

# Confianza

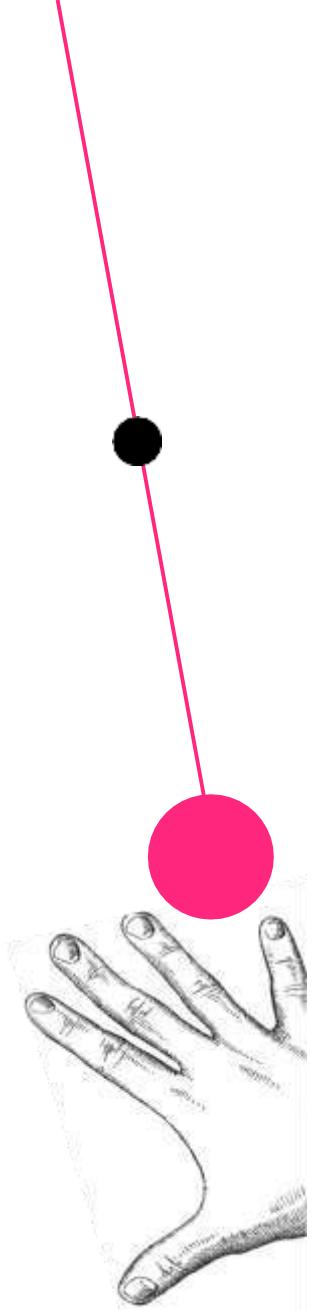
**El tejido invisible pero  
decisivo de las sociedades**

