

Smart PR
Comunicaciones Estratégicas

Monitor Nacional

¿Qué piensan los colombianos sobre la política,
la democracia y sus instituciones?

Contexto

Esta investigación, realizada en conjunto entre Taquiión y Smart PR, tiene el objetivo de analizar la realidad socio-política colombiana en un país donde se desarrollarán Elecciones Presidenciales en 2022 y en un mundo que cambia a través de la pandemia de Covid-19, la economía y la sociedad".



Acerca de Taquion

Taquiión es una consultora de comunicación estratégica basada en la Argentina. Con solo 3 años de vida, se posicionó en el mercado argentino a través de sus estudios de investigación mensuales de coyuntura política, económica y social. Brinda servicios de investigación, comunicación y contenido estratégico y amplificación digital. Además de prestar servicios a diversas instituciones y personalidades políticas en Argentina, tiene un amplio expertise en industrias como educación y el turismo. Su CEO, Sergio Doval, es un reconocido analista político en el país.



Acerca de SmartPR

SmartPR es una agencia consultora en comunicación estratégica y relaciones públicas, que conecta a las organizaciones con sus audiencias, por medio de nuevas prácticas de comunicaciones y relaciones públicas, para apoyarlas en el cumplimiento de sus objetivos de negocio. Con 6 años de experiencia en el mercado colombiano y clientes en 11 diferentes sectores de la economía y las industrias. Los principales servicios que ofrece son la asesoría y gestión de comunicaciones estratégicas y relaciones públicas de las empresas, comunicación digital, generación de contenidos, asuntos públicos y atención de alertas de crisis en medios, comunicaciones internas y branding.

La confianza, ese valor perdido

El 2021 está a punto de concluir. Tras casi dos años desde la declaratoria de emergencia sanitaria por la pandemia del covid-19, Colombia se encuentra en un momento de transición y de recuperación económica.

La economía alcanzó en el tercer trimestre del año un crecimiento del PIB de 13,2%, superando las expectativas del gobierno. De hecho, en la última edición de índice de normalidad global para 2021, The Economist enlistó a Colombia en el primer lugar como la economía más cercana de alcanzar el ritmo de vida que llevaba antes de la pandemia a nivel mundial. Sin embargo, esa recuperación económica no parece verse reflejada en un mayor optimismo por parte de la ciudadanía.

Los datos de este estudio revelan un fenómeno en particular: la desconfianza. Los colombianos expresan bajos niveles de confianza frente a las instituciones y la democracia.

El 86,7% de los colombianos afirma que no está nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en el país. Estos niveles también se traducen en lo que piensan sobre la política: casi 5 de cada 10 colombianos afirma que la política le inspira desconfianza.

La política atraviesa la vida cotidiana de los colombianos y las discusiones son un lugar común cuando asoma esa palabra: 3 de cada 10 colombianos dicen que, cuando hablan de política, terminan las conversaciones prefiriendo callar. La polarización está planteada y seguramente el año que viene, cuando comience la contienda electoral, estos niveles aumentarán.

2022, como año electoral, es una oportunidad especial para que la recuperación no se manifieste únicamente en la economía, sino en las urnas. Las elecciones legislativas y presidenciales son un espacio en el cual la ciudadanía podrá tomar decisiones que marquen el rumbo del país en el futuro cercano, y -a su vez- son la oportunidad de las instituciones de recuperar, mediante acciones concretas, la confianza perdida.

Si tenés 2 minutos

Los colombianos, la actualidad y el futuro



45,8%

de los colombianos afirma que la política le inspira desconfianza



24,7%

de los electores decide su voto la última semana de campaña, la noche antes o el mismo día de la elección



86,7%

afirma que no está nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en Colombia



54,3%

de los colombianos cree que el principal problema que afecta al país es la corrupción



2 de cada 10

colombianos confían en los medios de comunicación



9 de cada 10

colombianos no confían en que los políticos puedan resolver los problemas y proporcionar una mejor calidad de vida.



3 de cada 10

colombianos dicen que cuando hablan de política, terminan las conversaciones prefiriendo callar



4 de cada 10

colombianos confían en las Fuerzas Militares, pero entre quienes tienen imagen positiva de Duque la cifra sube a 8 de cada 10.



54,7%

de los encuestados no confía en las instituciones religiosas



6 de cada 10

afirma que no confía en que los colombianos actúen en función del bien común.

Si tenés 5 minutos

Los colombianos, la actualidad y el futuro



DATO

45,8%

de los colombianos afirma que la política le inspira desconfianza

ANÁLISIS

Más de lo mismo

El modelo de democracia representativa que existe en Colombia se ha venido desgastando con los años y cada vez es más claro que los ciudadanos se sienten muy lejos de la toma de decisiones que los afectan. Además, la falta de cultura política y la reducción de la participación al ejercicio del voto cada cuatro años profundizan el fenómeno. Esto se hace incluso más evidente cuando solo el 25% de la población hace parte de la clase media, y cuando la pandemia del covid-19 dejó en evidencia la profunda brecha de desigualdad como un problema estructural.



DATO

24,7 %

de los electores decide su voto la última semana de campaña, la noche antes o el mismo día de la elección

ANÁLISIS

¿Indecisión o desinterés?

Este dato llama la atención al considerar que las campañas para el Congreso y la Presidencia ya están en marcha. A pesar de que aún hay un panorama difuso, especialmente para las presidenciales, ya los precandidatos están empezando a ganar espacio en la discusión pública. Los indecisos podrían fácilmente inclinar la balanza y cambiar el rumbo de las elecciones.



DATO

86,7 %

afirma que no está nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en Colombia

ANÁLISIS

El clamor democrático

Esta altísima cifra no es un caso aislado; de hecho, coincide con una realidad común en la región. Sin embargo, la crítica de los ciudadanos no es hacia el sistema en sí, sino hacia la forma que la democracia toma. Este descontento en plena etapa pre-electoral puede manifestarse en un cambio sustancial en el liderazgo político.



DATO

54,3 %

de los colombianos cree que el principal problema que afecta al país es la corrupción

ANÁLISIS

La corrupción, ese eterno problema de la democracia

El reciente escándalo del MinTic con el adelanto de \$70.000 millones de pesos es solo uno de los muchos casos de corrupción que han puesto la desconfianza de los ciudadanos a flor de piel y que justifican estas cifras. El 98% considera que es grave la corrupción en el país. A pesar de que la bandera de muchas campañas políticas para todo tipo de cargos públicos ha sido, desde hace ya varios años, la lucha contra la corrupción, esta preocupación seguirá siendo eje de la discusión pública, y probablemente la mayor fuente de desafección de los ciudadanos con la política.



DATO

2 de cada 10

colombianos confían en los medios de comunicación

ANÁLISIS

La verdad mediática discutida

El cambio en los patrones de consumo, la disrupción de nuevas tecnologías y la necesidad de ajustar el modelo de negocio son factores que han llevado a los medios a una profunda crisis. Los dueños de los grandes medios son ahora conglomerados económicos con presencia en todos los sectores de la economía, y esa asociación directa con el poder ha llevado a una gradual pérdida de la independencia y la credibilidad, afectando la libertad de prensa como una de las principales garantías democráticas.



DATO

9 de cada 10

colombianos no confían en que los políticos puedan resolver los problemas y proporcionar una mejor calidad de vida.

ANÁLISIS

Los caminos de la vida

Esta cifra es otra manifestación de la creciente desafección de los colombianos con la política y con las instituciones. La desconfianza en la forma en que funciona la democracia se manifiesta en la asociación directa de los políticos con la corrupción, el despilfarro del erario público, y problemas similares. Algunos resultados de este fenómeno pueden ser la alta abstención en las elecciones, y el creciente apoyo al voto en blanco. ¿Estamos frente a una crisis de la democracia representativa?



DATO

3 de cada 10

colombianos dicen que cuando hablan de política, terminan las conversaciones prefiriendo callar

ANÁLISIS

Ni de política, ni de religión

La sociedad colombiana está polarizada, especialmente en torno a temas como la reforma de las Fuerzas Militares, el Acuerdo de Paz de La Habana, el aborto, y otros. Esa polarización, que se ha acrecentado con la crisis causada por la pandemia, se manifiesta tanto en la esfera pública como en la privada. La creciente confrontación entre posiciones políticas ha empujado a la ciudadanía a favorecer el centro como una alternativa, incluso cuando sus posiciones individuales no necesariamente se alinean con esa propuesta. También aparece un extremo cuando se habla de política: el 9,5% de los colombianos termina peleando.





DATO

4 de cada 10

colombianos confían en las Fuerzas Militares, pero entre quienes tienen imagen positiva de Duque la cifra sube a 8 de cada 10.

ANÁLISIS

El coronel no tiene quien le escriba

Tras un conflicto armado interno que duró, al menos hasta el Acuerdo de La Habana, más de cincuenta años, la división entre las Fuerzas Militares como un cuerpo de protección frente a amenazas externas, y la Policía como una fuerza civil y de convivencia ciudadana se ha hecho difusa. El gobierno, que se declara de centro derecha, favorece la institucionalidad y el fortalecimiento de las Fuerzas Militares. La oposición en cambio ha sido crítica. Esta discusión se acentúa con los procesos abiertos a militares en la JEP, y la renovada atención pública sobre los denominados “falsos positivos”.



DATO

54,7 %

de los encuestados
no confía en las
instituciones religiosas



ANÁLISIS



Santo remedio

La población colombiana es mayoritariamente católica pero, como ha sucedido en otros países, la credibilidad de la Iglesia se ha venido deteriorando. Con la publicación del libro “Este es el cordero de Dios”, de Juan Pablo Barrientos, la atención pública volvió a centrarse en una de las mayores críticas hacia la Iglesia católica: la pederastia y su encubrimiento sistemático por parte de las autoridades religiosas. Además, las generaciones más jóvenes son más escépticas y han optado por otros sistemas de creencias.



DATO

6 de cada 10

afirma que no confía en que los colombianos actúen en función del bien común.

ANÁLISIS

Cada uno por su lado

Los Baby Boomers son la generación más desconfiada de la sociedad. Sin embargo, las generaciones más jóvenes, que son más abiertas al cambio y tienen una visión más fresca de la sociedad, manifestaron un mayor optimismo. En todo caso, las cifras son suficientes para poner de manifiesto que predomina una visión individualista en la sociedad, y que la desconfianza de la ciudadanía se ha intensificado con la incertidumbre de los últimos dos años.

Si tenés 15 minutos

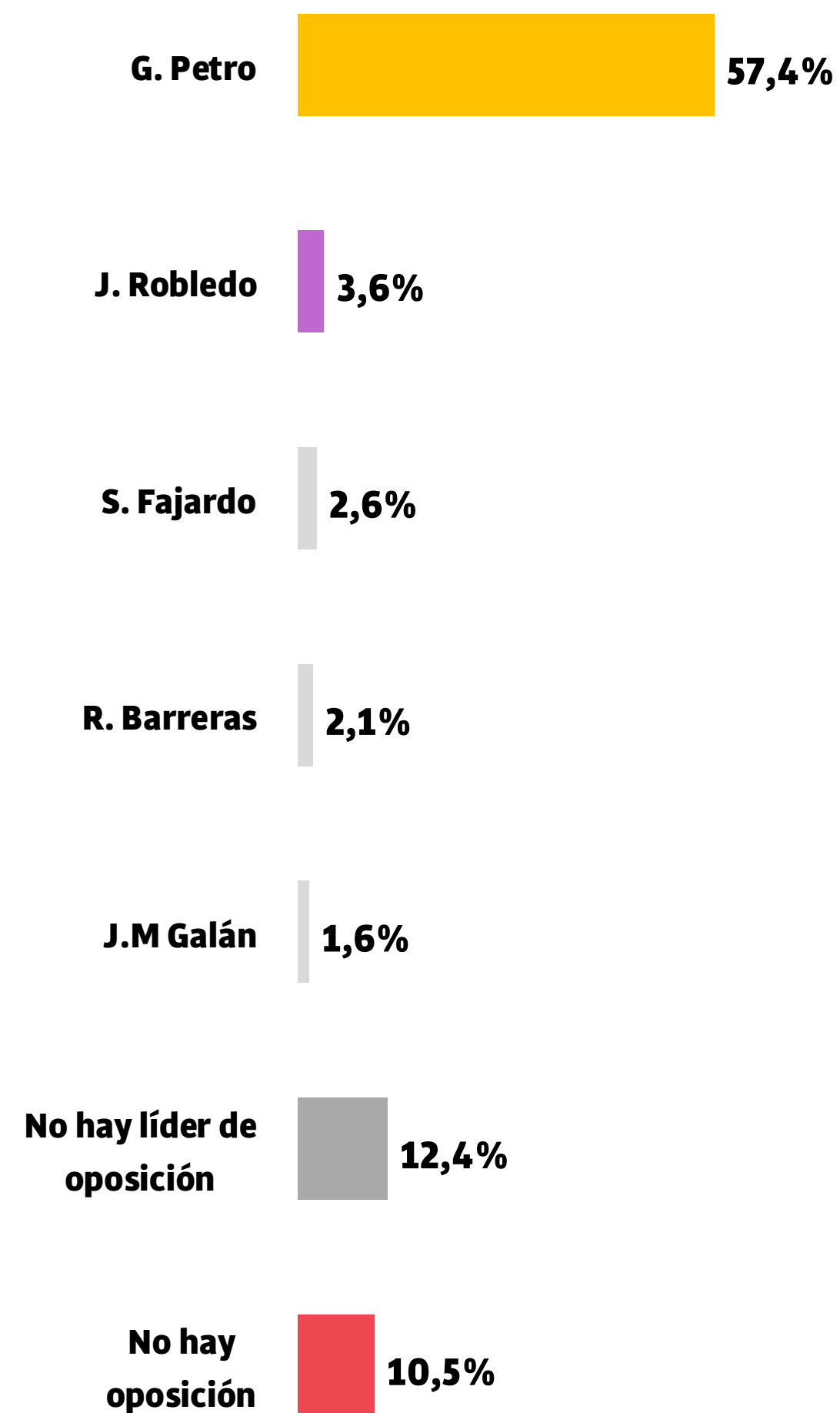
Los colombianos, la actualidad y el futuro

Hablando de política

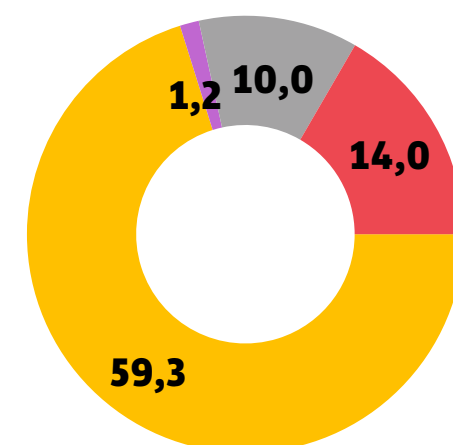
¿Con quiénes hablan los colombianos? ¿Cómo se informan?

Líder opositor

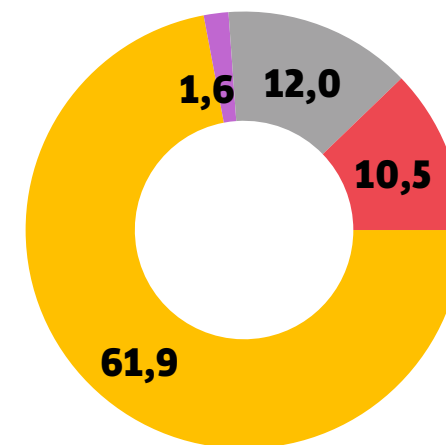
¿Quién diría que es actualmente el principal opositor al gobierno de Iván Duque?
(Menciones superiores a 1,6% inclusive)



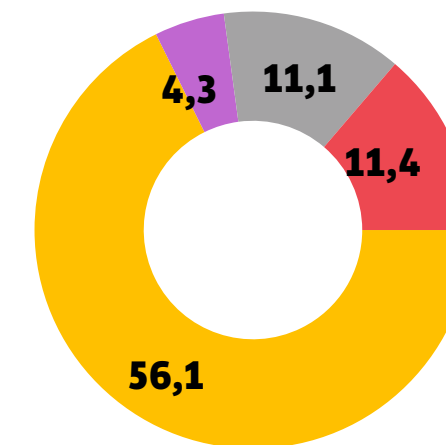
Gen Z
(25 años o menos)



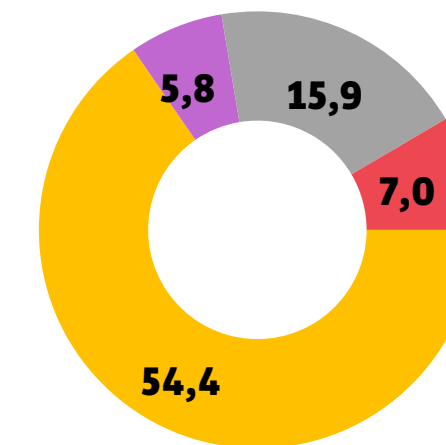
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



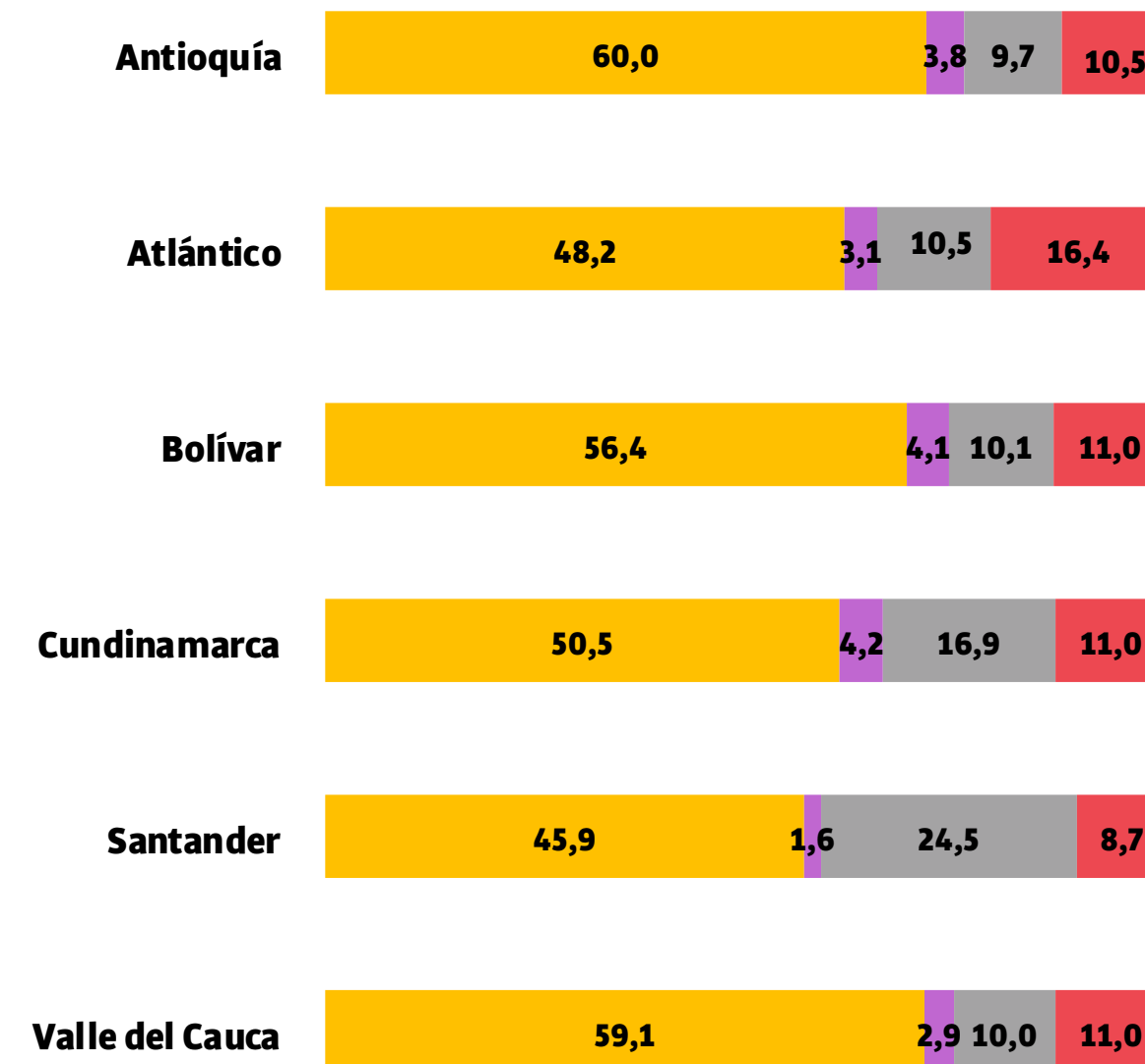
Gen X
(39 a 55 años)



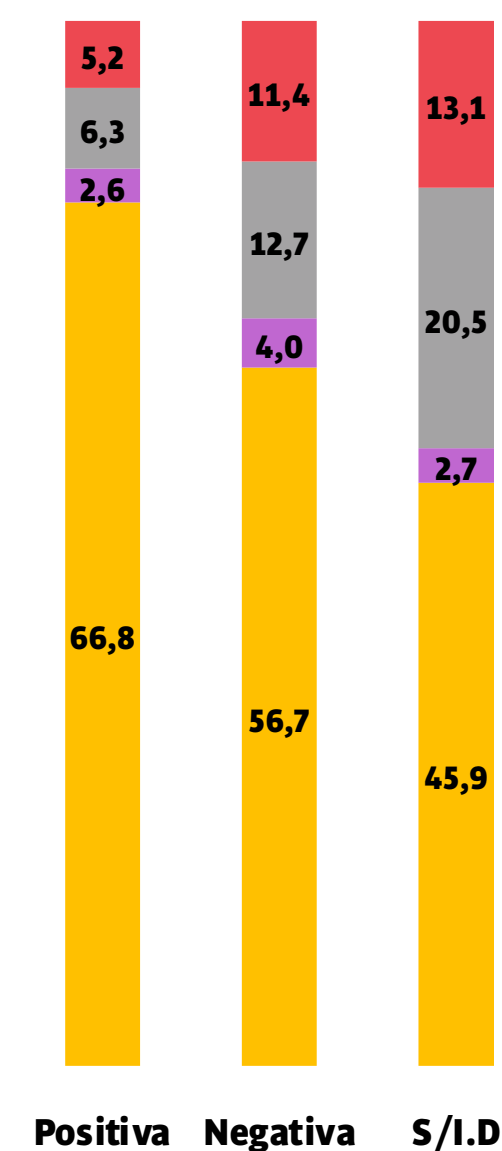
Baby boomers
(56 años o más)



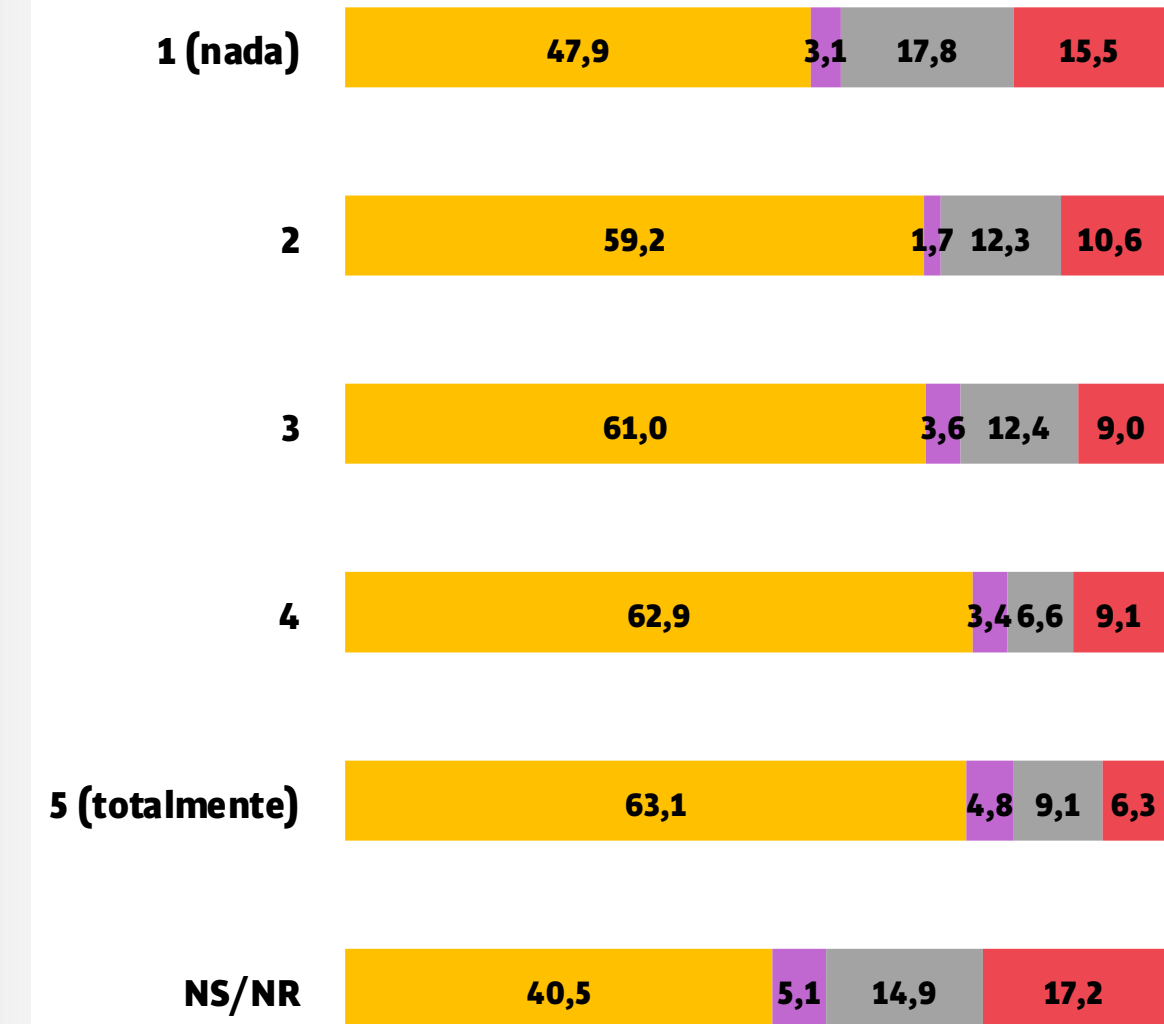
Según departamento



Según imagen Duque



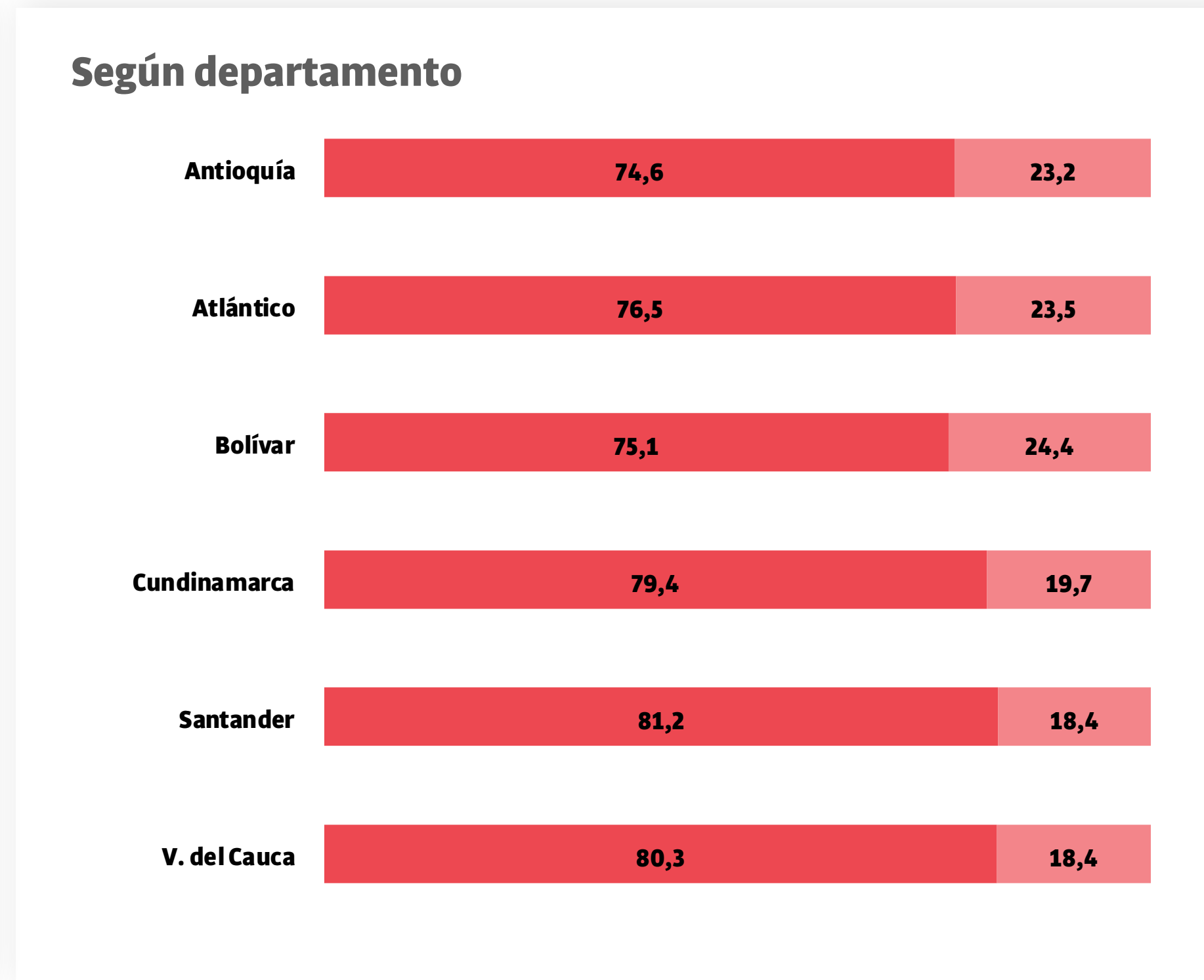
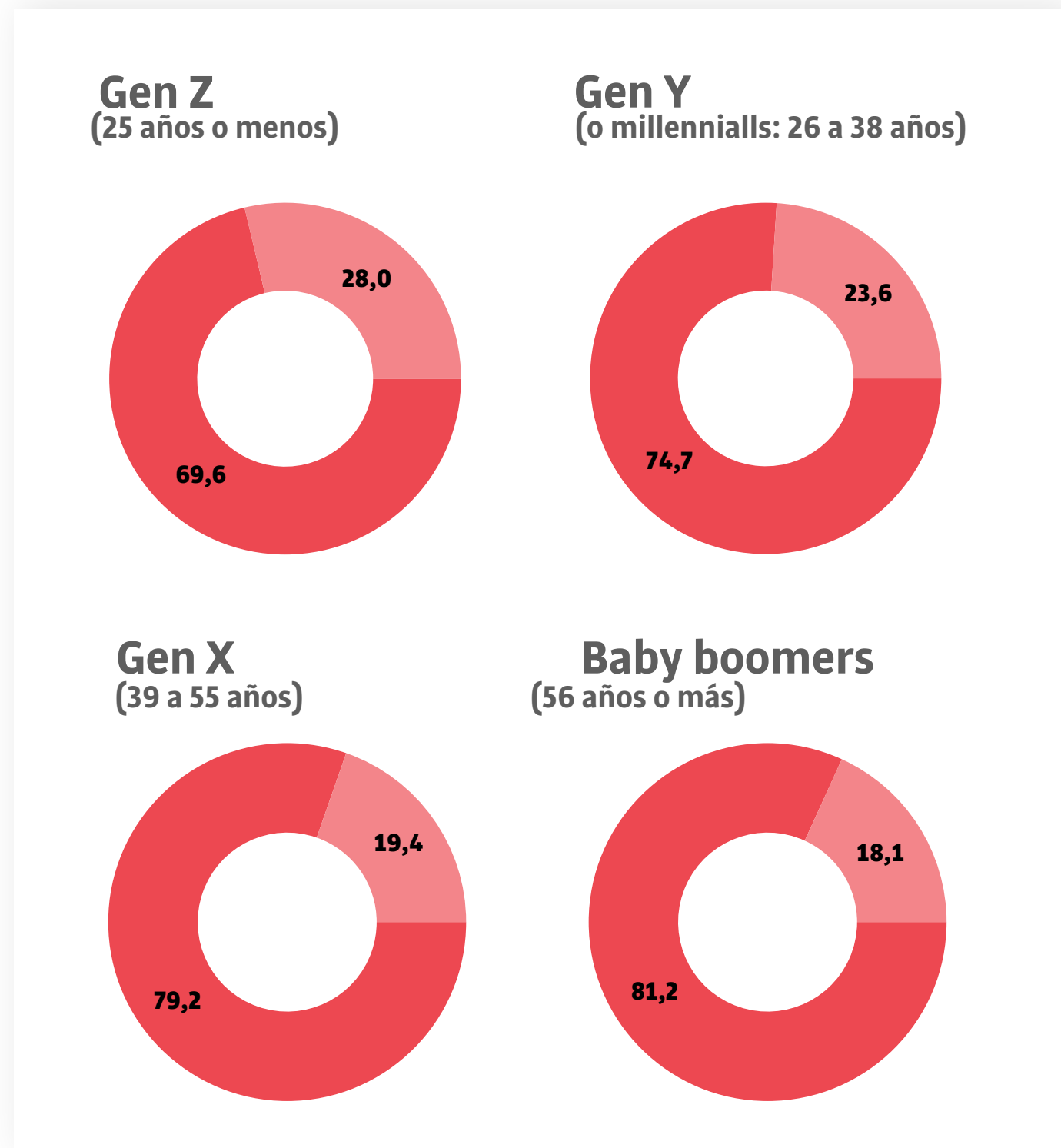
Según nivel de importancia de la política



Corrupción

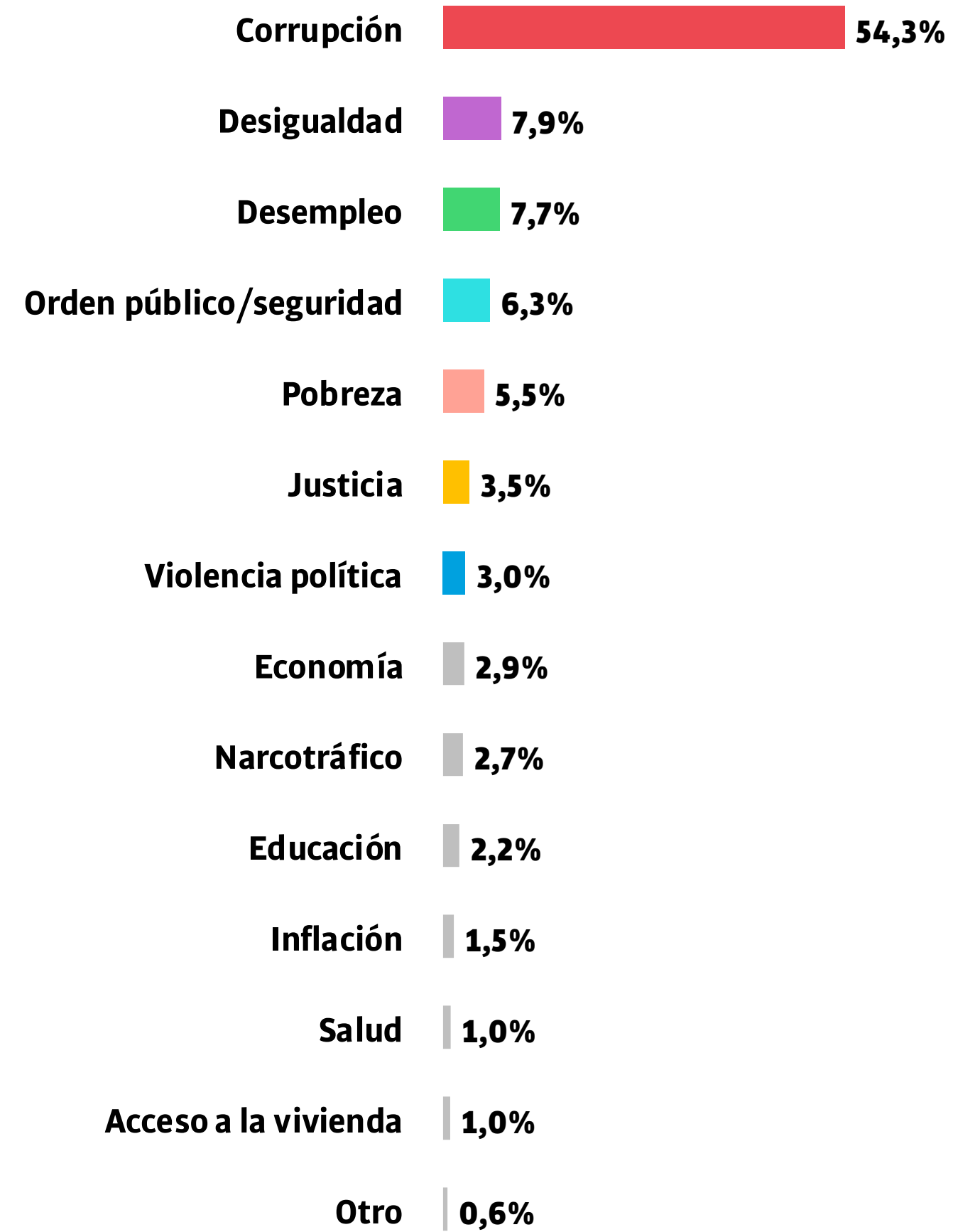
¿Qué nivel de gravedad considera que tiene el problema de la corrupción en Colombia?

