

Confianza

El tejido invisible pero
decisivo de las sociedades

CARTOGRAFÍA DE
CONFIANZA EN
ANTIOQUIA



Como si fuera una adivinanza

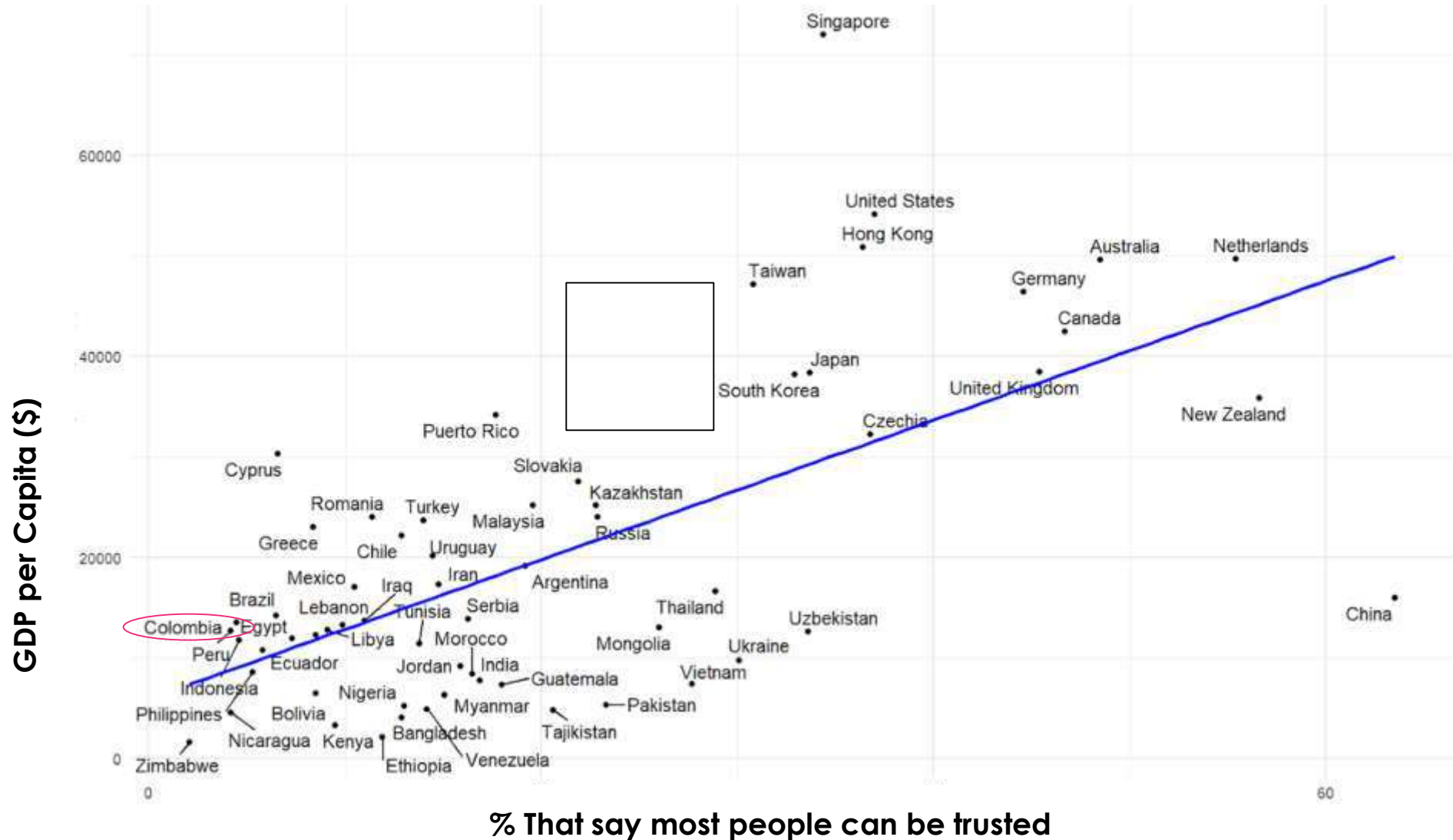
No se ve, no se toca, no aparece en las cuentas nacionales como el PIB, pero sostiene la vida colectiva y el desarrollo.