CARTOGRAFÍA DE  
CONFIANZA EN  
ANTIOQUIA

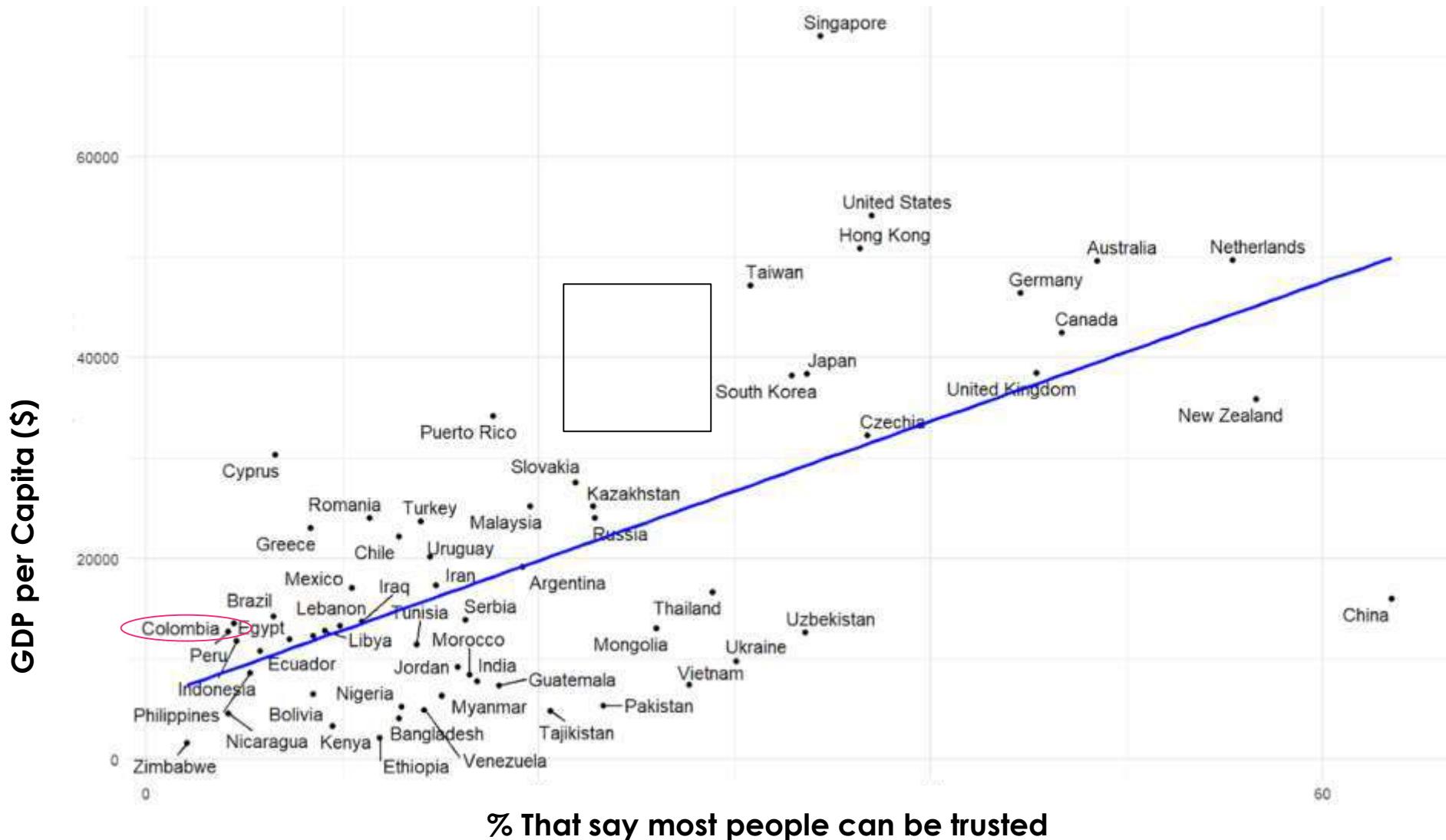
## Como si fuera una adivinanza

**No se ve, no se toca, no  
aparece en las cuentas  
nacionales como el PIB, pero  
sostiene la vida colectiva y el  
desarrollo.**

Explica por qué cooperamos con desconocidos, por qué  
aceptamos pagar impuestos o por qué nos sentimos  
seguros al depositar nuestros ahorros en un banco.



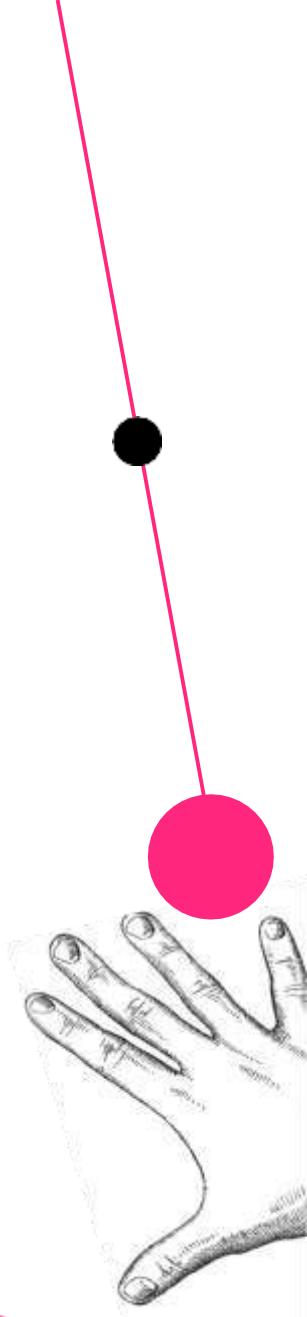
# Ciencias del comportamiento para construir capital social: **Confianza + Desarrollo económico**



# #Medir

Una acción determinante para

- Entender y seguirle la pista al cambio
- Identificar palancas de cambio.
- Evaluar políticas y programas.
- Comparar avances entre sectores.
- Generar evidencia para decisiones públicas y empresariales.



La confianza responde a un mecanismo evolutivo que ha permitido a nuestra sociedad cooperar, reducir la incertidumbre en la toma de decisiones y fortalecer los lazos entre individuos e instituciones.

Este fenómeno responde a una compleja red de percepciones y comportamientos, donde influyen el riesgo percibido, la empatía, la reciprocidad, entre otros.

Cuando confiamos estamos tejiendo redes, construyendo el futuro, inspirando acciones que nos conectan para crecer. Años de observación, atención y monitoreo de este fenómeno a través de diversas iniciativas de medición, nos han permitido identificar una brecha significativa en la comprensión de los factores que impulsan la confianza entre la ciudadanía y las empresas, especialmente frente a los desafíos que plantean los escenarios históricos recientes, que han puesto de manifiesto la urgencia de regenerarla.

# #Confianza

comfama

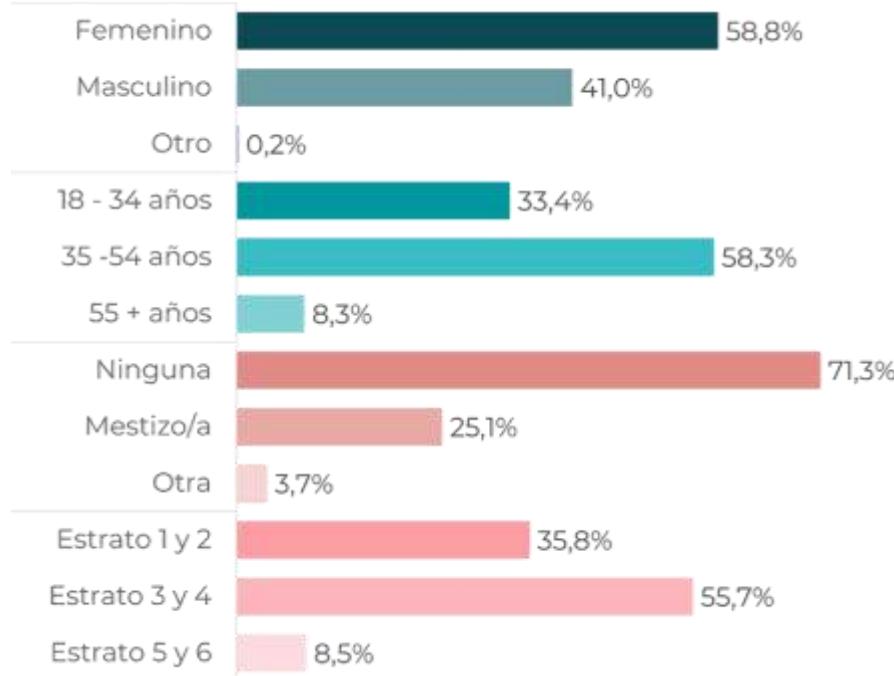
**En Antioquia, como en muchas regiones del mundo, la confianza se ha erosionado en los últimos años. Y esa erosión tiene consecuencias:**

