agravio es moderado o alto

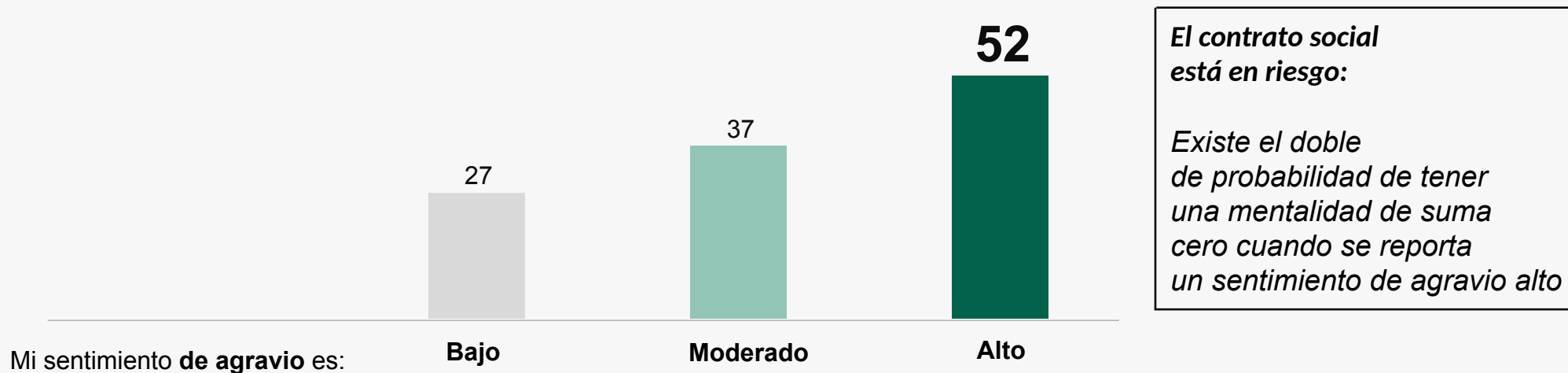


Si tú ganas, yo pierdo: el sentimiento de agravio fomenta una mentalidad de suma cero

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

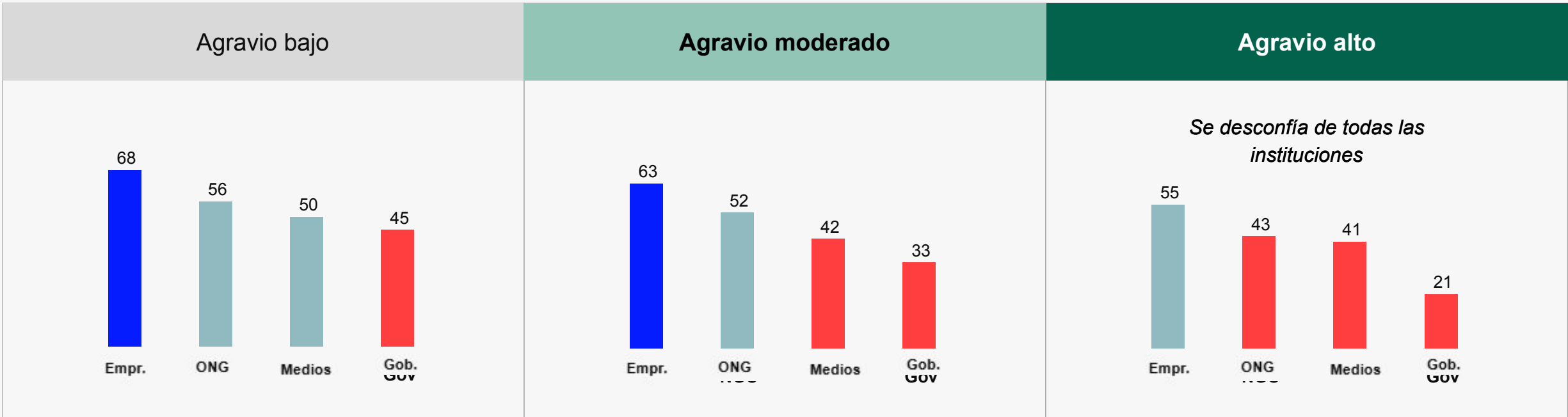
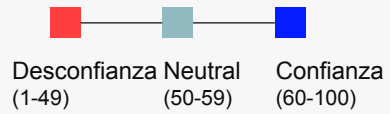
Tengo una **mentalidad de suma cero**:

Lo que beneficia a las personas que no comparten mis opiniones políticas tiene un costo para mí



El agravio impacta la confianza en todas las instituciones

Porcentaje de confianza, por sentimiento de agravio, en Colombia

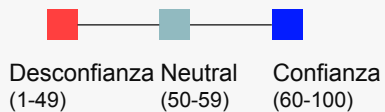


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. A continuación, aparece una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indica en qué medida confías en que esa institución haga lo correcto. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confía. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Ciertos datos incluidos en la escala no se recopilaron en China ni en Tailandia. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico. “Empr.” corresponde a Empresas, “Gov.” a Gobierno, “ONG” a ONG y “Medios” a Medios.

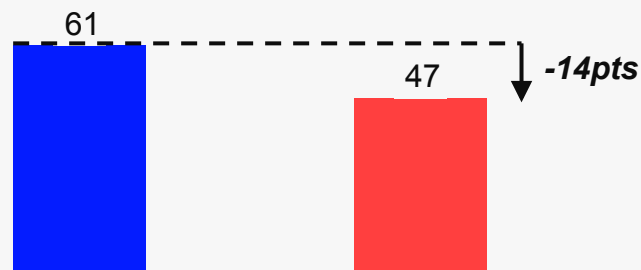


Con mayor sentimiento de agravio, la confianza en los líderes empresariales disminuye

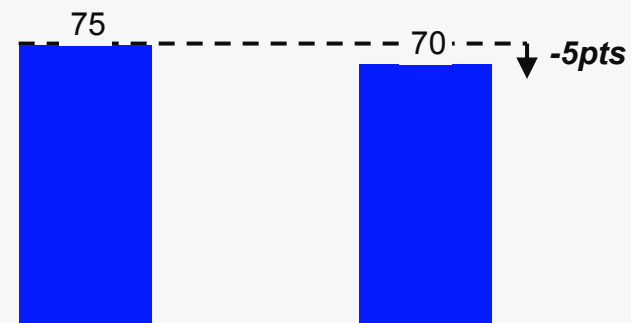
Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia



En general, confío en los CEO



Confío en mi CEO (entre empleados)



Mi sentimiento de agravio es:

Bajo

Moderado o alto

Bajo

Moderado o alto



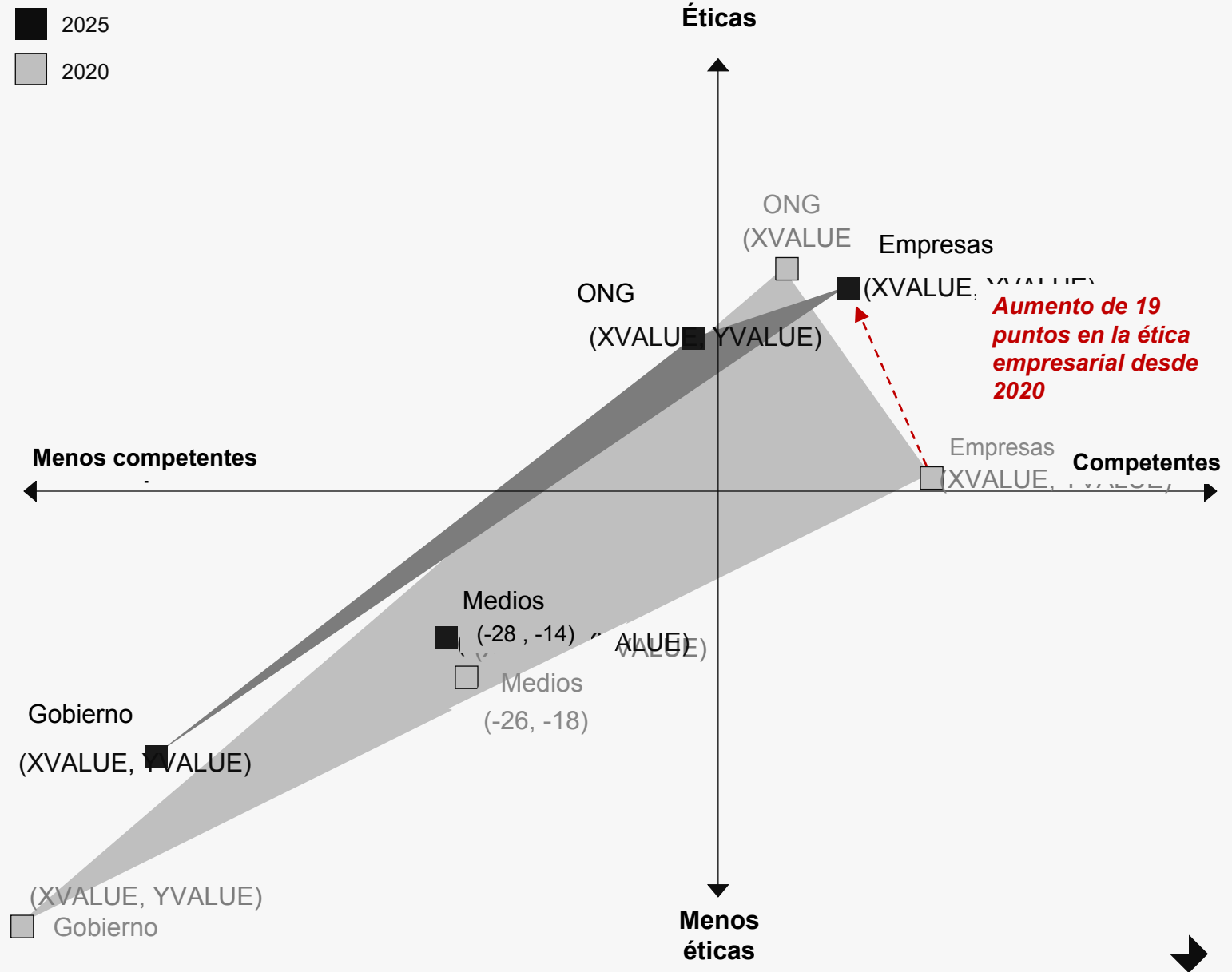



Las empresas en el contexto de la Crisis del Agravio



En Colombia, solo las empresas son vistas como competentes y éticas

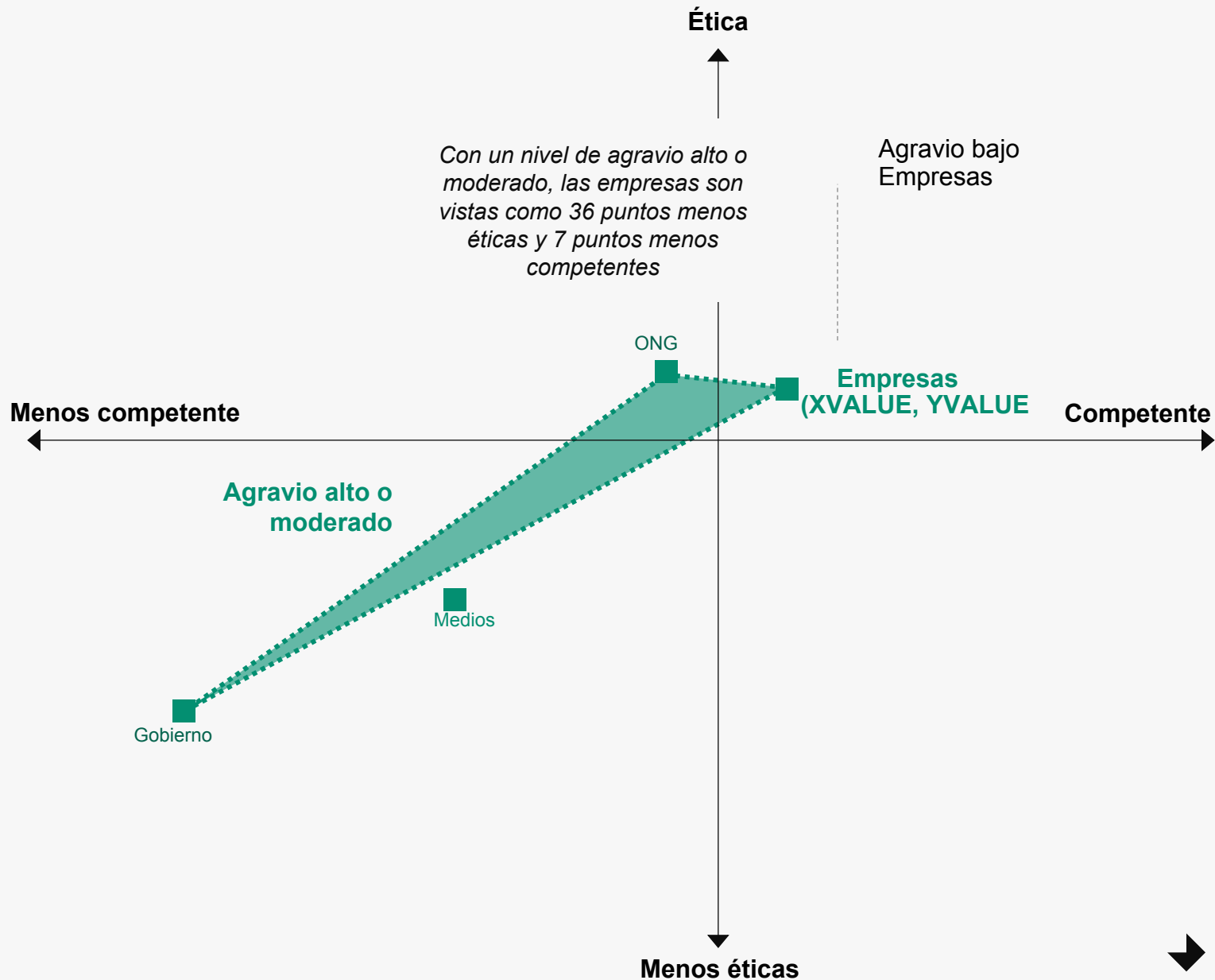
(Puntuación de competencia, puntuación ética neta)




 **Edelman Trust Barometer 2025.** Las puntuaciones éticas son promedios de netos basados en [INS]_PER_DIM/1-4. Las opciones “medios de comunicación” y “ONG” sólo se preguntaron a la mitad de la muestra. La puntuación de competencia es un neto basado en TRU_3D_[INS]/1. Las opciones “medios de comunicación” y “ONG” sólo se preguntaron a la mitad de la muestra. Población general, Colombia. Para más información sobre el cálculo y la representación gráfica de estos datos, consulta el Apéndice Técnico.

En Colombia, el agravio debilita la percepción de competencia y ética empresarial

(Puntuación de competencias, puntuación ética neta), según el sentimiento de agravio



 **Edelman Trust Barometer 2025.** Las puntuaciones éticas son promedios de netos basados en [INS]_PER_DIM/1-4. Las opciones de medios de comunicación y ONG sólo se preguntaron a la mitad de la muestra. La puntuación de competencia es un neto basado en TRU_3D_[INS]/1. Las opciones de medios de comunicación y ONG sólo se preguntaron a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según Escala de Agravio.

Para más información sobre el cálculo y la representación gráfica de estos datos, consulta el Apéndice Técnico.

Observación: Las puntuaciones éticas netas para las opciones Empresas y Gobierno incluyen un atributo ([Institución] ayuda solo a unos cuantos) que forma parte de la definición de actitud de agravio. Para más detalles, consulta el Apéndice Técnico.

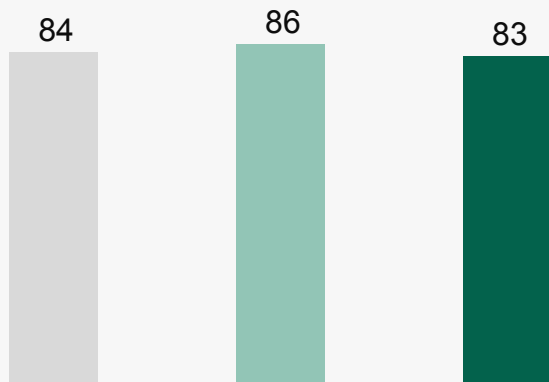
En Colombia, el tamaño de la muestra para el segmento de alto descontento en estas preguntas es demasiado pequeño para ser reportado (**menos de n=100**), por lo que los segmentos de descontento **moderado y alto** se han combinado.

Empresas: ofrezcan empleos bien remunerados y capacitaciones para el futuro

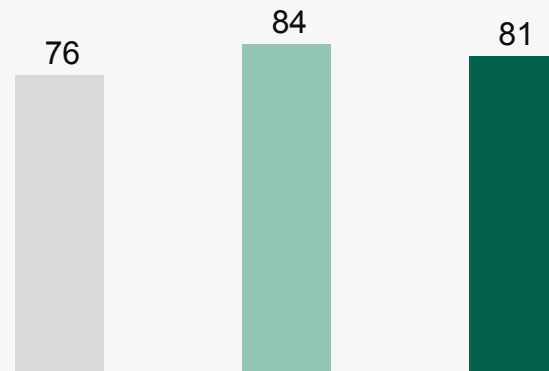
Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Para garantizar un mejor futuro,
las empresas tienen la obligación de...

Ofrecer empleos bien remunerados en sus comunidades locales



Capacitar o recualificar a los empleados para mejorar su competitividad



Mi sentimiento de agravio es:

Bajo

Moderado

Alto

Bajo

Moderado

Alto



El sentimiento de agravio exige a las empresas que hagan *más* por la sociedad

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Las empresas no están haciendo lo suficiente para abordar cada problema:

Agravio bajo
 Agravio moderado
 Agravio alto

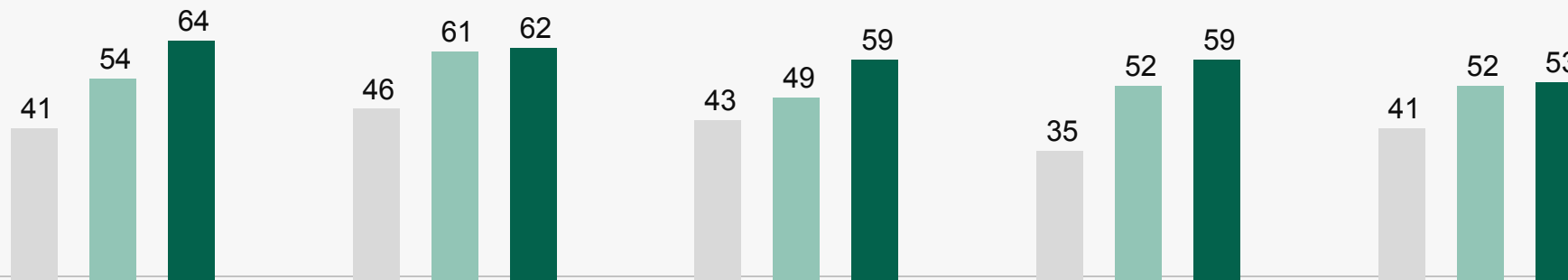
Costos accesibles

Cambio climático

Discriminación

Recapacitación

Desinformación



Edelman Trust Barometer 2025. BUS_BND. Piensa en el mundo empresarial como una institución y en su nivel actual de compromiso para abordar las necesidades y problemáticas sociales. En cada una de las siguientes áreas, indica si consideras que las empresas están yendo demasiado lejos e interviniendo más de lo que deberían, si están actuando lo justo o si no están haciendo lo suficiente y deberían involucrarse más. Escala de 3 puntos; código 3, las empresas no están haciendo lo suficiente. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



Los CEO tienen licencia para actuar cuando logran impactar positivamente a la sociedad y al negocio

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Está justificado que los CEO se involucren en un problema social si...



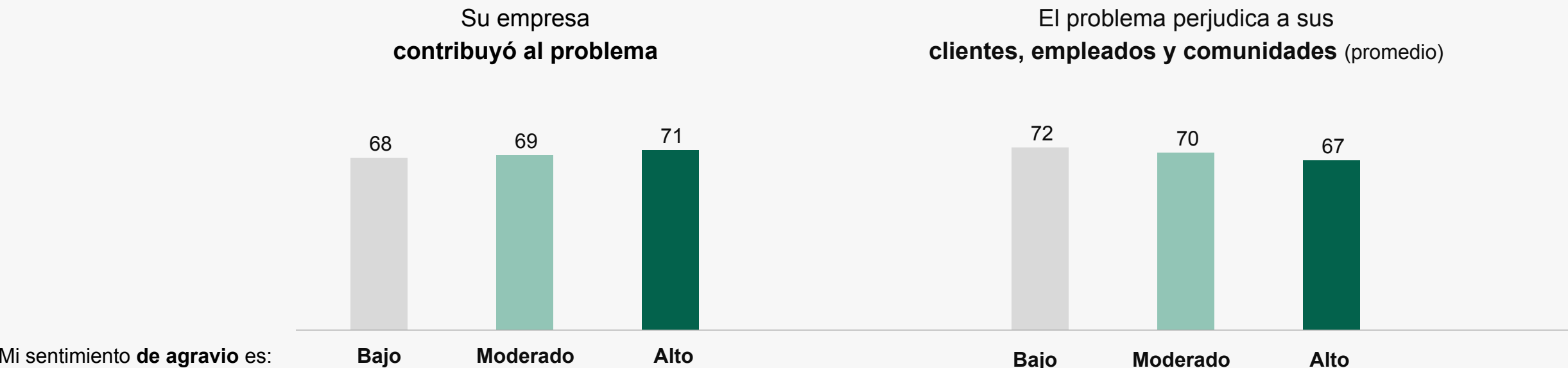
Edelman Trust Barometer 2025. BUS_JUS. Hoy en día, existen muchos desafíos sociales y comunitarios en el mundo. Algunos de estos pueden parecerle temas en los que los CEOs, como líderes empresariales, tienen razones válidas para involucrarse, mientras que otros pueden parecerle asuntos que deberían evitar o en los que no tienen un motivo especial para participar. ¿Qué tan justificado consideras que es que un CEO se involucre en cada uno de los siguientes temas en su rol como líder empresarial? Escala de 5 puntos; recuadro con las 3 primeras respuestas, moderadamente justificado o más. Se realizó la pregunta de la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



Los CEO tienen licencia para actuar cuando buscan resolver problemas sociales que causaron y proteger a sus *stakeholders*

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Está justificado que los CEO se involucren en un problema social si...