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



comfama

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.



comfama

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

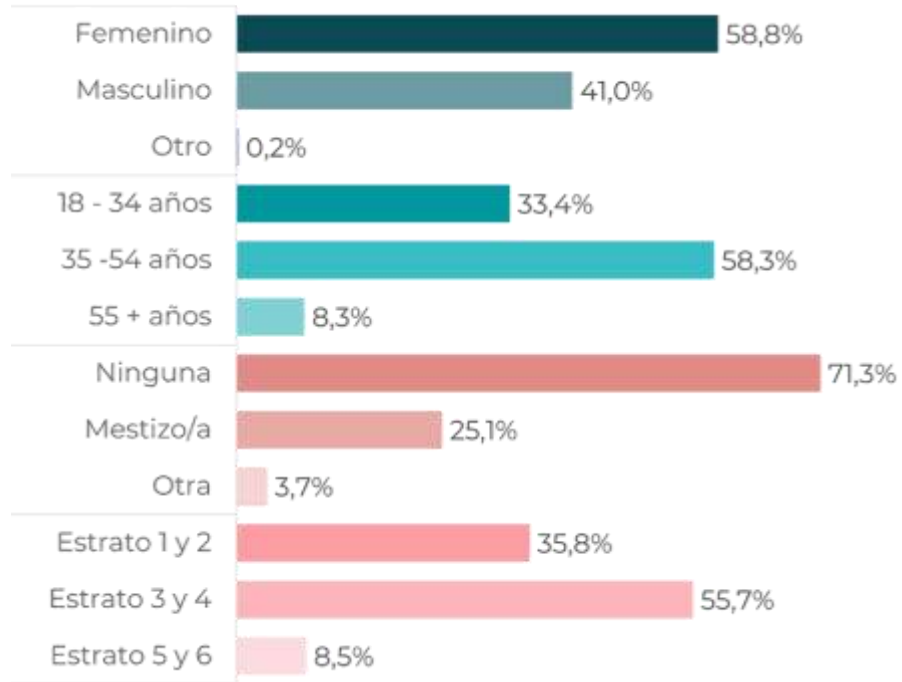
comfama

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.

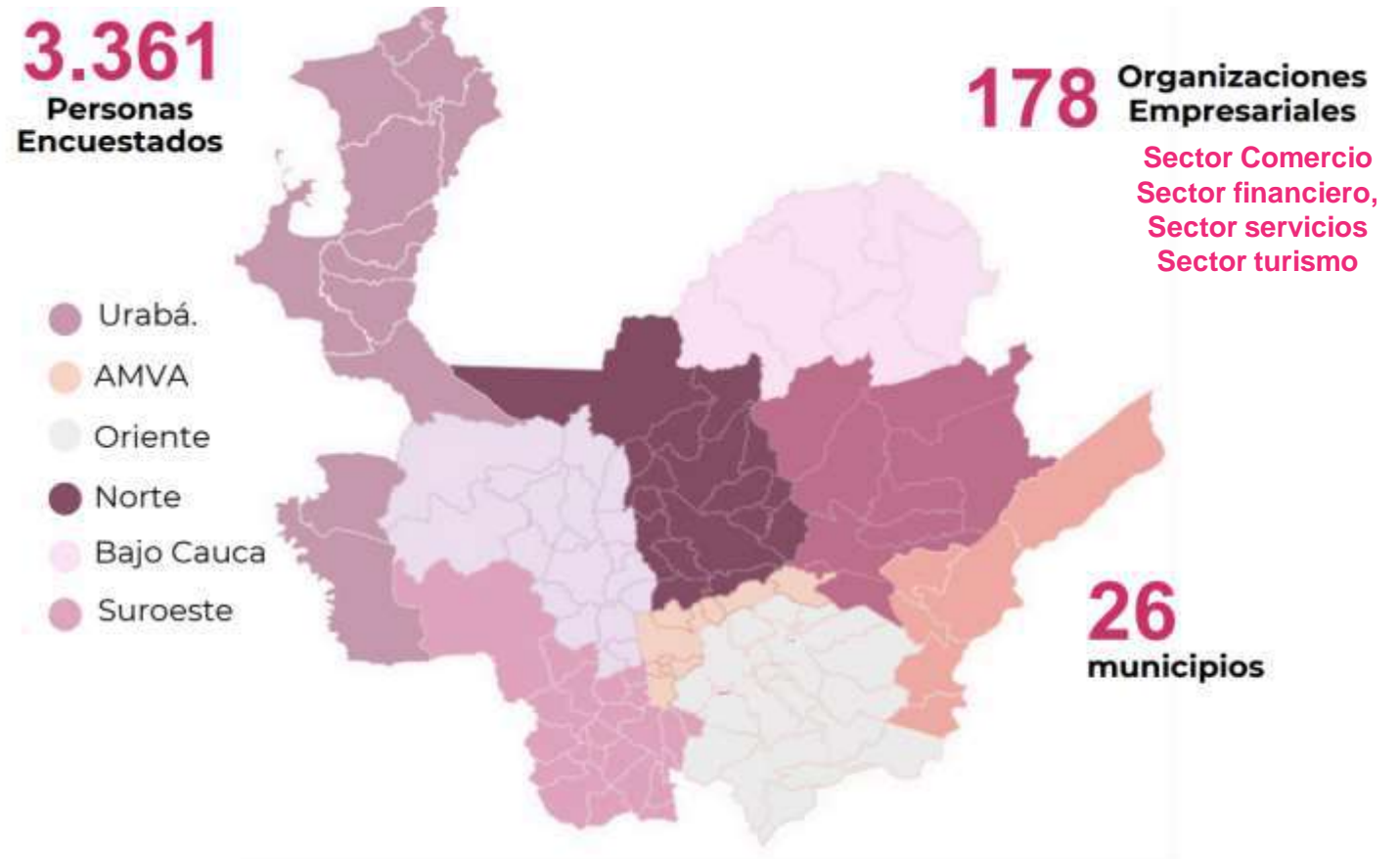
Entender qué la eleva, qué la erosiona y cómo regenerarla nos da herramientas prácticas para fortalecer la cohesión social y, al mismo tiempo, potenciar la economía regional.