Menor disposición a colaborar  
Más trabas en la innovación  
Más distancia entre ciudadanía y  
sector empresarial.

Entender qué la eleva, qué la erosiona y cómo regenerarla nos da herramientas prácticas para fortalecer la cohesión social y, al mismo tiempo, potenciar la economía regional.

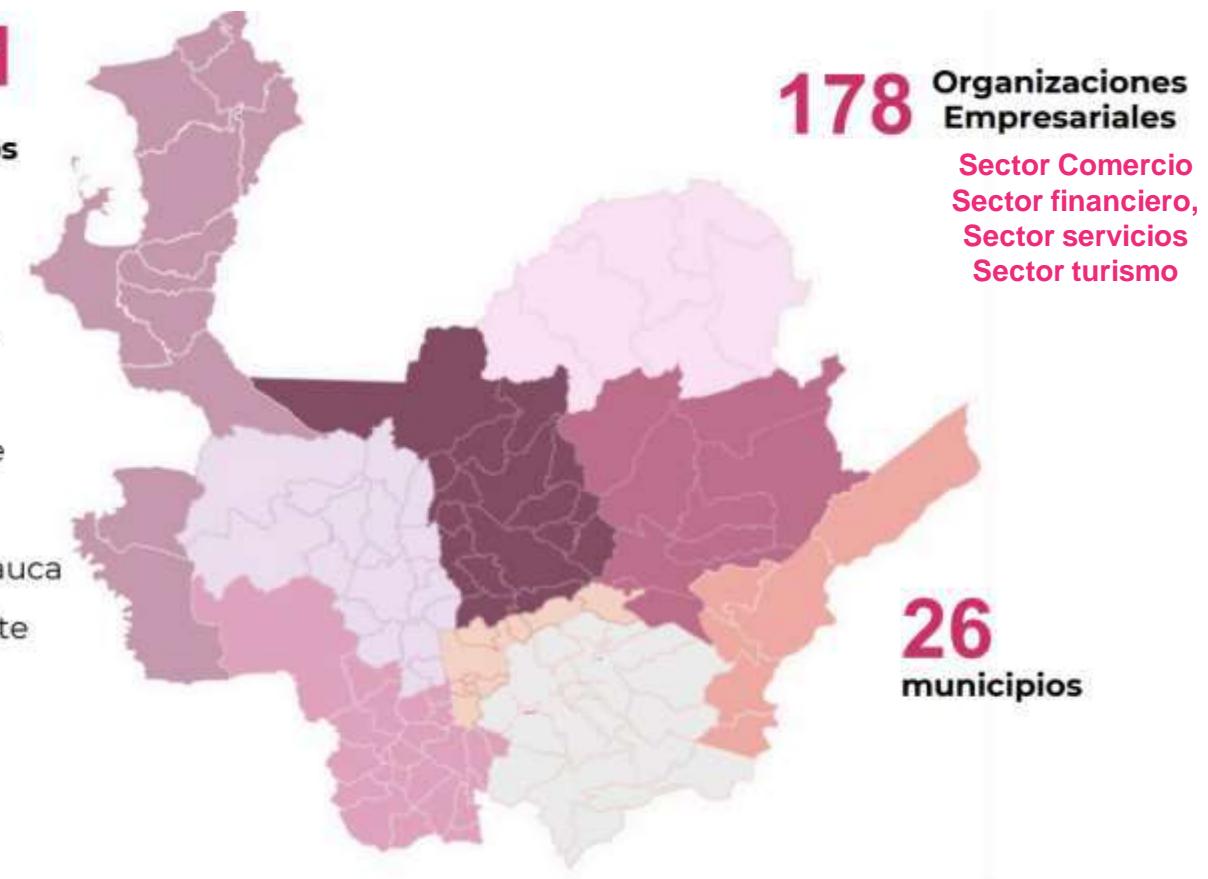
# CARTOGRAFÍA DE CONFIANZA EN ANTIOQUIA

## ¿Quiénes participaron?



**3.361**  
Personas  
Encuestados

- Urabá.
- AMVA
- Oriente
- Norte
- Bajo Cauca
- Suroeste



Medidas de confianza, factores que inciden en  
confianza y comportamientos asociados.