Edelman Trust Barometer 2025. BUS_JUS. Hoy en día, existen muchos desafíos sociales y comunitarios en el mundo. Algunos de estos pueden parecerle temas en los que los CEOs, como líderes empresariales, tienen razones válidas para involucrarse, mientras que otros pueden parecerle asuntos que deberían evitar o en los que no tienen un motivo especial para participar. ¿Qué tan justificado consideras que es que un CEO se involucre en cada uno de los siguientes temas en su rol como líder empresarial? Escala de 5 puntos; recuadro con las 3 primeras respuestas, moderadamente justificado o más. Se realizó la pregunta de la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



Reconstruir la
confianza es
responsabilidad
de todas las
instituciones

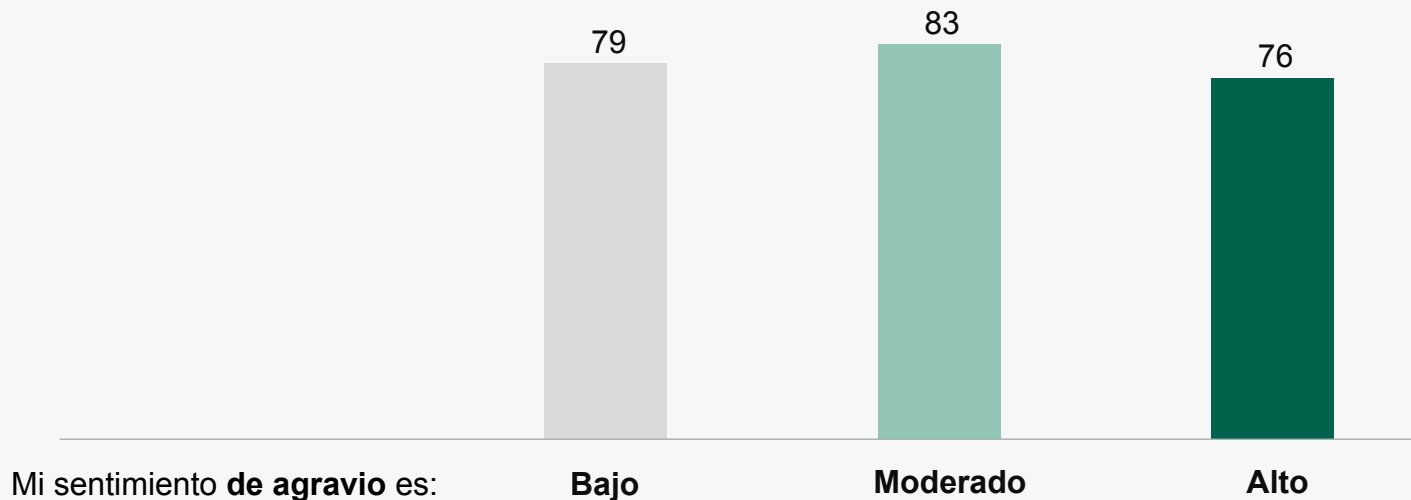


Empleadores: ayuden a que el sentimiento de agravio no afecte la colaboración en el espacio de trabajo

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Para asegurar un mejor futuro, las empresas tienen la obligación de...

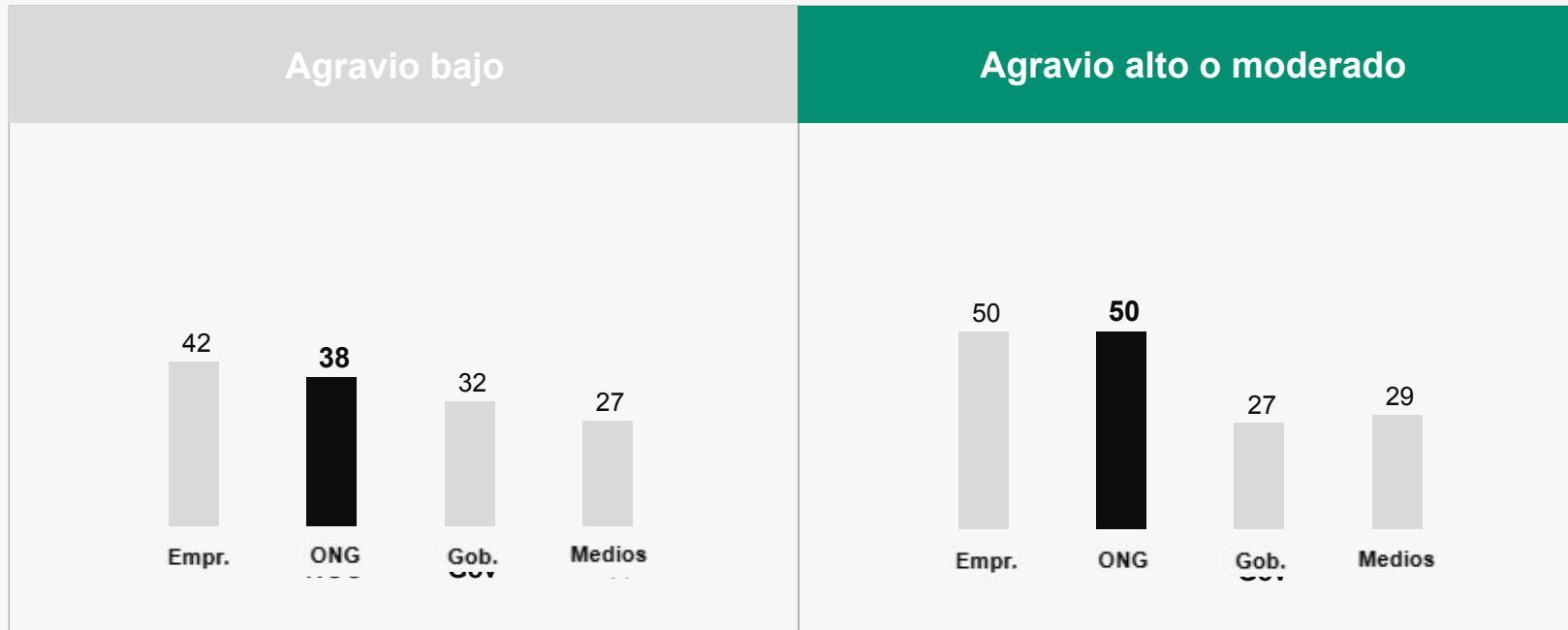
Fomentar el civismo en el lugar de trabajo
para mediar discusiones sobre temas polémicos



ONG: luchan contra las divisiones y reparen el tejido social

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Esta institución es una fuerza que unifica a las personas



Edelman Trust Barometer 2025. [INS]_PER_DIM. Cuando piensas en por qué confías o no en [INSTITUCIÓN], ¿dónde crees que se sitúa en la escala entre estas dos descripciones opuestas? Escala de 11 puntos; recuadro con las 5 primeras respuestas, positivo. Las opciones “medios de comunicación” y “ONG” sólo se preguntaron a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para más información sobre el cálculo y la representación gráfica de estos datos, consulta el Apéndice Técnico. “Empr.” corresponde a Empresas, “Gob.” a Gobierno, “ONG” a ONG y “Medios” a Medios.



Gobierno: den resultados que me beneficien

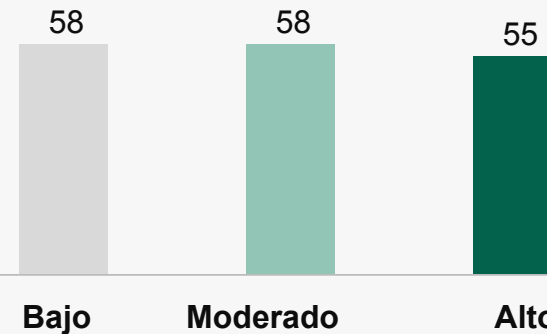
Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Los líderes gubernamentales ganan autoridad legítima cuando...

Tienen un impacto positivo en mi vida



Entienden lo que la gente como yo quiere y necesita



Edelman Trust Barometer 2025. LEG_GOV. Los gobiernos crean, promulgan y aplican leyes y políticas. Es posible que apoyes algunas de estas leyes y políticas y no otras. ¿Qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos para que consideres a los líderes gubernamentales como autoridades legítimas, dispuestas a aceptar y cumplir las leyes y políticas que establecen, aunque no estés completamente de acuerdo con ellas? Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, importante. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



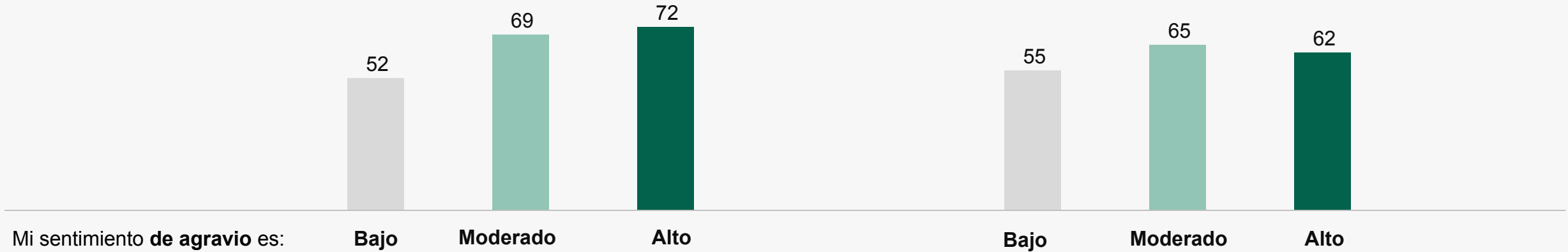
Medios: prioricen los hechos

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Los medios noticiosos prefieren...

Atraer a una mayor audiencia en lugar de comunicarle a la gente lo que necesitan saber

Apoyar a una ideología en lugar de informar al público



Edelman Trust Barometer 2025. ATT_MED_AGR. A continuación, aparece una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indica que tanto estás de acuerdo o en desacuerdo usando una escala de nueve puntos. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, de acuerdo. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para más información sobre el cálculo y la representación gráfica de estos datos, consulta el Apéndice Técnico.



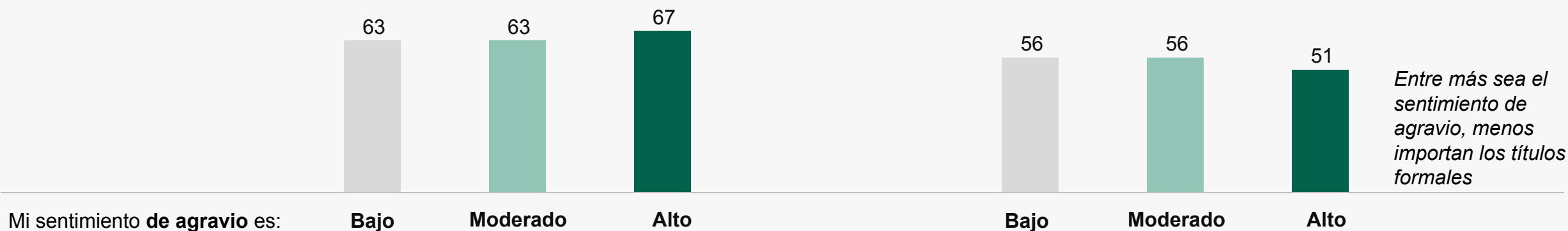
La influencia se gana con empatía, no demostrando tu poder


Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

Ganarás influencia legítima conmigo si...

Entiendes lo que
personas como yo queremos y necesitamos

Ostentas una
posición formal de poder



 **Edelman Trust Barometer 2025.** LEG_INF. Hay muchas personas que comparten información, recomendaciones y opiniones con el intento de influir en las ideas y comportamientos de personas como tú o de personas en posiciones de poder y autoridad. Puede que consideres a algunas de estas personas como fuentes legítimas de influencia y conocimiento, y a otras no. ¿Qué tan importante es cada uno de los siguientes aspectos para que veas a alguien como una influencia o experta legítima, de manera que estés dispuesto a permitirles influir en tus decisiones de vida y estarías de acuerdo con que influyan en las opiniones y comportamientos de personas en posiciones de poder y autoridad? Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, importante. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para más información sobre el cálculo y la representación gráfica de estos datos, consulta el Apéndice Técnico.