CARTOGRAFÍA DE CONFIANZA EN ANTIOQUIA



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

¿Quiénes participaron?



¿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,

reciprocidad)

Escalas tipo Likert (1 a 5 o 1 a 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:

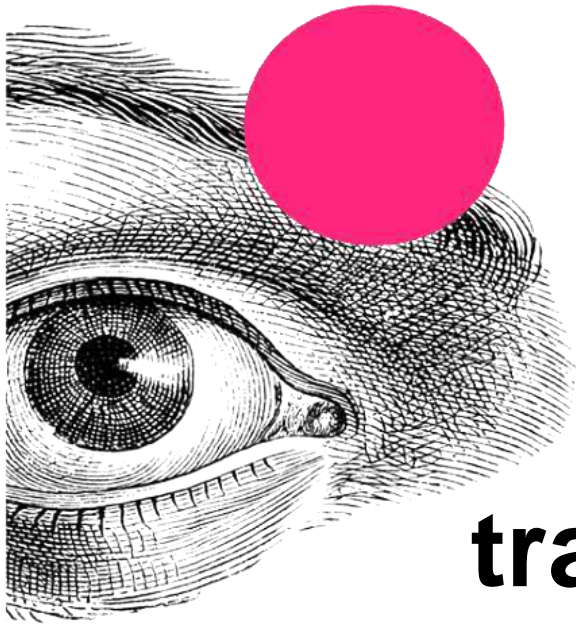
World Values Survey (confianza interpersonal e institucional), *Prosocial Tendencies Measure*, *Social Trust Survey*, e ítems