# ¿Cómo medimos la confianza en este estudio?

Incorporamos **factores y medidas de confianza** distribuidos en tres niveles:

**Comportamientos observables** (acciones, interacciones, disposición a colaborar)

**Actitudes y percepciones** (credibilidad, cohesión, riesgo)

**Determinantes institucionales** (cumplimiento, transparencia,

**Escalas tipo Likert** (recíproca 10) para medir grado de acuerdo, credibilidad o frecuencia.

**Ítems cerrados y abiertos:** combinación que permite análisis estadístico y comprensión narrativa.

**Diseño espejo entre actores:** las mismas dimensiones se aplican a distintos grupos (ej. cómo las empresas confían y cómo la ciudadanía las percibe).

**Adaptación de fuentes reconocidas,** como:

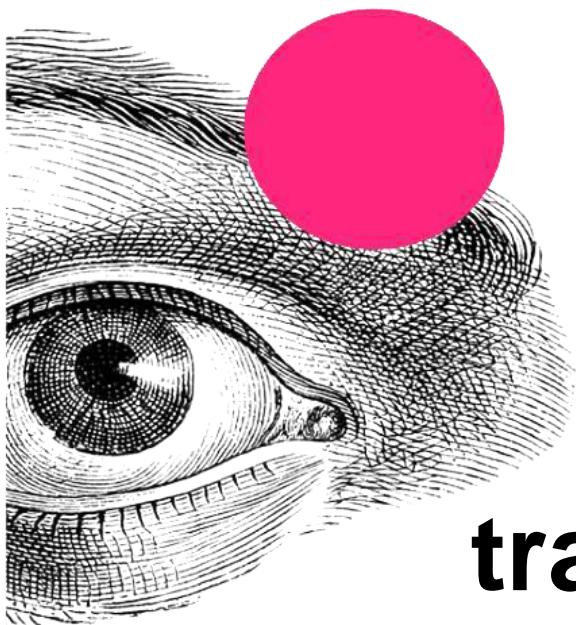
*World Values Survey* (confianza interpersonal e institucional), *Prosocial Tendencies Measure*, *Social Trust Survey*, e ítems

## Ciudadanía

- “¿En qué medida estarías dispuesto/a a presentar una PQRS sobre un servicio o producto?”
- “¿Cuánto confías en tus vecinos, tu familia y las instituciones públicas?”
- “Si ves esta publicación en Twitter, ¿qué harías? (me gusta / compartir / ignorar / opinar)”

## Empresas

- “¿Qué tan rápida y efectivamente responde tu empresa a las solicitudes de la comunidad?”
- “Las empresas del sector \_\_\_\_\_, son: 1 = nada confiables, 5 = totalmente confiables.”
- “¿En qué medida tu empresa cumple las promesas que comunica al público?”



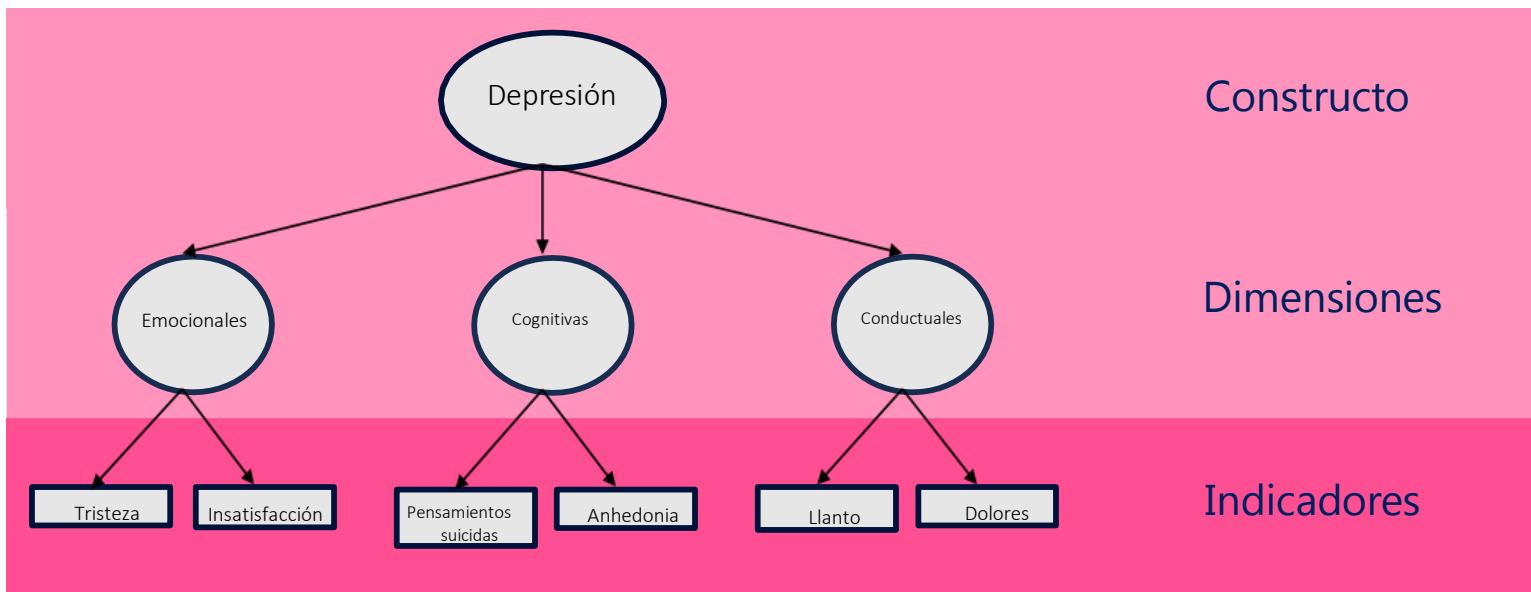
# ¿Dónde poner nuestra atención al tratar de incidir estratégicamente en la regeneración de la confianza en nuestra región?