Poco 0,8 / Nada 0,2 / No hay corrupción 0,1 / Ns/Nr 0,3

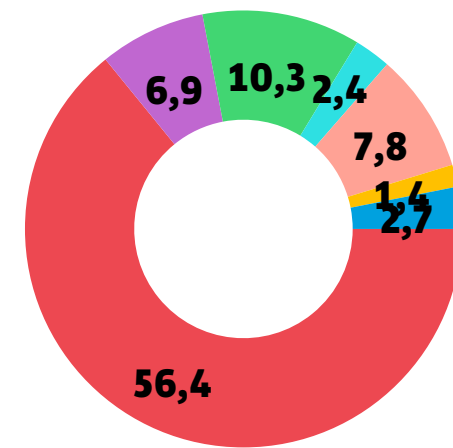


Principal problema del país

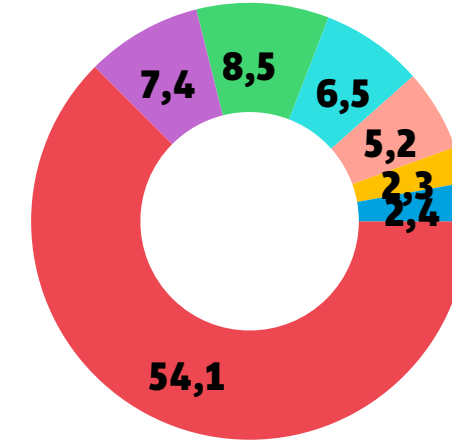
¿Cuál es el principal problema que afecta al país?



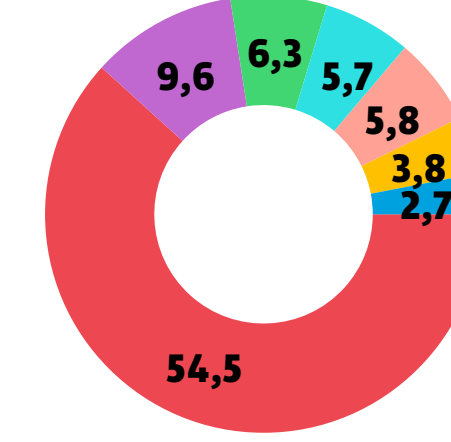
Gen Z
(25 años o menos)



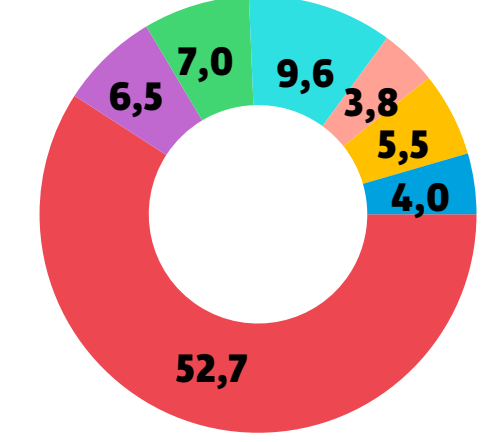
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



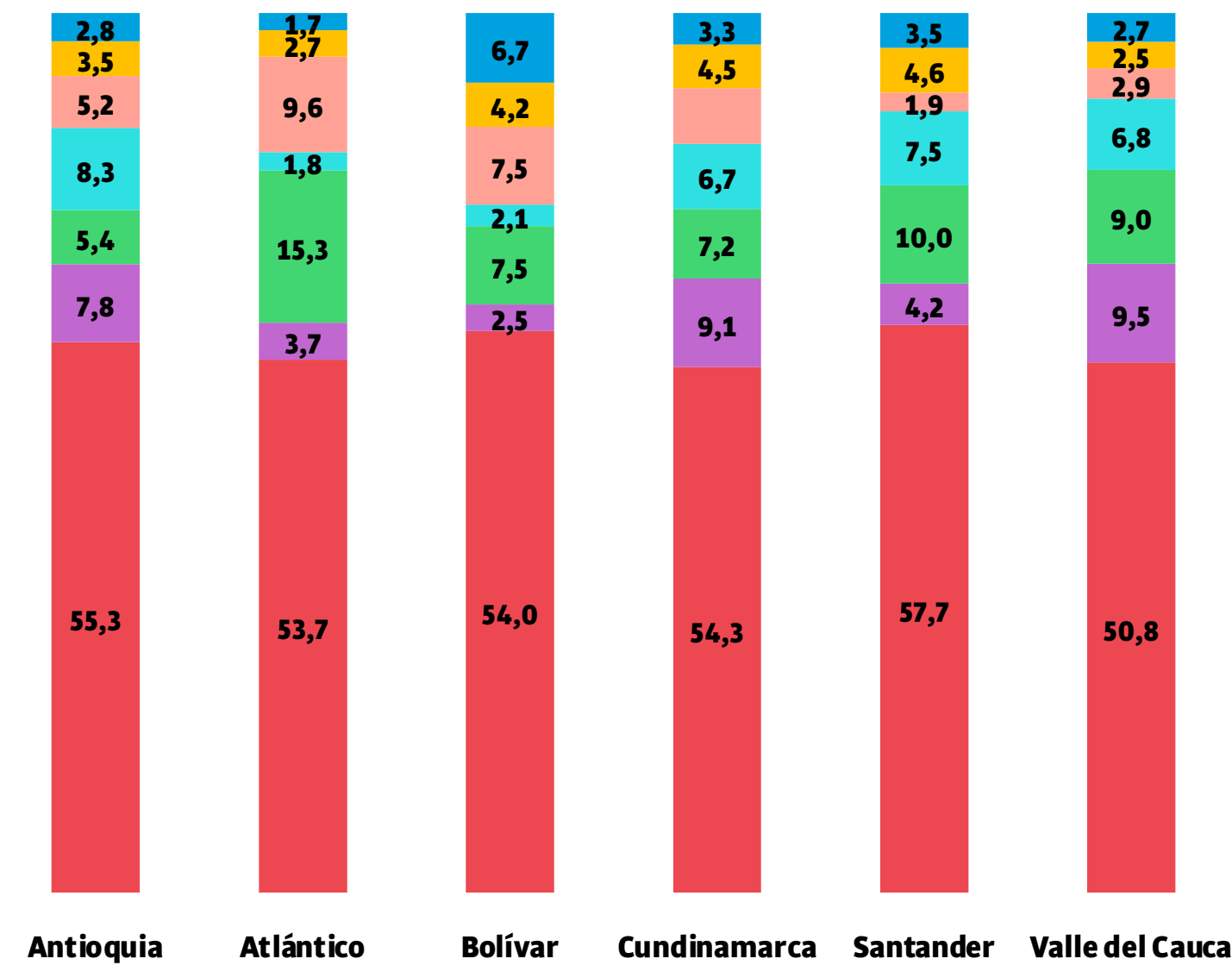
Gen X
(39 a 55 años)



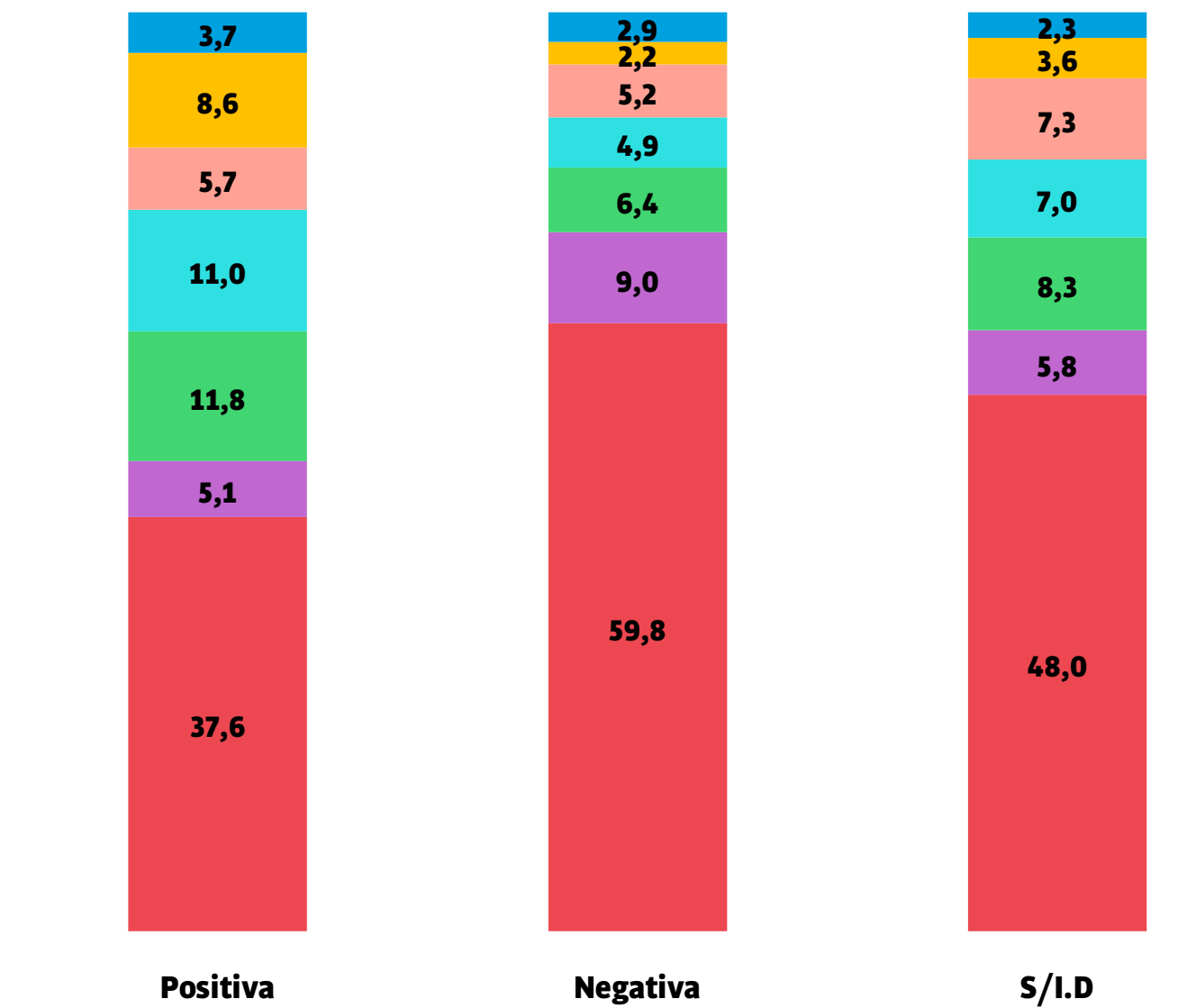
Baby boomers
(56 años o más)



Según departamento

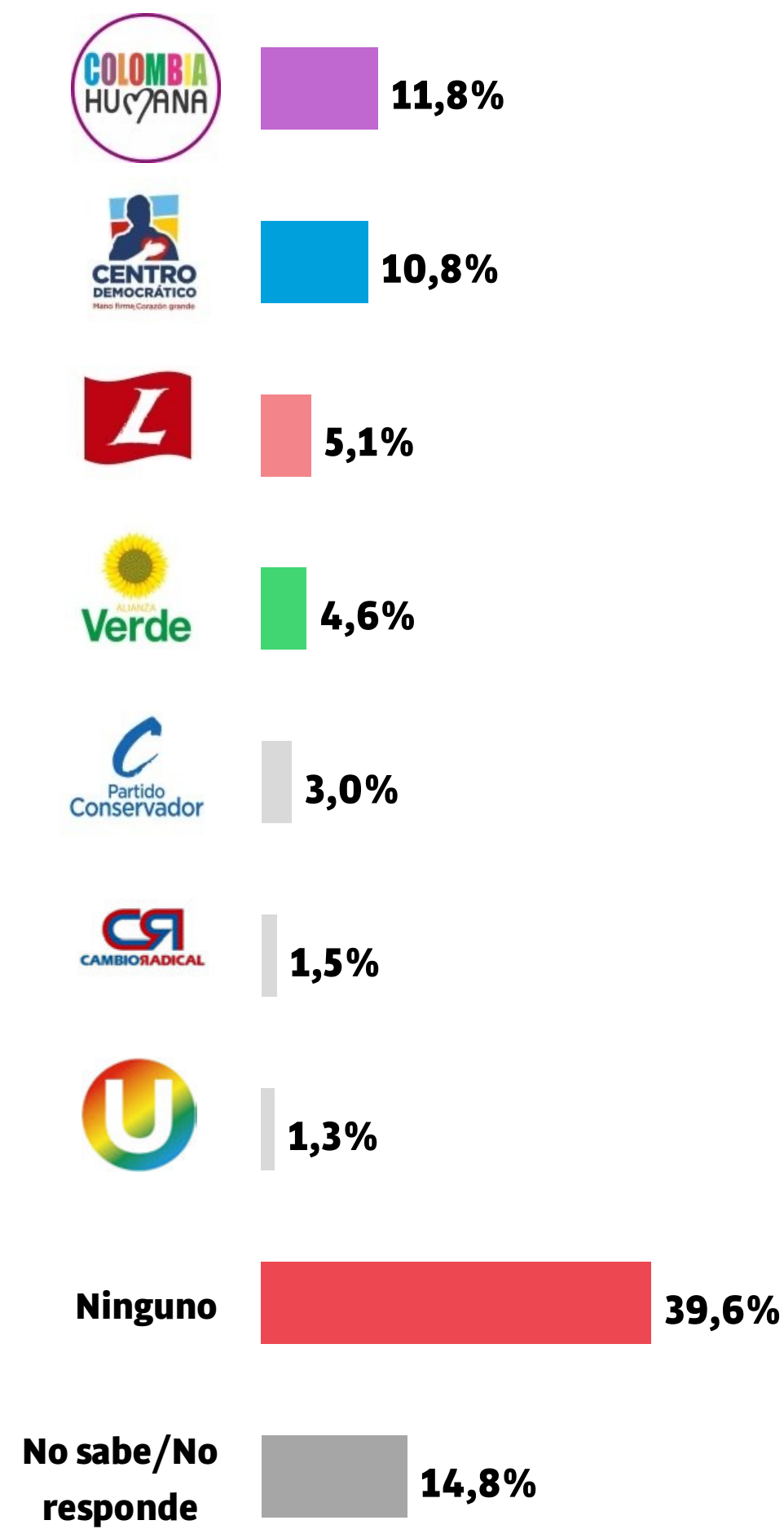


Según imagen Duque

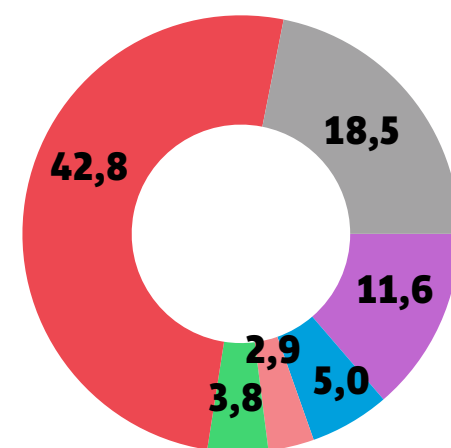


Cercanía a partido

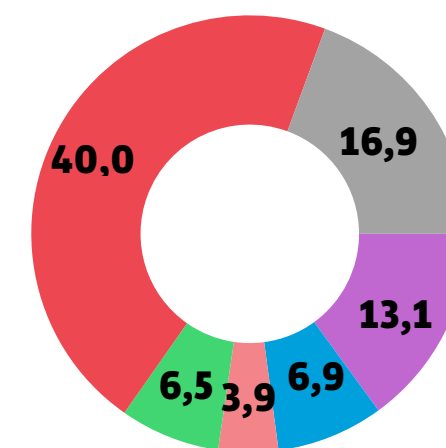
¿Con qué partido político simpatiza usted? (Menciones superiores a 1,5% inclusive)



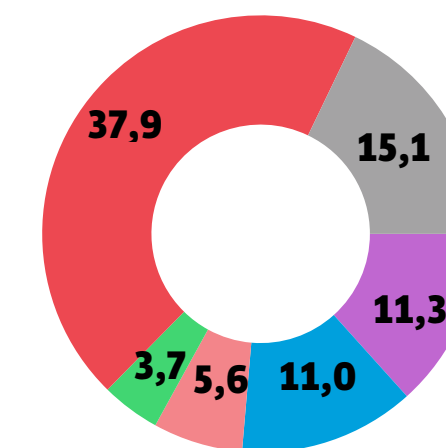
Gen Z (25 años o menos)



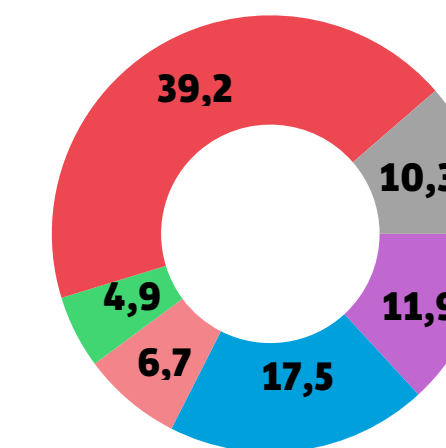
Gen Y (o millennials: 26 a 38 años)



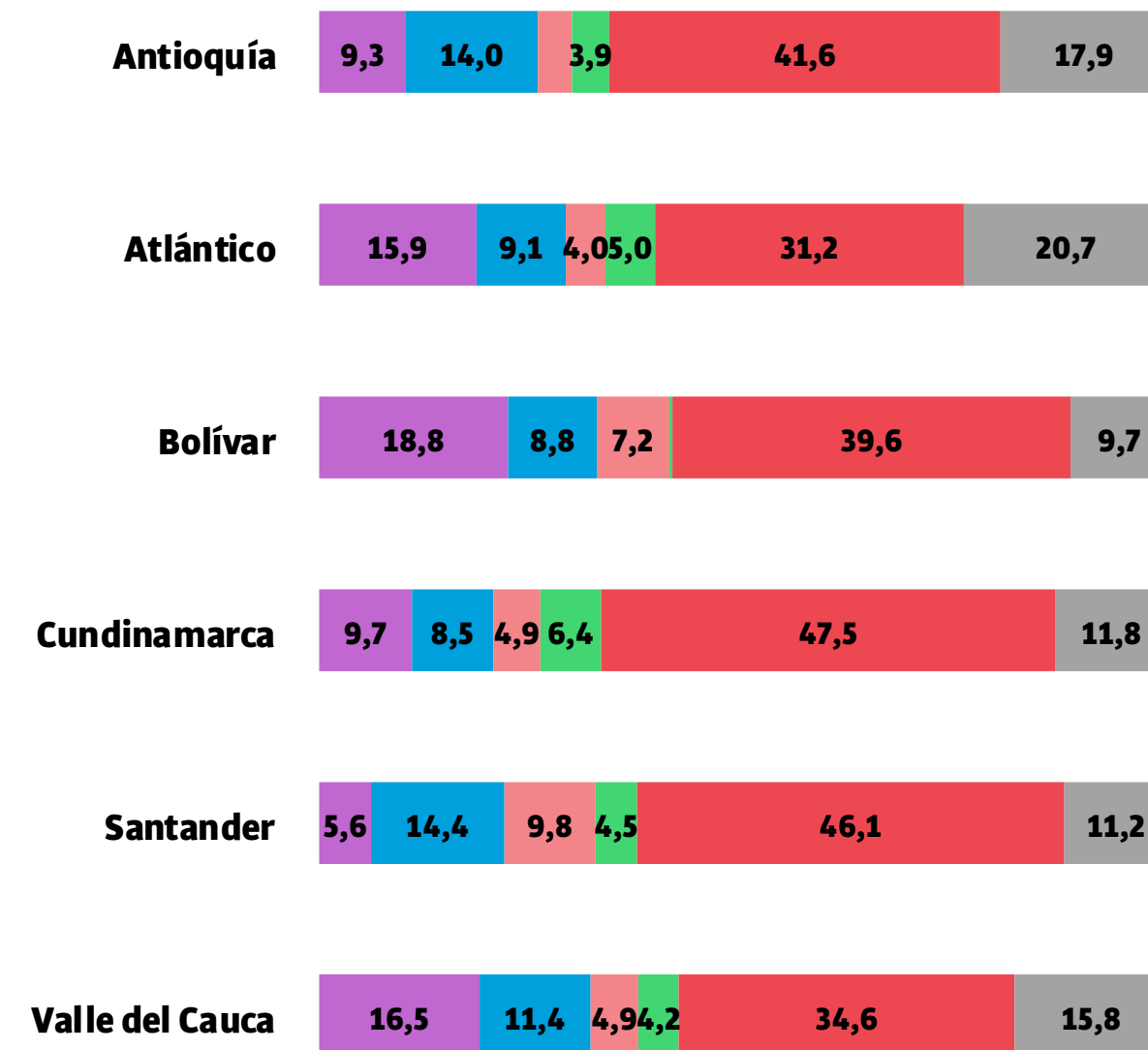
Gen X (39 a 55 años)



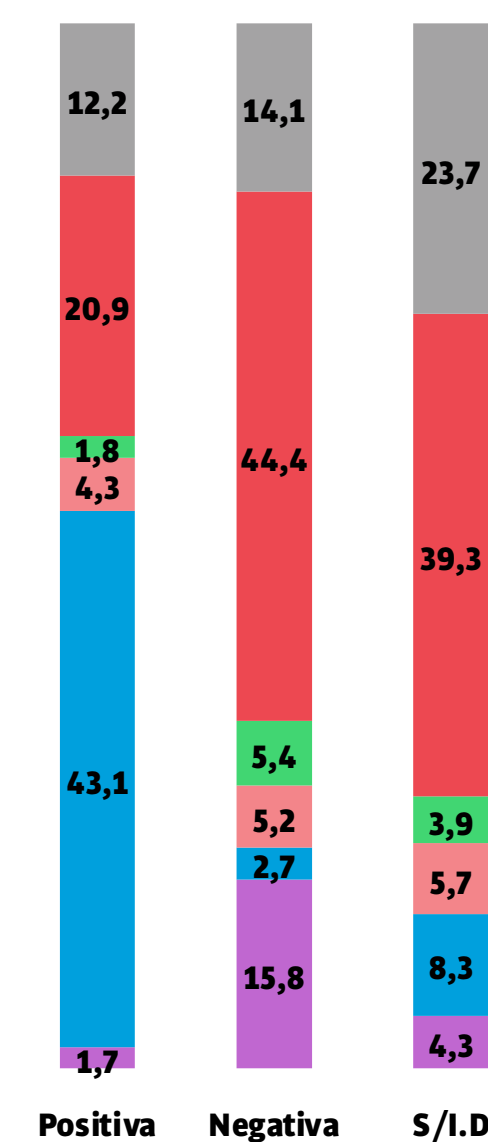
Baby boomers (56 años o más)



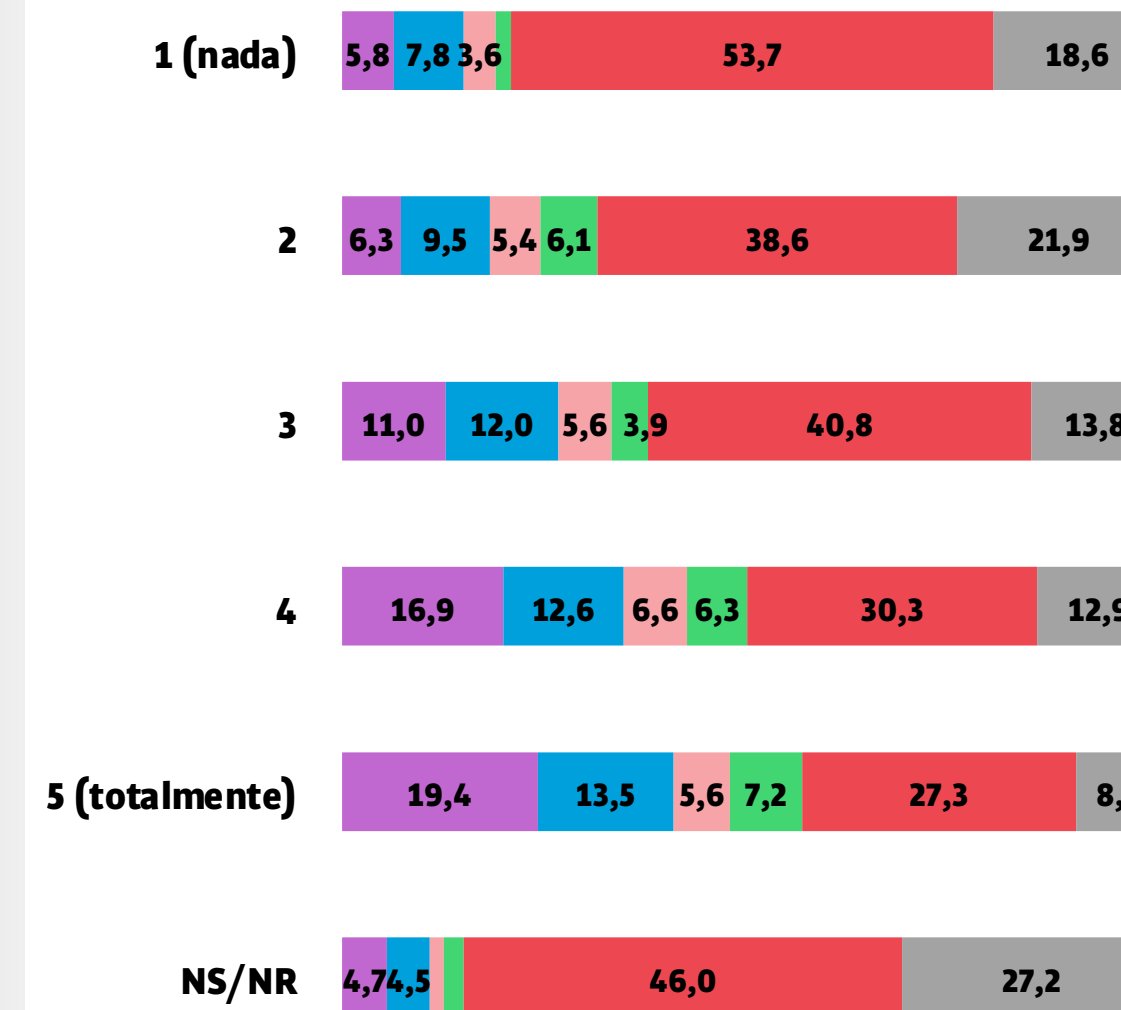
Según departamento



Según imagen Duque

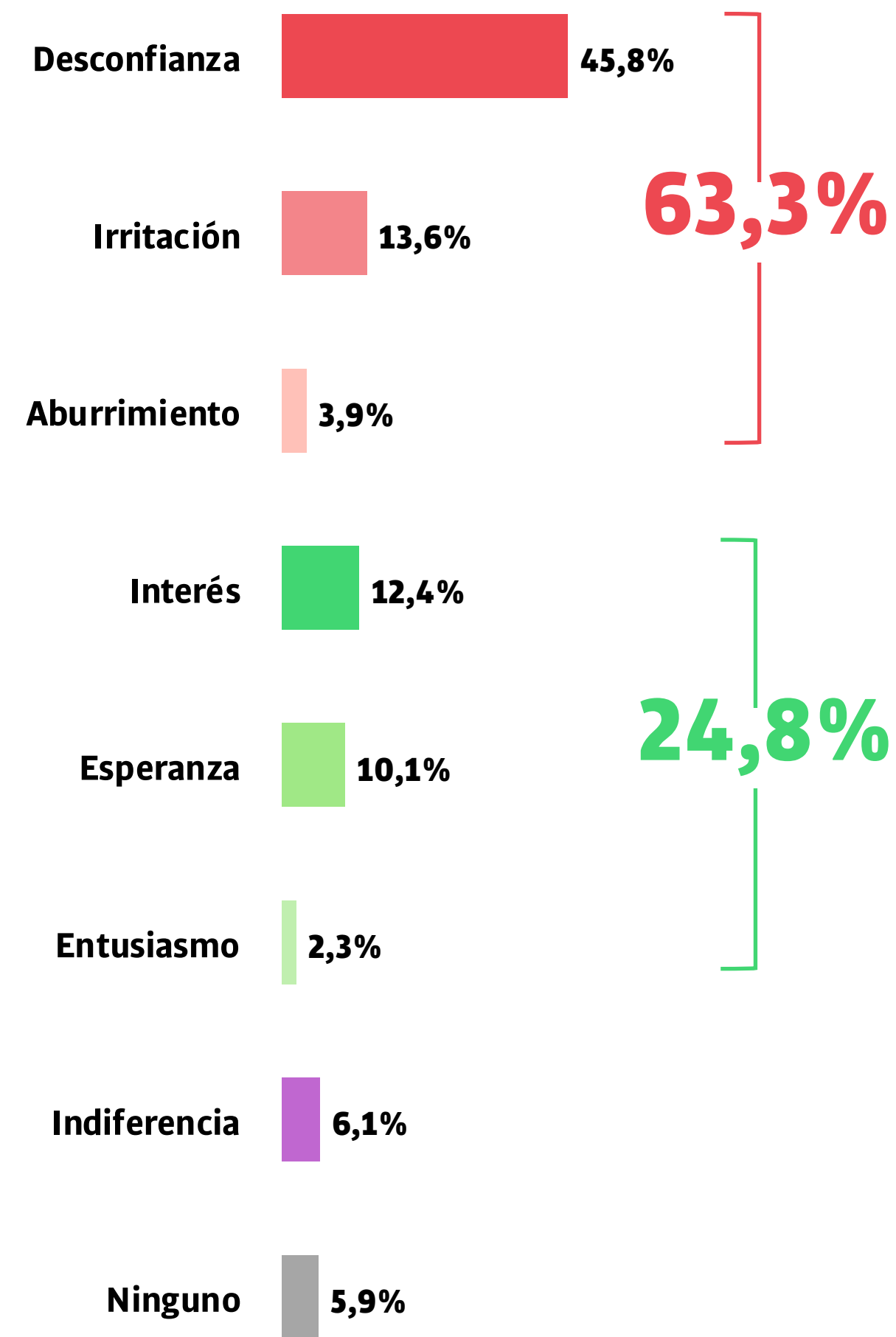


Según nivel de importancia de la política

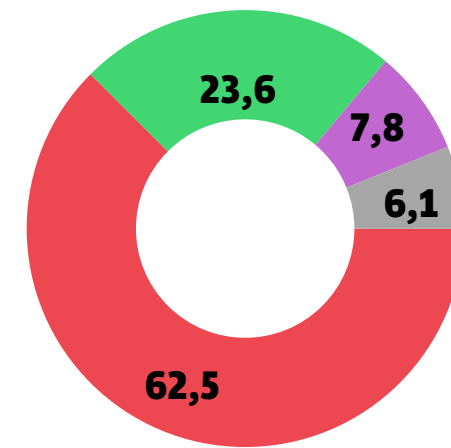


Sentimiento que genera la política

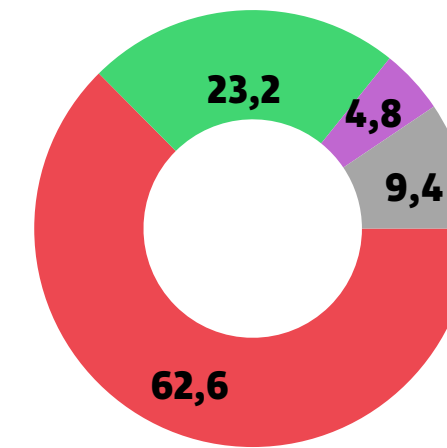
De los siguientes, ¿qué sentimiento le inspira, principalmente, la política?