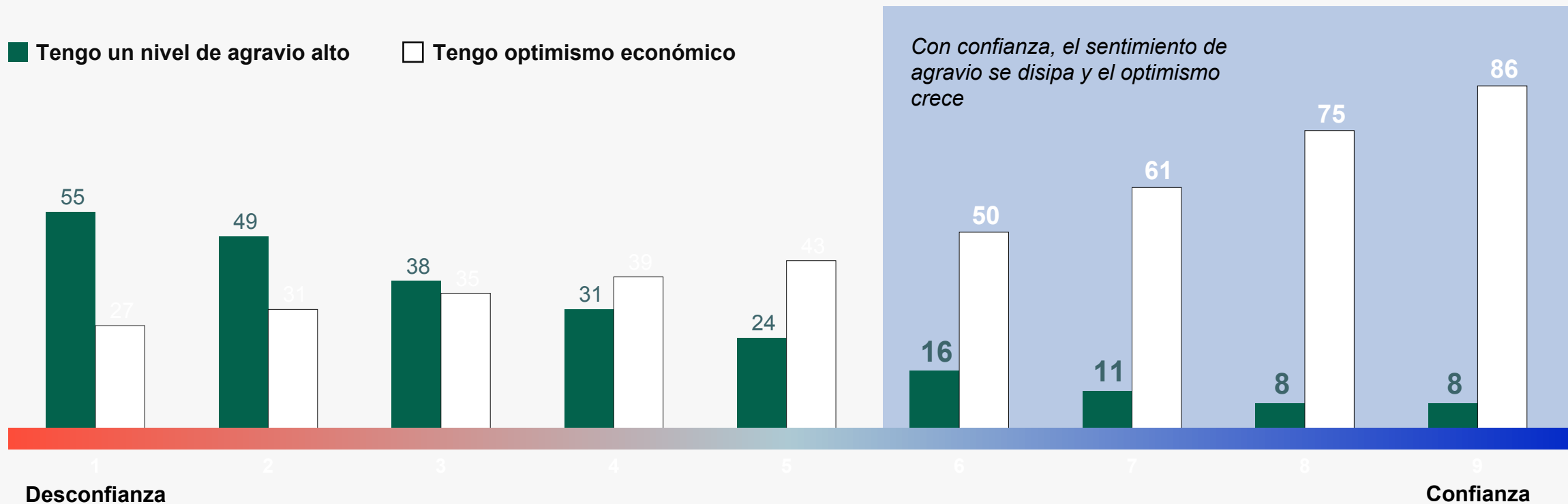


Cuando la confianza aumenta, el optimismo en la economía supera el sentimiento de agravio

Entre quienes tienen diferentes niveles de confianza, porcentaje con un nivel de agravio alto y porcentaje con optimismo en economía personal

GLOBAL 26 excl. China, Tailandia

■ Tengo un nivel de agravio alto □ Tengo optimismo económico



Edelman Trust Barometer 2025. Escala de sentimiento de agravio. CNG_FUT. Pensando en el futuro económico para ti y tu familia, ¿cómo crees que les irá dentro de cinco años? Escala de 5 puntos; códigos 1-2, mejor. Población general, promedio de 26 mercados, según el nivel promedio de confianza en las cuatro instituciones: negocios, gobierno, medios de comunicación y ONG. Ciertos datos incluidos en la escala no se recopilaron en China ni en Tailandia. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico.



Restaurar la confianza y construir optimismo en medio de la crisis de agravios

1

Los agravios deben ser abordados

Las fallas institucionales de los últimos 25 años han generado agravios en todo el mundo, frenando el crecimiento y la innovación. Para liderar en medio de esta crisis, es fundamental comprender las realidades económicas de tus partes interesadas, defender intereses compartidos y crear oportunidades para el optimismo.

2

Las empresas tienen la licencia para actuar

Aquellos con un mayor sentido de agravio son más propensos a creer que las empresas no están haciendo lo suficiente para abordar los problemas sociales. Para navegar estas expectativas, comprende: dónde tienes obligaciones, actúa en nombre de tus stakeholders y aboga por tu organización.

3

Las empresas no pueden actuar solas

Las empresas, el gobierno, los medios de comunicación y las ONG deben trabajar juntos para abordar las causas fundamentales de los agravios y fomentar la confianza, el crecimiento y la prosperidad. Inviertan en las comunidades locales, en información de calidad y en habilidades laborales. Entreguen resultados que beneficien a todos de manera justa.

4

Con confianza, el optimismo supera los agravios

Cuando no se puede confiar en las instituciones para hacer lo correcto, los agravios se agravan y las perspectivas se oscurecen. Para disipar los agravios y aumentar el optimismo, prioriza y reconstruye la confianza en tu organización y en las comunidades locales.



Panelistas



María Margarita Zuleta

Directora de la Escuela
de Gobierno Alberto
Lleras Camargo



Miguel García

Profesor asociado
del Departamento
de Ciencia Política
y Estudios Globales



**María del Pilar
López Uribe**

Secretaria de
Desarrollo Económico
de Bogotá



Alejandro Santos

Director de contenidos
Caracol Radio - Prisa

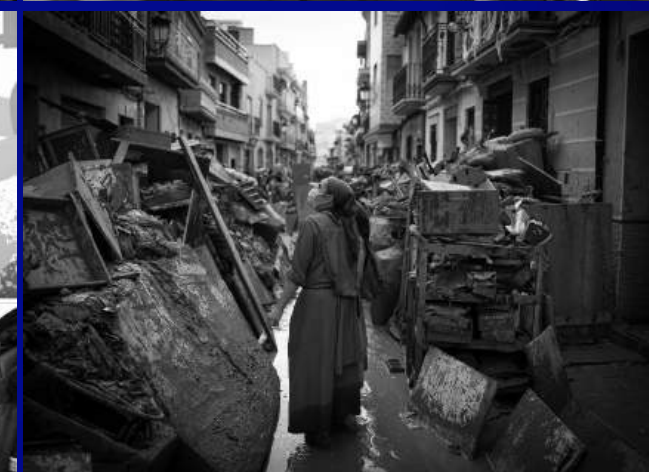


Juan Daniel Oviedo

Concejal de Bogotá



2025 Edelman Trust Barometer



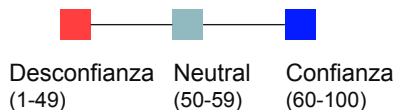
Technical Appendix



Desigualdad en la confianza: Las personas de bajos ingresos confían mucho menos que las de altos ingresos

Índice de confianza

(Porcentaje promedio de confianza en empresas, gobierno, medios de comunicación y ONG)




Desigualdad de confianza de dos dígitos en 22 países, uno menos que en 2024

Edelman Trust Barometer 2025. El Índice de Confianza es el porcentaje medio de confianza en las ONG, las empresas, el gobierno y los medios de comunicación. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados, por ingresos. Los cuartiles de ingresos se determinaron por separado para cada país en función de la distribución de los ingresos por hogar entre los encuestados de ese país.

2025 Altos ingresos (25% superior)

62 Global 28

- 86 Indonesia
- 84 Arabia Saudita
- 83 China
- 80 India
- 80 EAU
- 79 Tailandia
- 73 Singapur
- 71 Malasia
- 69 Nigeria
- 68 Kenia
- 65 México
- 64 Países Bajos
- 59 Brasil
- 59 Sudáfrica
- 57 Francia
- 56 Irlanda
- 55 Canadá
- 55 Italia
- 54 Suecia
- 54 EE. UU.
- 53 Australia 
- 52 Colombia
- 50 Argentina
- 50 España
- 49 Corea del Sur
- 48 Reino Unido
- 47 Alemania
- 43 Japón

2025 Bajos ingresos (25% inferior)

50 Global 28

- 73 China
- 69 Indonesia
- 65 India
- 63 Arabia Saudita
- 60 Malasia
- 60 Nigeria
- 60 EAU
- 59 Kenia
- 57 Singapur
- 55 Tailandia
- 50 Países Bajos
- 49 Canadá
- 49 Sudáfrica
- 47 México
- 44 Australia 
- 44 Colombia 
- 44 Suecia
- 43 Brasil
- 43 Francia
- 43 Irlanda
- 43 Italia
- 42 Argentina
- 41 EE. UU.
- 39 España
- 37 Alemania
- 37 Reino Unido
- 35 Corea del Sur
- 30 Japón

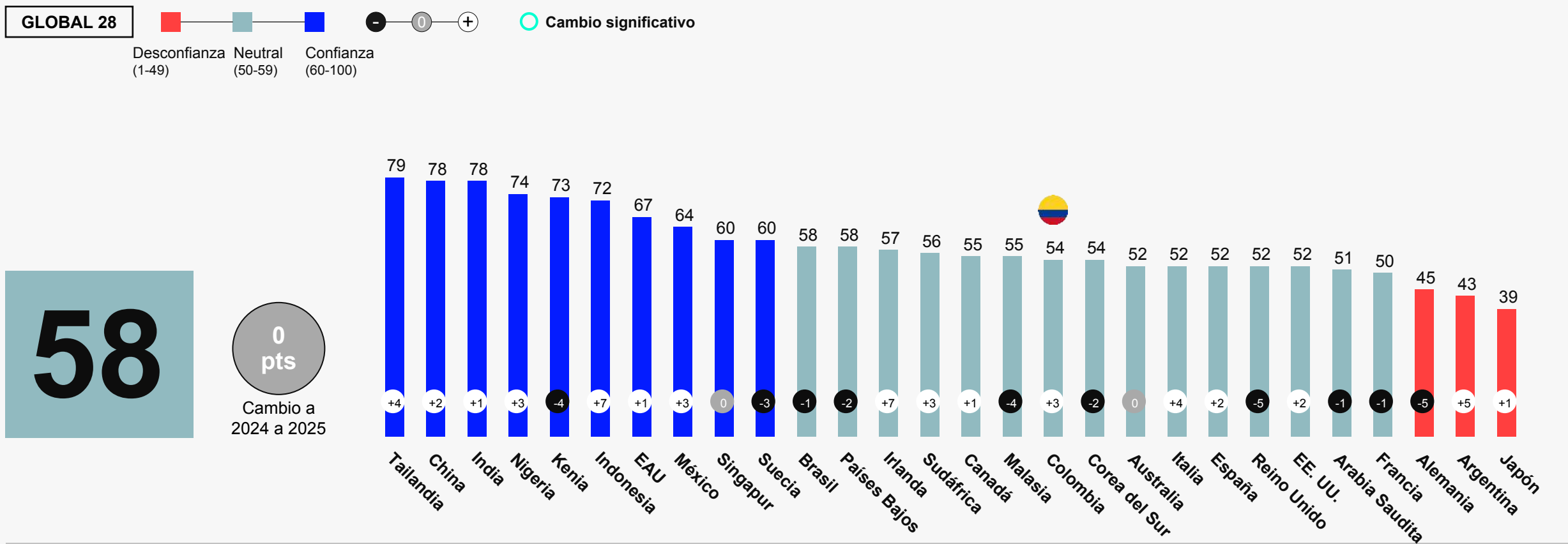
La mayor desigualdad en la confianza basada en ingresos se encuentra en:

- Tailandia **24pts**
- Arabia Saudita **21pts**
- EAU **20pts**
- México **18pts**
- Indonesia **17pts**



En 10 de los 28 países medidos, la gente confía en la ONU

Porcentaje de confianza en la ONU

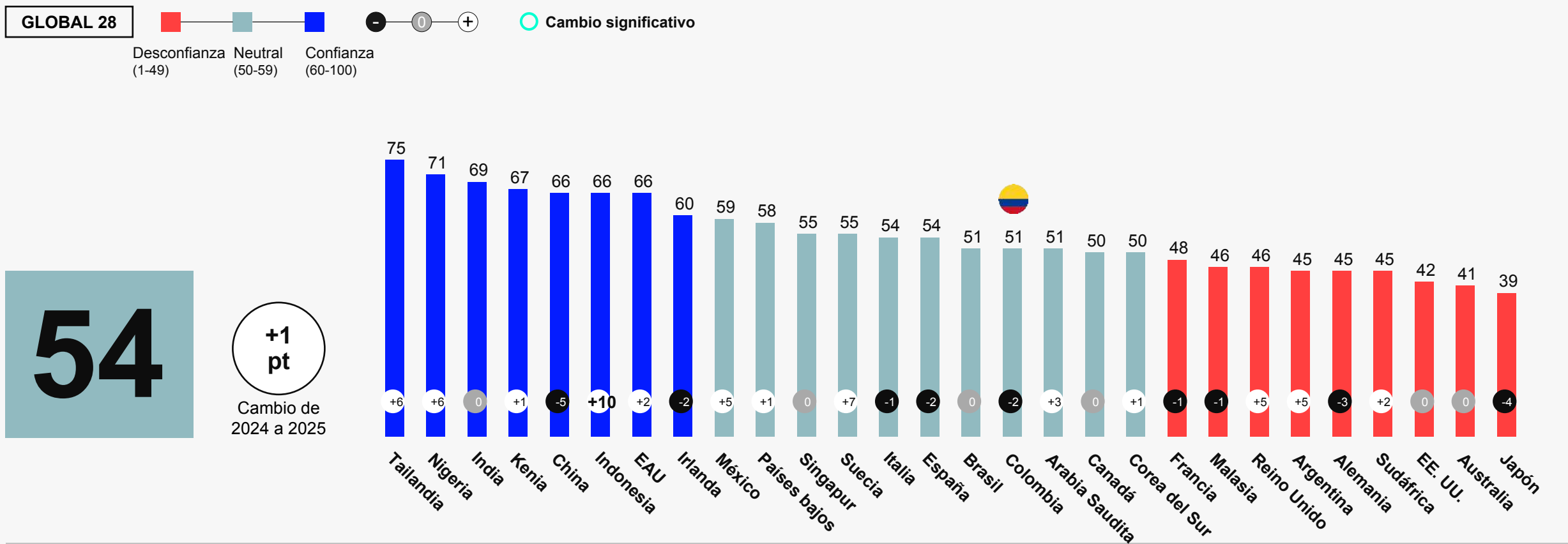


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



La Unión Europea es confiable en solo 8 de los 28 países medidos

Porcentaje de confianza en la Unión Europea

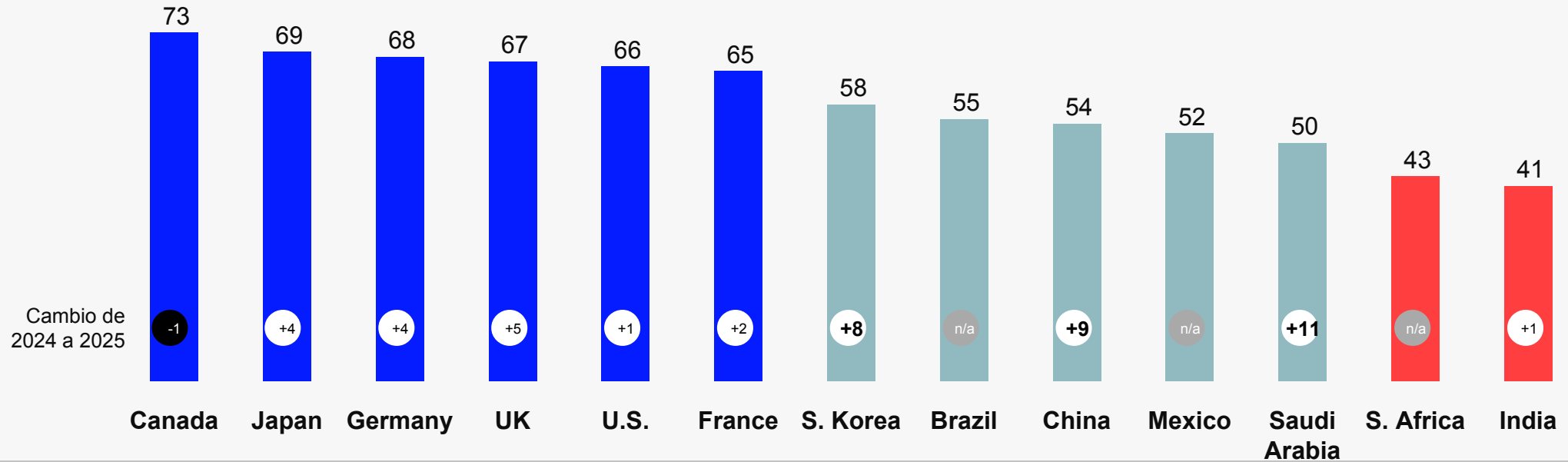
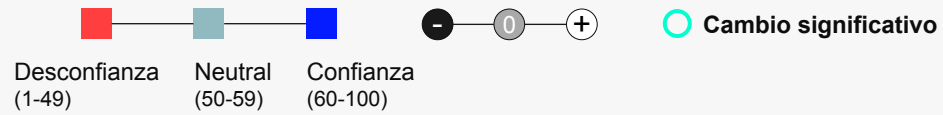


Edelman Trust Barometer 2025. TRU_INS. Abajo encontrarás una lista de instituciones. Para cada una, indica cuánto confías en que la institución indicada está haciendo las cosas adecuadamente. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confían. Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.



Confianza en las empresas con sede en el extranjero

Porcentaje de confianza en empresas con sede en cada país, según los colombianos



Edelman Trust Barometer 2025. TRU_NAT. Ahora queremos conocer tu opinión sobre las empresas globales con sede en distintos países. Indica cuánto confías en que las compañías con sede siguientes mercados hagan lo correcto. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confío. Se realizó la pregunta a la mitad de la muestra. Población general, Colombia. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

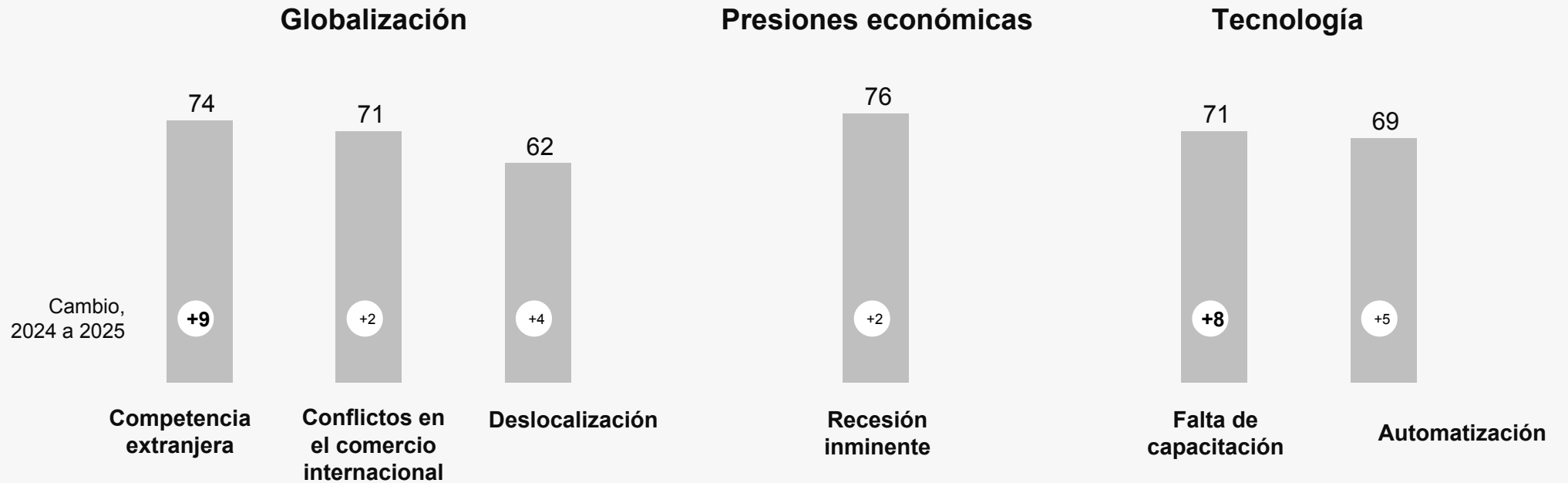


En Colombia, aumentan las preocupaciones sobre la seguridad laboral

Porcentaje de empleados preocupados en Colombia

○ Cambio significativo

Mi seguridad laboral está en riesgo por...



Edelman Trust Barometer 2025. POP_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, preocupación. Las preguntas se realizaron a los participantes que trabajan en una organización o empresa (P43/1). Población general, promedio de 28 mercados. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

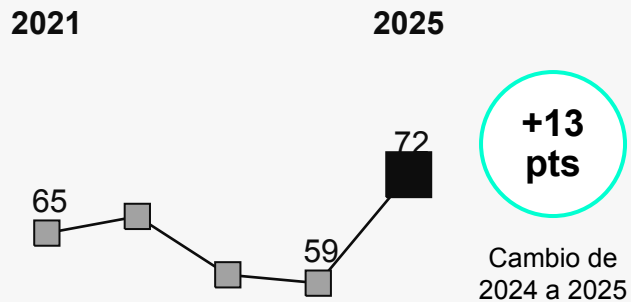


El miedo a sufrir discriminación aumenta en todos los grupos demográficos

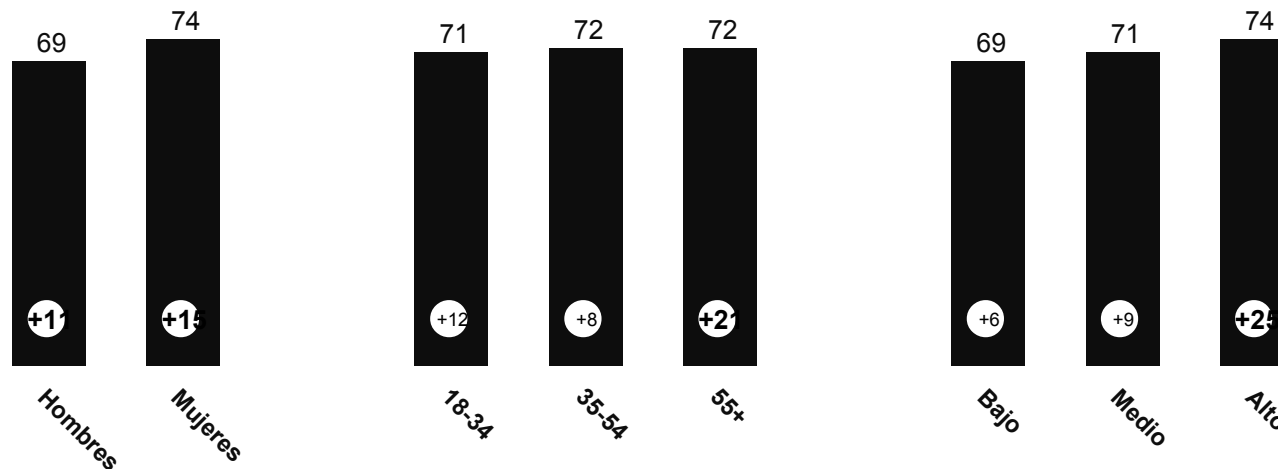
Porcentaje que dice, en Colombia

● 0 ● + ○ Cambio significativo

Me preocupa enfrentar **prejuicios, discriminación o racismo**



Género | Edad | Ingresos



Incluso los sectores de ingresos altos muestran un fuerte aumento.