## Nuevas Miradas a la Confianza

- **Innovar metodológicamente** para entender qué sostiene –y qué erosiona– la confianza.
- Desplazar la conversación del “**todos hablamos de confianza**” hacia **qué queremos decir cuando confiamos**.
- Producir **evidencia útil** que oriente a quienes diseñan políticas y decisiones colectivas.

# Operacionalización

Proceso mediante el cual tomamos un concepto abstracto – típico de las ciencias sociales, como “motivación”, “confianza” o “compromiso”– y lo traducimos en elementos concretos y observables.



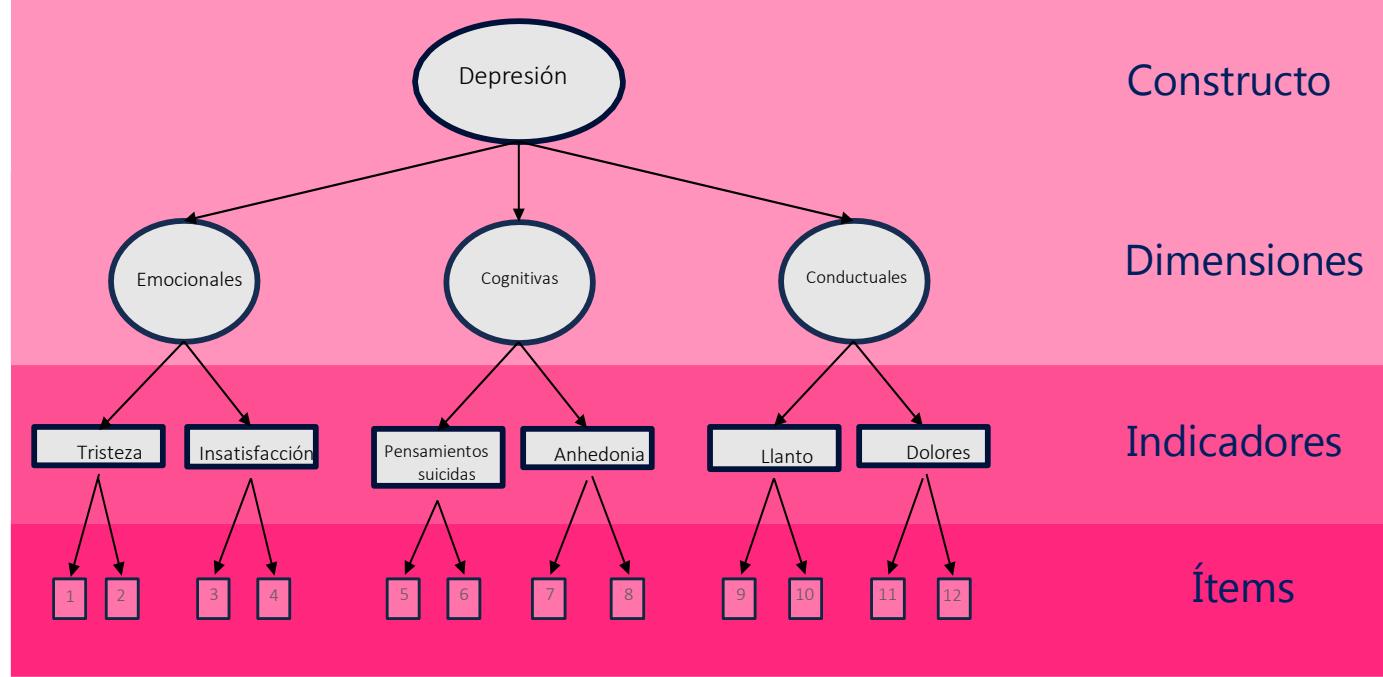
Variable latente

Variable observable

Herramienta estadística  
**Analisis Factorial**  
que permite  
descubrir factores  
ocultos tras grandes  
cantidades de datos.