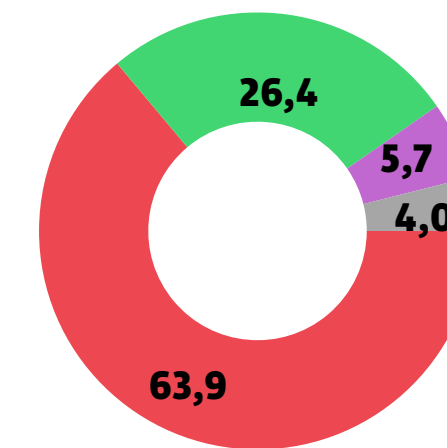
Gen Z
(25 años o menos)



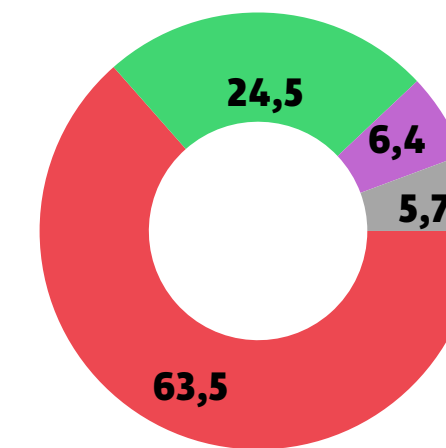
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



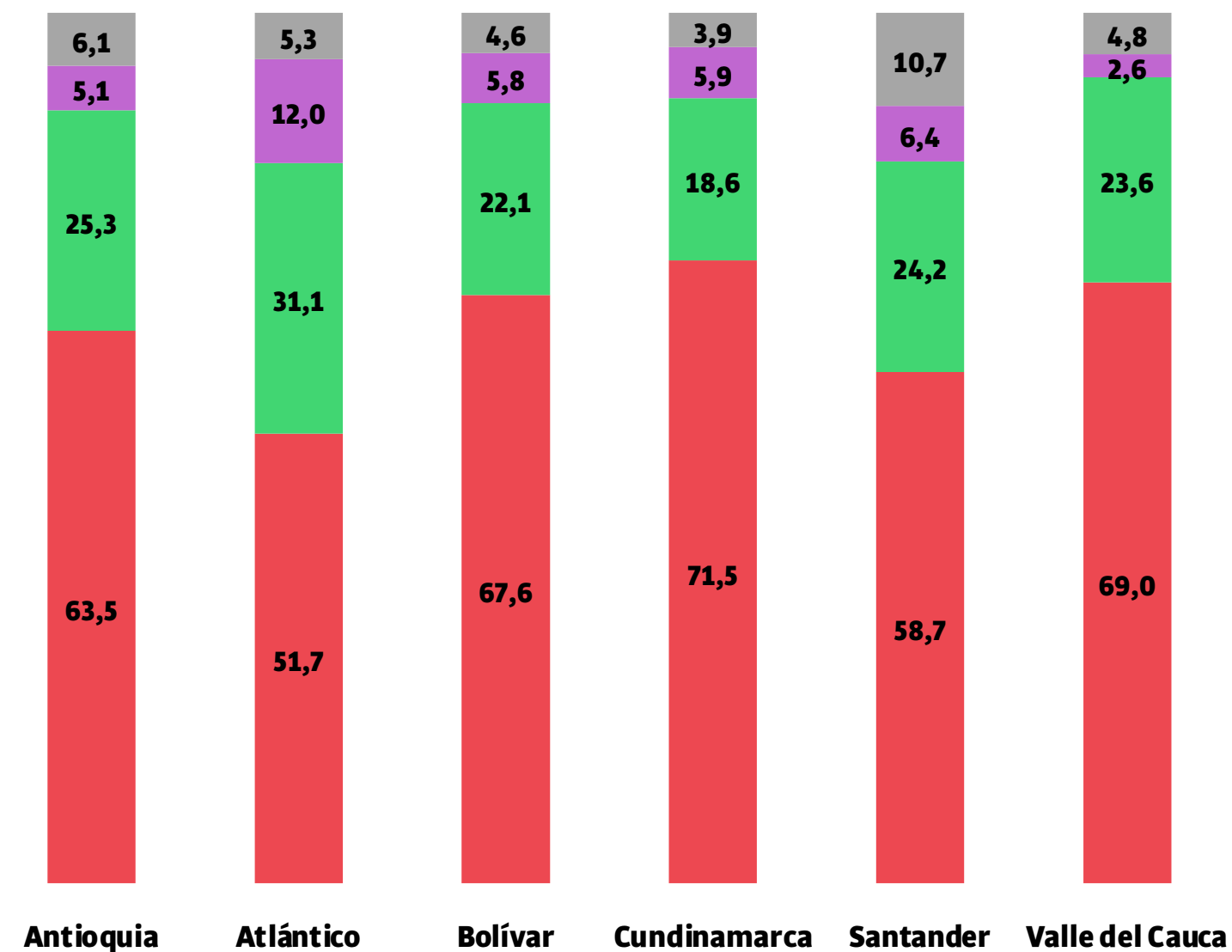
Gen X
(39 a 55 años)



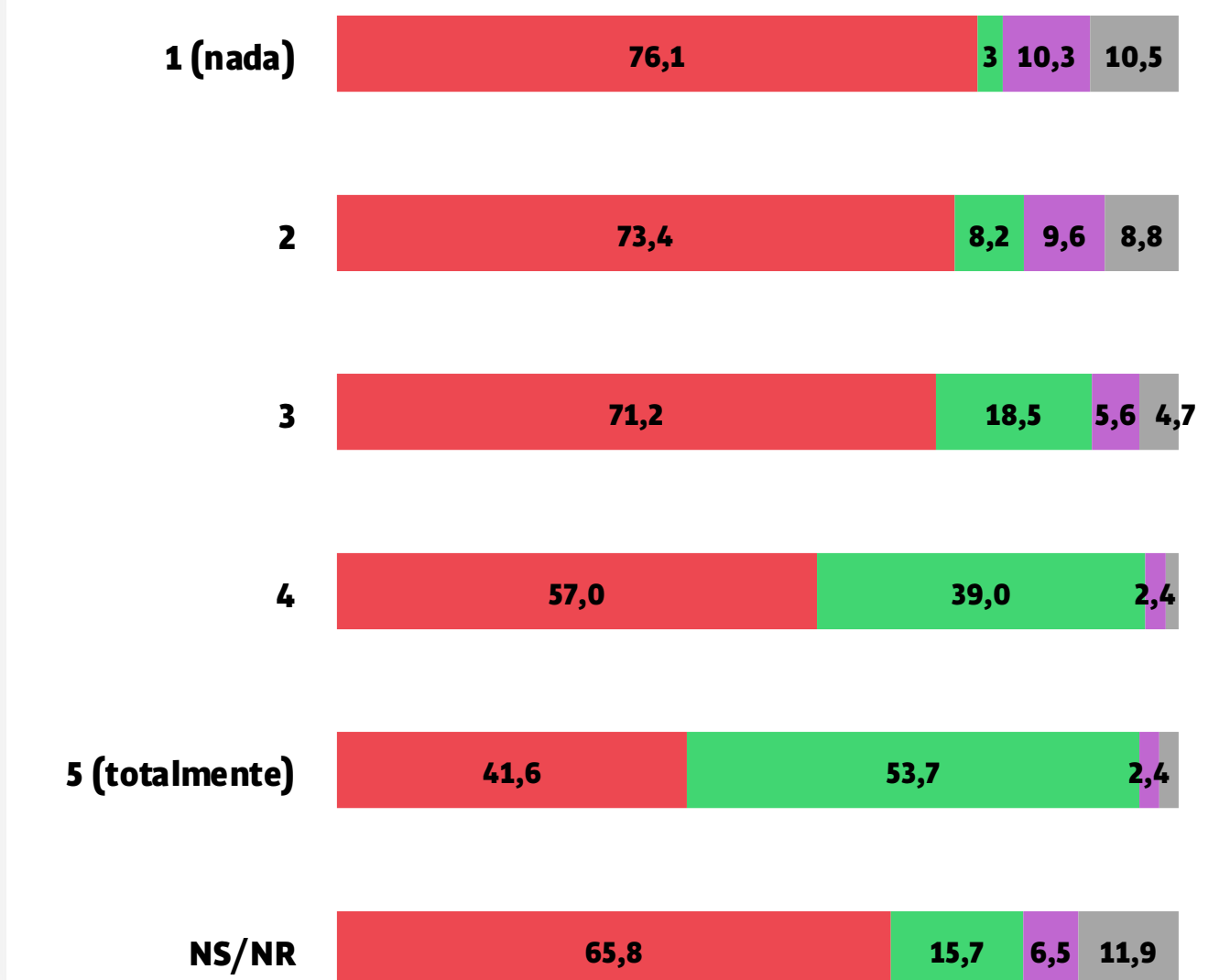
Baby boomers
(56 años y más)



Según departamento



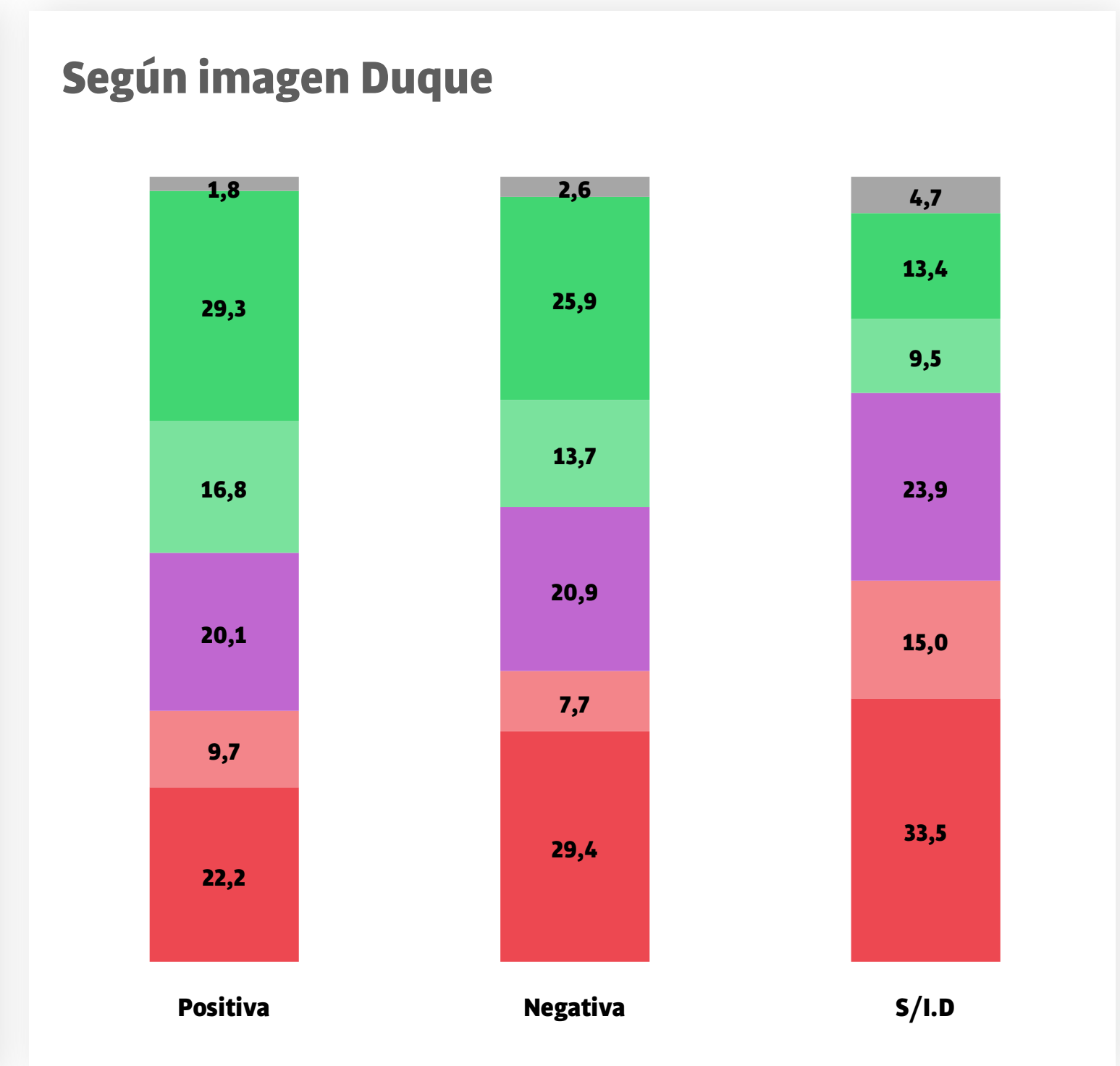
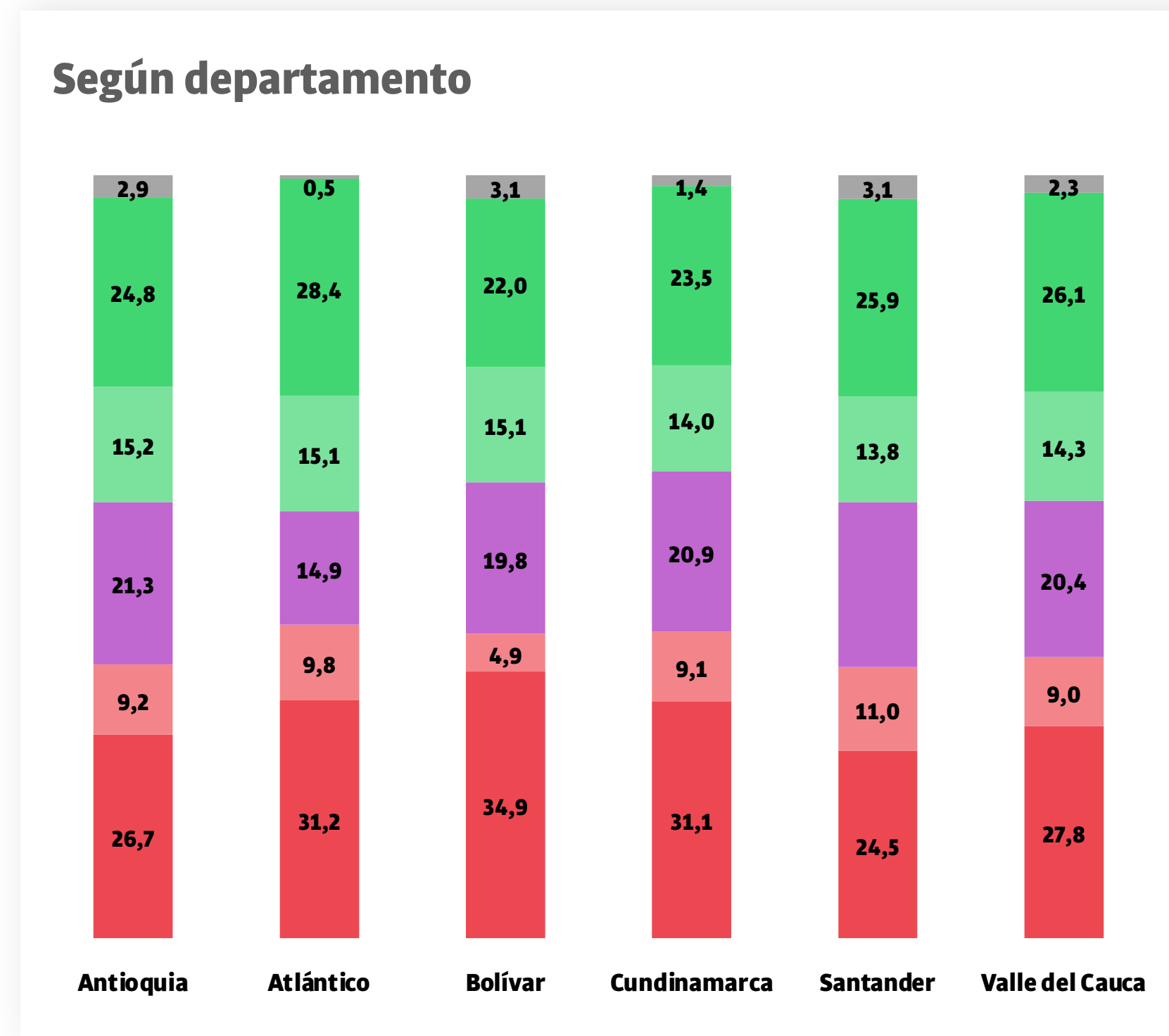
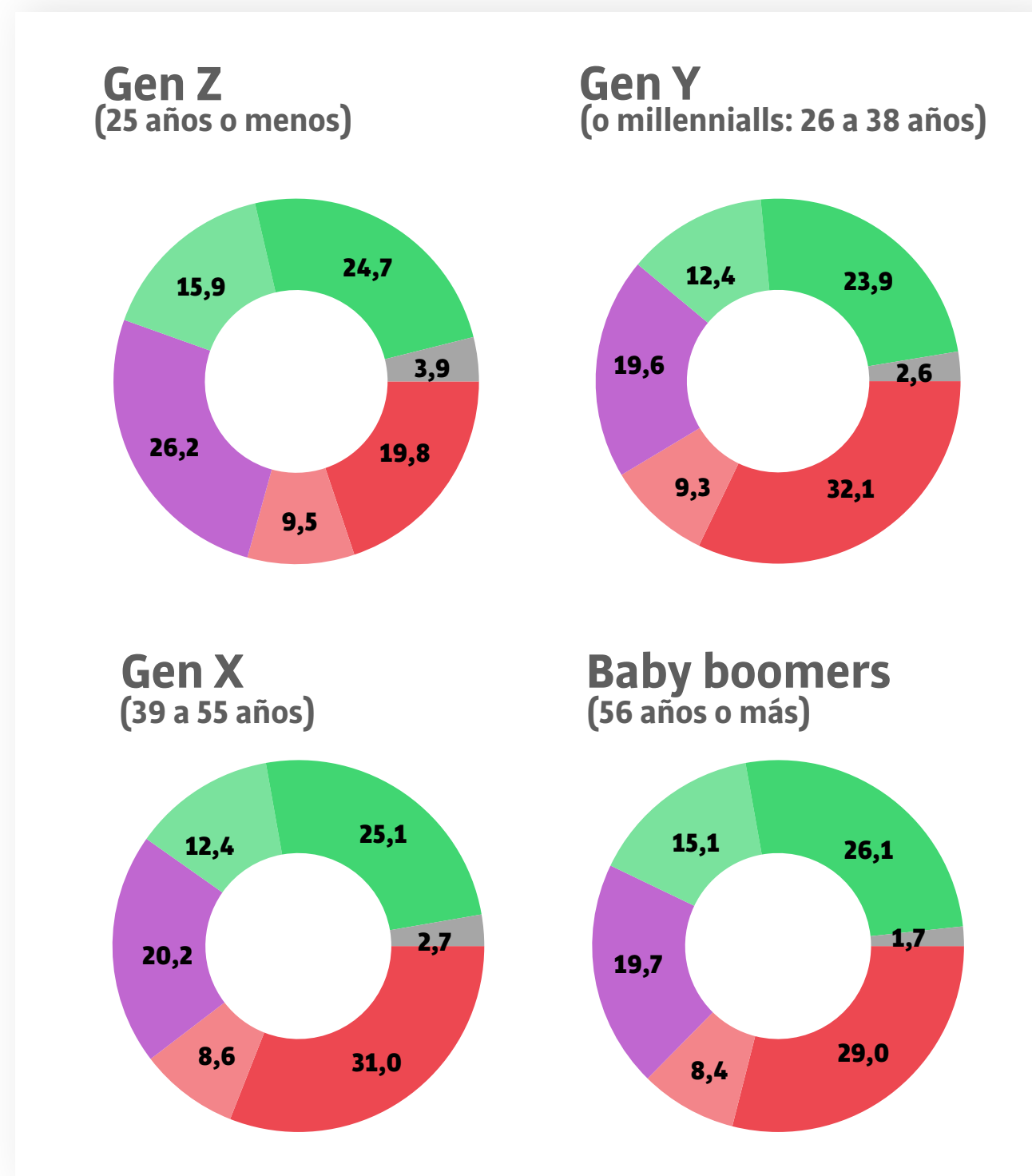
Según nivel de importancia de la política



Importancia de la política

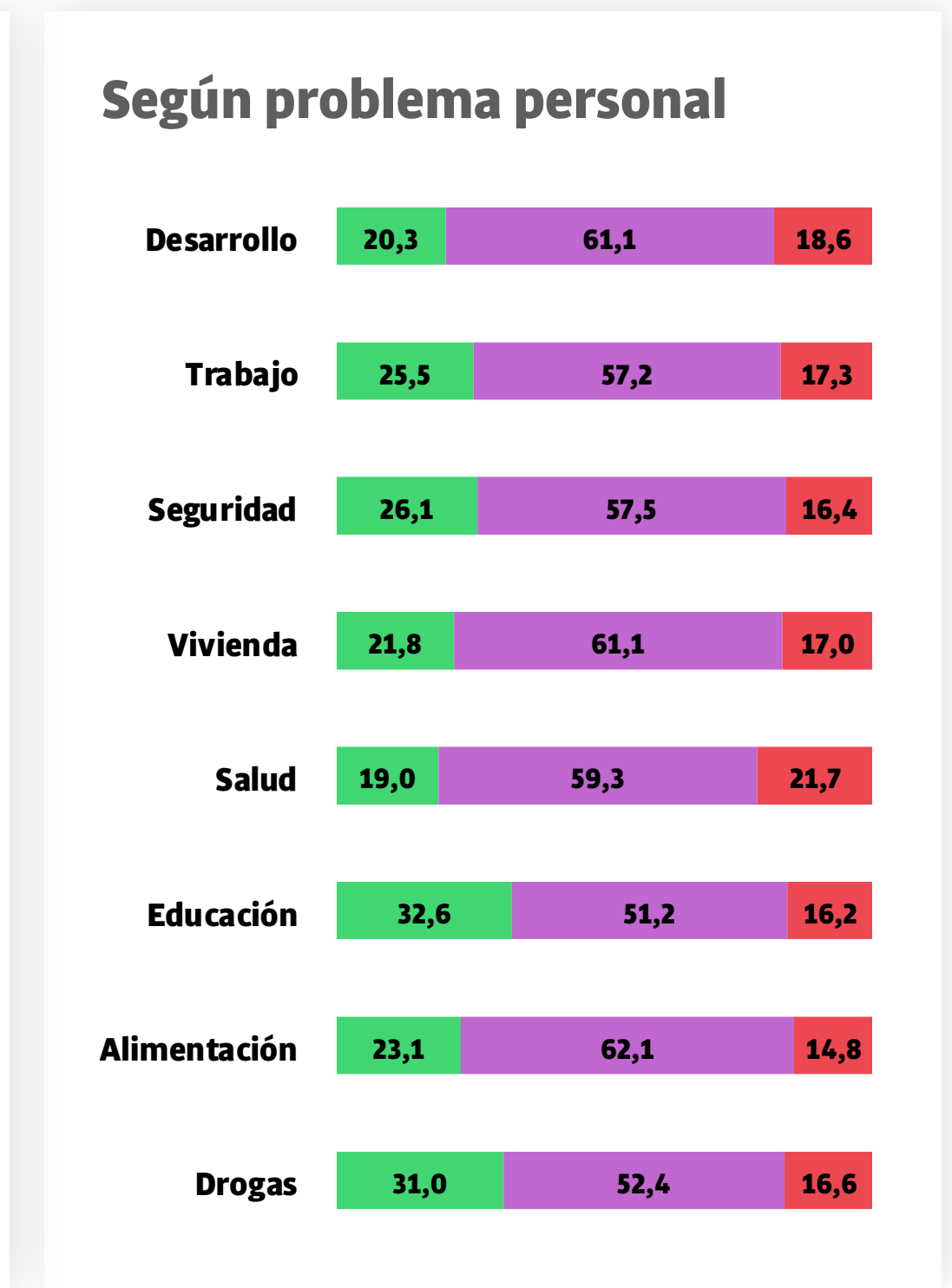
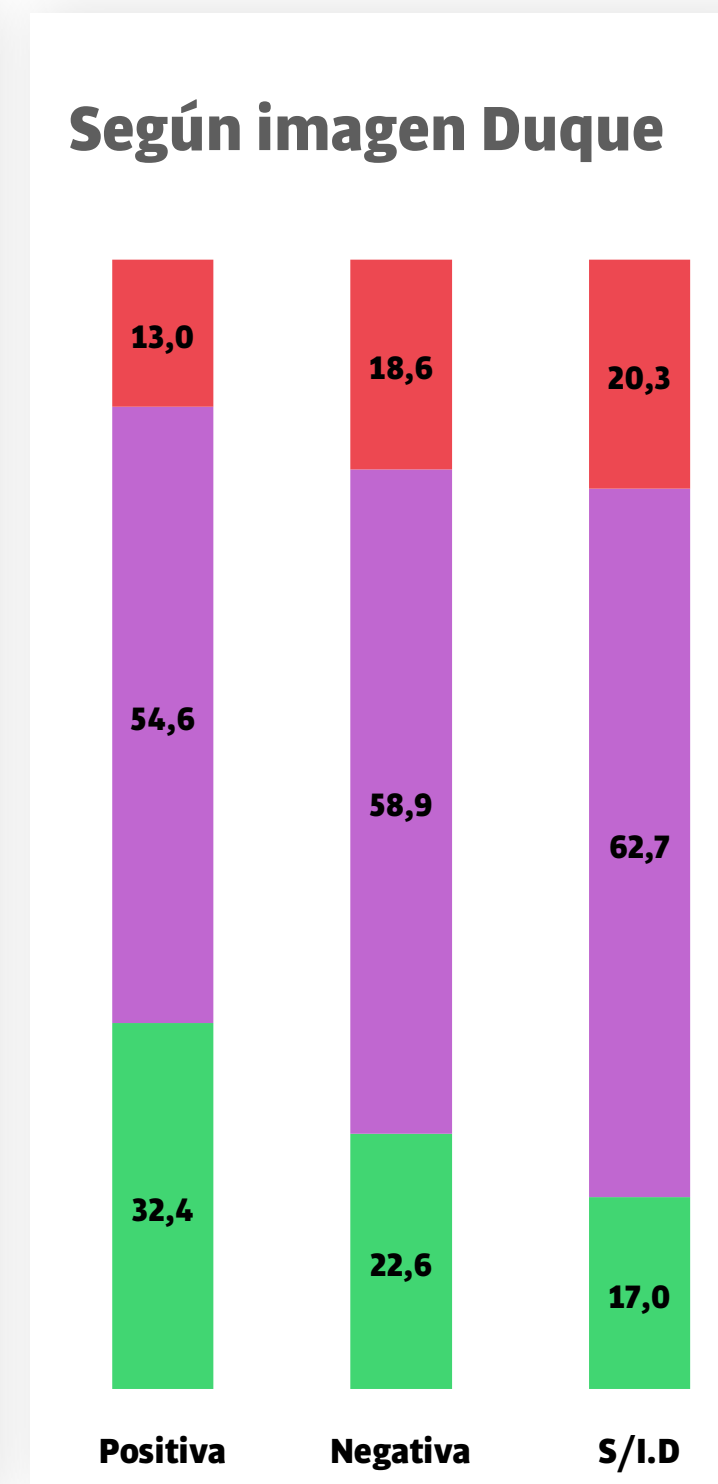
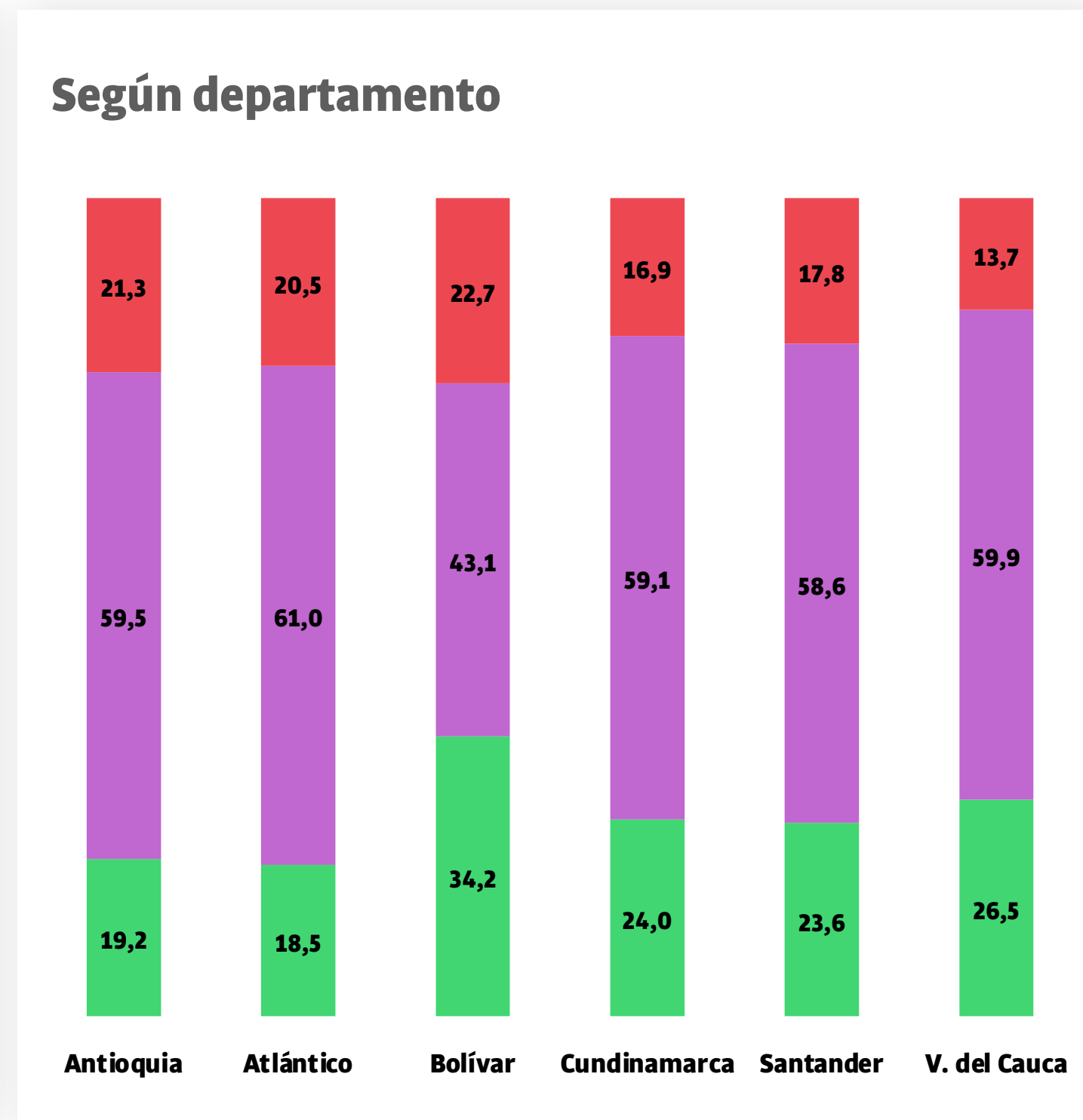
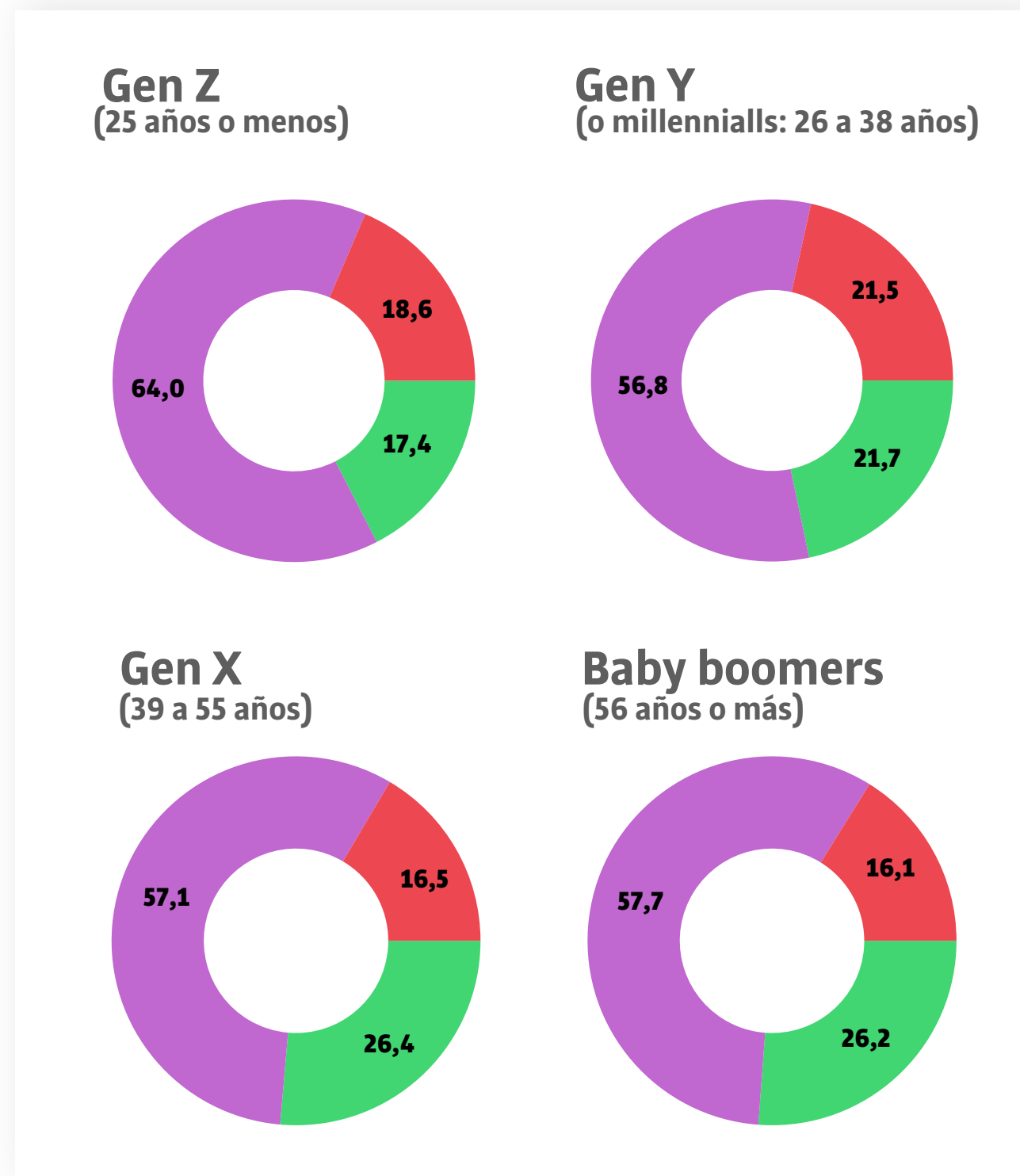
Del 1 al 5, siendo 1 “nada importante” y 5 “totalmente importante, ¿qué importancia diría que tiene la política en su vida?”