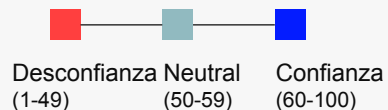


Edelman Trust Barometer 2025. POP_EMO. Hay personas que dicen tener muchas preocupaciones y otras que afirman tener pocas. Nos interesa saber lo que te preocupa. En particular, queremos saber qué tanto te preocupa cada uno de los siguientes temas. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, preocupación. Las preguntas se realizaron a la mitad de la muestra. Población general, Colombia, por género, edad y nivel de ingresos. Se evaluó la importancia de los cambios año tras año mediante una prueba t establecida a un nivel de confianza de más del 99 %.

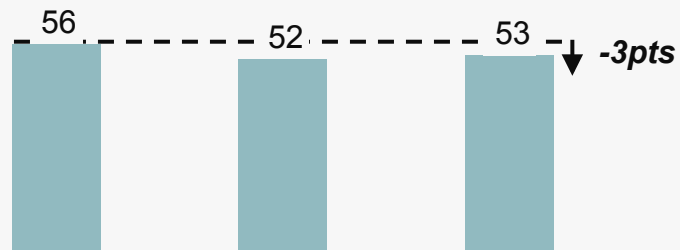


A mayor sentimiento de agravio, mayor desconfianza en la inteligencia Artificial

Porcentaje que lo dice, por sentimiento de agravio, en Colombia

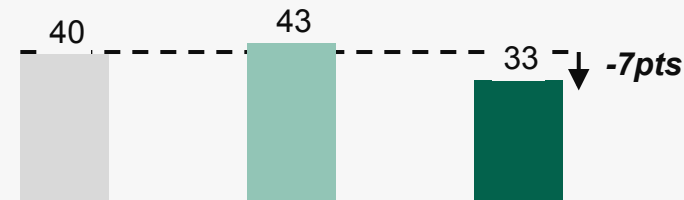


Confío en la Inteligencia Artificial



Mi sentimiento de agravio es: **Bajo** **Moderado** **Alto**

Me parece adecuado como utilizan la IA las empresas



Bajo **Moderado** **Alto**



delman Trust Barometer 2025. TRU_INS. A continuación, aparece una lista de instituciones. Para cada una de ellas, indica en qué medida confías en que esa institución haga lo correcto. Escala de 9 puntos; recuadro con las 4 primeras respuestas, confía. Población general, Colombia, según la escala de sentimiento de agravio. Para una explicación completa sobre el desarrollo de la escala de sentimiento de agravio, consulta el Apéndice Técnico. “Empr.” corresponde a Empresas, “Gov.” a Gobierno, “ONG” a ONG y “Medios” a Medios.



2025 Edelman Trust Barometer: The Sample

Countries Included in Each Global Average

Country	Weighted Sample Size ¹	Unweighted Sample Size	Margin of Error ² – Total Sample	Margin of Error – Half Sample	Quotas Set On ³
Global 28⁴	32,200	33,194	+/- 0.7 percentage points total sample	+/- 1.0 percentage points half sample	Quotas set at the country level
Argentina	1,150	1,151	+/- 3.8 pct pts. total sample	+/- 5.4 pct pts. half sample	Age, Gender, Region
Australia	1,150	1,153			
Brazil	1,150	1,151			
Canada	1,150	2,124			
China⁵	1,150	1,150			
Colombia	1,150	1,150			
France	1,150	1,152			
Germany	1,150	1,150			
India	1,150	1,150			
Indonesia	1,150	1,150			
Ireland	1,150	1,150	+/- 3.8 pct pts. total sample	+/- 5.4 pct pts. half sample	
Italy	1,150	1,150			
Japan	1,150	1,150			
Kenya	1,150	1,152			
Malaysia	1,150	1,153			
Mexico	1,150	1,151			
Netherlands	1,150	1,150			
Nigeria	1,150	1,152			
Saudi Arabia	1,150	1,152			
Singapore	1,150	1,150			
S. Africa	1,150	1,150			
S. Korea	1,150	1,150			
Spain	1,150	1,150			
Sweden	1,150	1,150			
Thailand	1,150	1,150			
UAE	1,150	1,152			
UK	1,150	1,151			
U.S.	1,150	1,150			

1. Data reported on slides is weighted to the same total base size to ensure each country has an equal effect on the global average. Some questions were asked of only half of the sample. Please refer to the footnotes on each slide for details.
2. Margin of error is calculated on the unweighted sample sizes, utilizing a 99% confidence interval.
3. There were additional quotas on ethnicity in the UK and U.S., and on nationality in Saudi Arabia and the UAE.
4. The "global average" indicates the average result of all the countries where data was collected. As mentioned above, there has been no adjustment made to the population size relative to each country and the global average is not intended to suggest a total result of the entire global population.
5. All data collected in China is from the mainland. Regions of Greater China were not surveyed.



La mayoría cree que los ricos se quedan con más de lo que les corresponde

Porcentaje que está de acuerdo en Colombia

Los ricos
no pagan los impuestos que les
corresponden

64%

El egoísmo de los ricos
es la causa de muchos de
nuestros problemas

64%



2025 Edelman Trust Barometer: The Sample

Additional Fielding in Canada

Respondents in Canada have the option to take the survey in English or in French. For those who selected French, due to a translation error, a few questions were shown in English instead.

To address this, and ensure each respondent was able to answer the full survey in their preferred language, all Canadian respondents who took the survey in French were re-contacted between December 12 and 17, 2024 to answer French language versions of the impacted questions, as well as associated questions used for comparing or segmenting data. This new data replaced the original data collected in the dataset at those impacted questions.

French-selecting respondents who did not participate in the recontact were removed from the final data set. All data was then re-weighted to be nationally representative of gender, age, and region in Canada.

To summarize:

- All Canada data among English-selecting respondents is from the original fielding wave of Oct 25 – Nov 12.
- Canada data among French-selecting respondents at the impacted questions is from the recontact fielding wave of Dec 12 – 17.
- Canada data among French-selecting respondents at all other questions is from the original fielding wave of Oct 25 – Nov 12.
- Each Canada respondent who selected French and is present in the final dataset took both waves of the survey, so the sample is consistent across questions.

Any impacted data is indicated in the footnote of the slide.



2025 Edelman Trust Barometer: The Sample

Global Averages: Current Year and Historical Tracking

	Global 28	Tracking Average Global 26	Tracking Average Global 22	Tracking Average Global 21
All countries surveyed:	Used for current year averages and tracking to 2024	Used for tracking to 2021	Used for tracking to 2018	Used for tracking to 2012
Argentina	Argentina	Argentina	Argentina	Argentina
Australia	Australia	Australia	Australia	Australia
Brazil	Brazil	Brazil	Brazil	Brazil
Canada	Canada	Canada	Canada	Canada
China	China	China	China	China
Colombia	Colombia	Colombia	----	----
France	France	France	France	France
Germany	Germany	Germany	Germany	Germany
India	India	India	India	India
Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia
Ireland	Ireland	Ireland	Ireland	Ireland
Italy	Italy	Italy	Italy	Italy
Japan	Japan	Japan	Japan	Japan
Kenya	Kenya	Kenya	----	----
Malaysia	Malaysia	Malaysia	Malaysia	Malaysia
Mexico	Mexico	Mexico	Mexico	Mexico
Netherlands	Netherlands	Netherlands	Netherlands	Netherlands
Nigeria	Nigeria	----	----	----
Saudi Arabia	Saudi Arabia	Saudi Arabia	----	----
Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore
S. Africa	S. Africa	S. Africa	----	----
S. Korea	S. Korea	S. Korea	S. Korea	S. Korea
Spain	Spain	Spain	Spain	Spain
Sweden	Sweden	----	----	----
Thailand	Thailand	Thailand	----	----
UAE	UAE	UAE	UAE	UAE
UK	UK	UK	UK	UK
U.S.	U.S.	U.S.	U.S.	U.S.



2025 Edelman Trust Barometer: The Sample

Global Averages: Special Averages

	Sensitive Markets Global 26	Sensitive Markets, Translation Exclusion Global 24	Tracking Markets, Sensitive Markets, Translation Exclusion Global 20
All countries surveyed:	Used for current year averages ; excludes sensitive countries ¹	Used for current year averages ; excludes sensitive countries ¹ ; excludes countries impacted by translation inconsistencies ²	Used for tracking to 2020 ; excludes sensitive countries ¹ ; excludes countries impacted by translation inconsistencies ²
Argentina	Argentina	Argentina	Argentina
Australia	Australia	Australia	Australia
Brazil	Brazil	Brazil	Brazil
Canada	Canada	Canada	Canada
China	----	----	----
Colombia	Colombia	Colombia	Colombia
France	France	France	----
Germany	Germany	Germany	Germany
India	India	India	India
Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia
Ireland	Ireland	Ireland	Ireland
Italy	Italy	Italy	Italy
Japan	Japan	Japan	Japan
Kenya	Kenya	Kenya	Kenya
Malaysia	Malaysia	Malaysia	Malaysia
Mexico	Mexico	Mexico	Mexico
Netherlands	Netherlands	Netherlands	Netherlands
Nigeria	Nigeria	Nigeria	----
Saudi Arabia	Saudi Arabia	----	----
Singapore	Singapore	Singapore	Singapore
S. Africa	S. Africa	S. Africa	S. Africa
S. Korea	S. Korea	S. Korea	----
Spain	Spain	Spain	Spain
Sweden	Sweden	Sweden	----
Thailand	----	----	----
UAE	UAE	----	----
UK	UK	UK	UK
U.S.	U.S.	U.S.	U.S.

1. Because some of the content we ask is deemed politically sensitive, there are several countries where we take special precautions in order to avoid putting our respondents, or ourselves, in a position to break any local laws. We work closely with our sample partner and its legal team to identify which questions, and in what countries, we should refrain from asking. The countries where we removed certain questions and/or answer options in the survey are noted in the labels on the slide.

2. Due to a translation inconsistency regarding the measure of competence or ethics in the four main institutions in France, Saudi Arabia, South Korea, and UAE, the data for those countries was removed from the relevant analyses.