Una **radiografía**  
**matemática**: no mira solo  
las respuestas en la  
superficie, sino que  
detecta **los patrones**  
**profundos** que organizan  
cómo respondemos.

**¿Para qué?**



**Explorar patrones de correlación** que configuran agrupamientos naturales.

Reducir la complejidad

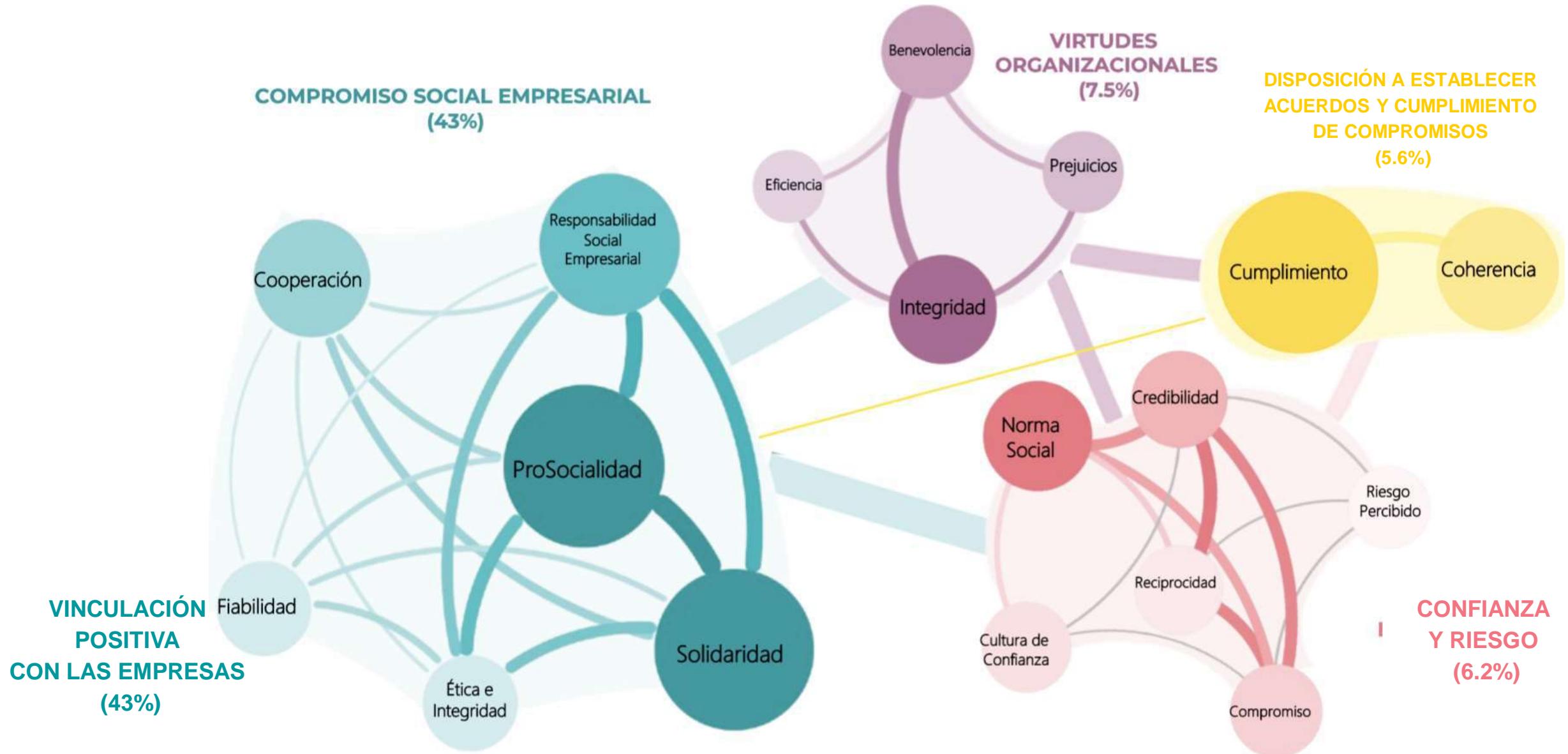
**Revelar la estructura conceptual** de una prueba