Ns/Nr 2,6



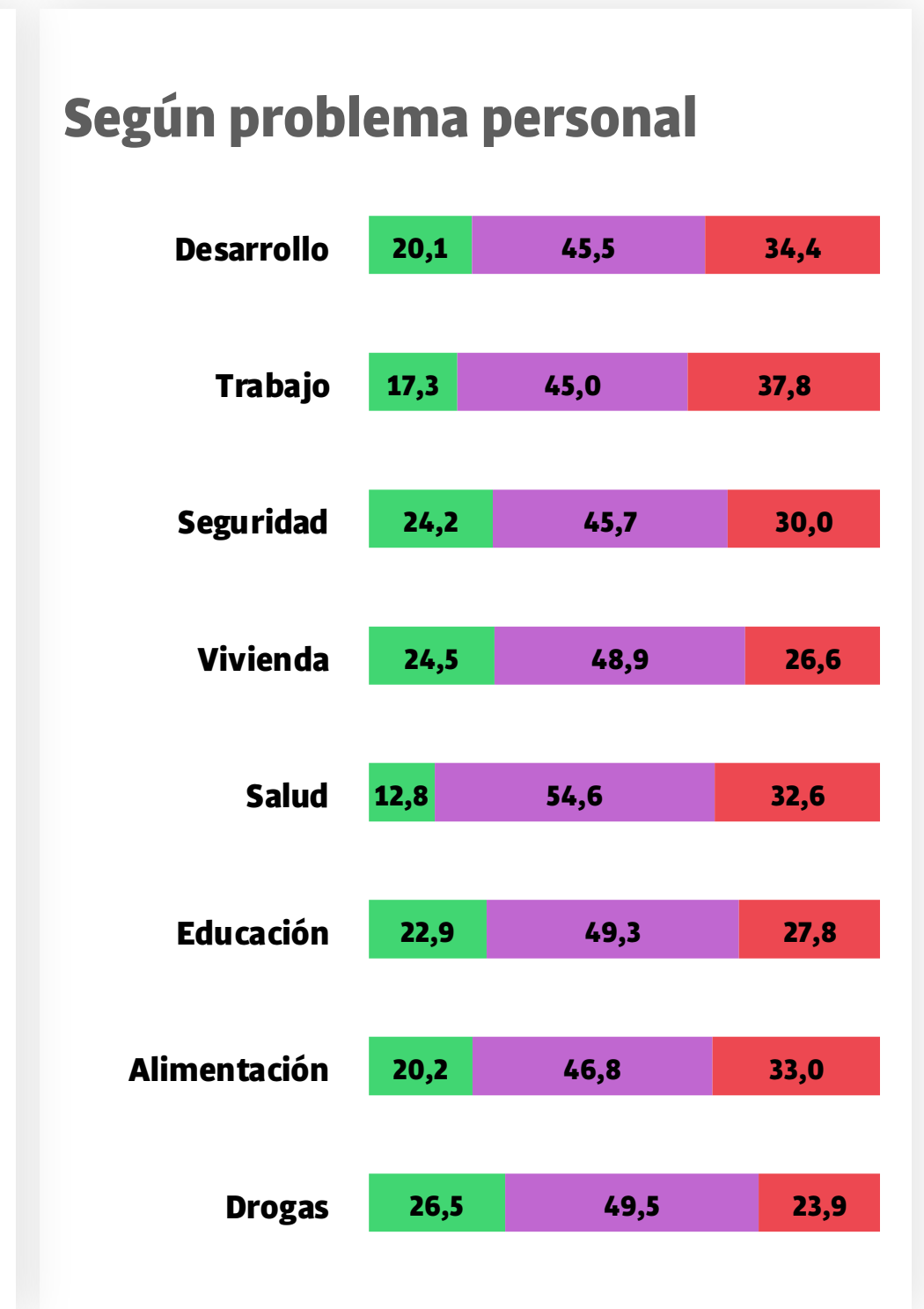
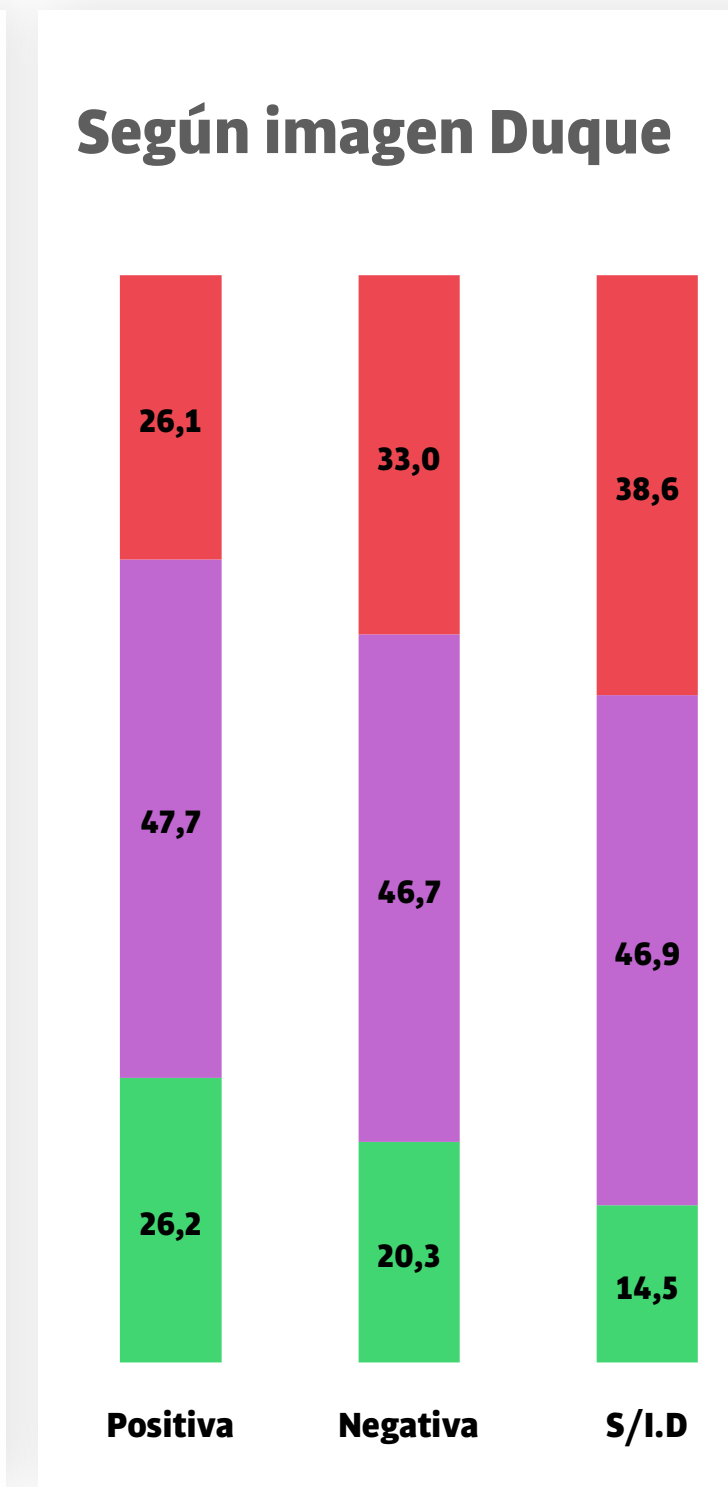
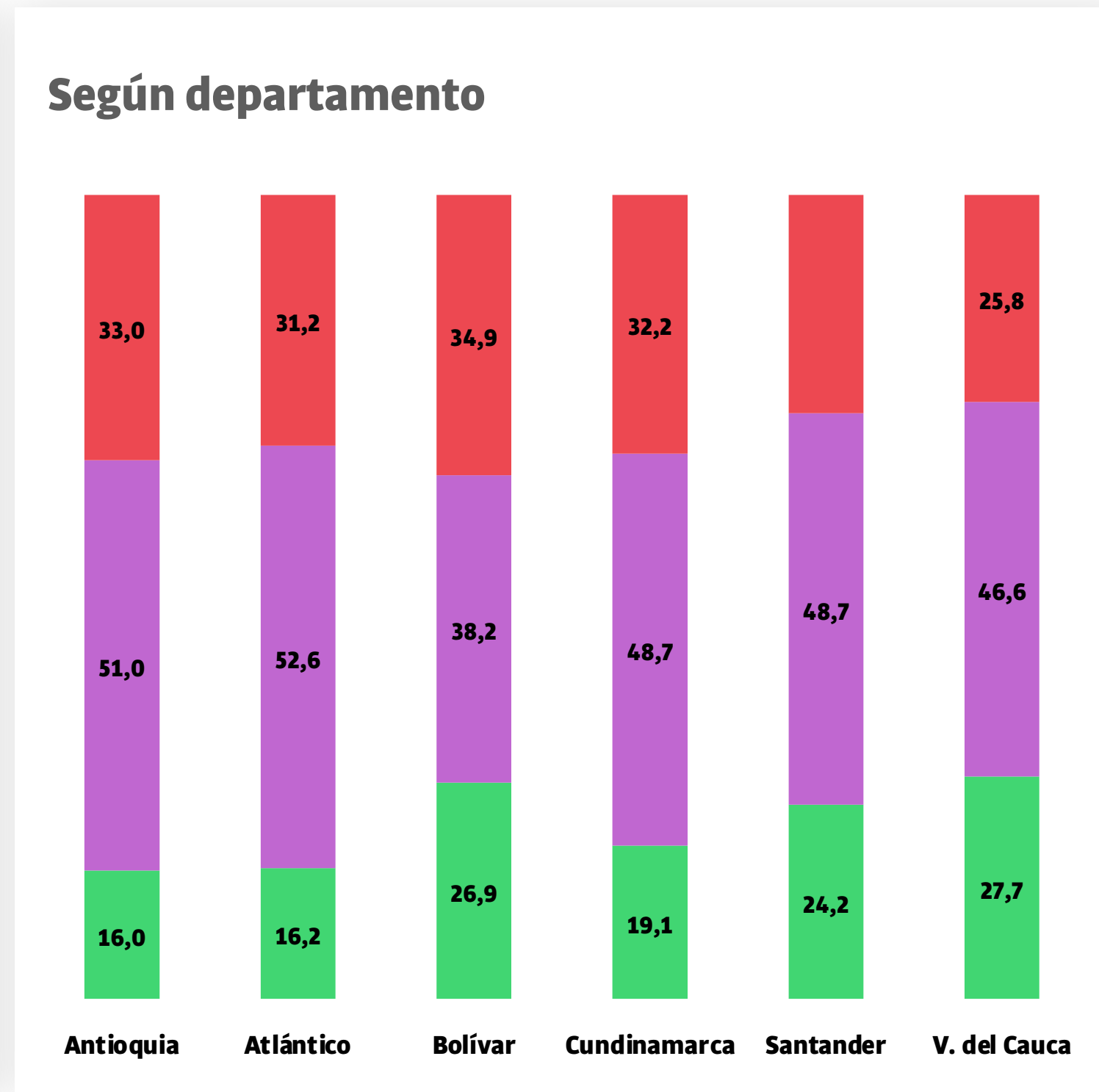
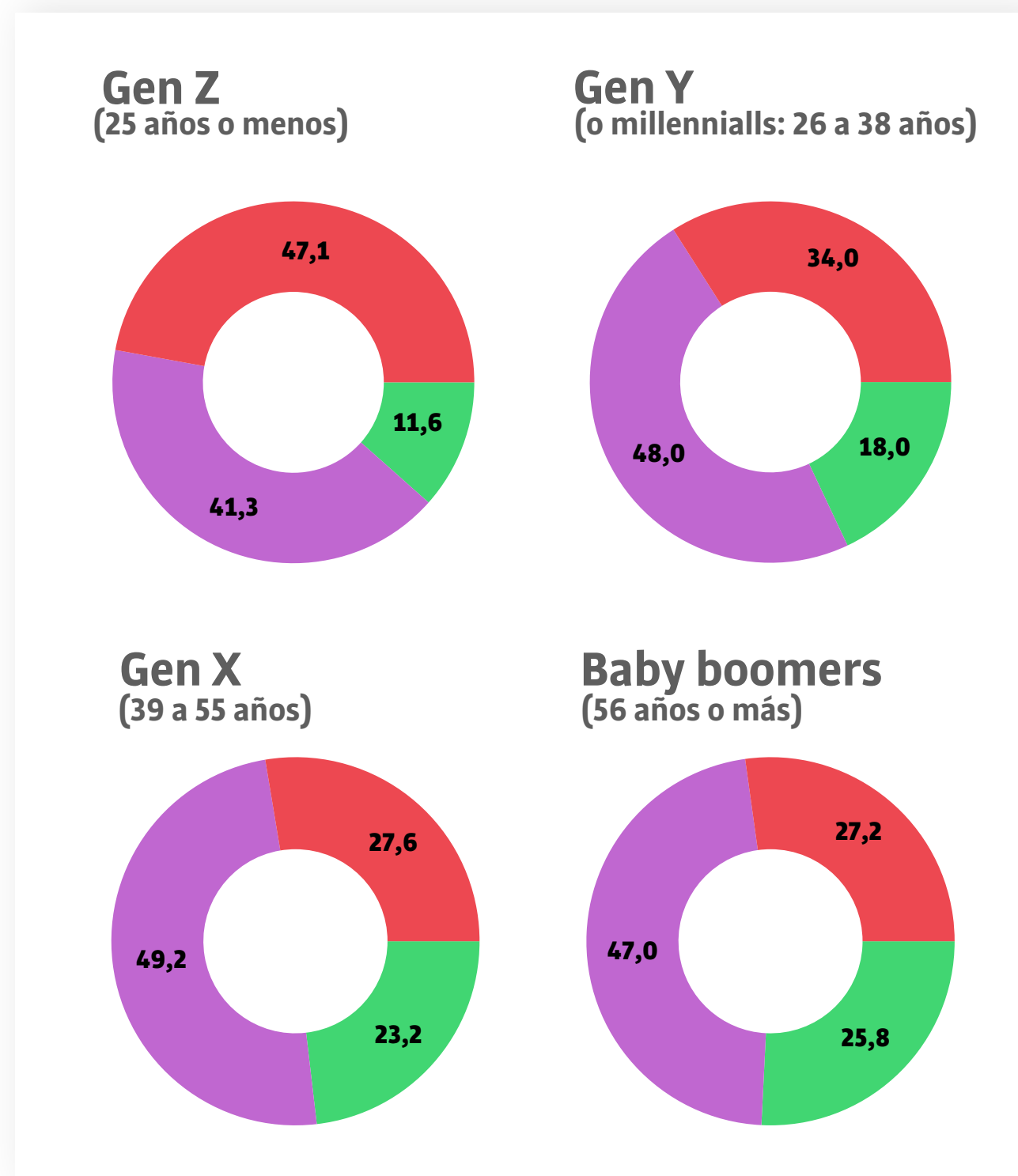
Hablando de política con la familia

¿En que medida suele hablar de política con su familia?



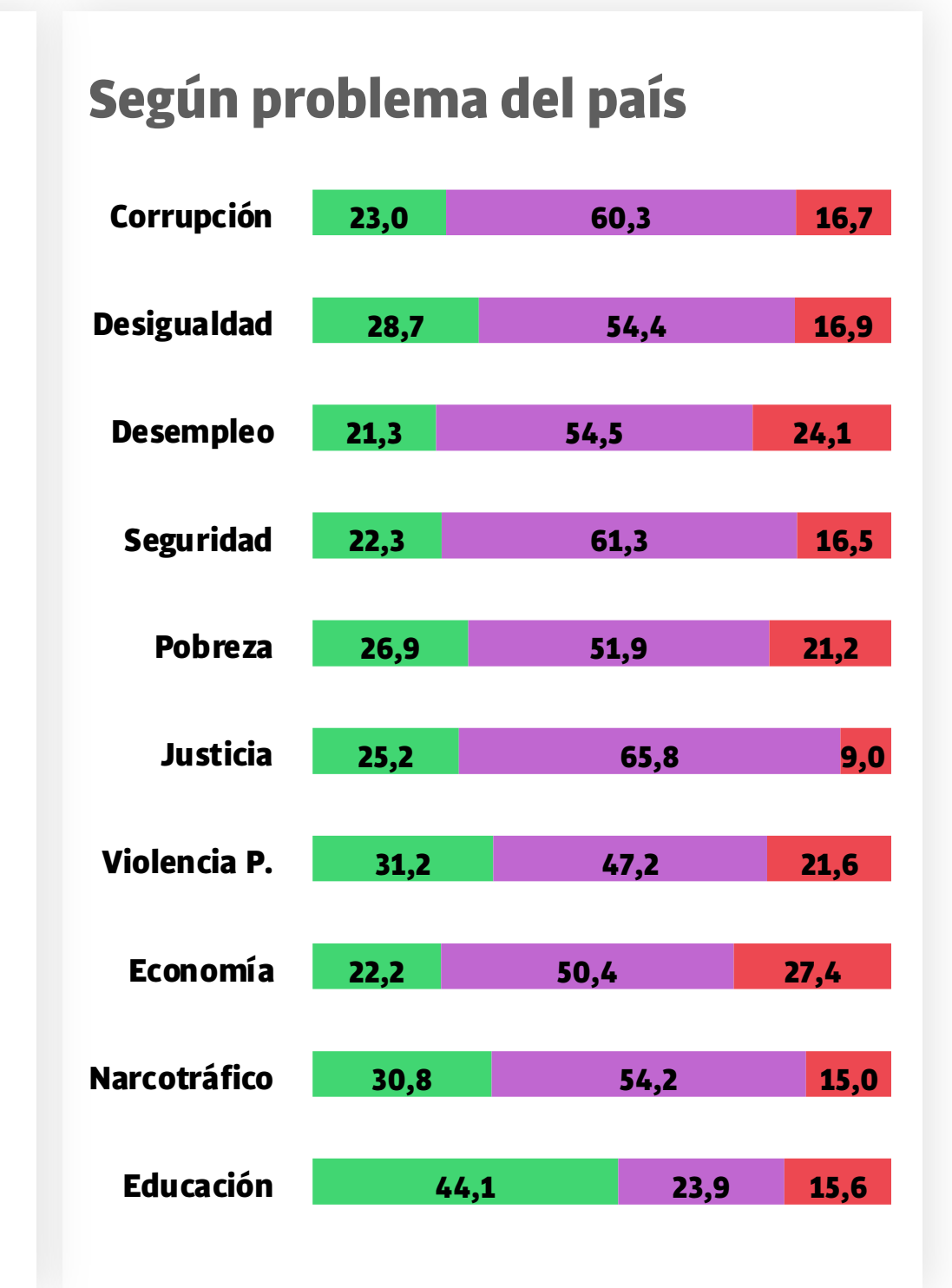
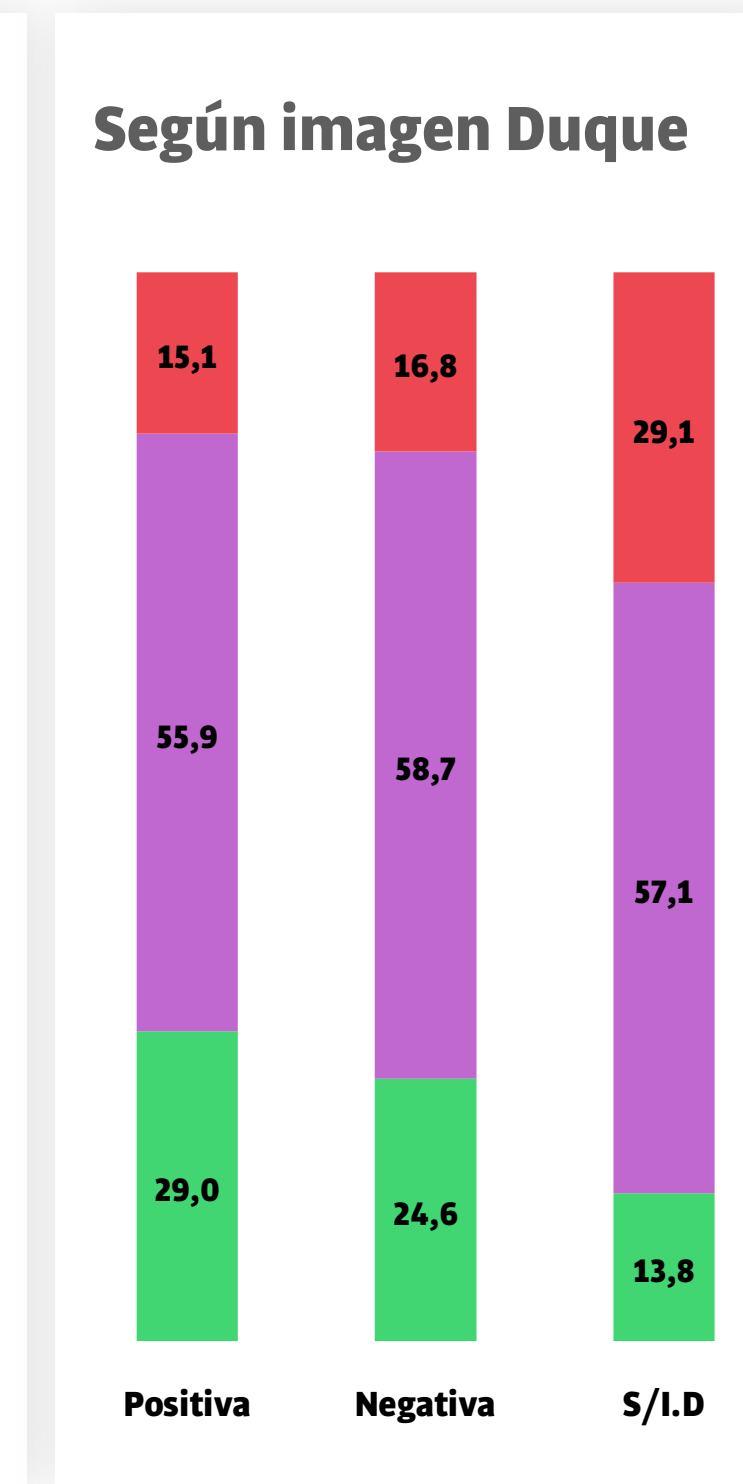
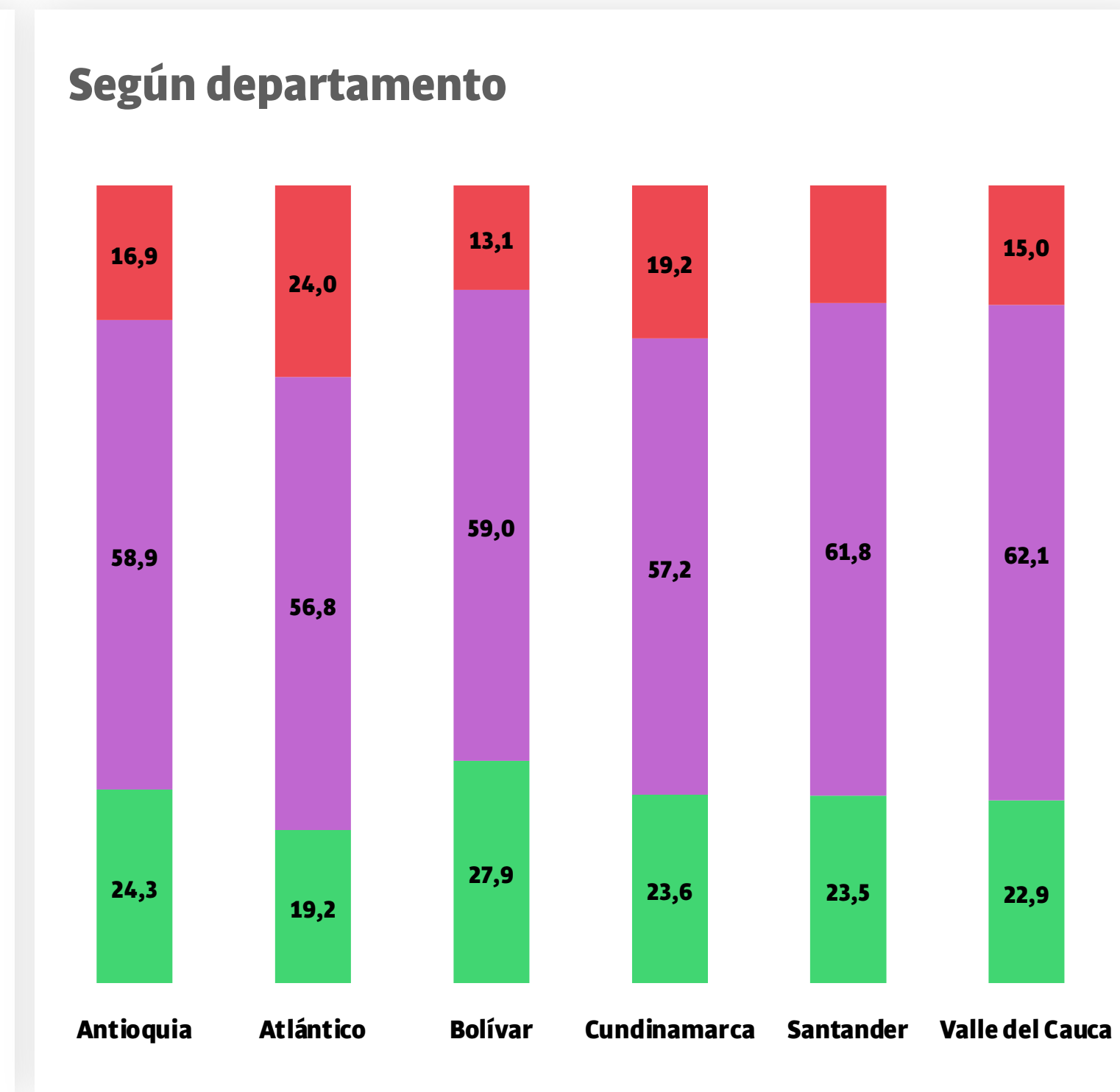
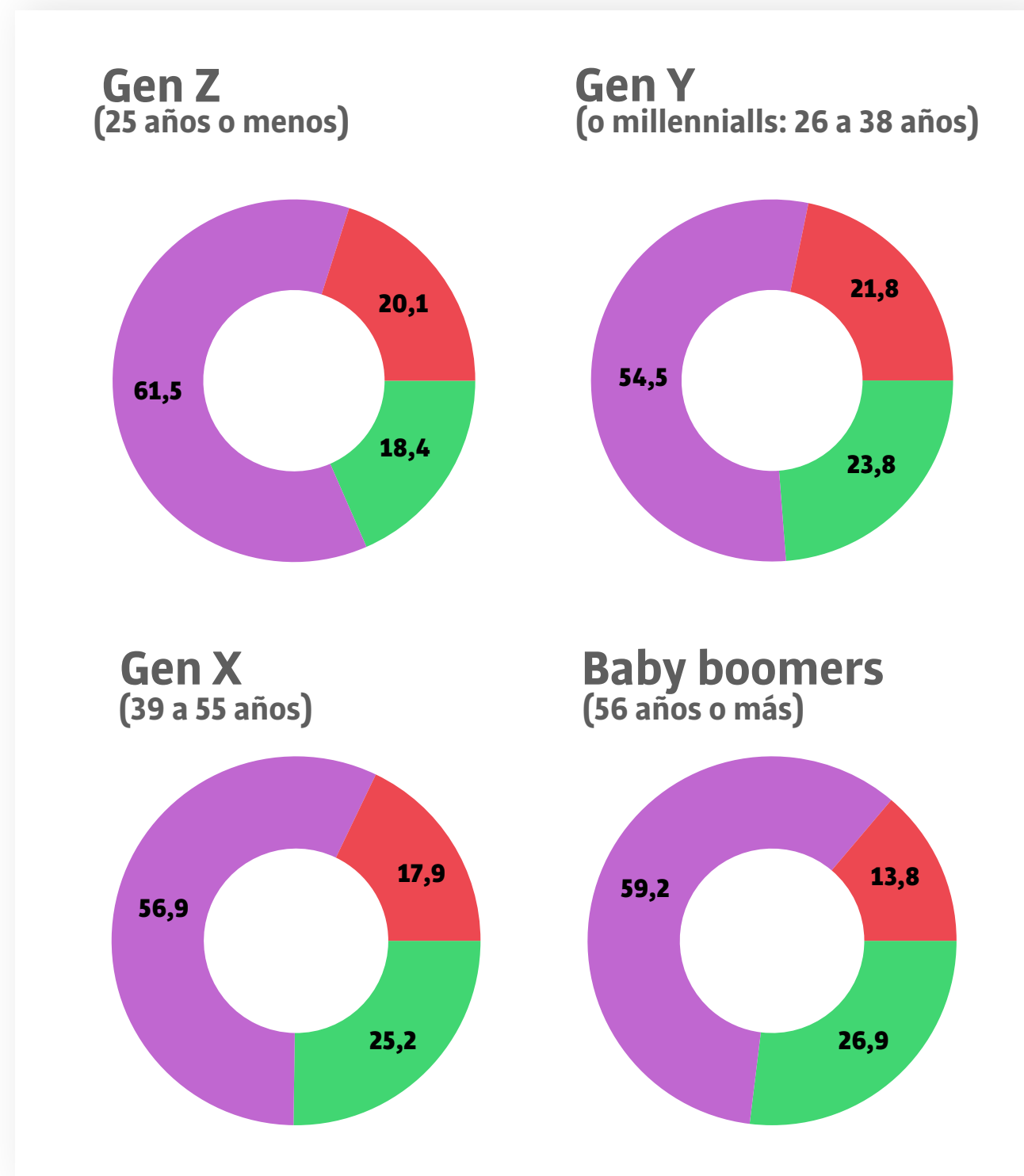
Hablando de política con su pareja

¿En que medida suele hablar de política con su pareja?



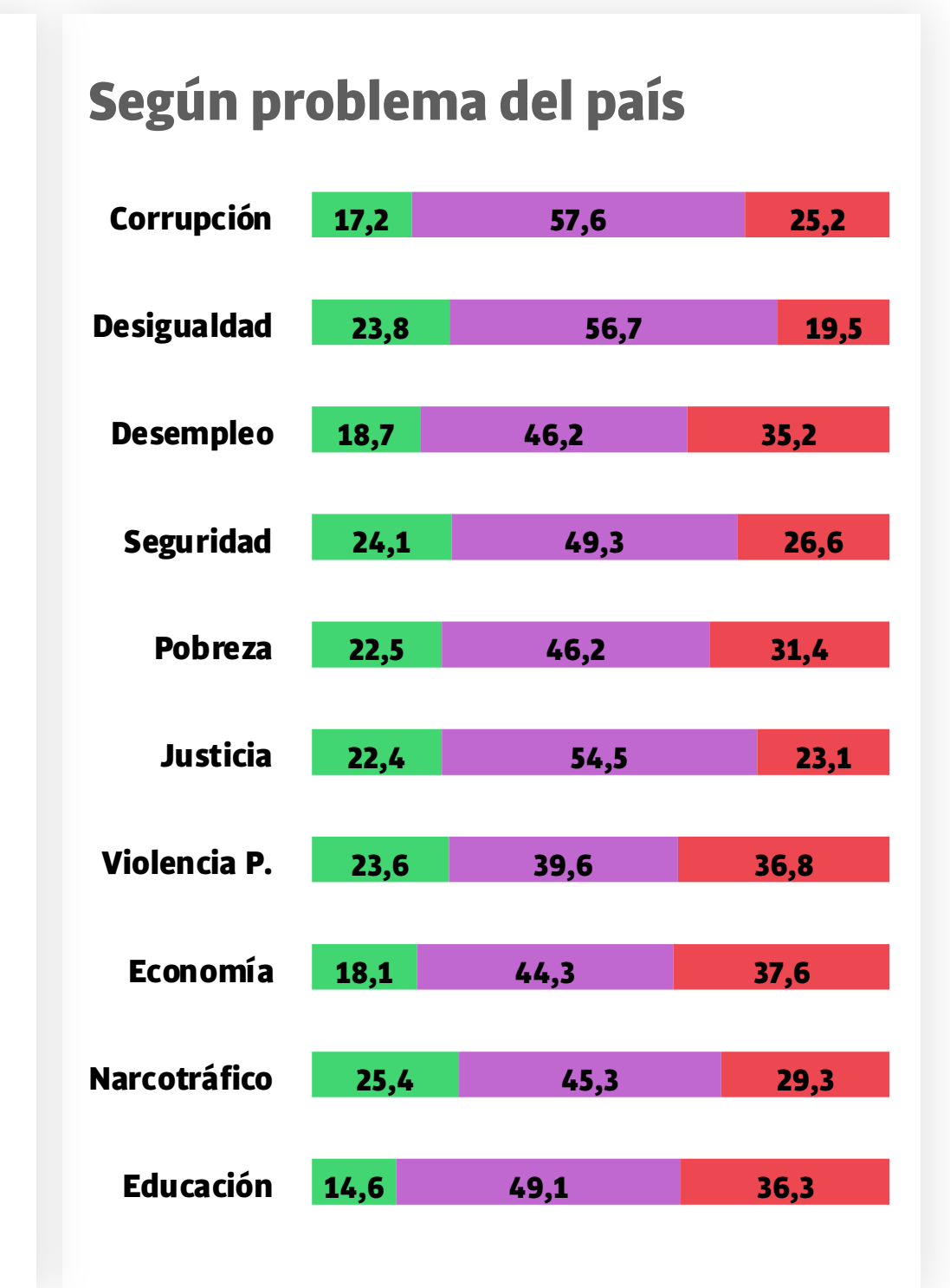
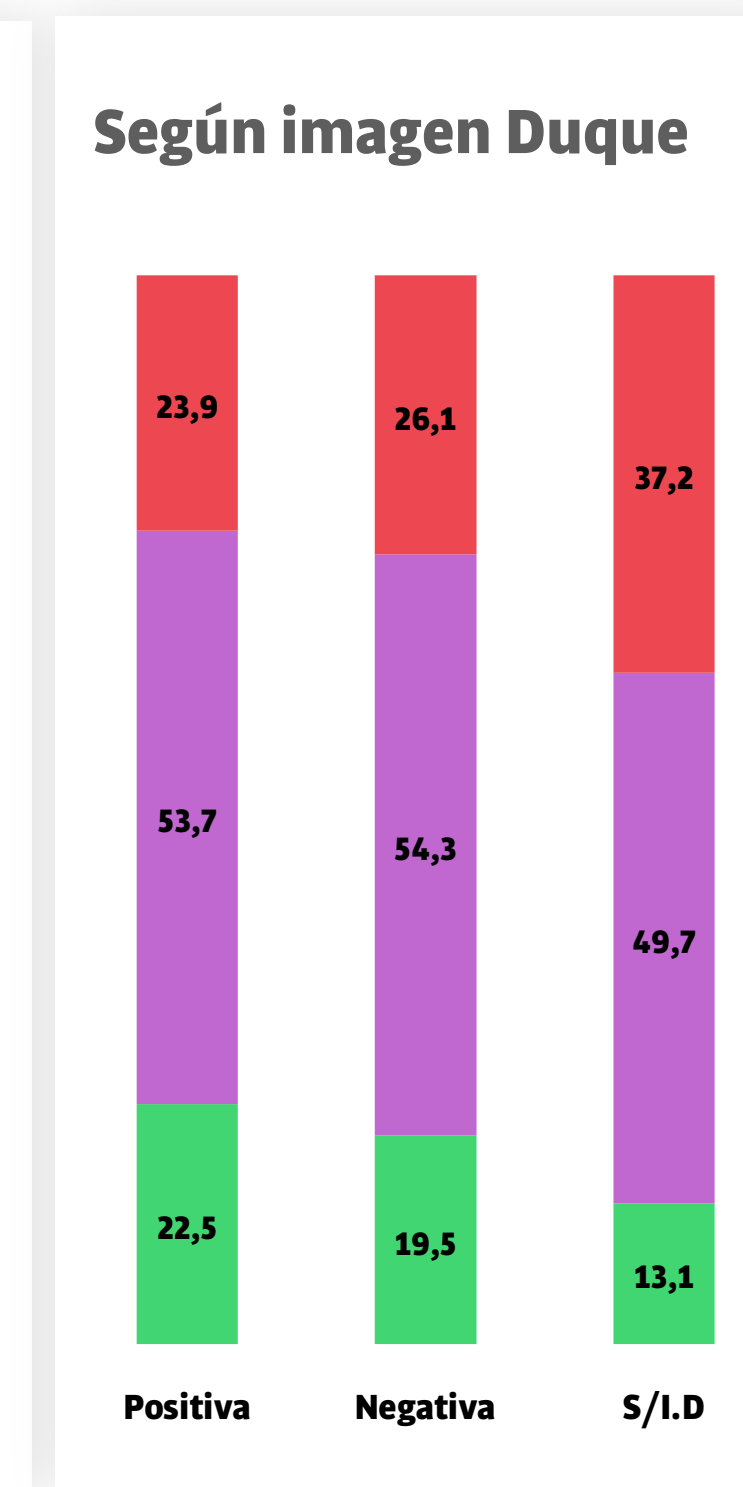
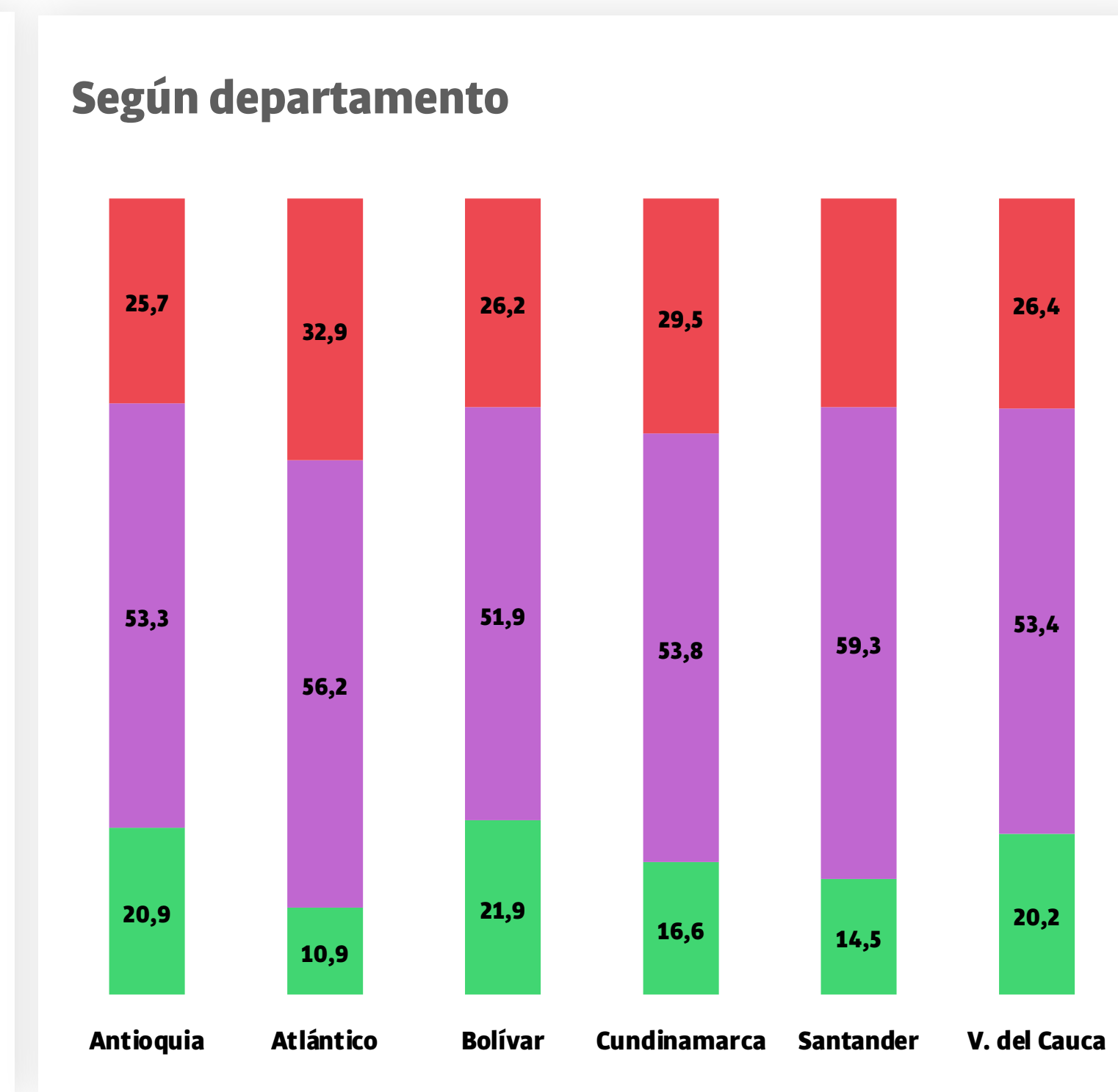
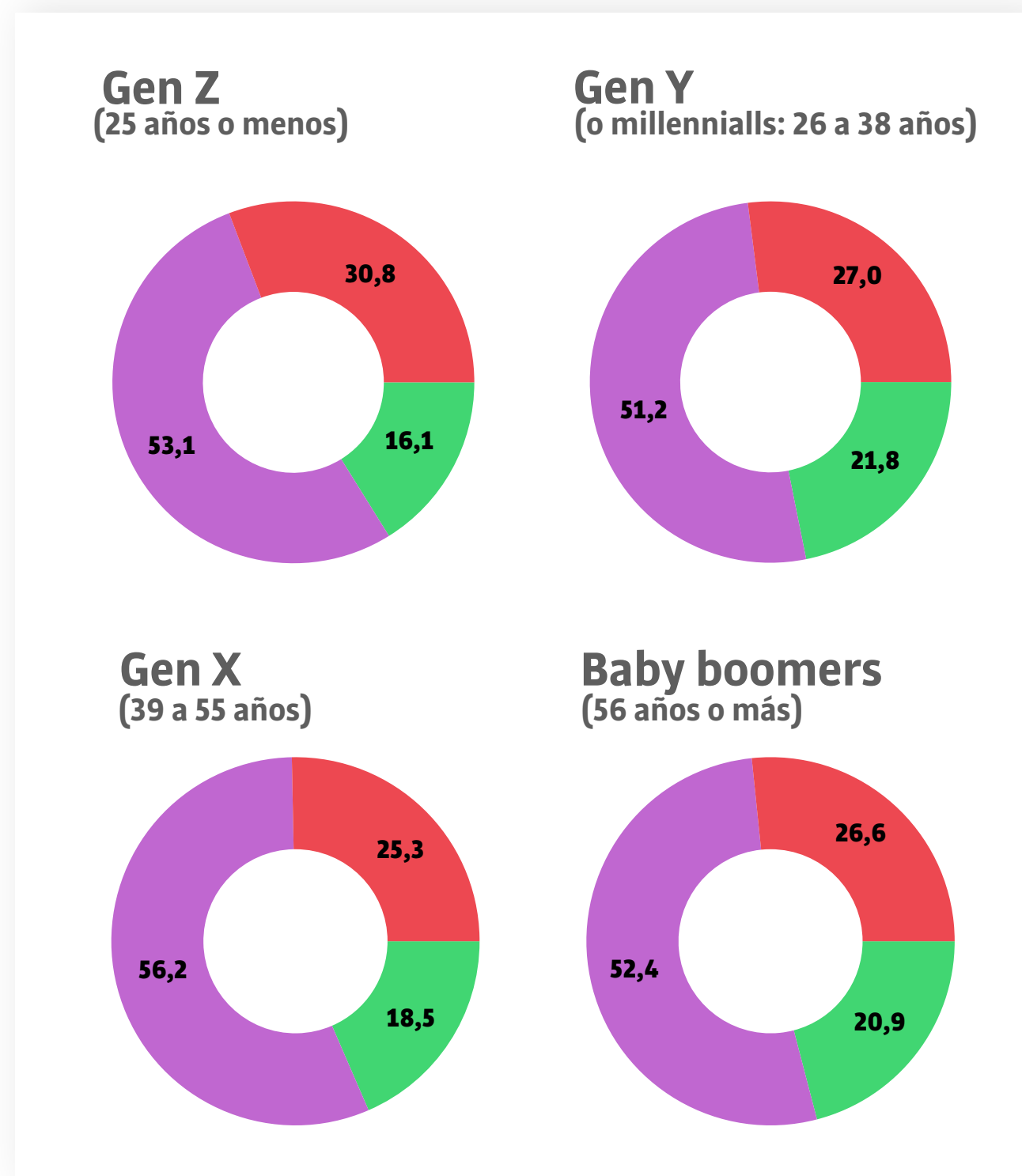
Hablando de política con sus amigos

¿En que medida suele hablar de política con sus amigos?