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?**

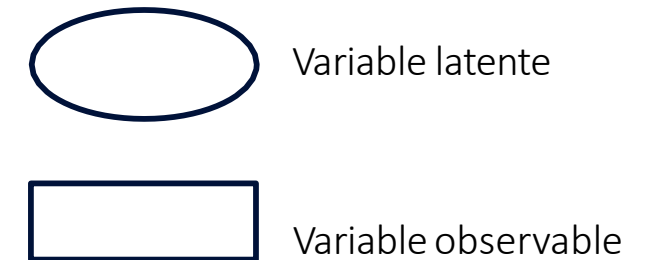
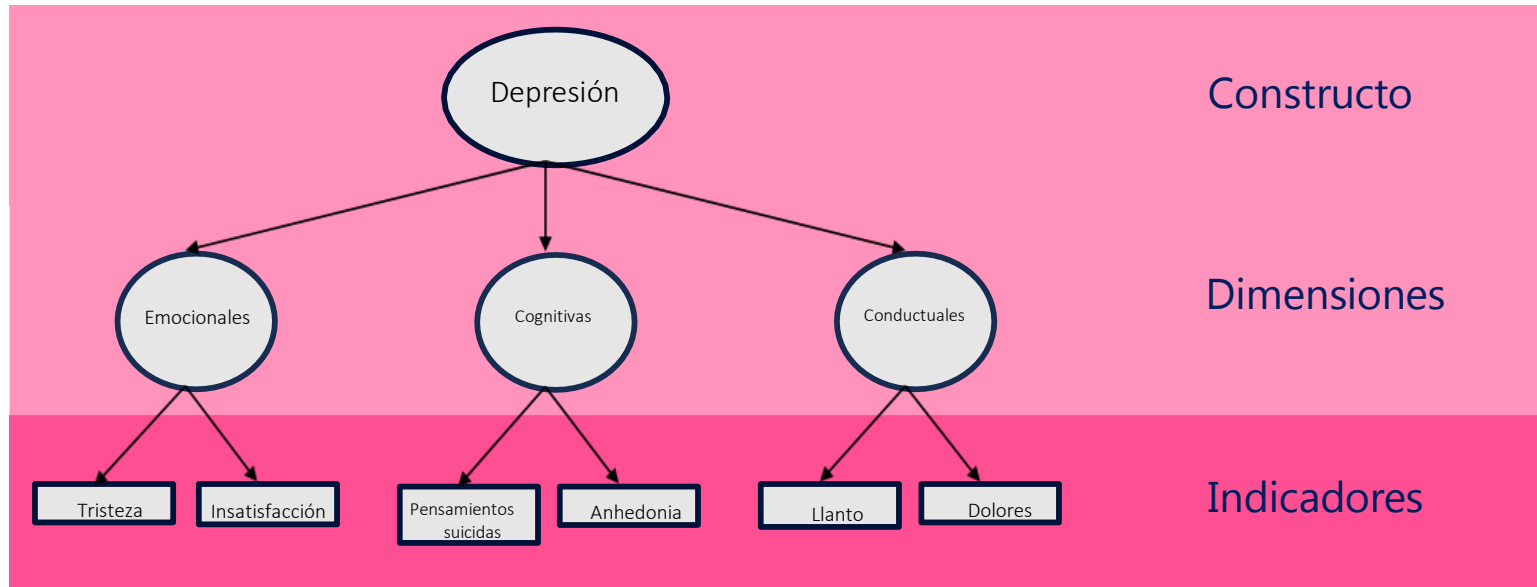
Nuevas Miradas a la Confianza

- **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.

confianza

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.