Evalúa la pertinencia de las preguntas que hacemos

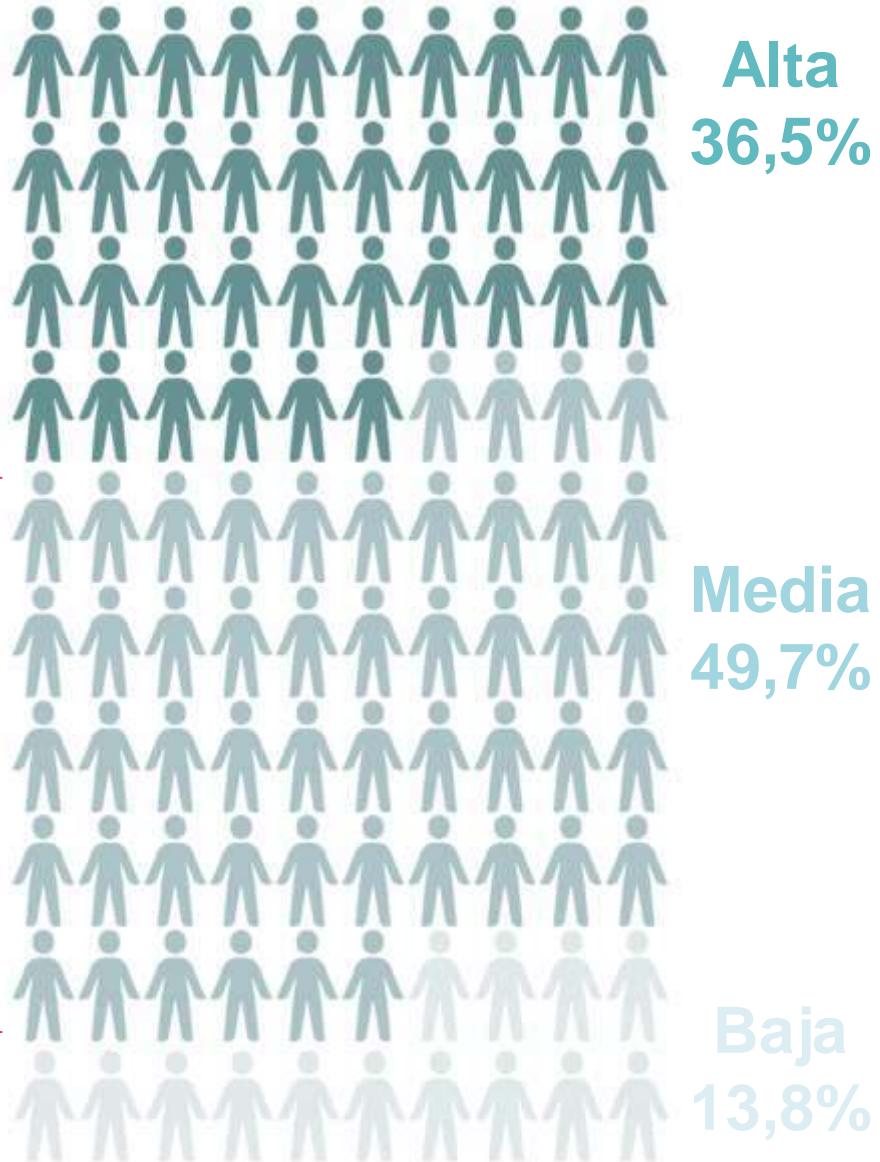
# Cuatro pilares que explican la confianza.

Pilar	Comportamientos/ percepciones	Descripción detallada	Confianza Institucional	Confianza Empresarial
<b>Compromiso Social empresarial</b>	Cooperación Solidaridad Prosocialidad Empatía Ética e Integridad Fiabilidad	Orgullo y percepción de apoyo entre la comunidad y las empresas Percepción de solidaridad de las empresas con la comunidad Las empresas tienen buenas intenciones Las empresas tienen en cuenta los intereses de la ciudadanía. Los empresarios son honestos y respetan las opiniones diversas. Percepción que las demás personas confían en las empresas	Riesgo Percibido Norma Social Compromiso Reciprocidad Cultura de Confianza Credibilidad	Percepción de las personas sobre posibles riesgos y consecuencias de usar servicios, Confianza generalizada en la población hacia las empresas e instituciones Grado general de confianza percibida sobre el compromiso de las empresas Confianza mutua entre personas y empresas, más allá de relaciones jerárquicas o formales. Historias compartidas que reflejan confianza y credibilidad en las empresas Percepción sobre justicia, servicialidad y confianza general empresas
<b>Virtudes Organizacionales</b>	Capacidad Benvolencia Integridad Prejuicios	Las empresas pueden cumplir con éxito sus objetivos basados en su conocimiento y habilidades. Las empresas tienen en cuenta mis necesidades, deseos y bienestar para ayudarme. Grado de adherencia de las empresas a principios éticos, morales, y del buen hacer Las opiniones preconcebidas o juicios negativos acerca de las empresas basados en estereotipo	Coherencia Cumplimiento	Disposición general a hacer acuerdos y acciones para cumplir con el propósito de las empresas e instituciones en general Percepción general de que las empresas cumplen con lo que prometen