Hablando de política con compañeros de trabajo/actividad

¿En que medida suele hablar de política con sus compañeros de trabajo/actividad?

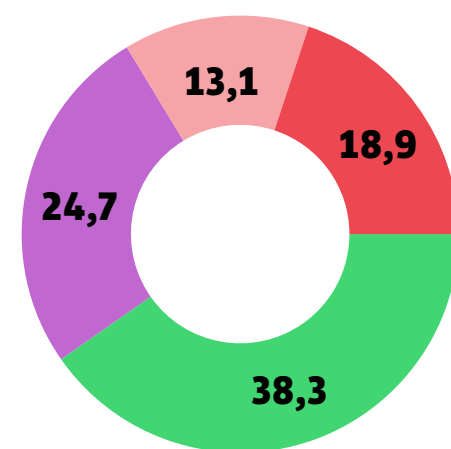


Conversaciones políticas

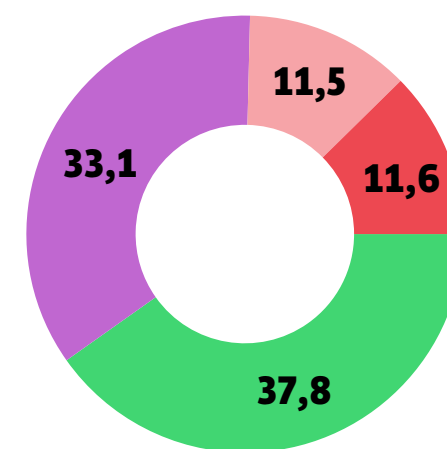
En general, cuando habla de política ¿cómo suelen terminar las conversaciones?



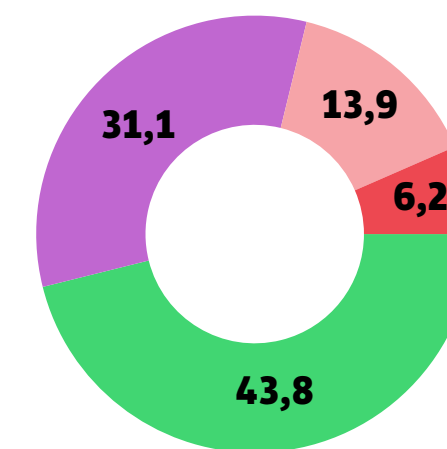
Gen Z
(25 años o menos)



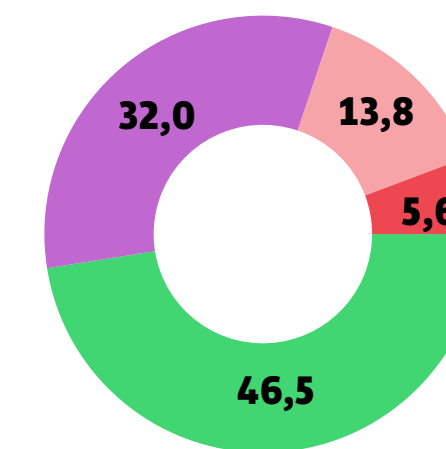
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



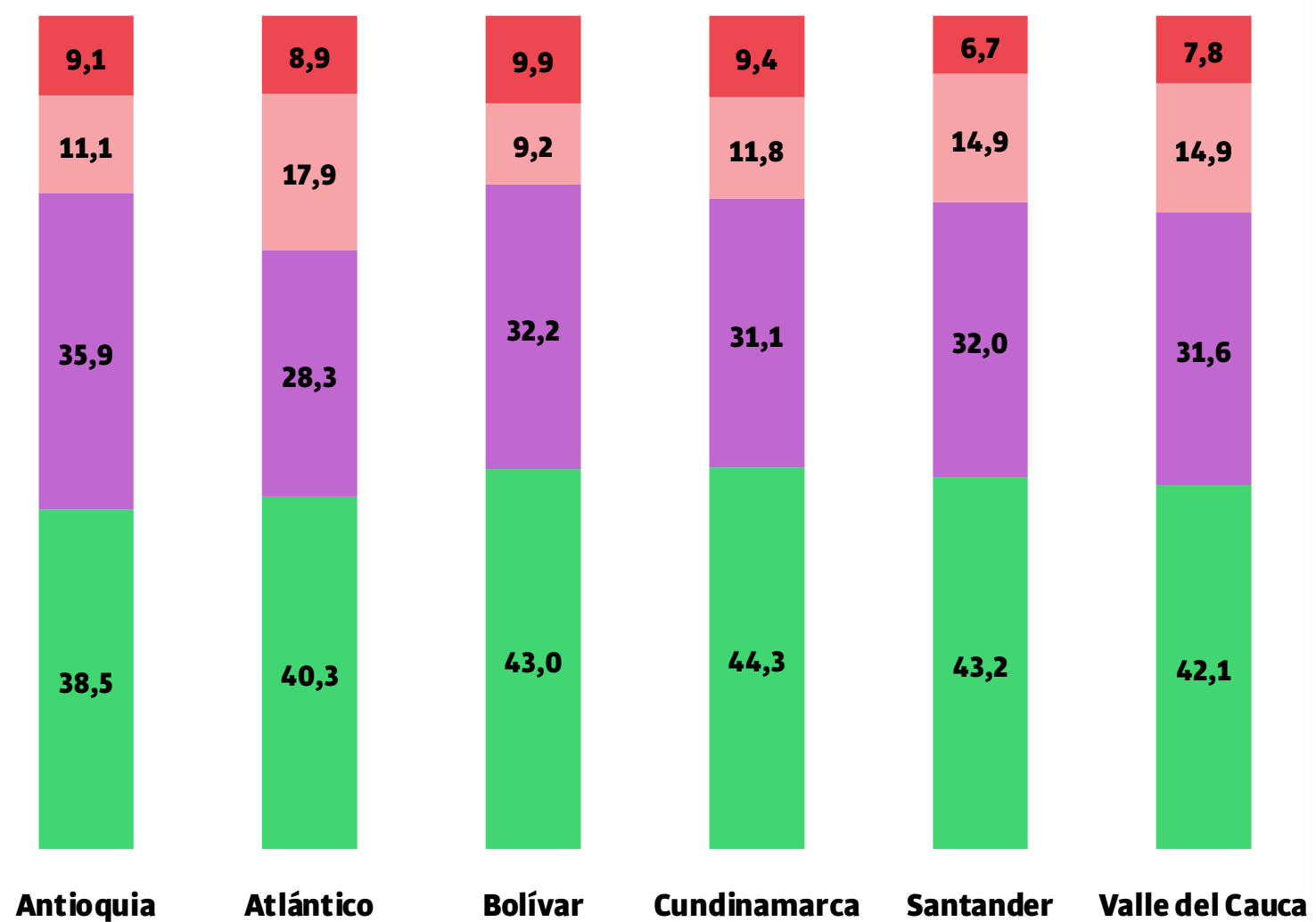
Gen X
(39 a 55 años)



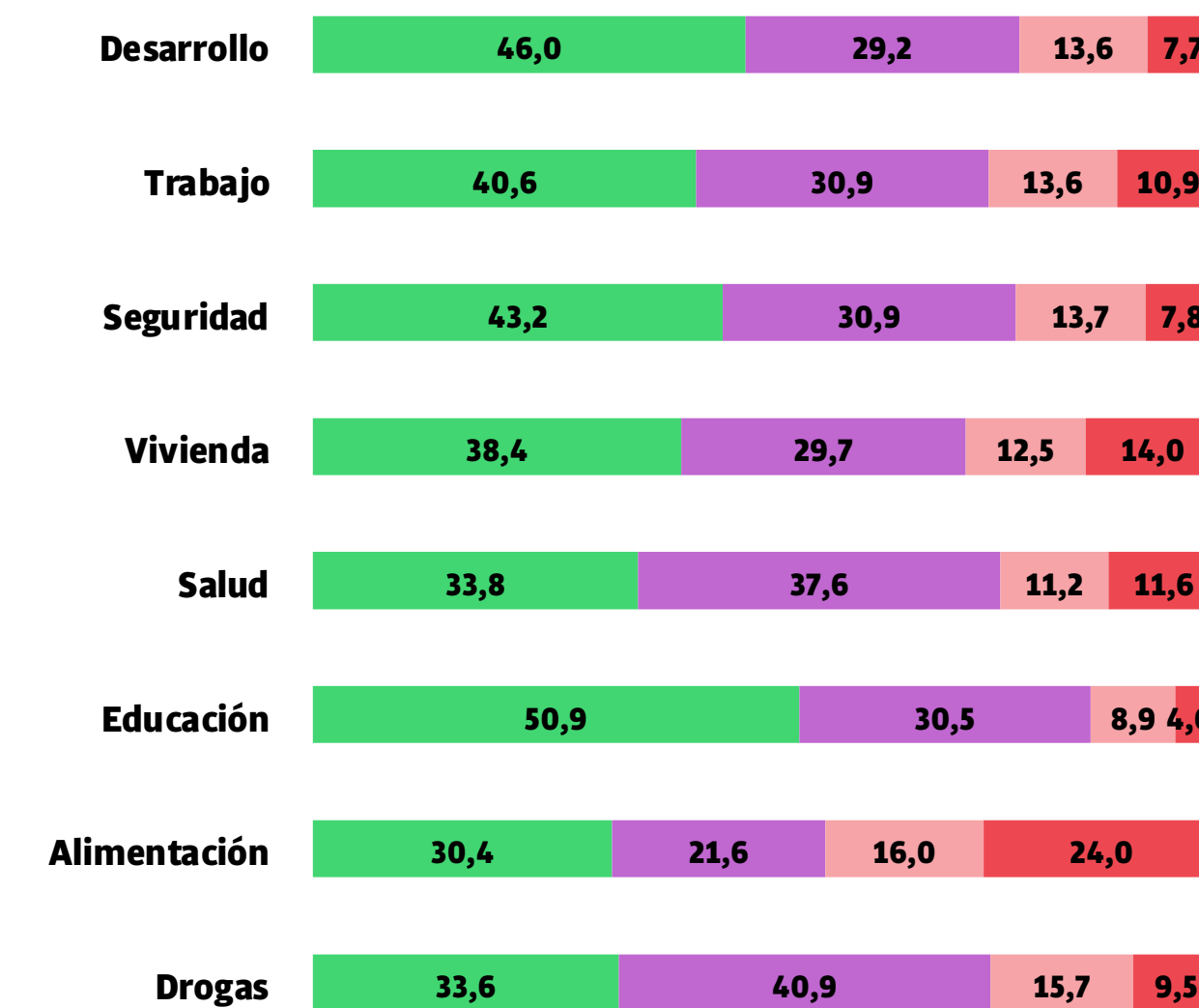
Baby boomers
(56 años y más)



Según departamento

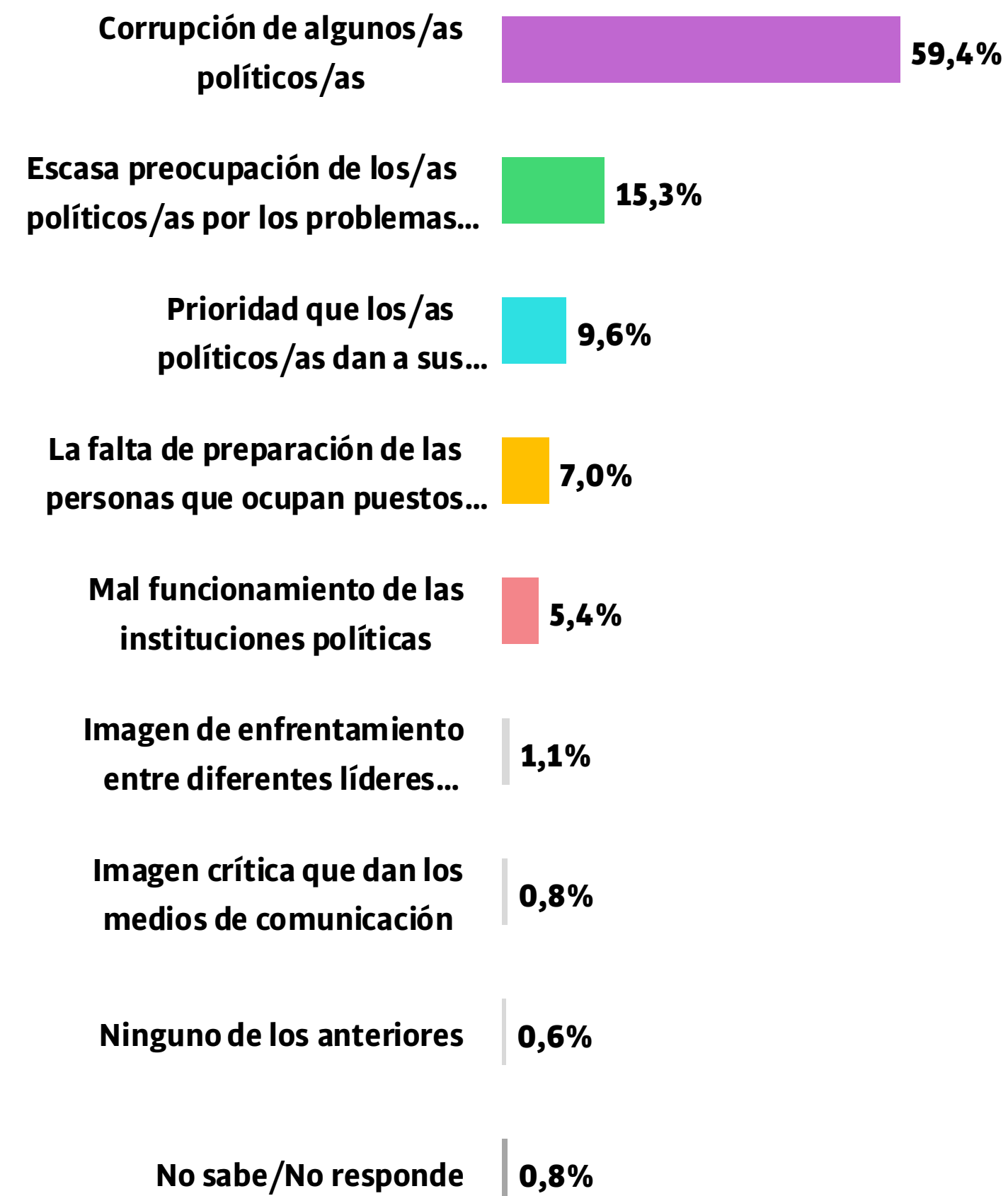


Según problema personal

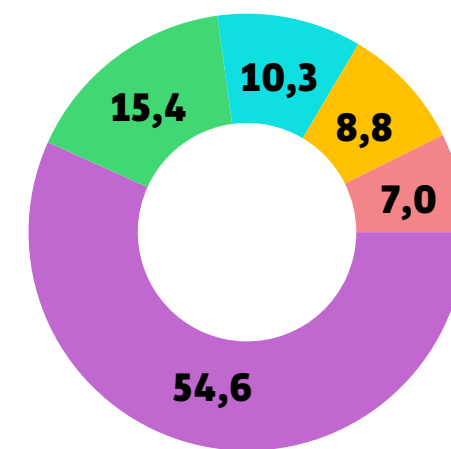


Motivo de desconfianza en la política

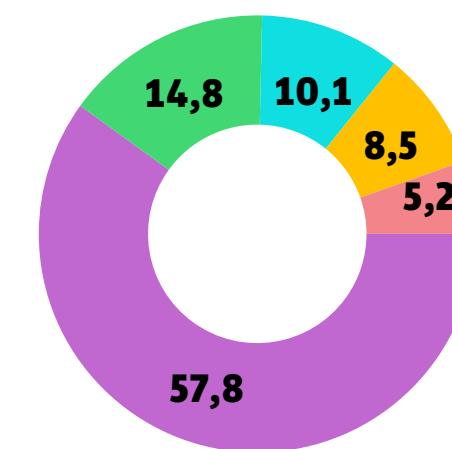
Pensando en aquellas personas que tienen poca o ninguna confianza en la política, ¿cuál de los siguientes motivos cree usted que es el principal por el que desconfían?



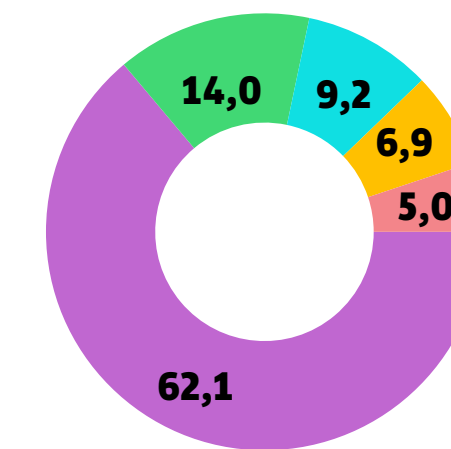
Gen Z
(25 años o menos)



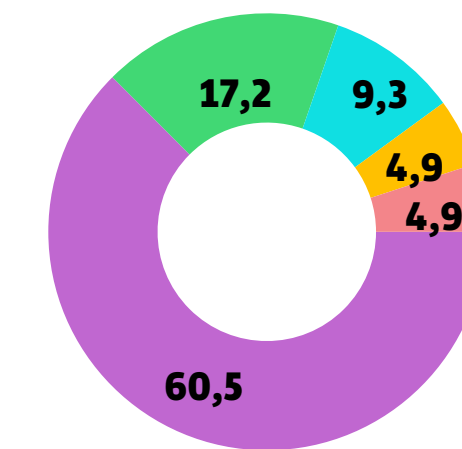
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



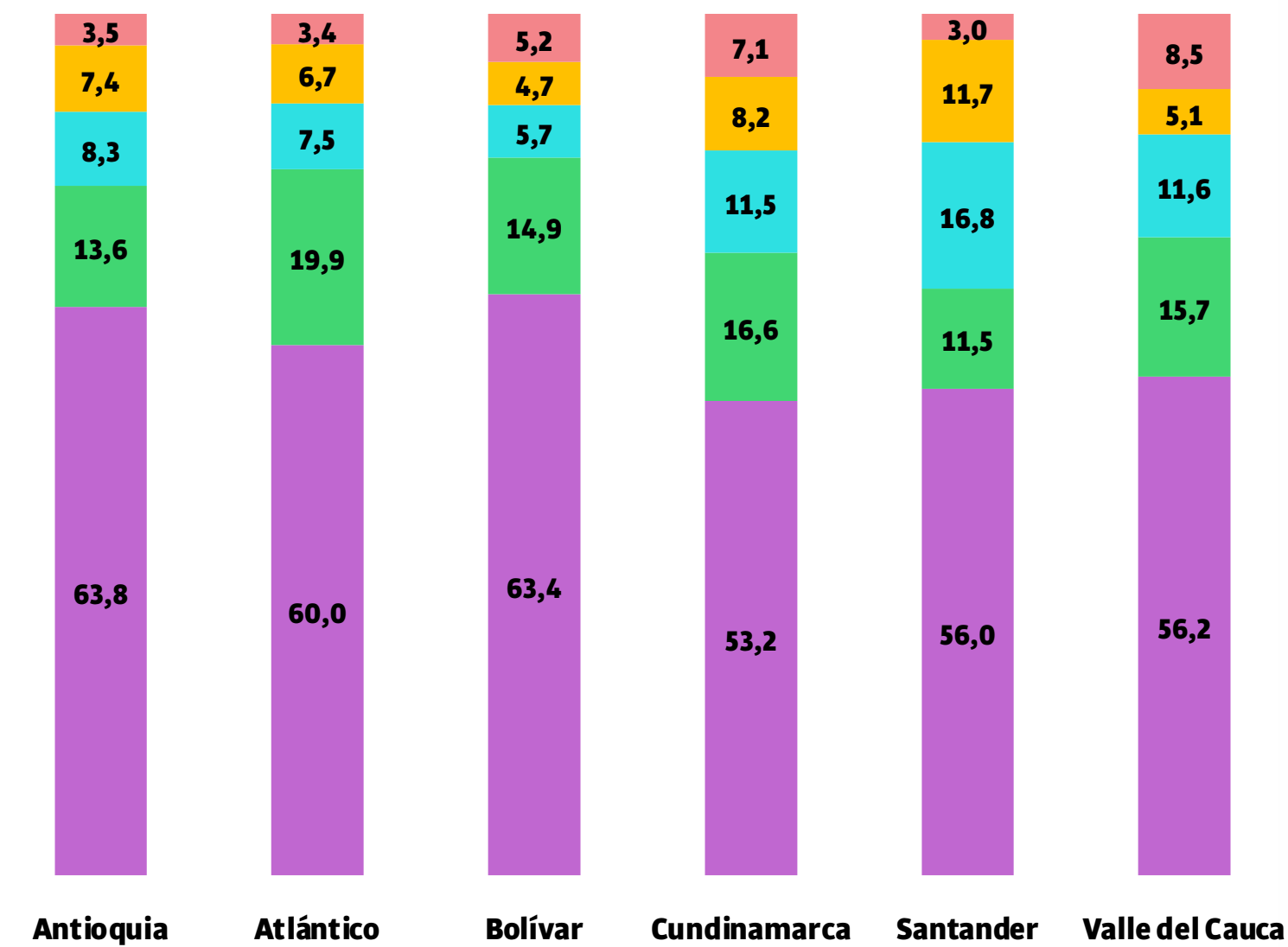
Gen X
(39 a 55 años)



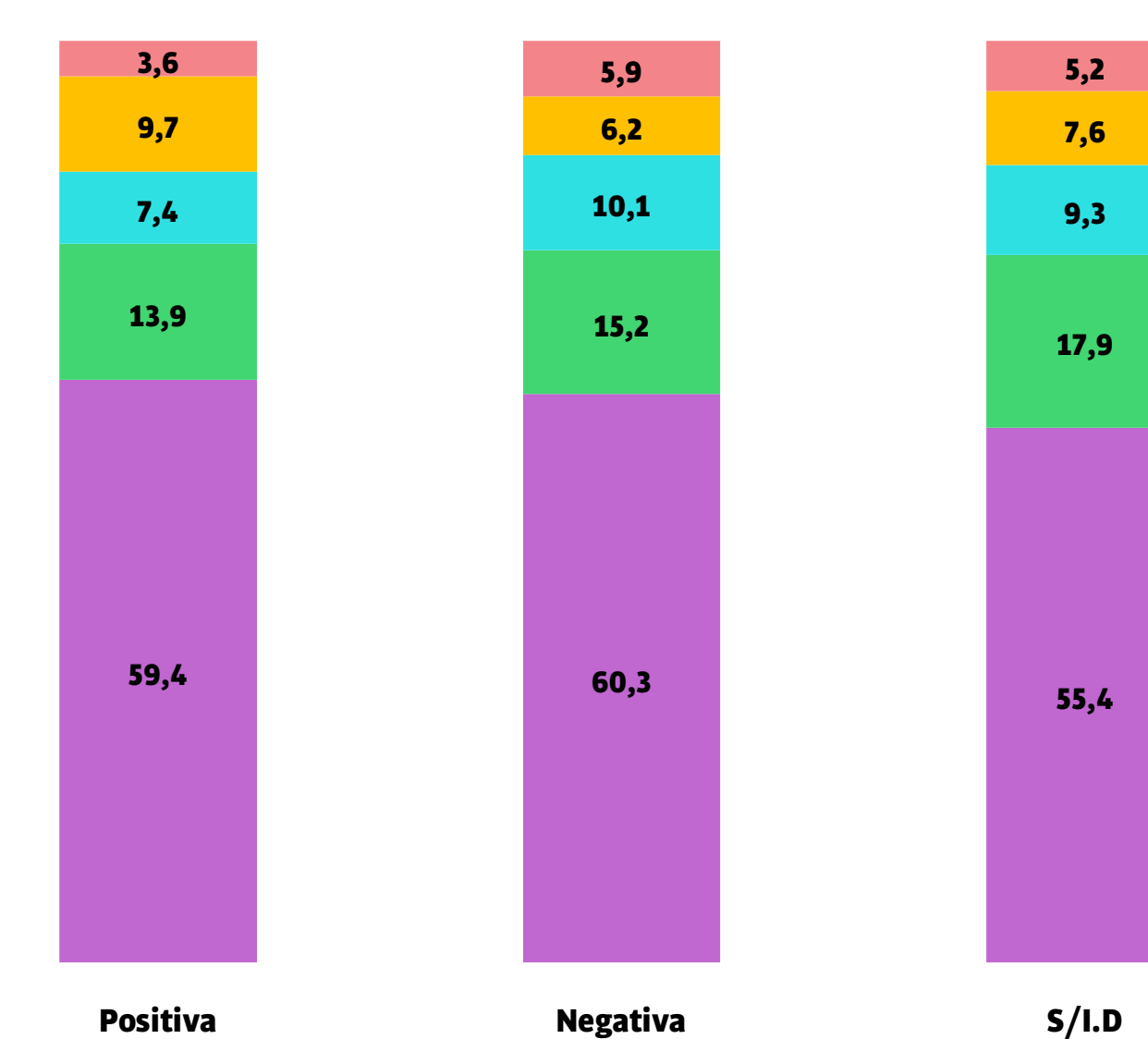
Baby boomers
(56 años y más)



Según departamento



Según imagen Duque

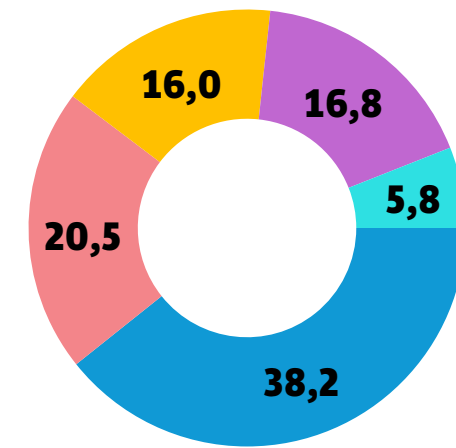


Fuente de información sobre política

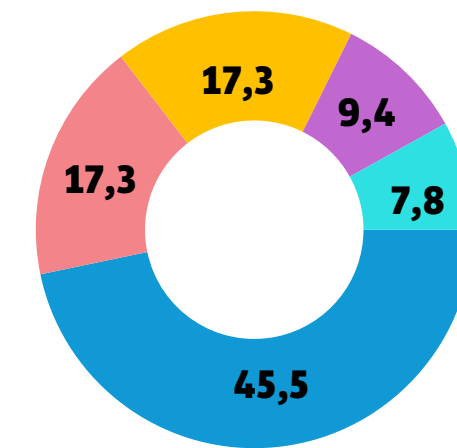
Cuando quiere saber algo de política, usted...



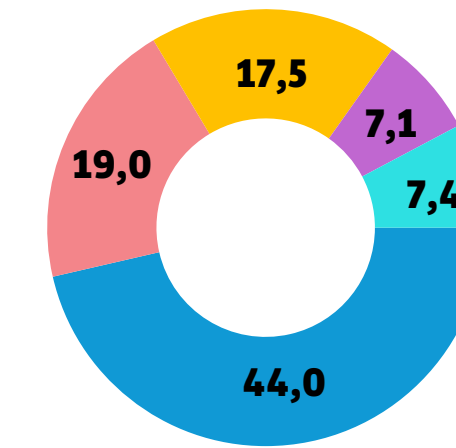
Gen Z
(25 años o menos)



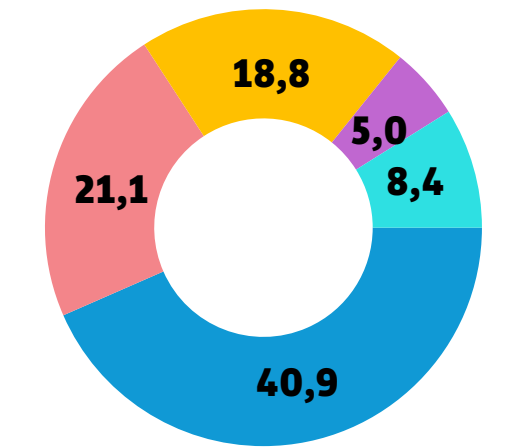
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



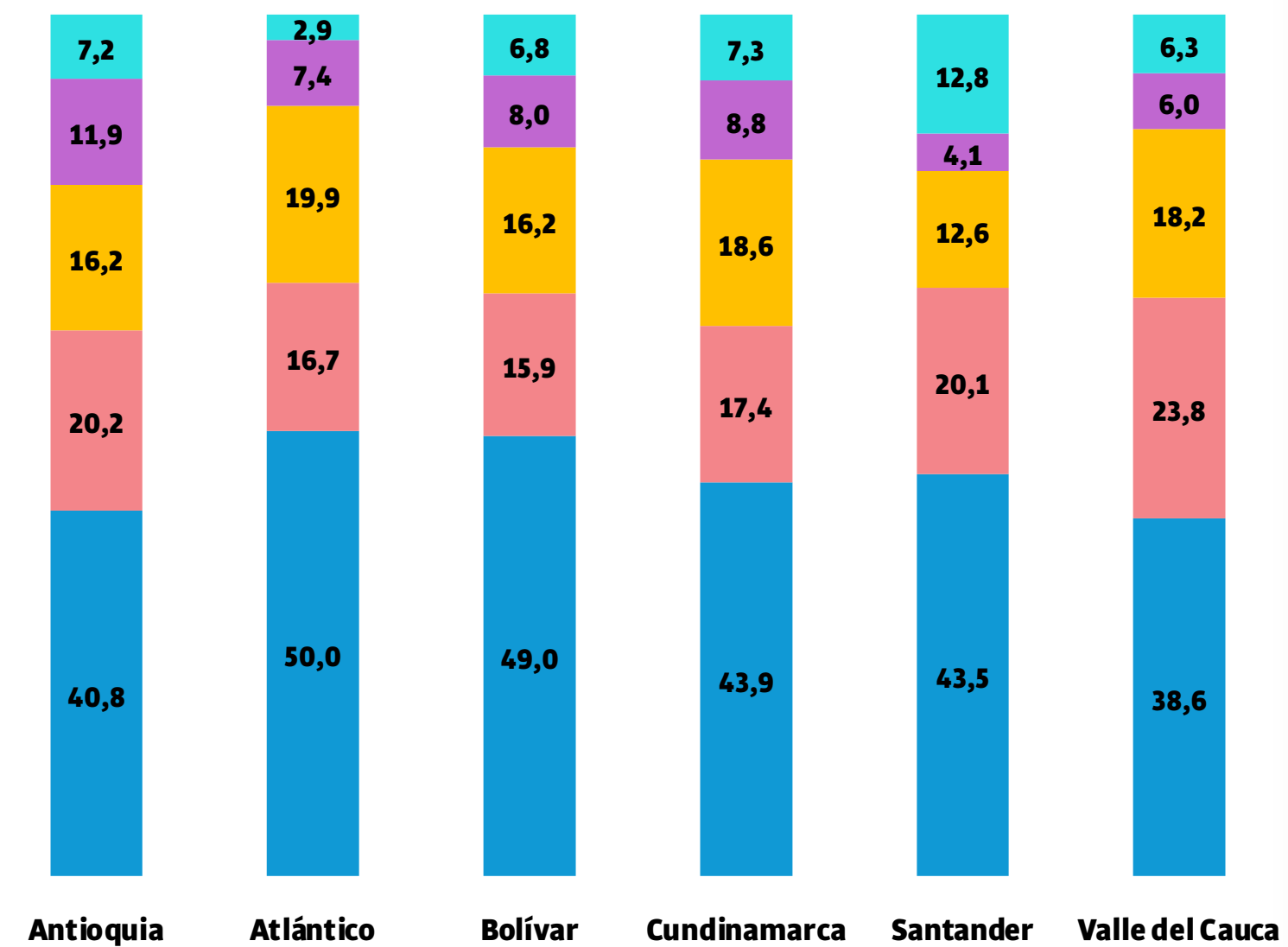
Gen X
(39 a 55 años)