Herramienta estadística

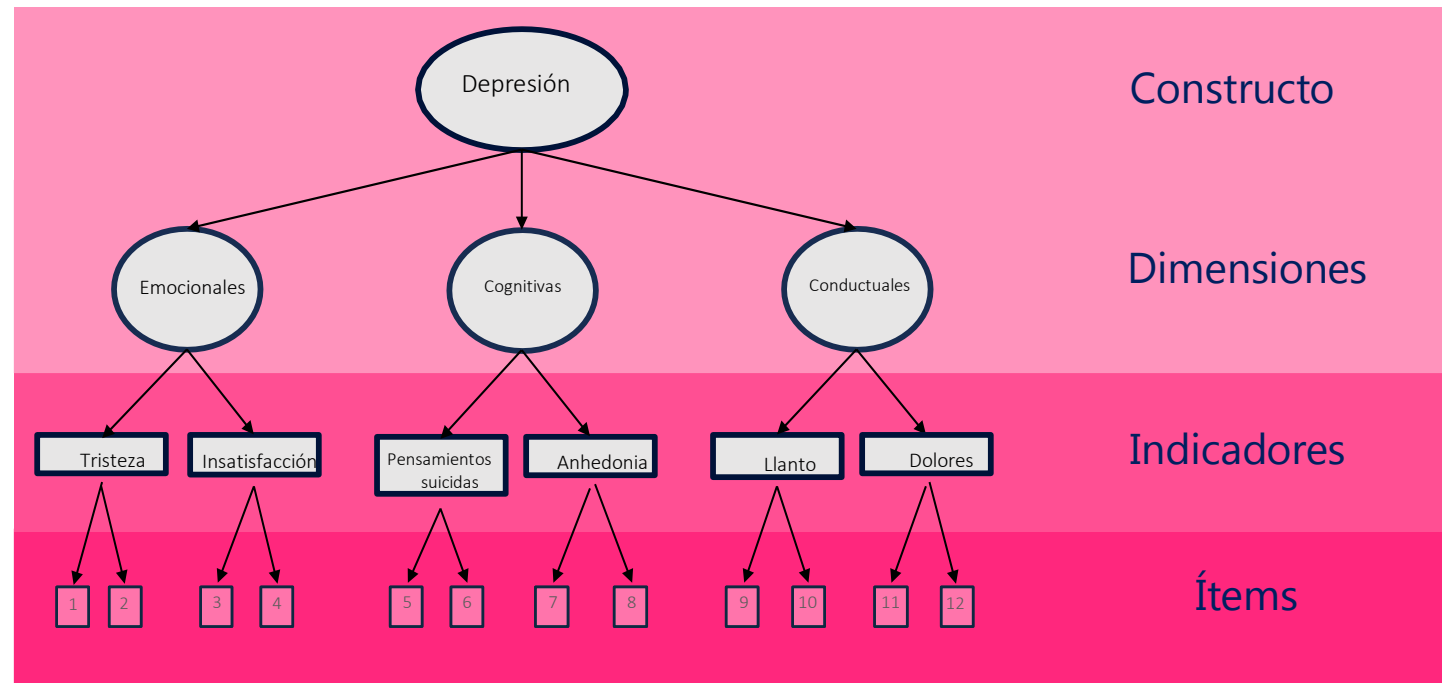
Análisis Factorial

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?



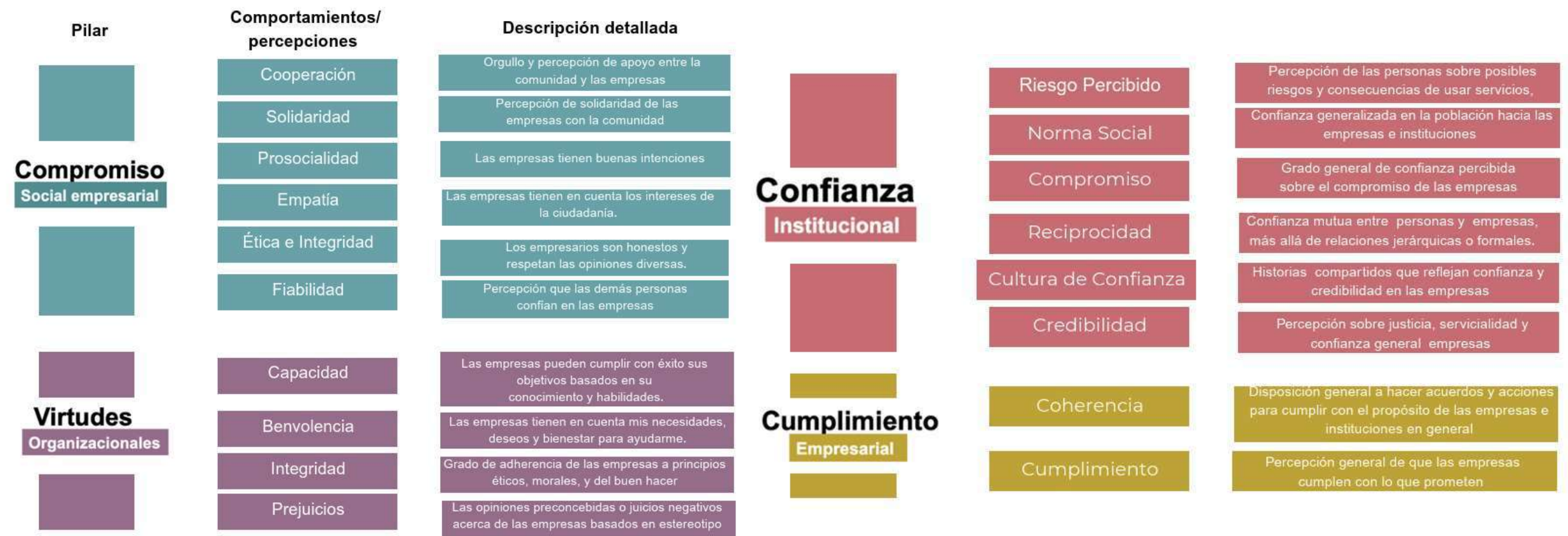
Explorar patrones de correlación que configuran agrupamientos naturales.