2025 Edelman Trust Barometer: The Sample

Survey Languages Used and Internet Penetration by Country

	Languages	Internet Penetration*
Global	-	-
Argentina	Localized Spanish	89%
Australia	Localized English	95%
Brazil	Portuguese	84%
Canada	Localized English, Canadian French	94%
China	Simplified Chinese	77%
Colombia	Localized Spanish	73%
France	Localized French	87%
Germany	German	92%
India	Localized English, Hindi	43%

	Languages	Internet Penetration*
Indonesia	Indonesian	69%
Ireland	Localized English	96%
Italy	Italian	87%
Japan	Japanese	85%
Kenya	Localized English	41%
Malaysia	Malay	98%
Mexico	Localized Spanish	81%
Netherlands	Localized English, Dutch	97%
Nigeria	Localized English	35%
Saudi Arabia	Localized English, Modern Standard Arabic	100%

	Languages	Internet Penetration*
Singapore	Localized English, Simplified Chinese	94%
S. Africa	Localized English, Afrikaans	75%
S. Korea	Korean	97%
Spain	Localized Spanish	95%
Sweden	Localized English, Swedish	96%
Thailand	Thai	90%
UAE	Localized English, Modern Standard Arabic	100%
UK	Localized English	95%
U.S.	English, Localized Spanish	97%

*Data source: [Individuals using the Internet \(% of population\) | Data \(worldbank.org\)](https://data.worldbank.org/indicators/ya) as of January 17, 2025.

Due to disproportionate access to internet in countries with lower internet penetration, the online sample in those countries tends to skew younger, urban, and more affluent.



2025 Edelman Trust Barometer: Data Analysis in Detail

Countries With National Elections or Changes in Government Leadership

To understand the impact that a change in government leadership has on trust, we identified the countries in our study that had an election or other government leadership change between the survey fielding dates for the 2024 Trust Barometer (Nov 3 – Nov 22, 2023) and the 2025 Trust Barometer (Oct 25 – Nov 16, 2024). Elections or other government leadership changes were defined as a national election, the collapse of coalition, or the appointment of a new prime minister.

The full list of countries included in the analysis, referenced on pg. 6 of the 2025 Global Report, is shown in the table at right

	Date of change	Description of change
Argentina	November 2023	Run-off Election
France	June, September 2024	Election; Collapse of leadership coalition
Germany	November 2024	Collapse of leadership coalition
India	April to June 2024	Election
Indonesia	February 2024	Election
Japan	October 2024	Election
Mexico	June 2024	Election
Netherlands	November 2023	Election after cabinet collapse in July 2023
S. Africa	May 2024	Election
S. Korea	April 2024	Election
Thailand	August 2024	New Prime Minister appointment
UK	July 2024	Election
U.S.	November 2024	Election



2025 Edelman Trust Barometer: Data Analysis in Detail

How We Measured Grievance

The sense of grievance segmentation was created by dividing respondents into three distinct groups based on their agreement with a number of statements. The specific statements were chosen for their ability to reflect a respondent’s sense of unfairness and personal harm caused by institutions, specifically business and government, and by the wealthy:

- **Government*** actions hurt me and serve the few rather than the many
- **Business** actions hurt me and serve the few rather than the many
- **The wealthy** benefit from an unfair system, which is biased in favor of the rich, while regular people struggle to pay their bills

The full language of the statements used in the scale are shown in the table shown to the right. The three segments—low, moderate, and high grievance— were created based on the number of statements they agreed with:

- **Low Grievance:** agreed with 0 to 2 statements
- **Moderate Grievance:** agreed with 3 or 4 statements
- **High Grievance:** agreed with 5 or all 6 statements

Items	Question text	
Government	GOV_PER_DIM. In thinking about why you do or do not trust government in general , please specify where you think it falls on the scale between the two opposing descriptions. (Please use the slider to indicate where you think government in general falls between the two extreme end points of each scale.) <i>Statement below shown in bold on left side, bottom 5 box (codes 1-5)</i>	
	Serves the interests of only certain groups of people	Serves the interests of everyone equally and fairly
	Overall, its actions are hurting my quality of life	Overall, its actions are improving my quality of life
Business	BUS_PER_DIM. In thinking about why you do or do not trust business , please specify where you think it falls on the scale between the two opposing descriptions. (Please use the slider to indicate where you think business falls between the two extreme end points of each scale.) <i>Statement below shown in bold on left side, bottom 5 box (codes 1-5)</i>	
	Serves the interests of only certain groups of people	Serves the interests of everyone equally and fairly
	Overall, its actions are hurting my quality of life	Overall, its actions are improving my quality of life
The wealthy	POP_MDC. Below is a list of statements. For each one, please rate how true you believe that statement is using a nine-point scale where one means it is “not at all true” and nine means it is “completely true”. (Please select one response for each.) <i>Agree, top 4 box (codes 6-9)</i>	
	As regular people struggle just to pay their bills, the elites are getting richer than they deserve	
	The system is biased against regular people and in favor of the rich and powerful	

*Questions related to government were not asked in China or Thailand. These markets are not represented in the grievance scale.



2025 Edelman Trust Barometer: Data Analysis in Detail

How We Plotted the Institutional Competence and Ethics Scores

We define trust as the combination of competence and ethics. The report features a chart depicting how competent and ethical each of the institutions are rated to be. Here’s how we calculated each score.

The competence score (the x-axis of the plot): An institution’s competence score is a net of the top 3 box (AGREE) minus the bottom 3 box (DISAGREE) responses to the question “To what extent do you agree with the following statement? *[INSTITUTION] in general is good at what it does*”. The resulting net score was then subtracted by 50, which means that for an institution to qualify as competent, it would require a net difference of 51 points or more in its percentage of top 3-box ratings versus its bottom 3-box ratings. This ensures that an institution could not be considered competent unless there is a majority who rate it as such.

The net ethical score (the y-axis of the plot): The ethics dimension is defined by four separate items. For each item, a net score was calculated by taking the top 5 box percentage representing a positive ethical perception minus the bottom 5 box percentage representing a negative ethical perception. The y-axis value is an average across those 4 net scores. Scores higher than zero indicate an institution that is perceived as ethical.

Respondents were asked:

In thinking about why you do or do not trust *[INSTITUTION]*, please specify where you think they fall on the scale between the two opposing descriptions. *(Please use the slider to indicate where you think [INSTITUTION] falls between the two extreme end points of each scale.)*

Dimension	Ethical Perception	Unethical Perception
Purpose-Driven	Highly effective agents of positive change	Completely ineffective agents of positive change
Honest	Honest and fair	Corrupt and biased
Vision	Have a vision for the future that I believe in	Do not have a vision for the future that I believe in
Fairness	Serve the interests of everyone equally and fairly	Serve the interests of only certain groups of people



2025 Edelman Trust Barometer: Data Analysis in Detail

How We Validated the Analysis of Ethics Scores Across the Grievance Segments

The ethics dimension for government and business share a variable with the scale used to create the grievance segments, raising the question of whether it was valid to compare institutional ethics scores across these segments (see pg. 25 of the 2025 Global Report).

To ensure the validity of measuring ethics data among different grievance segments, we compared the ethics scores for the institutions with and without the shared fairness attribute.

Dimension	Ethical	Unethical
Fairness	Serve the interests of everyone equally and fairly	Serve the interests of only certain groups of people

As seen in the analysis shown to the right, removing this attribute resulted in very similar ethics scores for each of the institutions, and did not materially change the findings of the analysis. Because of the similarity between the ethics calculations including and excluding the fairness item, we used the full version of the ethics scale for the competence and ethics analysis by grievance segments in order to maintain consistency with the ethics scores shown in other parts of the report.

Comparing ethics data including and excluding the fairness dimension				
Ethics scores	Low Grievance	Moderate Grievance	High Grievance	Gap between low and high
Government ethics excluding fairness	33	-24	-68	-101
Government ethics including fairness	37	-30	-75	-112
Media ethics excluding fairness	24	-4	-36	-60
Media ethics including fairness	25	-9	-41	-66
Business ethics excluding fairness	43	29	-18	-61
Business ethics including fairness	44	19	-36	-80
NGO ethics excluding fairness	35	23	6	-29
NGO ethics including fairness	34	17	-2	-36



2025 Edelman Trust Barometer: Data Analysis in Detail

How We Calculated Respondent Trust Levels

To examine the effect of trust on grievance and personal economic optimism (shown on pg. 36 of the 2025 Global Report), we segmented respondents into nine levels based on their average level of trust.

The average was calculated by taking the respondent’s average score on a scale of one to nine across each of the four institutions:

- Government in general
- Media in general
- Business in general
- Non-governmental organizations (NGOs)

If a respondent answered “don’t know” to one of the four institutions, that institution was left out of the average. For example, if a respondent said “don’t know” regarding trust in government, the average was calculated based on their ratings of media, business, and NGOs. If a respondent said “don’t know” across all four institutions, they were left out of this analysis.

The table to the right shows the fallout of respondents based on their average score across the institutions.

Trust scores and fallout			
<p>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 9-point scale where one means that you “do not trust them at all” and nine means that you “trust them a great deal”.</p>			
Trust level	Fallout	Unweighted base	Weighted base
1. Do not trust them at all	1%	360	350
2.	3%	1022	1003
3.	7%	2150	2097
4.	12%	3641	3537
5.	19%	5978	5774
6.	22%	6698	6499
7.	20%	6159	5990
8.	11%	3558	3376
9. Trust them a great deal	4%	1300	1249
99. Don't know	n/a	n/a	n/a



Full Text for Shortened Answer Choices



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Globalization, Economic, and Technology Fears Worsen Job Insecurity

POP_EMO. Some people say they worry about many things while others say they have few concerns. We are interested in what you worry about. Specifically, how much do you worry about each of the following?

Shortened text	Full text
International trade conflicts	International conflicts about trade policies and tariffs hurting the company you work for
Foreign competitors	Cheaper foreign competitors driving companies like yours out of business
Offshoring	Your job being moved to other countries where workers are paid less
Looming recession	Losing your job as a result of a looming recession
Automation	Automation and/or other innovations taking your job away
Lack of training	Not having the training and skills necessary to get good paying jobs



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Majority Convinced the Wealthy Take More Than Their Fair Share

WEA_AGR. How much do you agree or disagree with the following statements?

Shortened text	Full text
The wealthy don't pay their fair share of taxes	The wealthy are not currently paying their fair share of taxes
The wealthy's selfishness causes many of our problems	The selfishness of the wealthiest people in this country is the source of many of our problems



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

4 in 10 See Hostile Activism as a Viable Means to Drive Change

CNG_MECH. Which actions would you approve of as ways to bring about societal changes you felt would give you and your family a better future? For each of the potential ways to bring about change listed below, pick the statement which best describes how you would feel if someone did this.

Shortened text	Full text
Attack people online	Engage in online personal attacks against individuals who you see as standing in the way of the change you want to see
Intentionally spread disinformation	Create or share exaggerated or even false online content to influence public opinion
Threaten or commit violence	Threaten or engage in physical violence against the institutions or groups that you see as standing in the way of the change you want to see
Damage public or private property	Damage or destroy public and/or private property to bring attention to the change you want to see



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Your Gain is My Loss: Grievance Instills a Zero-Sum Mindset

POL_AFF. Please specify where your feelings about people in your country who have different political beliefs than you fall on the scale between the two opposing descriptions.

Shortened text	Full text
What helps people who don't share my politics comes at a cost to me	What furthers their interests comes at the cost of mine



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Business: Empower Us with Well-Paid Jobs and Skills for the Future

BUS_EXP_FUT. How obligated do you believe business is to do each of the following in order to help us achieve a better future?

Shortened text	Full text
Provide good-paying jobs in its local communities	Provide good-paying jobs to people in the communities in which it operates
Train or reskill employees to be competitive	Train or reskill employees to be competitive in this economic environment



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Grievance Demands More Action from Business, Not Less

BUS_BND. Think about business as an institution, and its current level of engagement in addressing societal needs and issues. When it comes to each of the following areas, please indicate if you think business is going too far and overstepping what it should be doing, is doing just the right amount in regard to this activity, or is not going far enough in its actions and should be doing more.