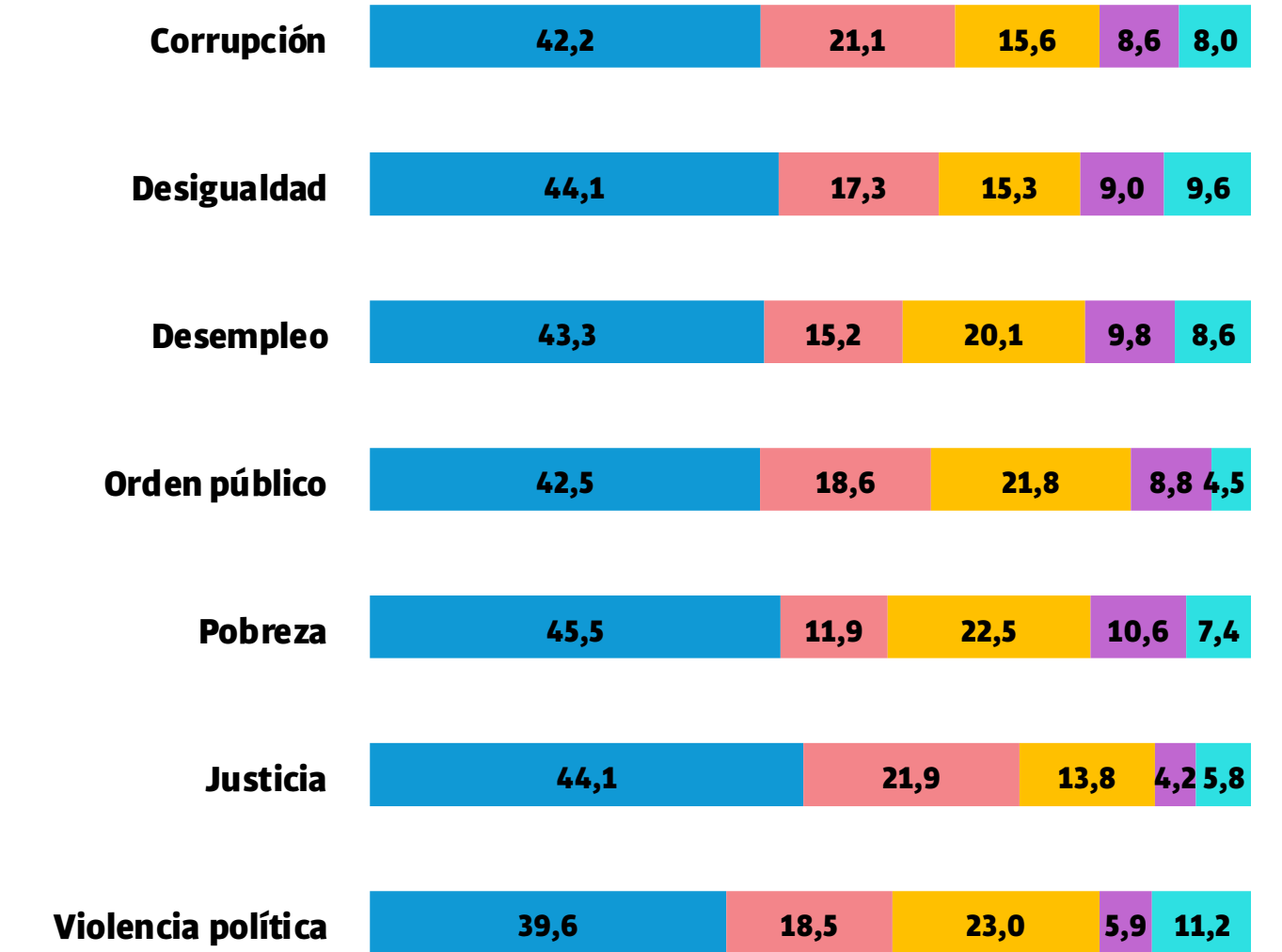
Baby boomers
(56 años y más)



Según departamento

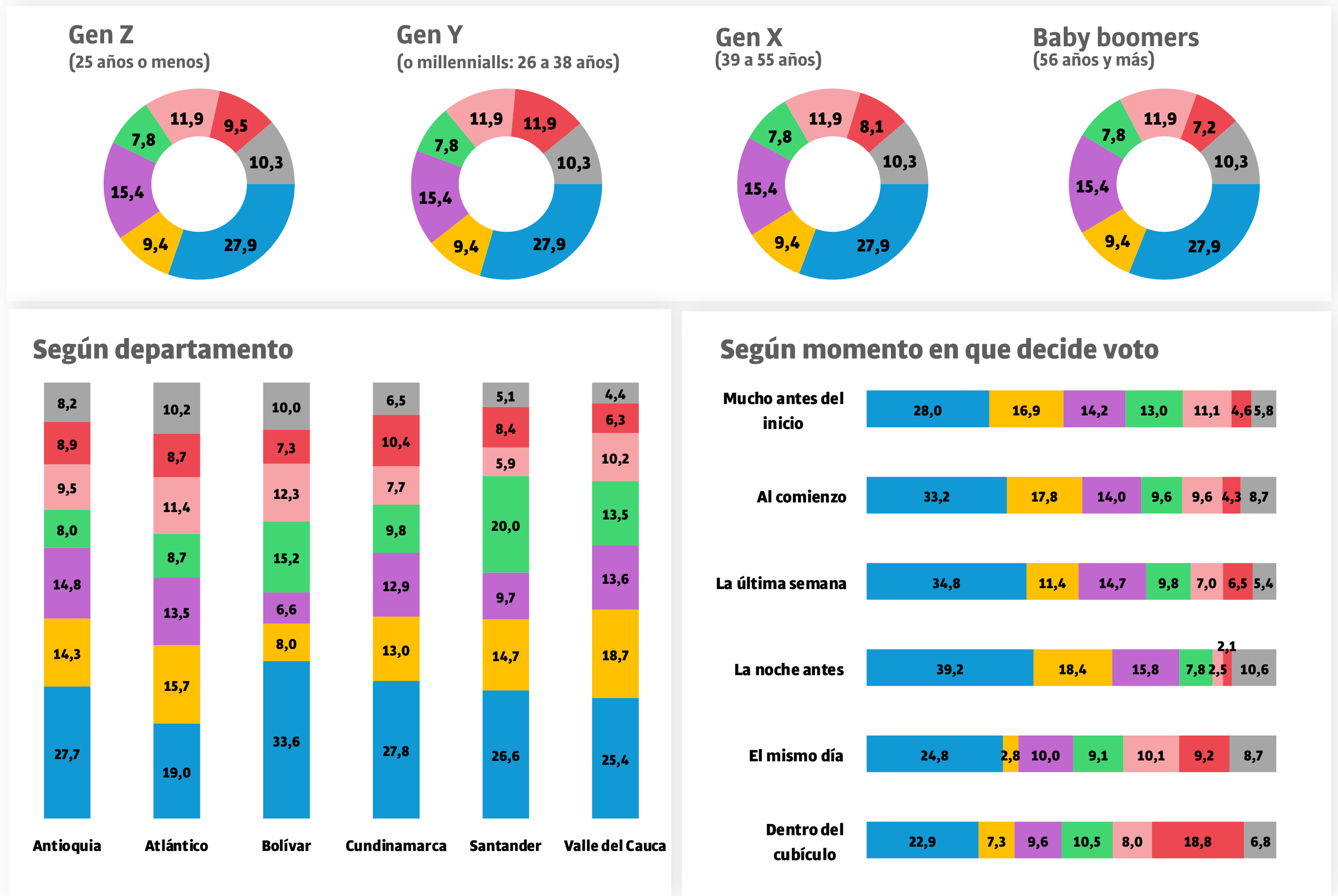


Según problema del país



Elección de candidato

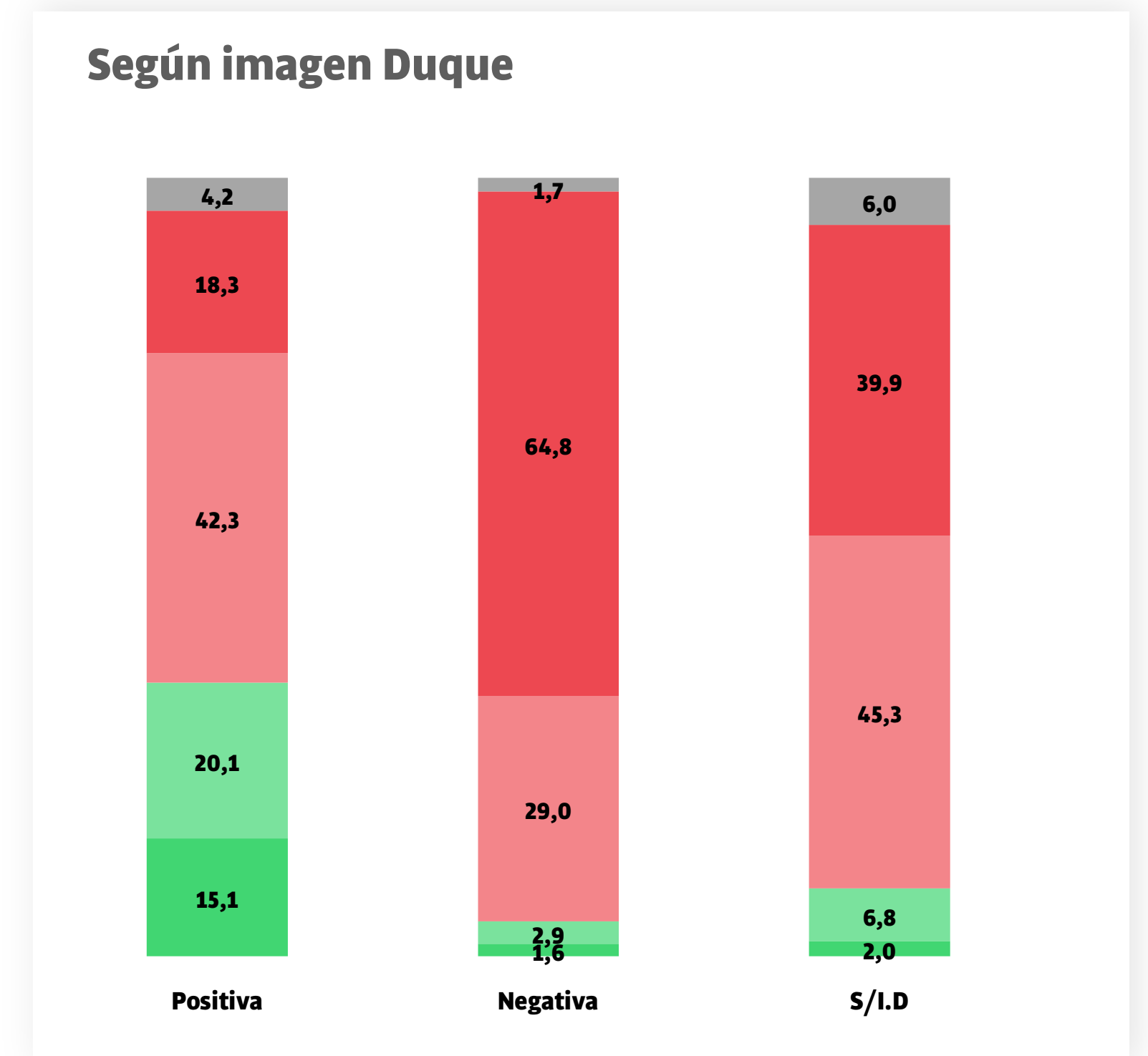
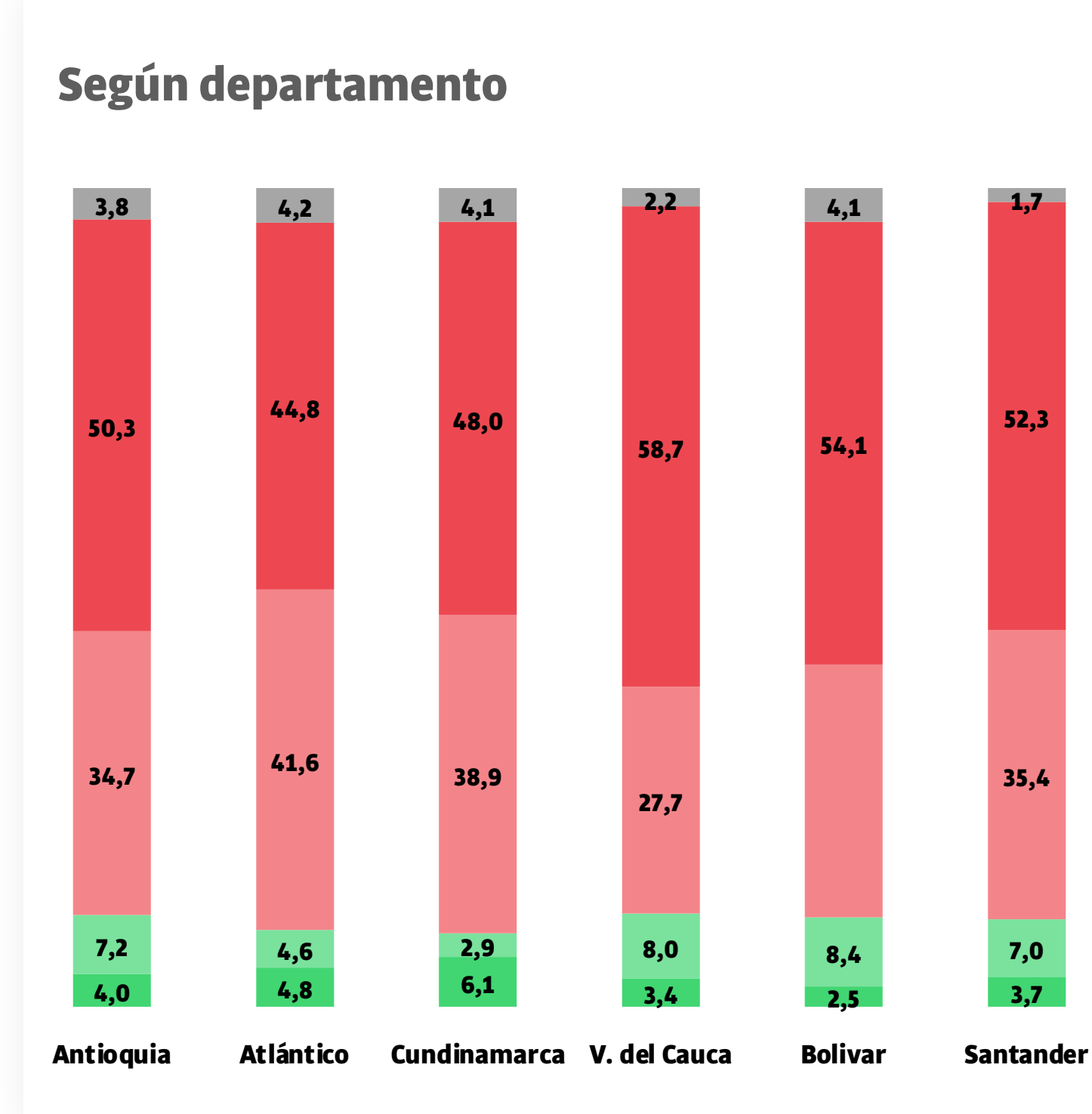
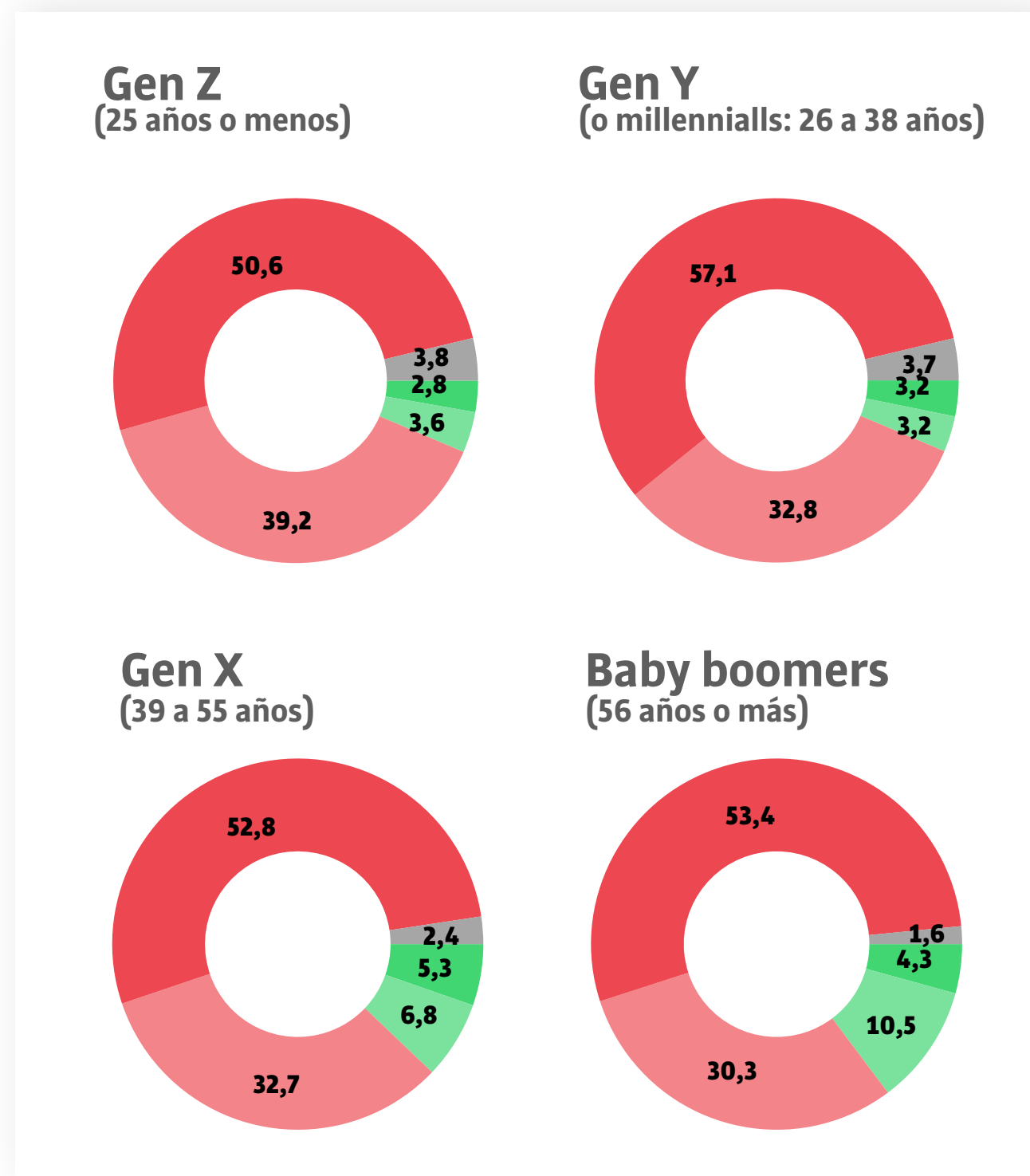
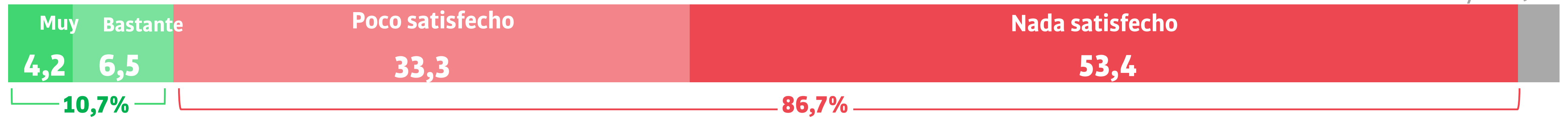
Teniendo en cuenta el siguiente listado ¿qué diría que determina principalmente la elección de un candidato a la hora de votar?



Funcionamiento de la democracia

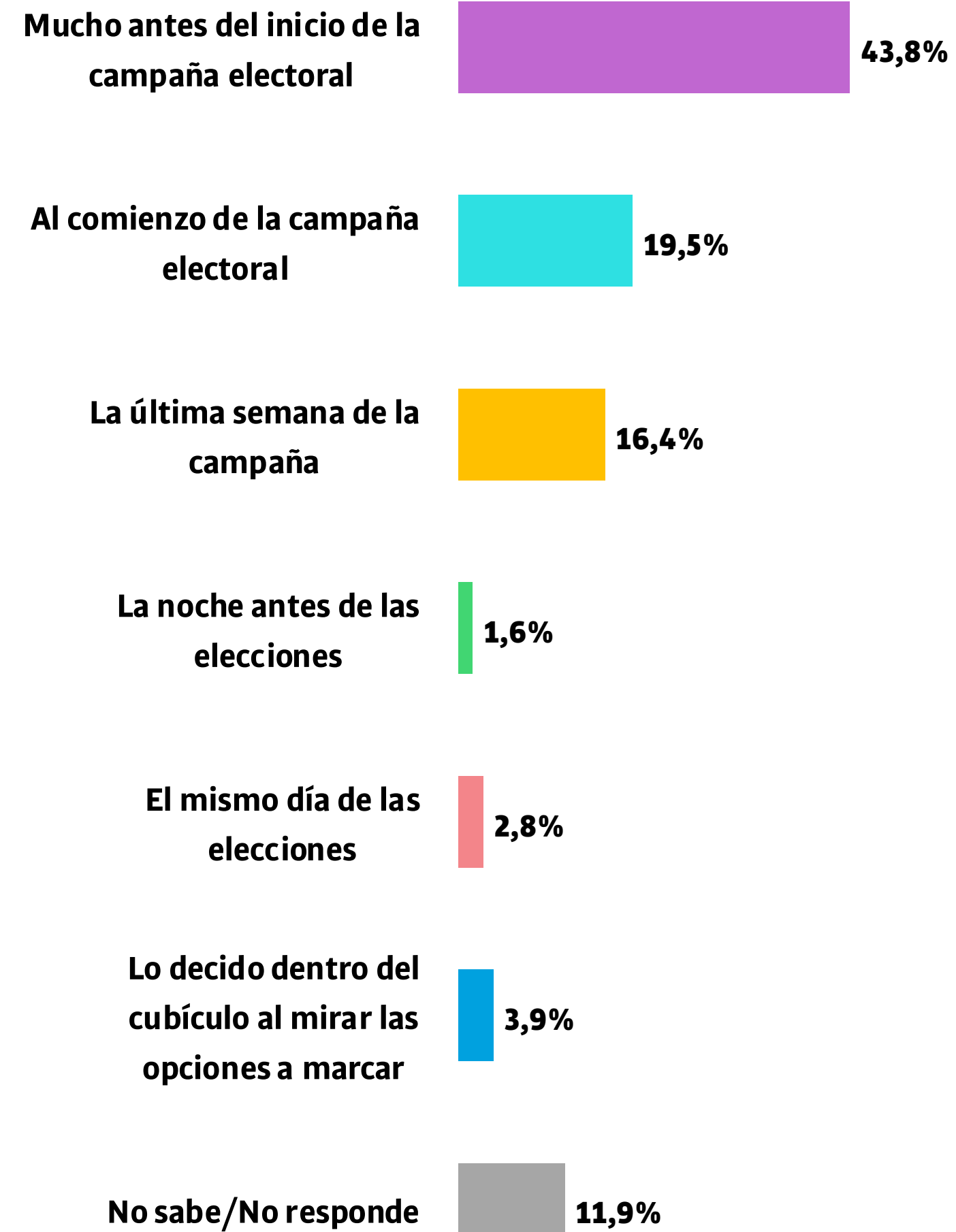
¿Cuán satisfecho está con la forma en la que funciona la democracia en Colombia?

Ns/Nr 2,7

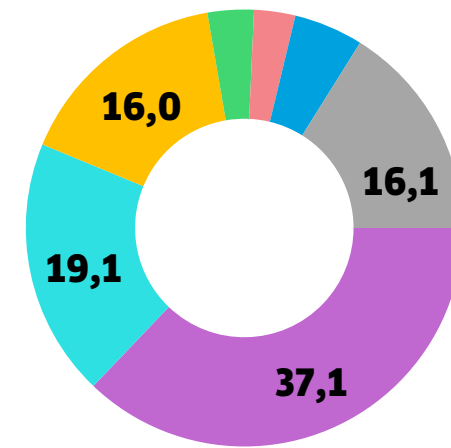


Momento de decisión del voto

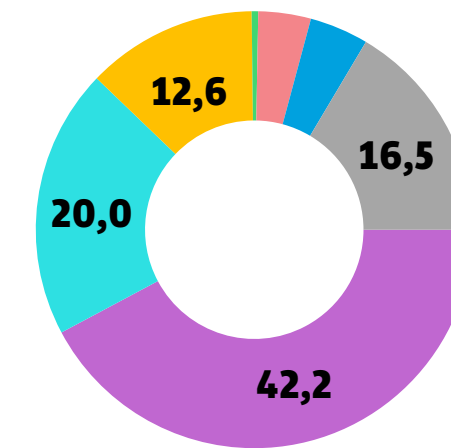
A nivel general ¿en qué momento determina su voto por uno u otro candidato?



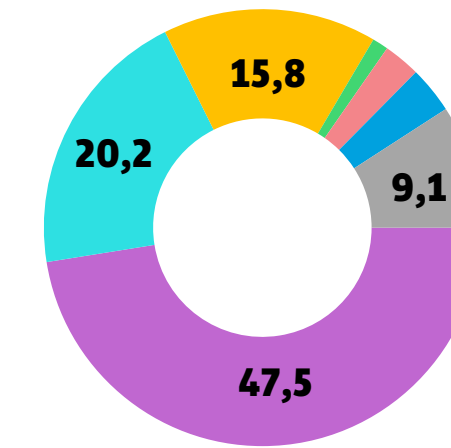
Gen Z
(25 años o menos)



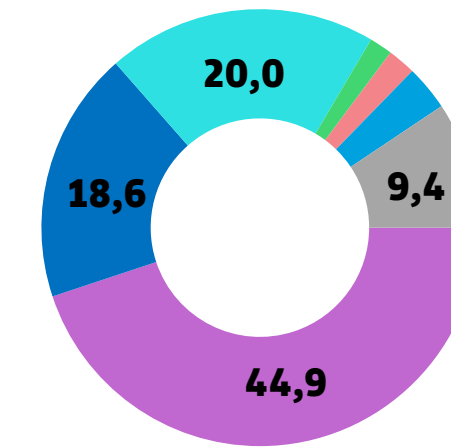
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



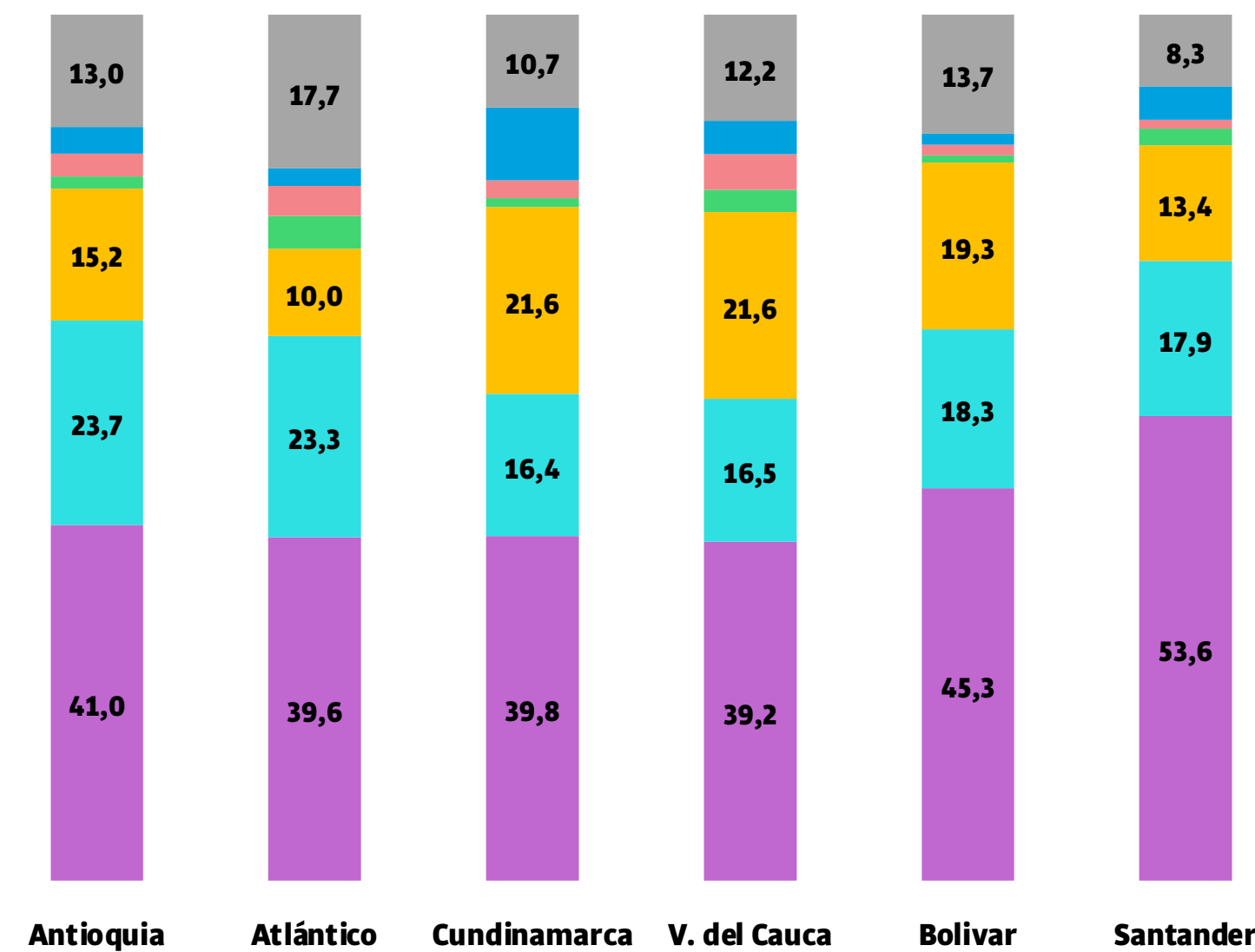
Gen X
(39 a 55 años)



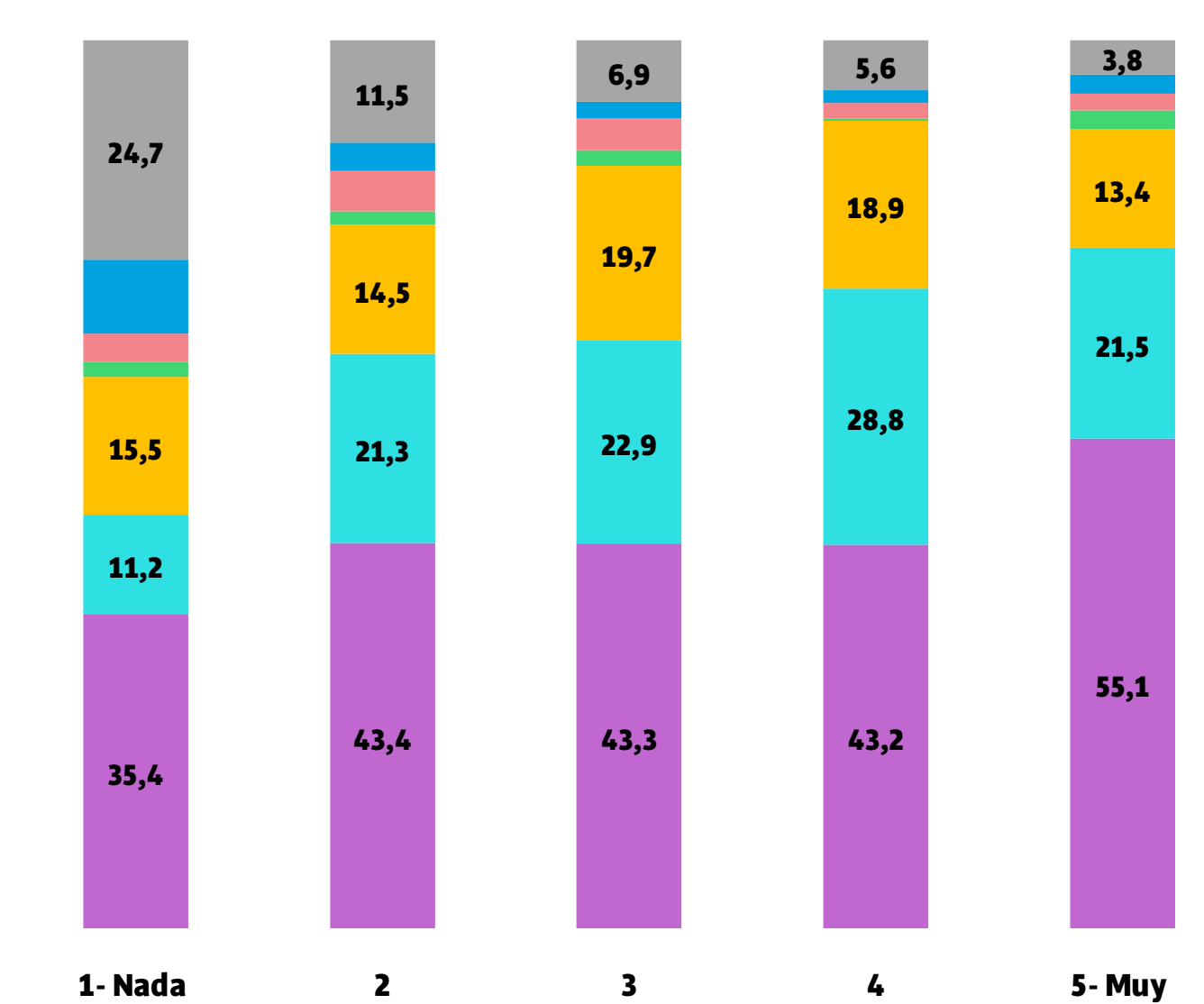
Baby boomers
(56 años y más)



Según departamento



Según importancia de la política

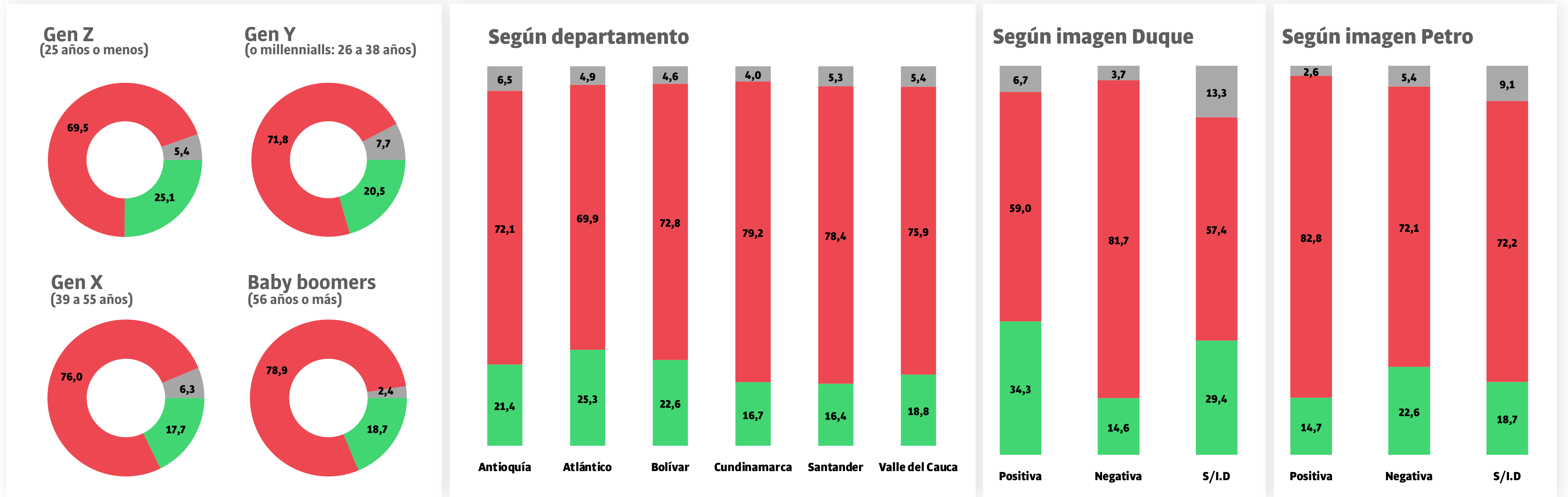


Confianza institucional

¿En quiénes confían más los colombianos?