Reducir la complejidad

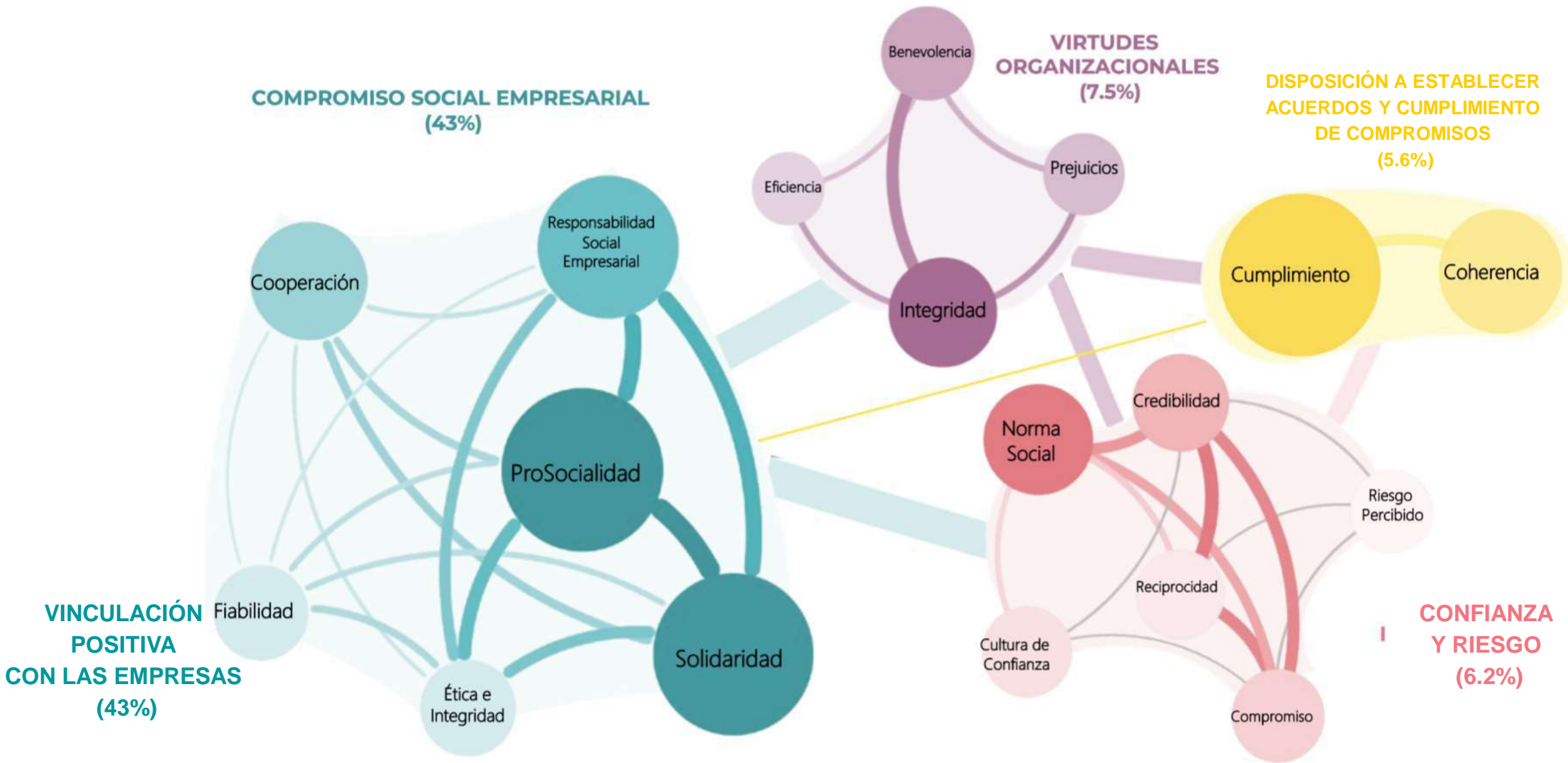
Revelar la estructura conceptual de una prueba