# Cuatro Pilares para entender confianza

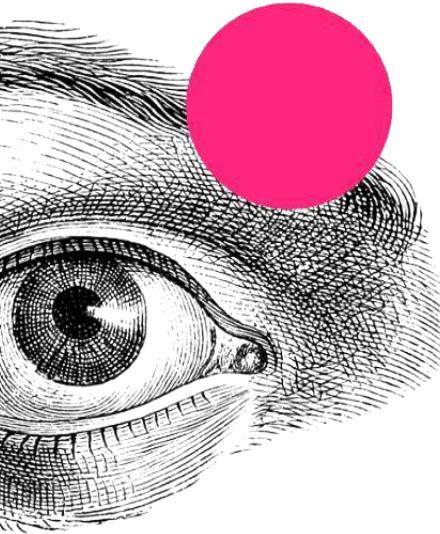


Confianza



**Segmentación**  
alta, media y baja  
confianza en  
empresas

[0,0 – 0,5) Baja, [0,5 – 0,75) Media, [0,75 – 1,0] Alta



La confianza se manifiesta minuto a minuto en gestos, decisiones y formas de comunicación.

- Requiere  **simplicidad explicativa**: distinguir lo que realmente la causa de lo que acompaña.
- Diseñar  **nuevos paradigmas y mecanismos empresariales** que actúen como canales de

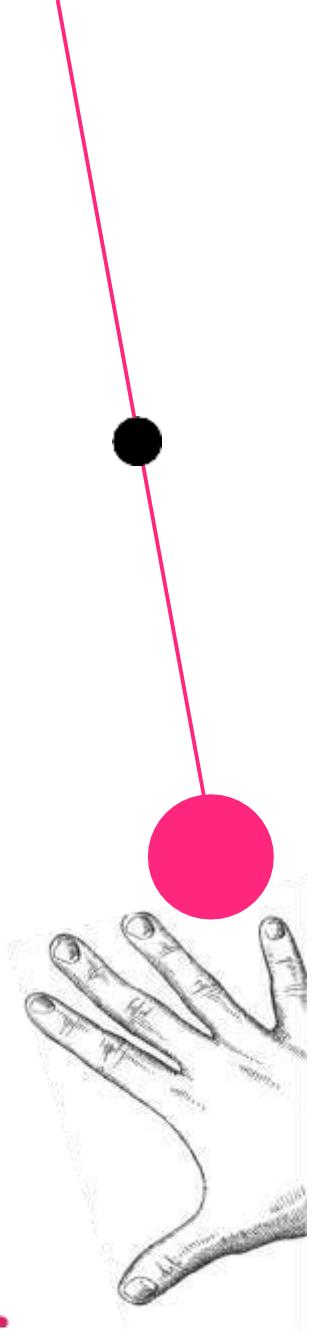
## Desarmar el mito de la confianza

- **No es una sola cosa**: la confianza es un sistema de significados, comportamientos y expectativas.
- Las mediciones tradicionales **no hablan de lo mismo**: necesitamos una nueva taxonomía.
- Comprender los **matices y brechas** entre la confianza ciudadana y la empresarial.

## La regeneración del vínculo

- **Humanizar la empresa** y reconocer la confianza como un tejido social, no como una métrica.
- Traducir la confianza en **acciones regenerativas** que reequilibren poder, empatía y propósito.
- Avanzar hacia una **nueva ética relacional**: la confianza como **membrana que nos**

**¿Qué puedes hacer desde tu cotidianidad para trabajar en la construcción de confianza?**



**comfamá**

# Implicaciones estratégicas y mecanismos de intervención para incrementar la confianza en empresas

- Activar normas sociales positivas mediante narrativas que destaquen buenas prácticas empresariales solidarias y éticas.
- Implementar *feedback loops* en canales digitales con testimonios de clientes que refuerzen la percepción de integridad.
- Comunicar explícitamente los valores compartidos (benevolencia y universalismo) a través de campañas emocionales (*priming afectivo*).
- Humanizar a los líderes empresariales para reducir la percepción de deshumanización y distancia con la ciudadanía.
- En sectores con menor confianza (como el financiero), priorizar la construcción de experiencias relacionales cercanas y comprensivas.
- Utilizar mensajes de gratitud y reconocimiento para fortalecer vínculos emocionales y aumentar la disposición al apoyo.

proteger, cuidar, preservar, cultivar

# Confianza

Construir el  
futuro

Apoyarnos **en el suelo del que nos hemos caído**, para que se levante algo nuevo que no será lo mismo que se cayó.

Nazareth Castellanos

comfama