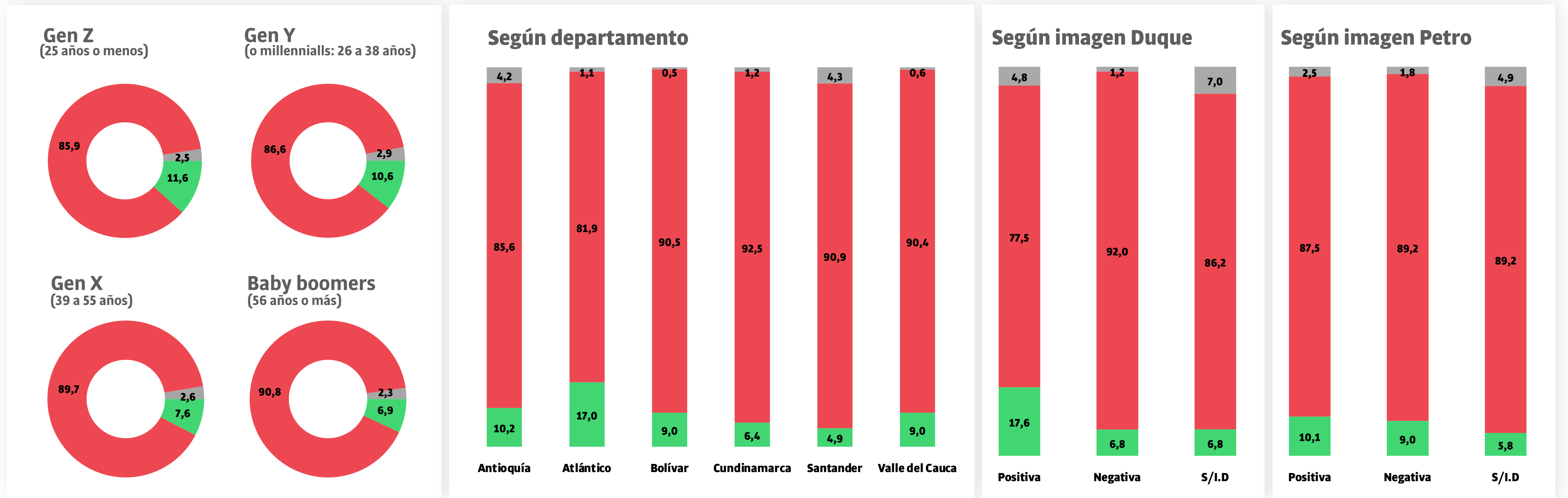
Confianza en medios de comunicación

A nivel general, ¿confía en que los medios de comunicación buscan darle información veraz y objetiva?



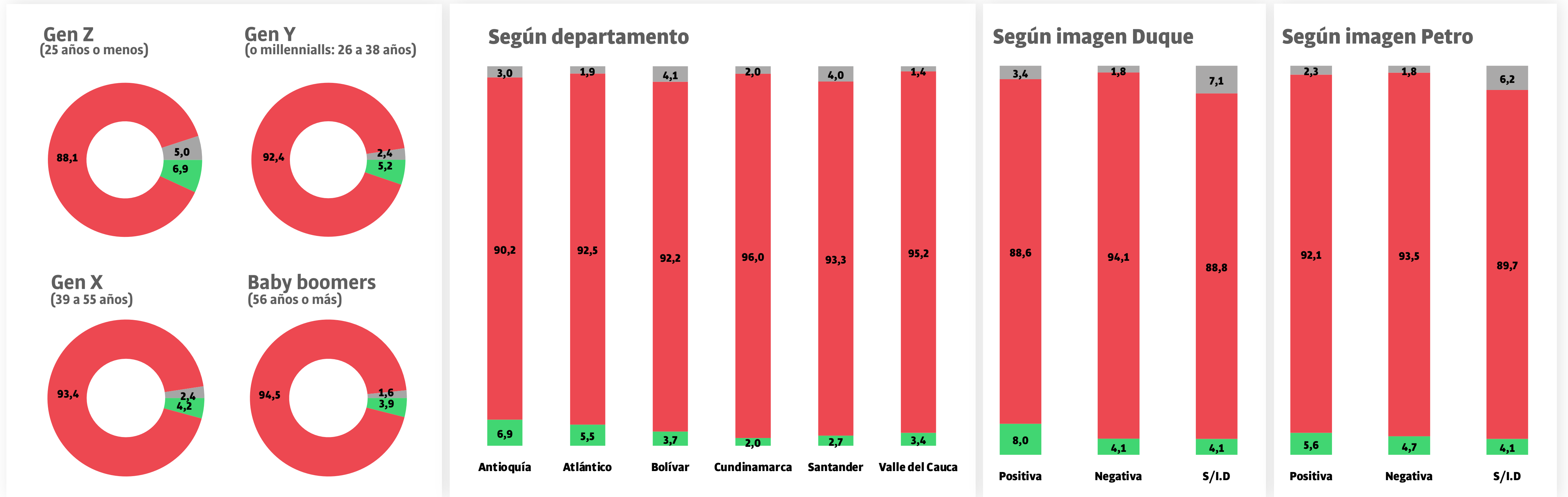
Confianza en políticos

¿Confía en que los políticos puedan resolver sus problemas y proporcionarle una mejor calidad de vida?



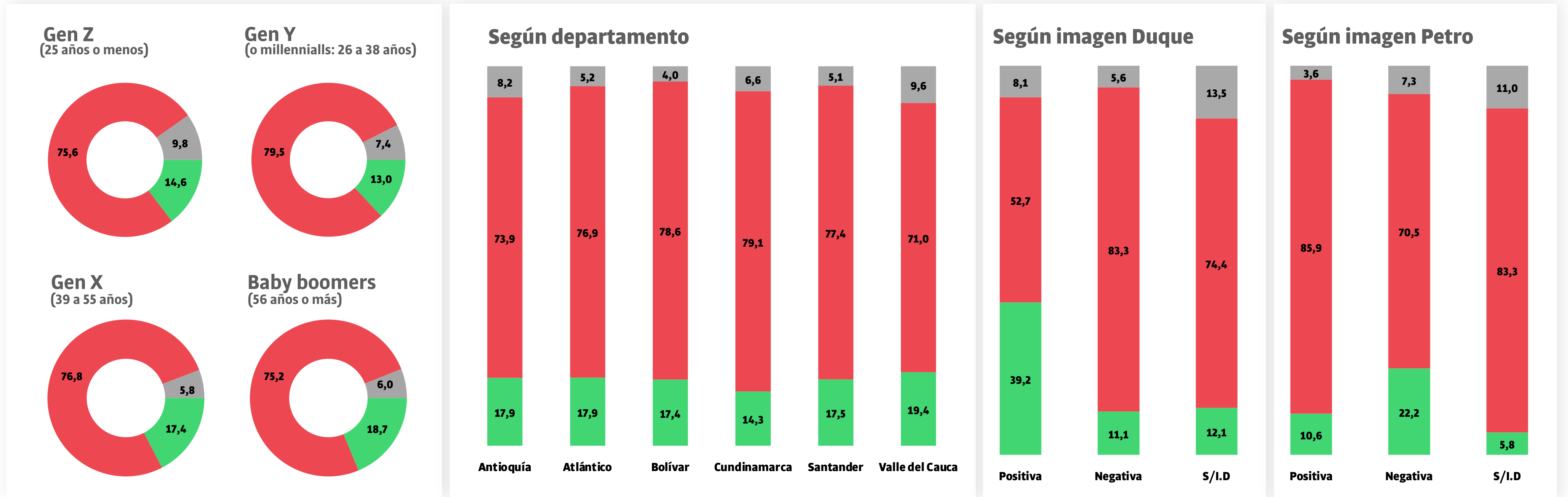
Confianza en jueces y sistema judicial

¿Confía en que los jueces y el sistema judicial son justos e imparten justicia para todos los ciudadanos por igual?



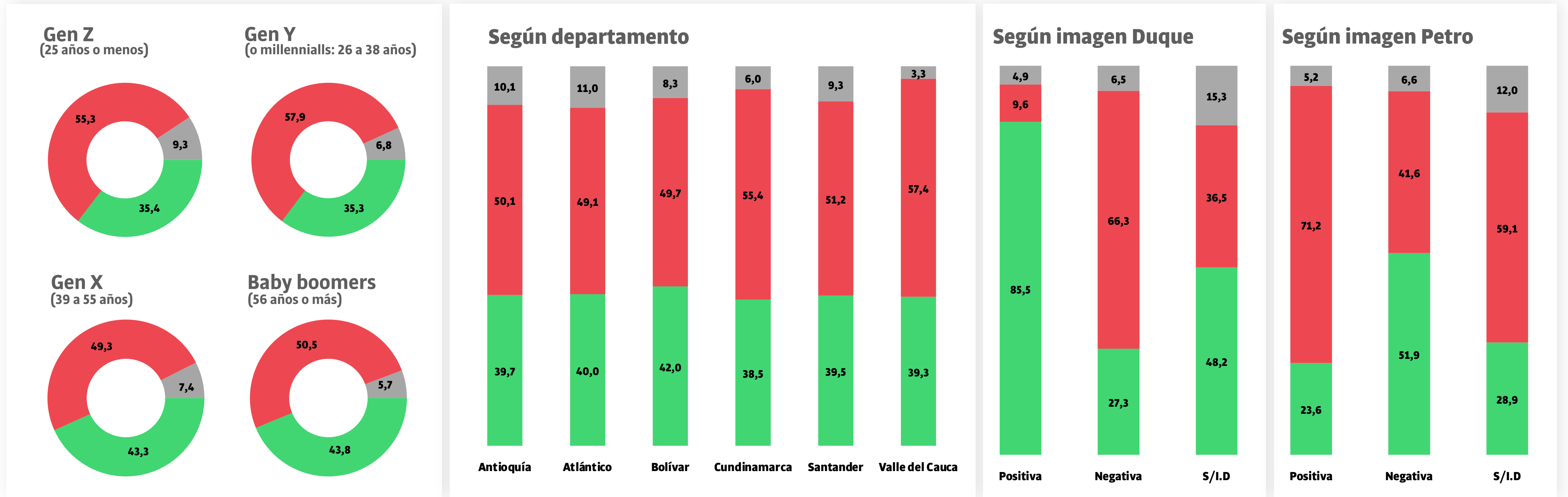
Confianza en empresarios

¿Confía en que los empresarios piensan en su negocio, su país y sus trabajadores antes que en su ganancia personal?



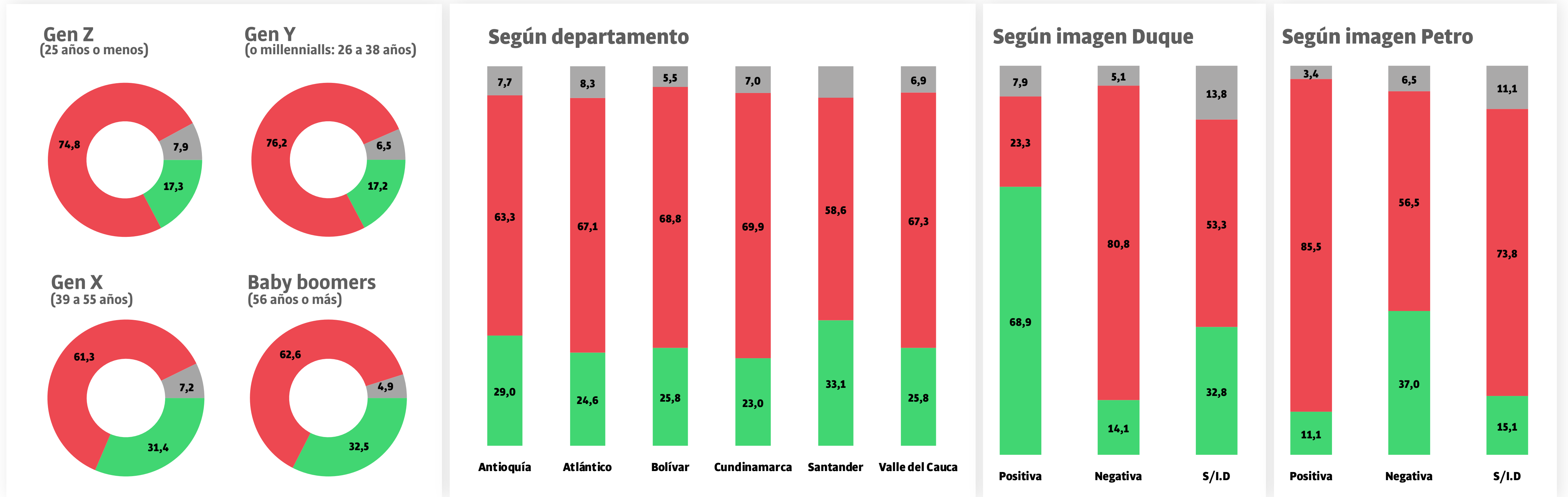
Confianza en Fuerzas Militares

¿Confía en las Fuerzas Militares de Colombia?



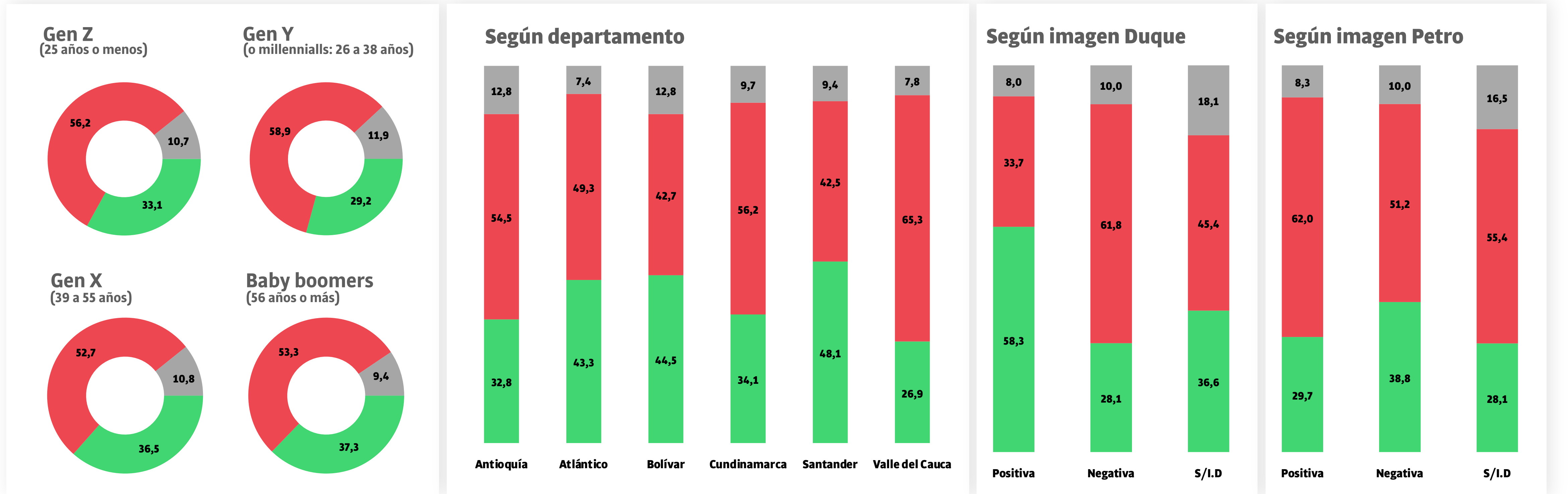
Confianza en policía

¿Confía en la policía de Colombia?



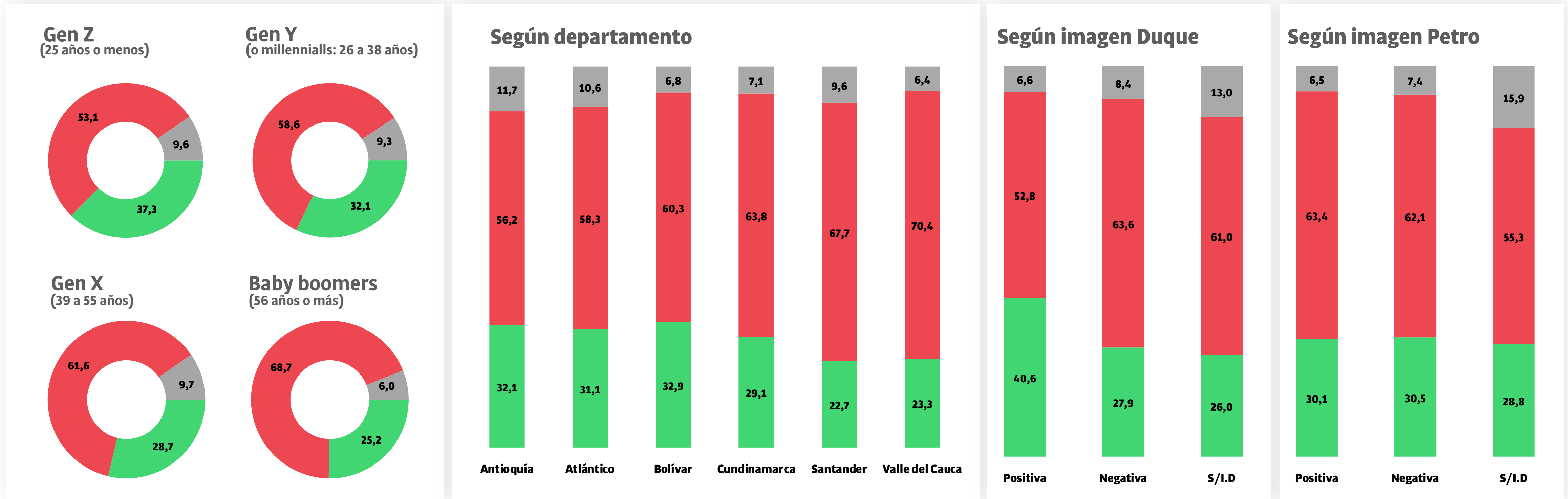
Confianza en instituciones religiosas

¿Confía en las instituciones religiosas de Colombia?



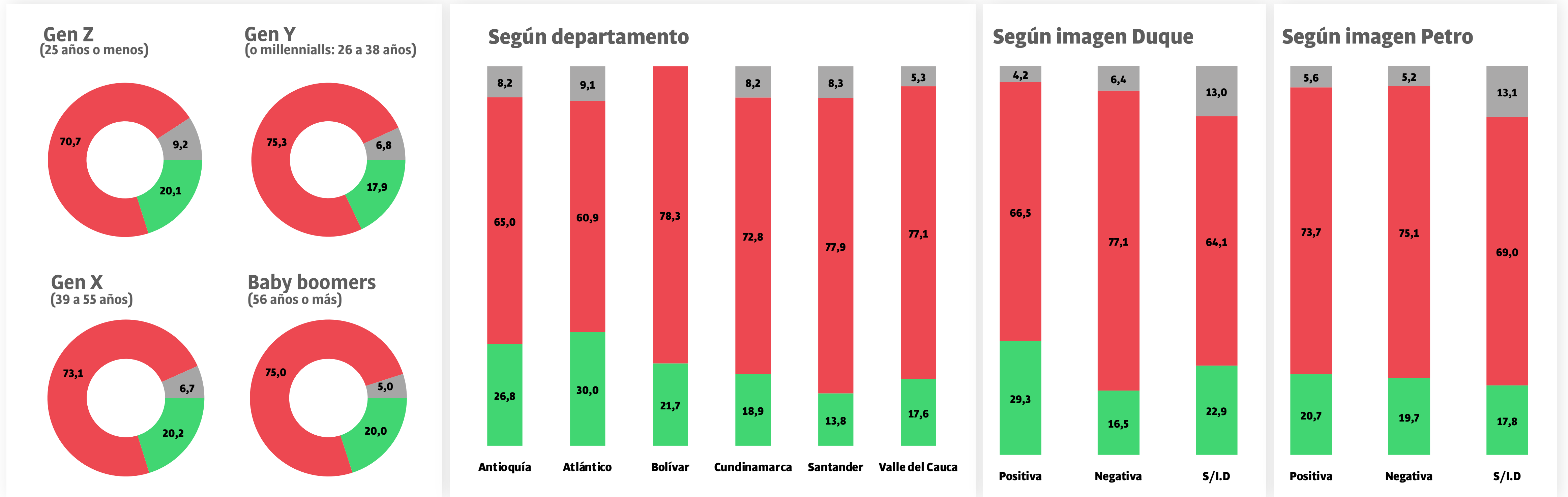
Confianza en colombianos

¿Confía en que los colombianos, a nivel general, actúan en función del bien común, es decir, pensando en lo mejor para todos los miembros de la sociedad?



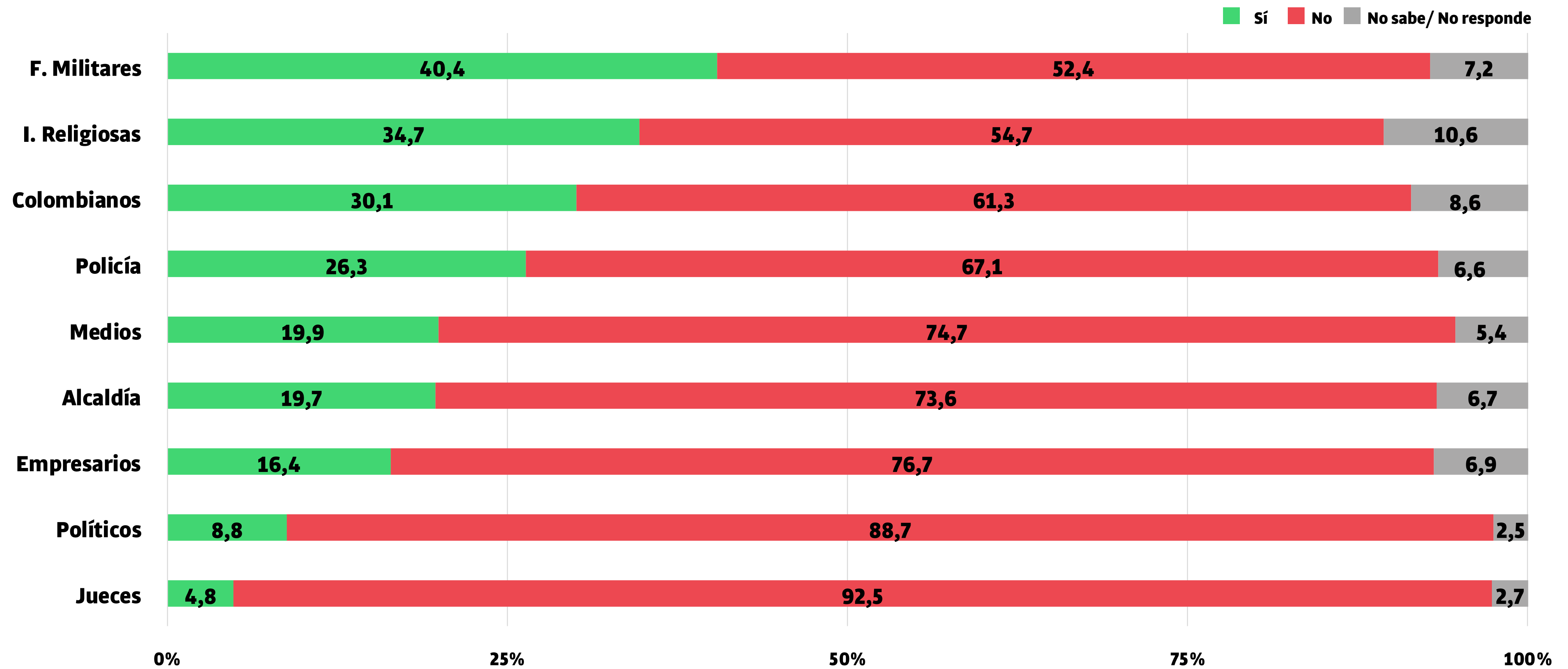
Confianza en alcaldía local

¿Confía usted en que su alcaldía local actúa en función de los intereses de toda la sociedad?



Summary

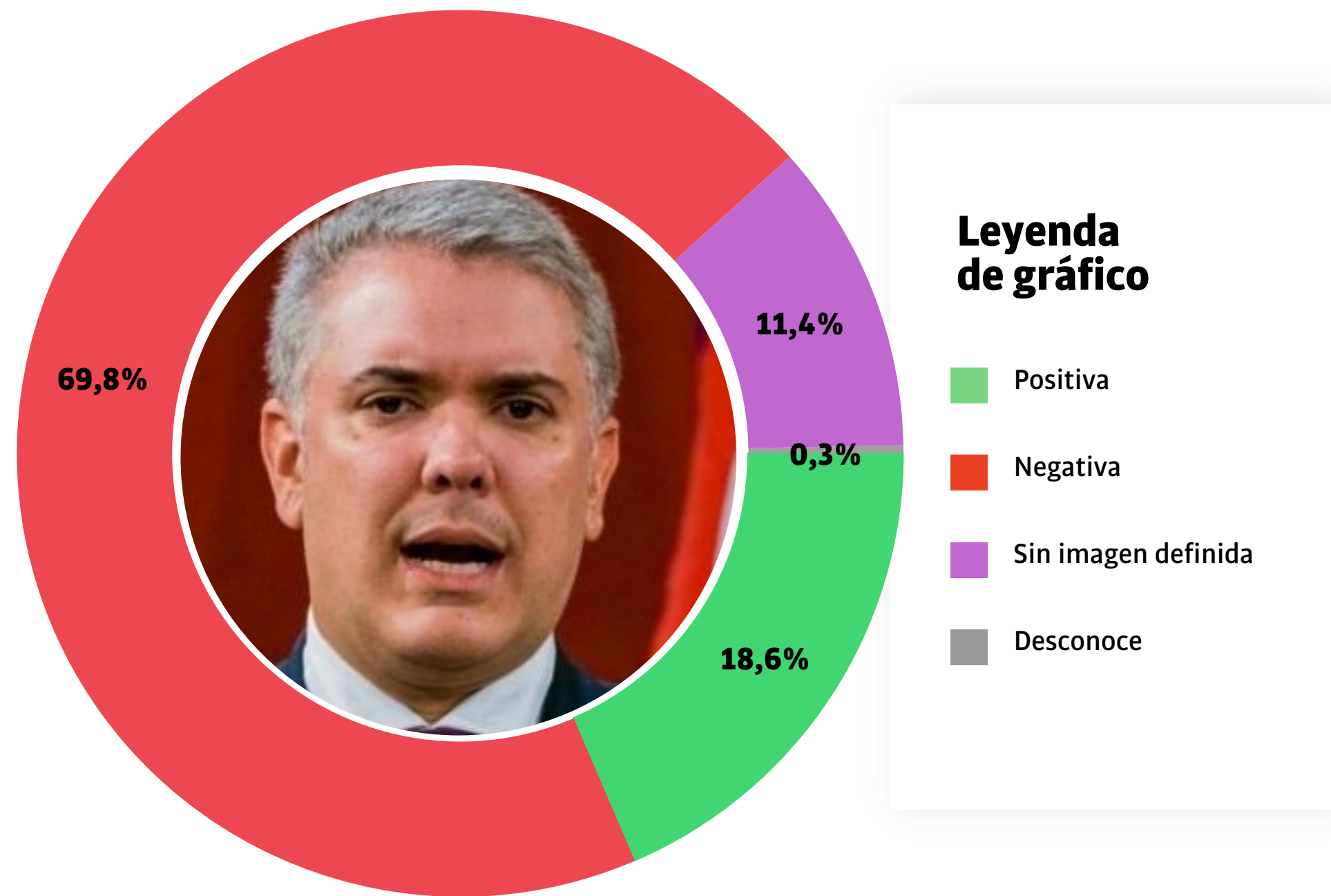
Confianza



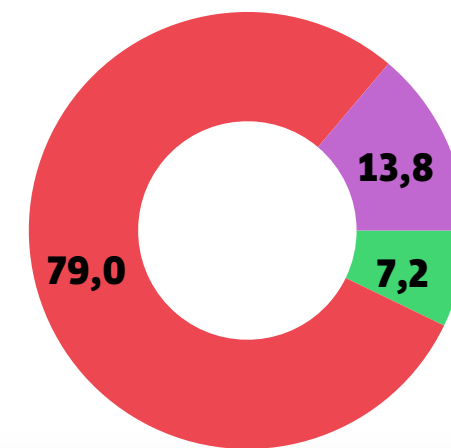
Evaluación de imagen__

Dirigentes nacionales

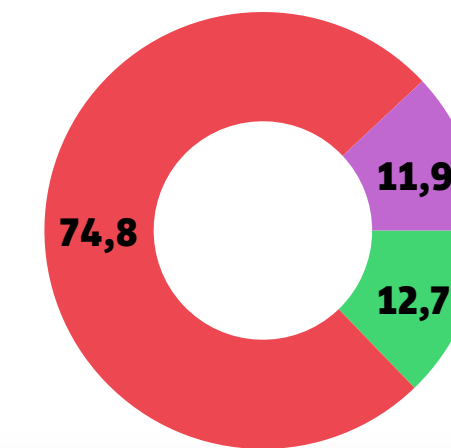
Evaluación de imagen: Iván Duque



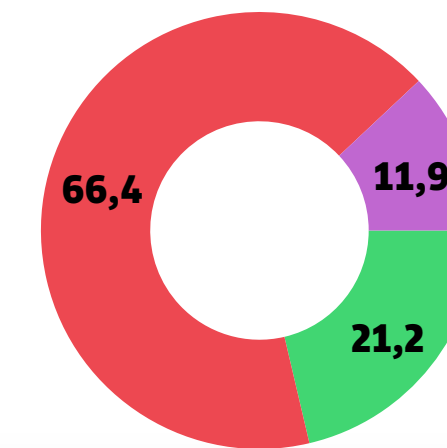
Gen Z
(25 años o menos)



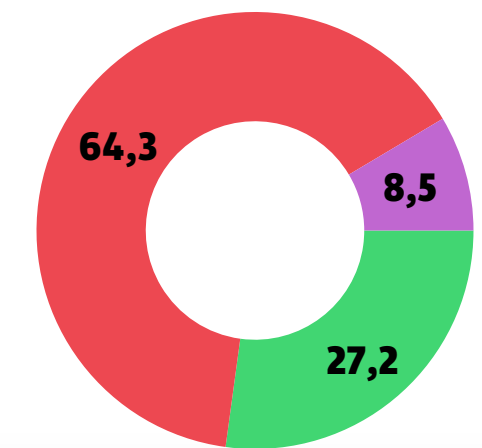
Gen Y
(o millennialls: 26 a 38 años)



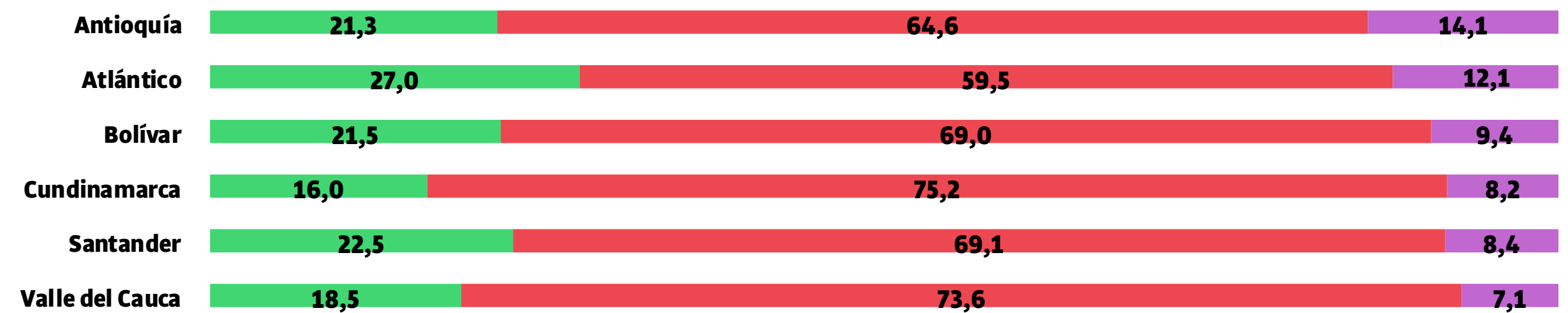
Gen X
(39 a 55 años)



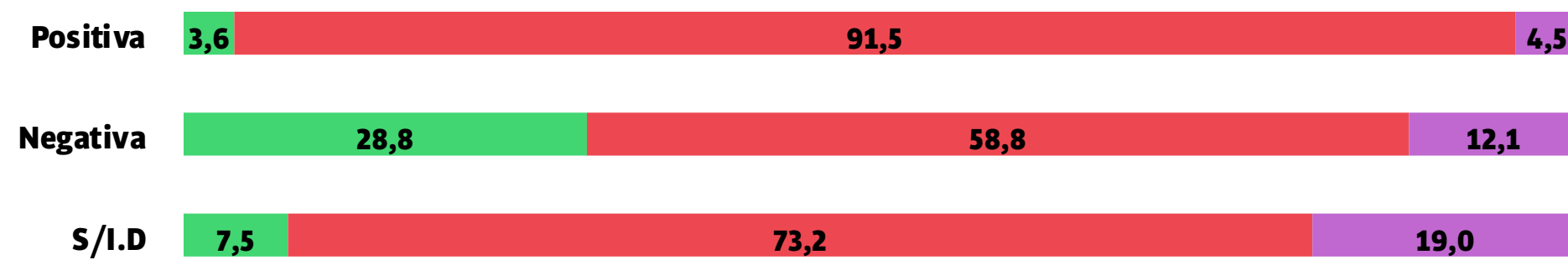
Baby boomers
(56 años o más)



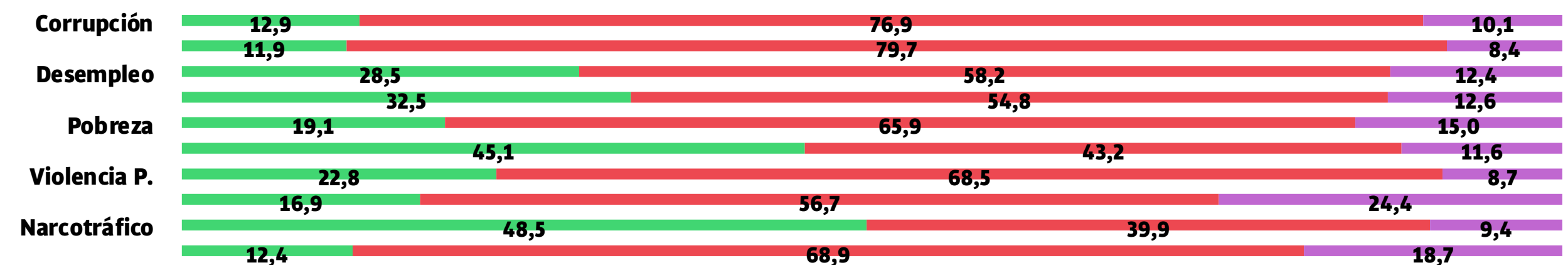
Según departamento



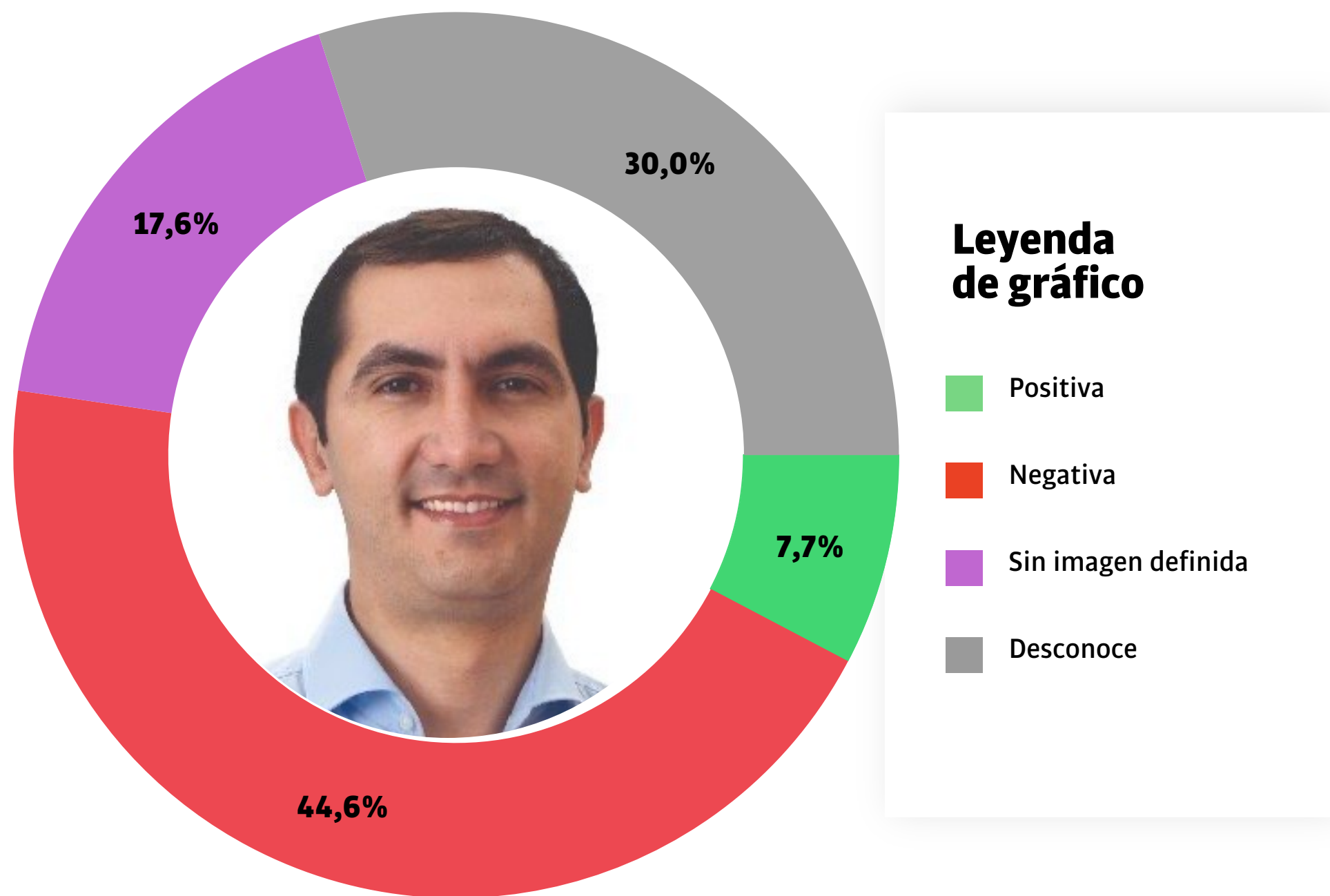
Según imagen Petro



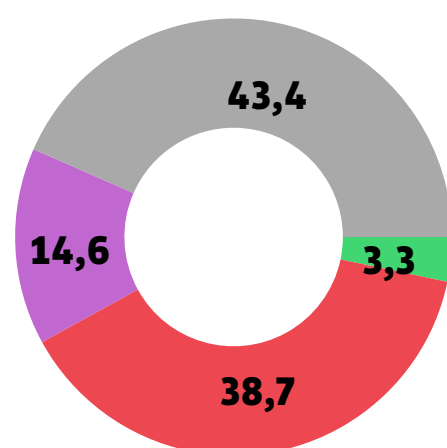
Según problema del país (menciones principales)