Evalúa la pertinencia de las preguntas que hacemos

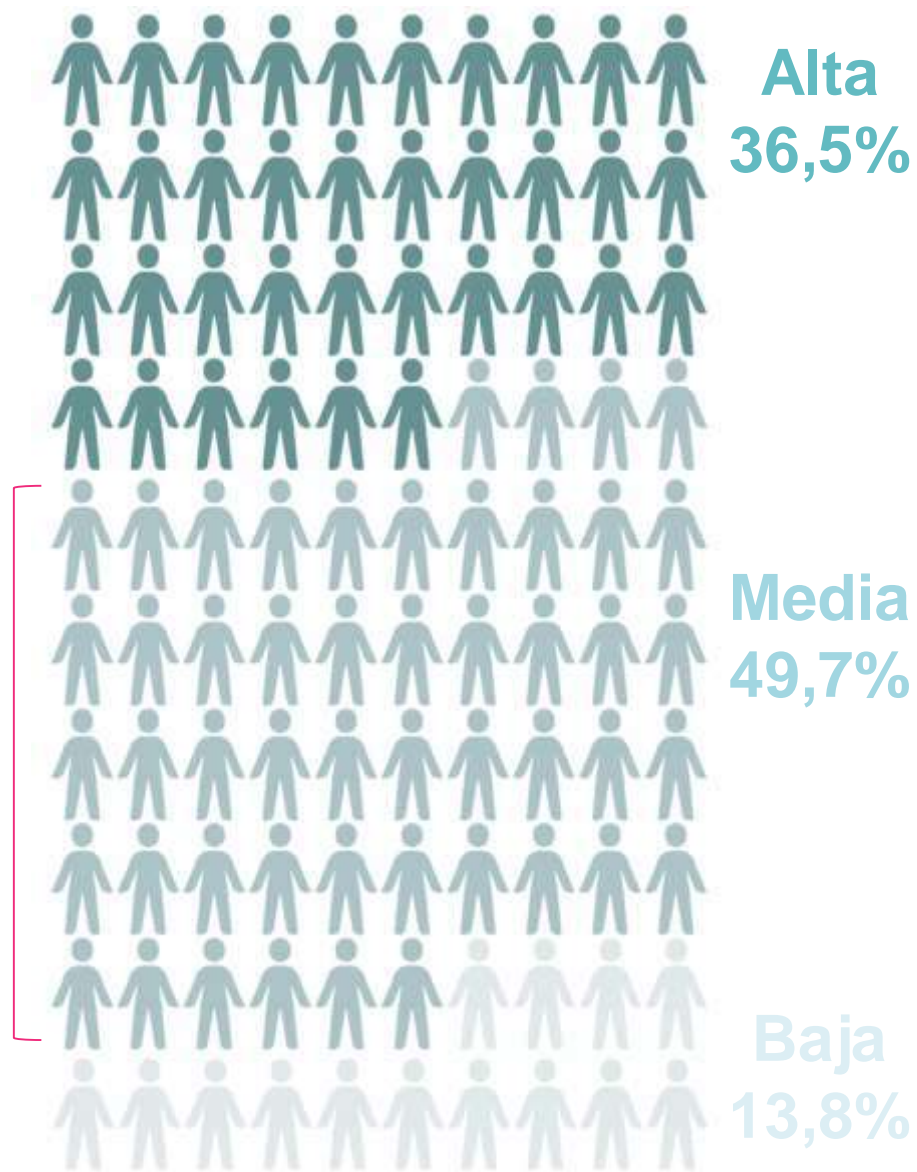
Cuatro pilares que explican la confianza.



Cuatro Pilares para entender confianza



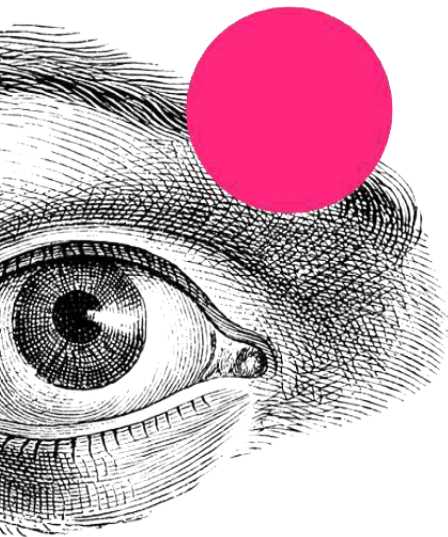
Confianza



n = 3361

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?**



comfama

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 refuercen 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