Shortened text	Full text
Affordability	Making everyday things that people need, like food and energy, more affordable
Climate change	Addressing climate change
Retraining	Doing the workforce reskilling and retraining necessary to keep people employable whose jobs are being eliminated or greatly altered by automation and artificial intelligence
Misinformation	Controlling the malicious spreading of misleading and false information and ensuring the availability of trustworthy information
Discrimination	Addressing systemic injustice and discrimination in this country based on race, gender, religion, or sexual orientation



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

CEOs Have Permission to Act When They Can Make a Difference and Improve Performance

BUS_JUS. There are many social and societal challenges in the world today. Some of these challenges may be ones that you feel CEOs, as business leaders, are justified in addressing, and others you may feel are matters that business leaders should avoid or have no special reason to get involved in. How strong a justification do you feel each of the following is for a CEO to engage in addressing a particular social or societal issue in their role as the leader of a business?

Shortened text	Full text
They could make a major impact on the challenge	The CEO and their business could potentially have a significant positive impact on the social problem or societal challenge
Doing so would improve business performance	Addressing the social problem or societal challenge would lead to a significant improvement in the performance and profits of the CEO's business



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

CEOs Have Permission to Act To Fix Problems They Caused and Protect Their Stakeholders

BUS_JUS. There are many social and societal challenges in the world today. Some of these challenges may be ones that you feel CEOs, as business leaders, are justified in addressing, and others you may feel are matters that business leaders should avoid or have no special reason to get involved in. How strong a justification do you feel each of the following is for a CEO to engage in addressing a particular social or societal issue in their role as the leader of a business?

Shortened text	Full text
Their business contributed to the problem	The CEO's business significantly contributed to causing or worsening the social problem or societal challenge
	The CEO's customers are negatively impacted by the social problem or societal challenge
The issue harms their customers, employees, communities (avg)	The CEO's workforce is negatively impacted by the social problem or societal challenge
	The communities in which the CEO's business operates are negatively impacted by the social problem or societal challenge



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Employers: Keep Grievances From Undermining Collaboration at Work

BUS_EXP_FUT. How obligated do you believe business is to do each of the following in order to help us achieve a better future?

Shortened text	Full text
Nurture workplace civility to facilitate discussions about contentious issues	Have CEOs create and nurture an environment of civility and mutual respect in the workplace where people can have constructive discussions about contentious issues



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Government: Deliver Results That Benefit Me

LEG_GOV. Governments create, enact, and enforce laws and policies. Some of these laws and policies you might support, while others you might not. How important is each of the following in making you see government leaders as legitimate authorities, such that you are willing to accept and abide by the laws and policies they enact, whether you fully agree with them or not?

Shortened text	Full text
Have a positive impact on my life	The decisions they make have a positive impact on my life
Understand what people like me need and want	They know and understand what people like me need and want



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Media: Put the Facts First

ATT_MED_AGR. Below is a list of statements. For each one, please rate how much you agree or disagree with that statement using a nine-point scale where one means “strongly disagree” and nine means “strongly agree”.

Shortened text	Full text
Attract a big audience than tell people what they need to know	Most news organizations are more concerned with attracting a big audience than they are about telling people what they need to know
Support an ideology than inform the public	Most news organizations are more concerned with supporting an ideology or political position than they are with informing the public about what is happening in the world



2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Influence is Earned Through Compassion, Not Power

LEG_INF. There are many people who share information, recommendations, and their opinions in an attempt to influence the views and behavior of people like you or people in positions of power and authority. Some of these people you might consider to be legitimate sources of influence and expertise, while others you might not. How important is each of the following in making you see someone as a legitimate influence or expert, such that you willingly give them influence on your life decisions and you would be comfortable with them influencing the views and behaviors of people in positions of power and authority?

Shortened text	Full text
Understand what people like me need and want	They know and understand what people like me need and want
Occupy a formal position of power	They occupy a formal position of power and authority in society



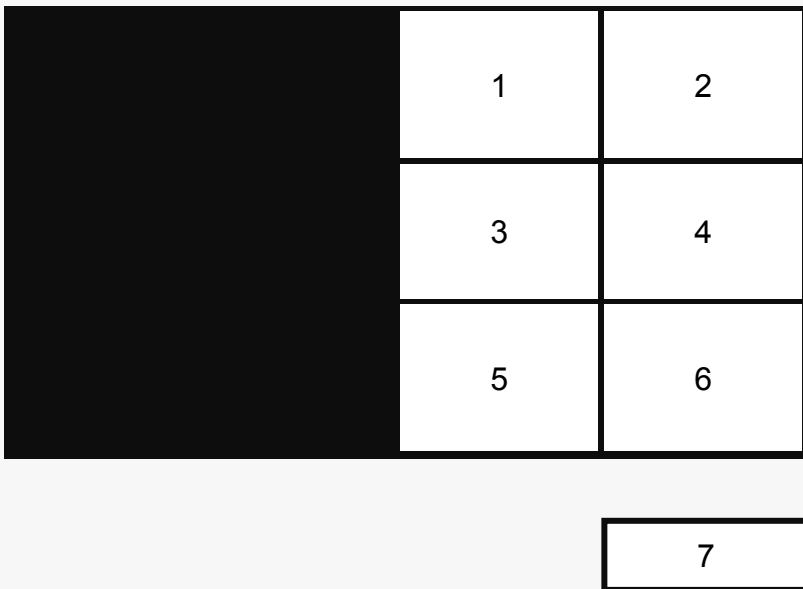
2025 Edelman Trust Barometer:
Full Text for Shortened Answer Choices

Majority Concern Over Credibility of News Sources

ATT_MED_AGR. Below is a list of statements. For each one, please rate how much you agree or disagree with that statement using a nine-point scale where one means “strongly disagree” and nine means “strongly agree”.

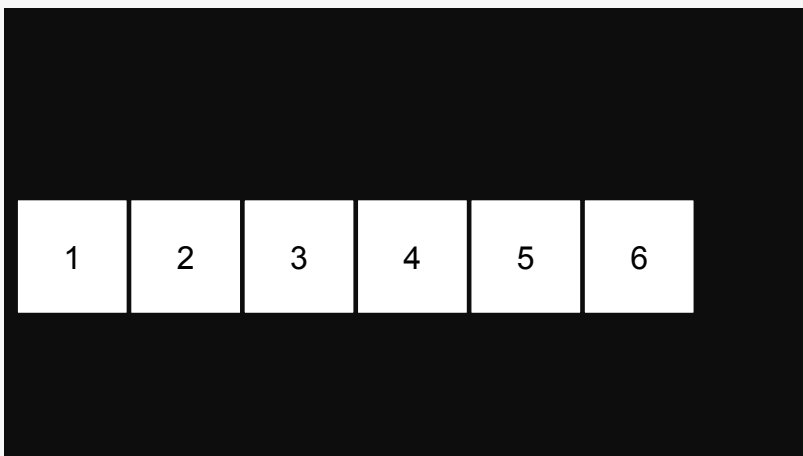
Shortened text	Full text
It is becoming harder to tell if news is from respected media or an individual trying to deceive people	It is becoming harder to tell if a piece of news was produced by a respected media organization or by an individual attempting to deceive people





Cover & Divider Image Credits

1. Activists gesture as they demonstrate in the Central Business District against an alarming rise in murders of young women in Nairobi on January 27, 2024: *TONY KARUMBA/AFP via Getty Images*
2. U.S. former President and 2024 Republican presidential candidate Donald Trump applauds as he arrives for the second day of the 2024 Republican National Convention at the Fiserv Forum in Milwaukee, Wisconsin, July 16, 2024: *ANGELA WEISS/AFP via Getty Images*
3. Members of the Korean Confederation of Trade Unions hold placards reading "Step down Yoon Suk Yeol who led the insurrection!" with a picture of Yoon during a rally calling for the impeachment of President Yoon Suk Yeol in front of the ruling People Power Party headquarters in Seoul on December 6, 2024: *JUNG YEON-JE/AFP via Getty Images*
4. Consequences of flooding caused by the DANA occur in cities near Valencia, Spain, on November 7, 2024: *Pau Venteo/NurPhoto via Getty Images*
5. Demonstrators held up a banner calling to Tax extreme wealth outside the 2024 Labour Party Conference on the 23rd of September 2024 in Liverpool, United Kingdom: *Andrew Aitchison/In pictures via Getty Images*
6. Voters wait in a queue at a polling station to cast votes during the Samaguri assembly constituency bypoll in Nagaon district, Assam, India, on November 13, 2024: *Anuwar Hazarika/NurPhoto via Getty Images*
7. (Divider Image) Commuters cross London Bridge on October 15, 2024 in London, England: *Dan Kitwood/Getty Images*



Timeline Image Credits

1. Protesters hold signs while standing a few blocks away from the World Trade Organization (WTO), November 29, 1999: *Daniel Sheehan/Liaison Agency/Newsmakers*
2. Operation Iraqi Freedom - Day 21: U.S. Troops Enter Central Baghdad and Topple Statue Of Saddam Hussein On April 9, 2003 in Baghdad, Iraq: *Gilles BASSIGNAC/Gamma-Rapho via Getty Images*
3. A broker looks at his screens at Frankfurt's stock exchange on September 15, 2008, as the German stock exchange went down 4.6 percent in the afternoon in the wake of US investment banking giant Lehman Brothers filing for bankruptcy: *THOMAS LOHNES/DDP/AFP via Getty Images*
4. European Union flag in front of the Big Ben, Brexit EU: *luaeva via Adobe Stock*
5. Domestic caretaker Jim Johnson, 32, takes a breath of fresh air and feels the rain on his face outside the paramedic's entrance of the triage area in the emergency department of Blackpool Victoria Hospital on June 17, 2020 in Blackpool, United Kingdom: *Lynsey Addario/Getty Images*
6. A Ukrainian soldier with a machine gun in his hands rides along a dirt road on a Challenger-2 tank on August 3, 2023 in Ukraine: *Serhii Mykhalchuk/Global Images Ukraine via Getty Images*



2025 Edelman Trust Barometer Team

Edelman Trust Institute

Trust Barometer Executive Leadership	<p>Tonia E. Ries, Executive Director tonia.ries@edelman.com</p> <p>David M. Bersoff, Ph.D., Head of Research david.bersoff@edelman.com</p>
Research and Narrative Leads	<p>Drake Baer Theresa Peterson</p>
Research, Analysis, and Operations	<p>Cody Armstrong</p> <p>Catherine Aumiller Rosie Delk Abbey Derse Claire Owens</p>
Data and Analytics	<p>John Zamites Kiera Cooke</p>
Narrative and Content Strategy	<p>Esther Choi</p> <p>Chloe Buckley Isaac Emery</p>
Edelman Trust Institute Leadership, Partnerships, and Content Teams	<p>Justin Blake</p> <p>Caitlin Semo Susannah Ferris Ellie Smith</p>

Advisors

Executive Advisors and Subject Matter Experts	<p>Richard Edelman</p> <p>Antoine Calendrier David Fleet Kirsty Graham Aaron Guiterman Courtney Miller Steve van Riel Vidya Satchit Alex Thompson</p>
DXI Research Advisor	<p>Antoine Harary</p>

Marketing

Global Marketing	<p>Vanessa Pymble</p> <p>Pam Blandon Heather Daniels-Gontier Ryann Gastwirth Romain Maradan Polly Mingledorff Danielle Timmons</p>
Colombia Design Studio	<p>Camila Gutierrez Carolina Estrada Juan Osses</p>
Media Relations	<p>Mike Bush, Global External Affairs michael.bush@edelman.com</p>

