

Cómo contratar a personas refugiadas ayuda a las marcas

RESULTADOS DE UNA ENCUESTA RECIENTE ENTRE CONSUMIDORES ESPAÑOLES SOBRE LAS MARCAS QUE APOYAN CAUSAS RELACIONADAS CON LOS REFUGIADOS.



Metodología

Tent encargó recientemente una encuesta para conocer la opinión actual de los consumidores sobre las marcas que apoyan causas relacionadas con los refugiados. La empresa Qualtrics realizó la encuesta en línea a 800 adultos mayores de 18 años en España. El trabajo de campo se desarrolló entre noviembre de 2022 y enero de 2023.

En los últimos 12 meses, Europa ha vivido una de las crisis de desplazamiento forzoso más rápidas de la historia y la mayor desde la Segunda Guerra Mundial.

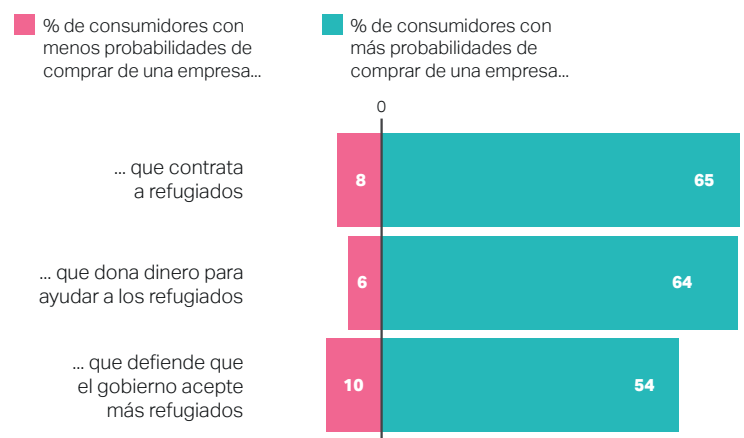
- ✓ Hasta la invasión rusa de Ucrania, España acogía a unos 120.000 refugiados, principalmente de Venezuela y Siria.
- ✓ Desde febrero de 2022, se han registrado en el país otros 170.000 refugiados procedentes de Ucrania.



Conclusiones principales

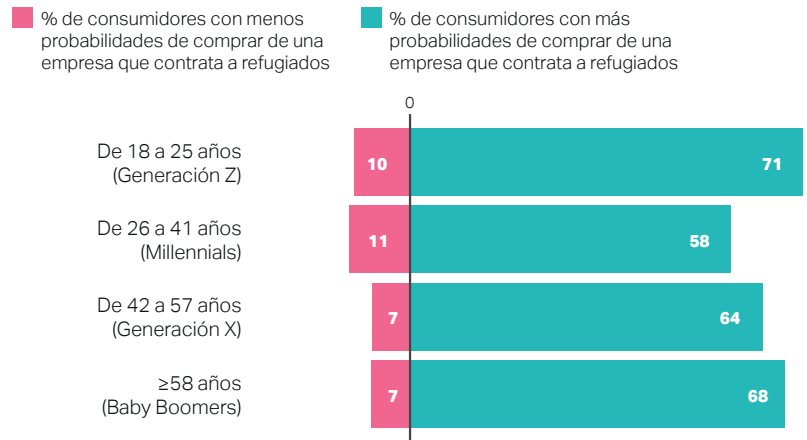
01

Los consumidores españoles esperan que las marcas actúen de forma responsable y apoyan decididamente que las empresas den un paso al frente en favor de los refugiados. Cuando se les pregunta acerca de las medidas concretas que pueden adoptar las empresas, los consumidores indican muy mayoritariamente que es más probable que compren productos de empresas que contratan a refugiados: el 65 % apoya esta medida, 14 puntos porcentuales más que la media registrada entre los siete países europeos encuestados. La respuesta de los consumidores fue similar respecto a las empresas que donan dinero para apoyar causas relacionadas con refugiados, algo que, históricamente, la gran mayoría de las empresas ha preferido hacer, ya que se percibe como algo más humanitario y menos polémico. Aunque siguen demostrando su apoyo, los consumidores responden de forma ligeramente menos favorable a que las empresas participen en iniciativas gubernamentales para aumentar el número de refugiados, puesto que esta medida resulta políticamente más polarizante.



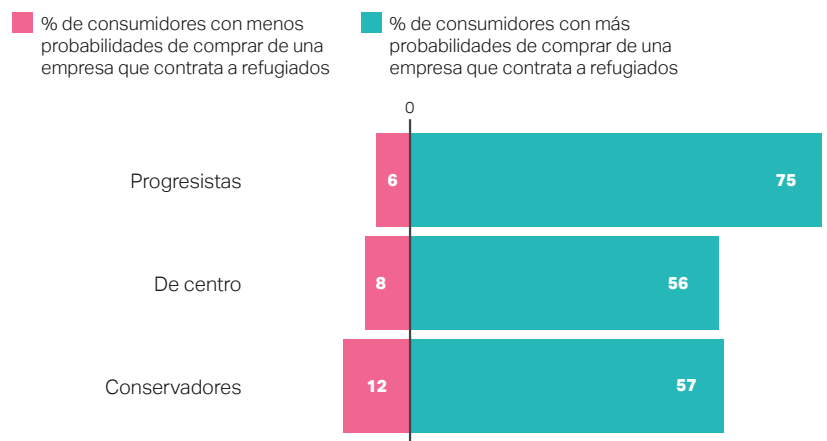
02

Los consumidores jóvenes, en particular, son más propensos a comprar productos de marcas que contratan a refugiados, y más del 70 % de los consumidores de la generación Z apoyan a las empresas que adoptan esta medida. Pero no son solo los consumidores jóvenes quienes apoyan a las empresas que contratan a refugiados: los consumidores españoles de todos los grupos de edad indican por un margen muy amplio que están más dispuestos a comprar productos de marcas que contratan a refugiados.



03

La opinión pública sobre los refugiados puede parecer polarizada, pero los consumidores españoles de todas las tendencias políticas apoyan que las empresas contraten a refugiados. Como era de esperar, los consumidores que se identifican como progresistas apoyan firmemente que las marcas contraten a refugiados. Sin embargo, incluso los consumidores que se identifican como conservadores indican por un amplio margen que es más probable que compren a empresas que contratan a refugiados y están de acuerdo en que, por ejemplo, cuando los refugiados trabajen, paguen impuestos en lugar de depender de la ayuda del gobierno. De hecho, España es el único de los países europeos encuestados donde más del 50 % de los consumidores conservadores están más dispuestos a comprar los productos de marcas que contratan a refugiados.



Para obtener más información sobre la encuesta y sus conclusiones, envíe un correo electrónico a media@tent.org. Para conocer cómo su empresa puede trabajar con Tent, envíe un correo electrónico a info@tent.org.

Acerca de Tent Partnership for Refugees

Con el aumento constante de refugiados desplazados durante más tiempo, las empresas desempeñan una función esencial para ayudar a estas personas a integrarse económicamente en sus nuevas comunidades. Tent fue creada en 2016 por Hamdi Ulukaya, director general y fundador de Chobani —una empresa alimentaria multimillonaria de Estados Unidos—, para movilizar a las empresas de todo el mundo con el fin de subsanar esta carencia y ayudar a las personas refugiadas a encontrar trabajo. En la actualidad, Tent es una **red de más de 300 grandes empresas** comprometidas con la contratación, formación y mentoría de personas refugiadas. Obtenga más información en www.tent.org.