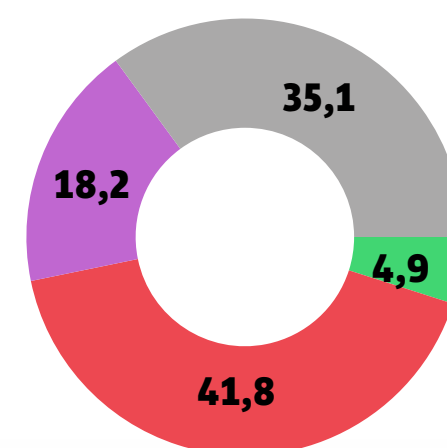
Evaluación de imagen: David Barguil



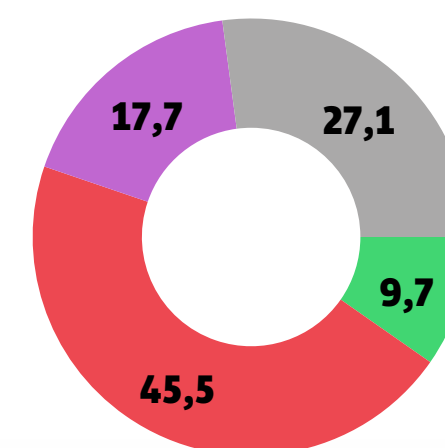
Gen Z
(25 años o menos)



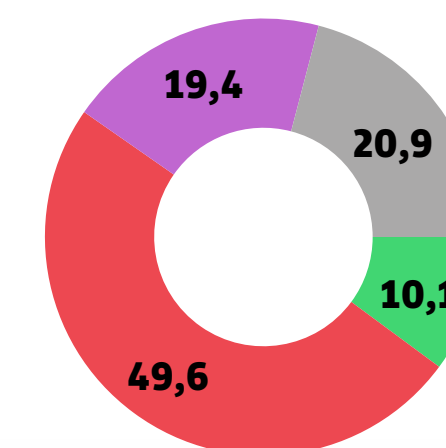
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



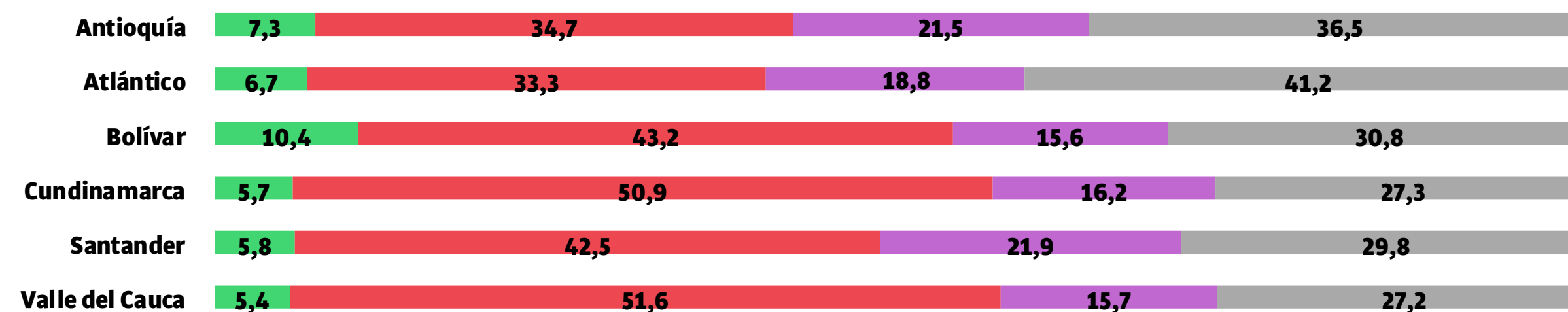
Gen X
(39 a 55 años)



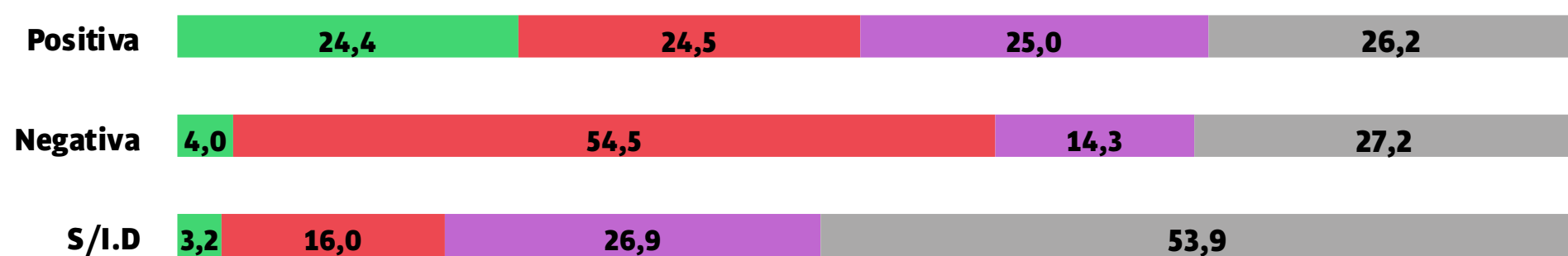
Baby boomers
(56 años o más)



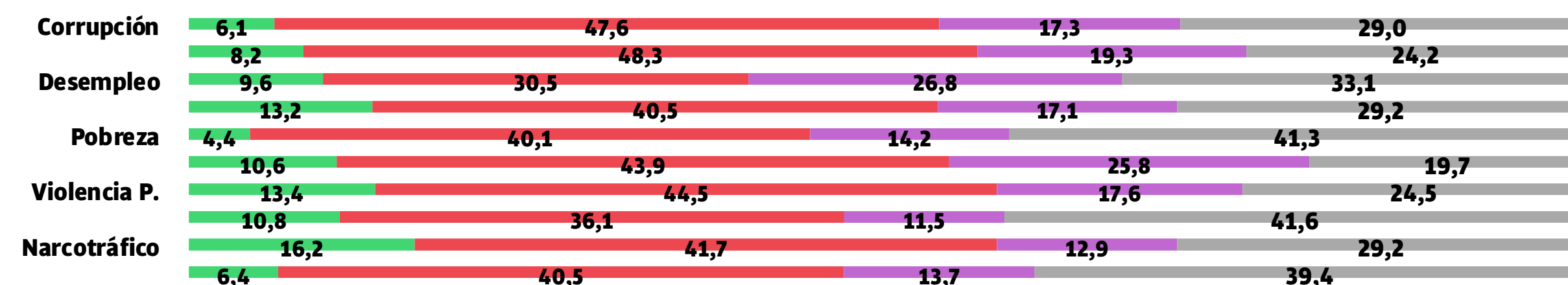
Según departamento



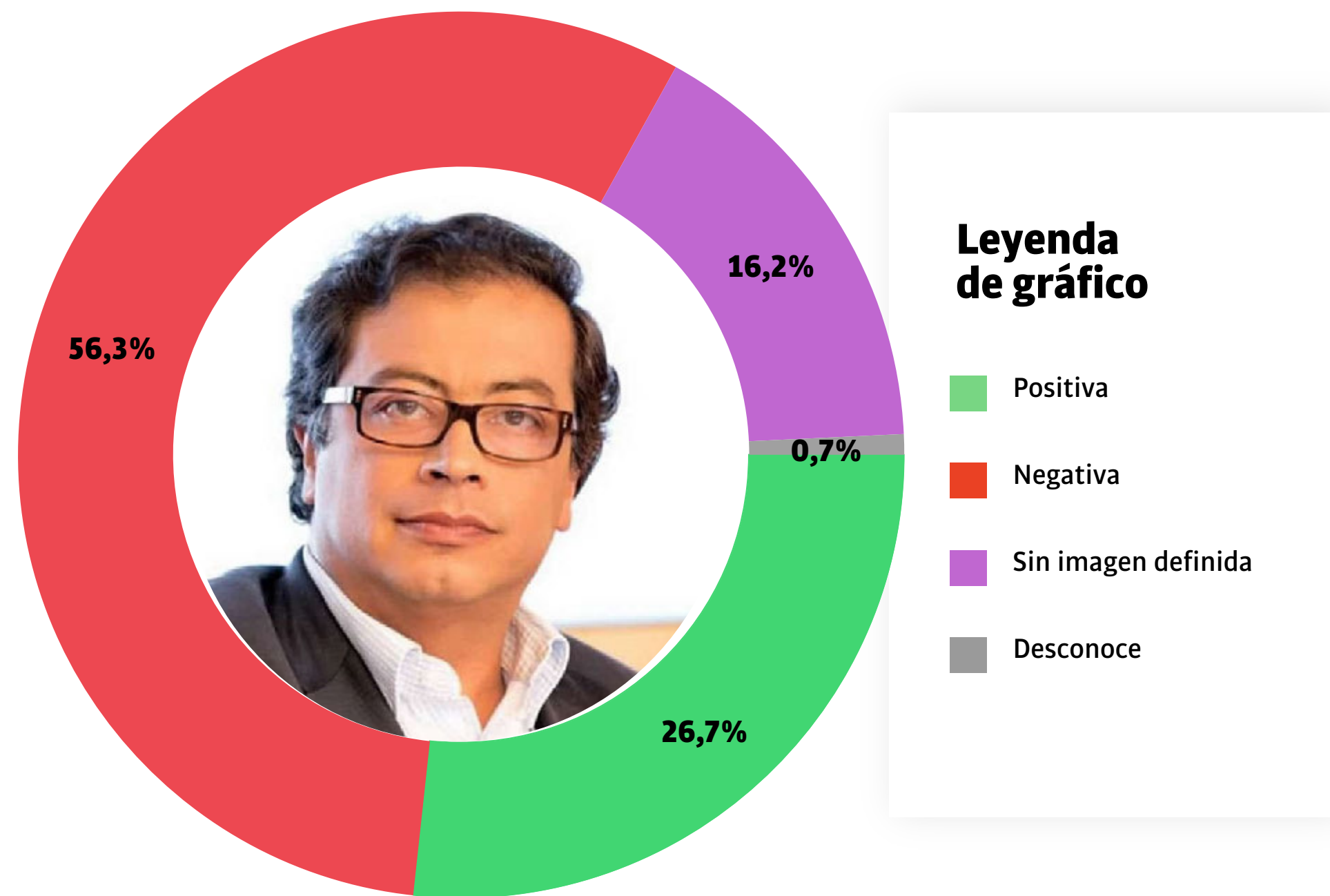
Según imagen Duque



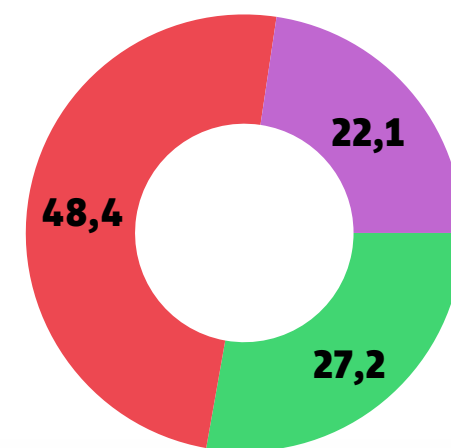
Según problema del país (menciones principales)



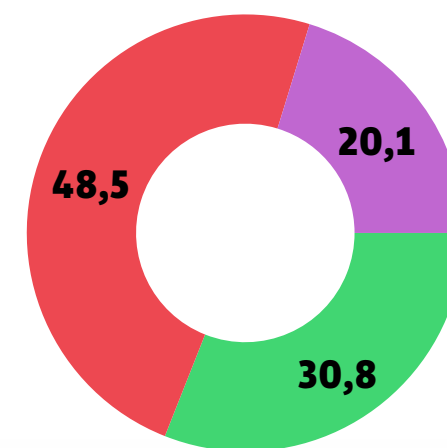
Evaluación de imagen: Gustavo Petro



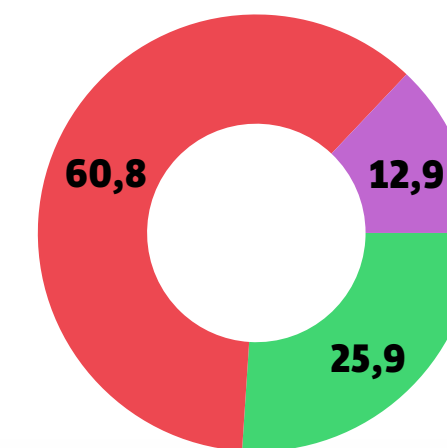
Gen Z
(25 años o menos)



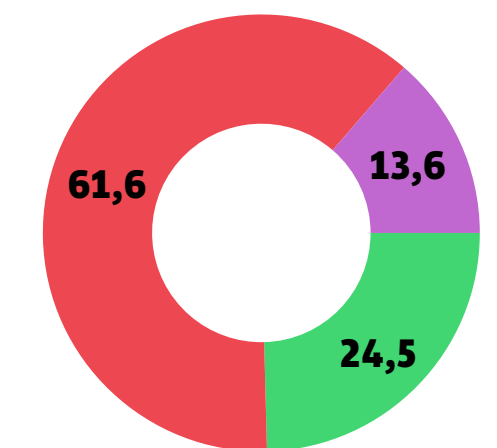
Gen Y
(o millennialls: 26 a 38 años)



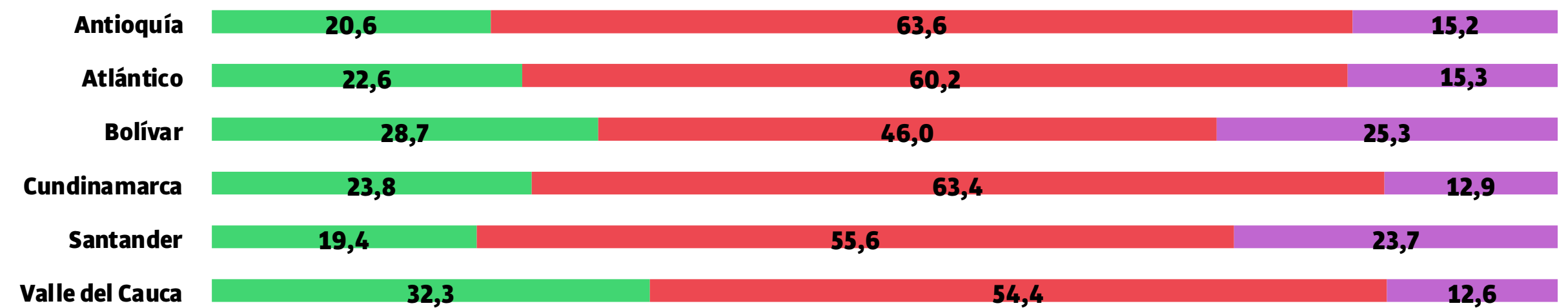
Gen X
(39 a 55 años)



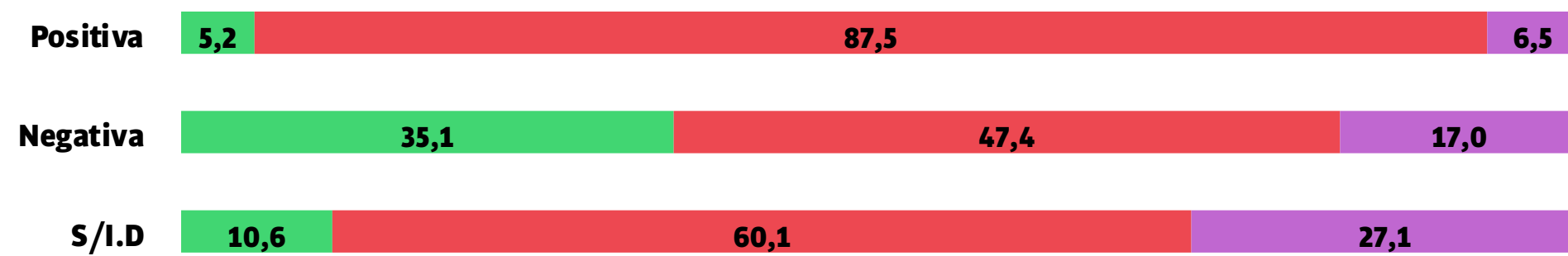
Baby boomers
(56 años o más)



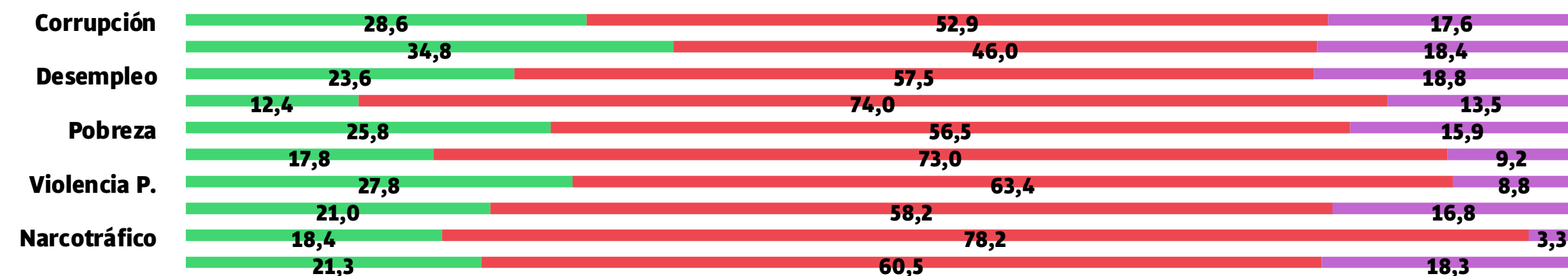
Según departamento



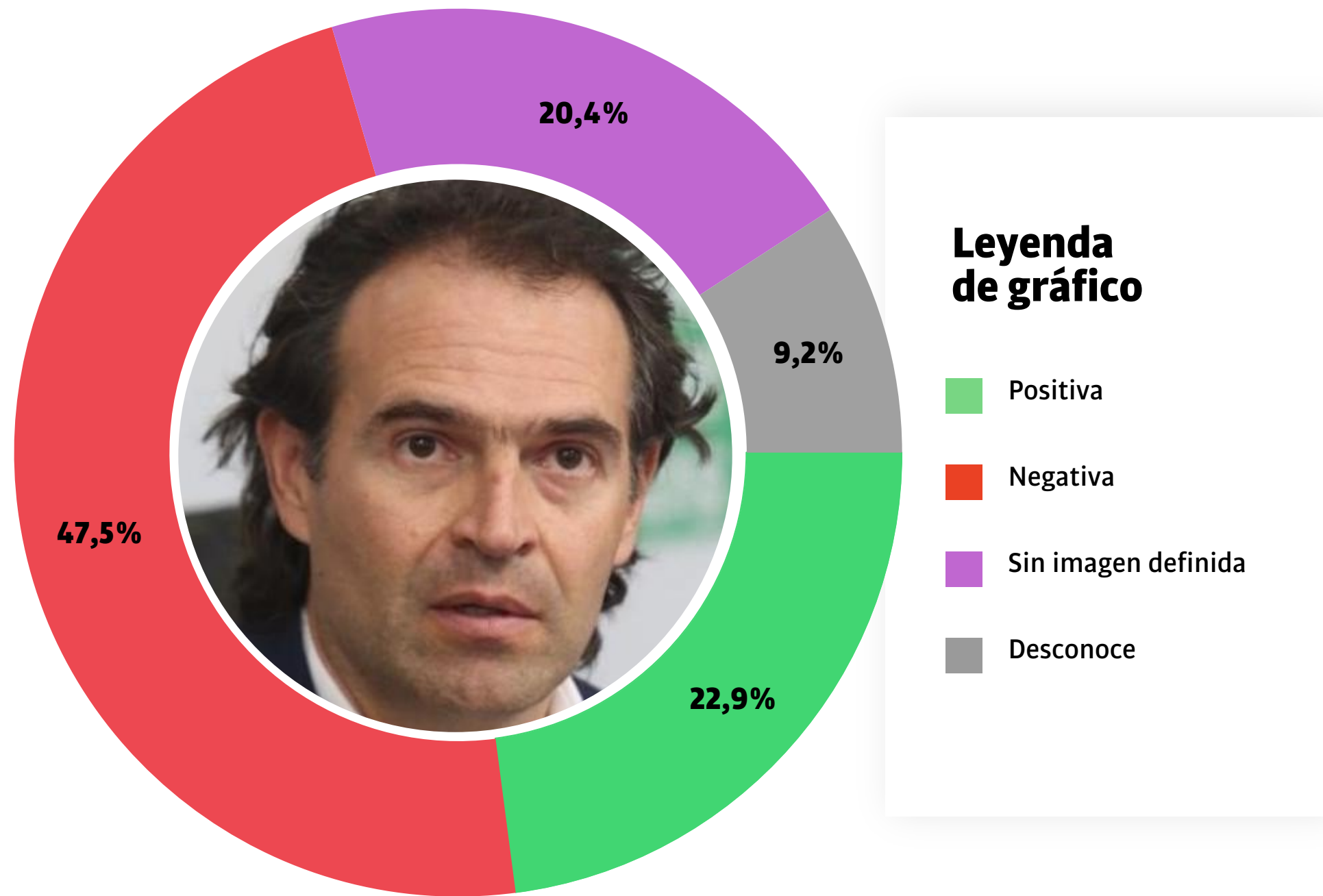
Según imagen Duque



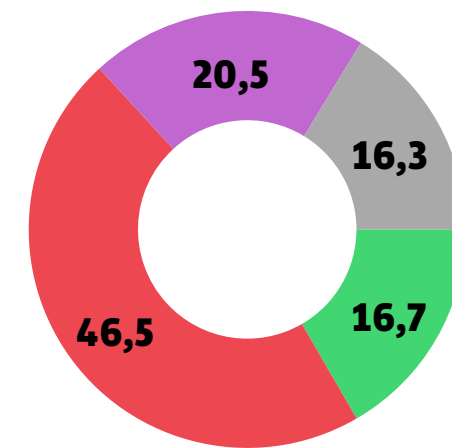
Según problema del país (menciones principales)



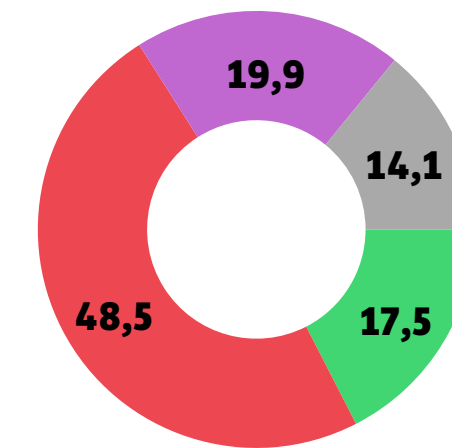
Evaluación de imagen: Federico Gutiérrez



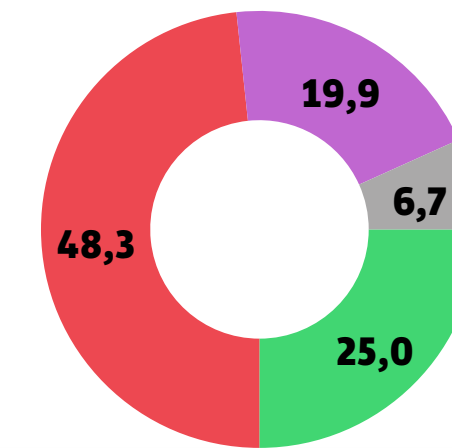
Gen Z
(25 años o menos)



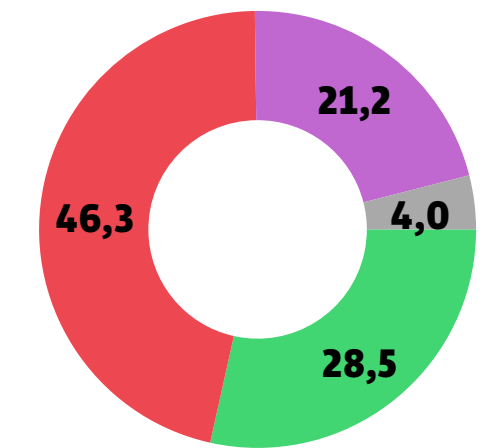
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



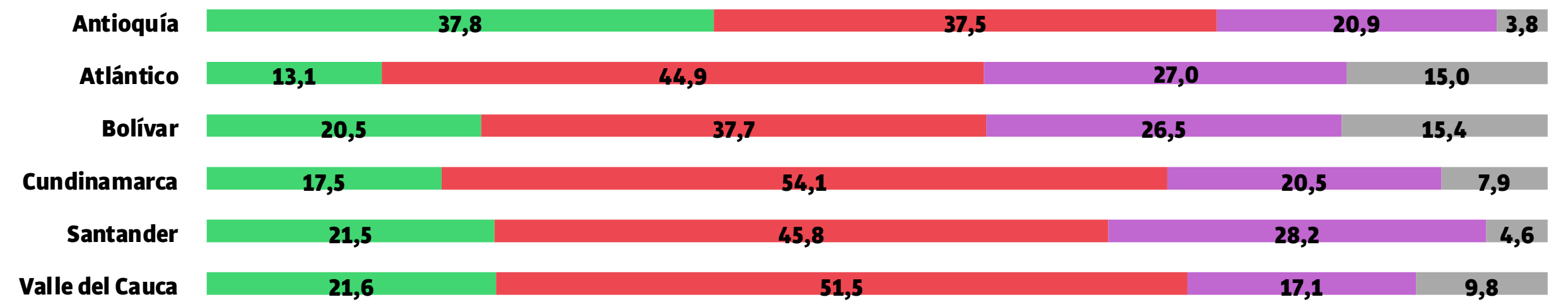
Gen X
(39 a 55 años)



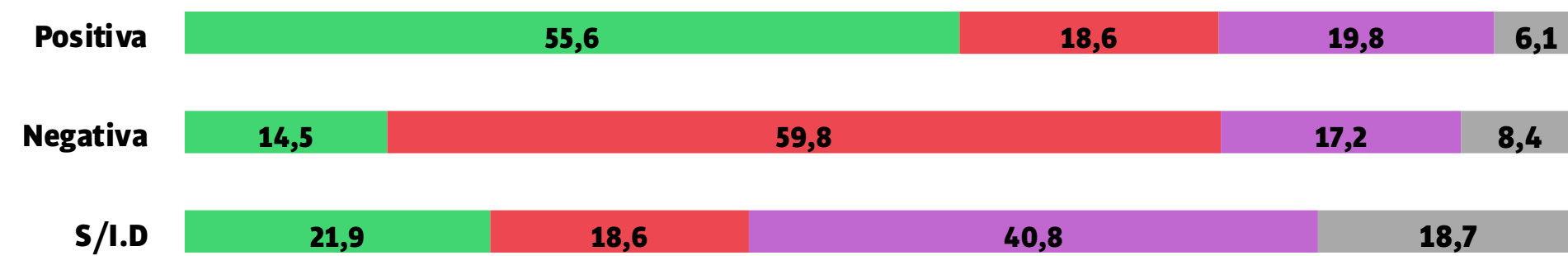
Baby boomers
(56 años o más)



Según departamento



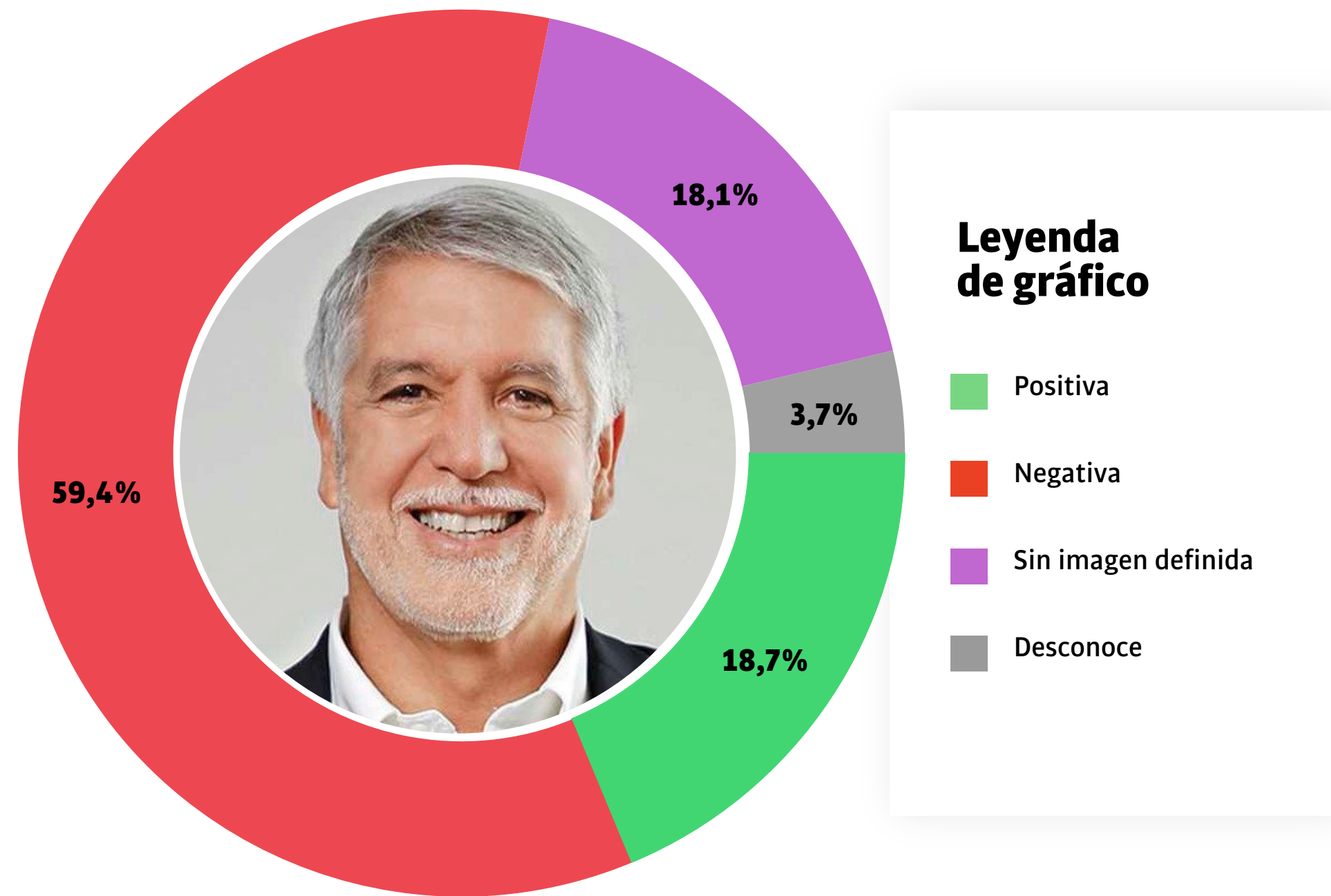
Según imagen Duque



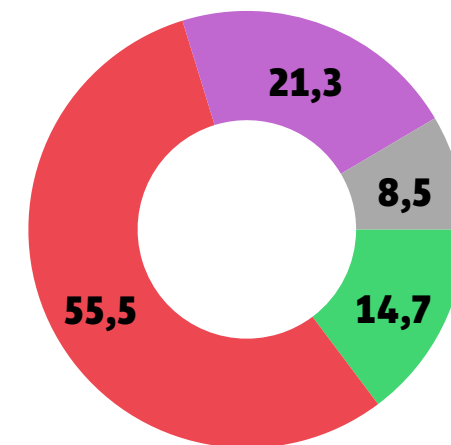
Según problema del país (menciones principales)



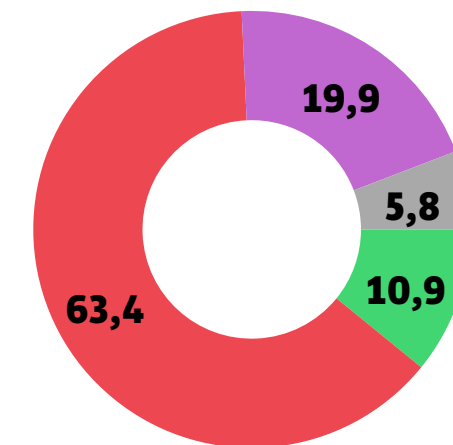
Evaluación de imagen: Enrique Peñalosa



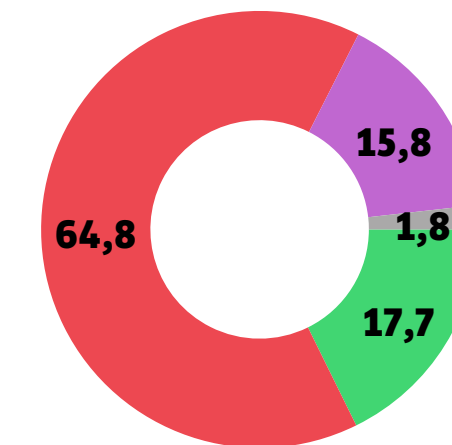
Gen Z
(25 años o menos)



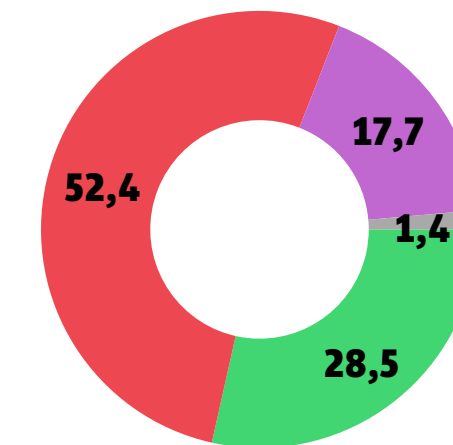
Gen Y
(o millennialls: 26 a 38 años)



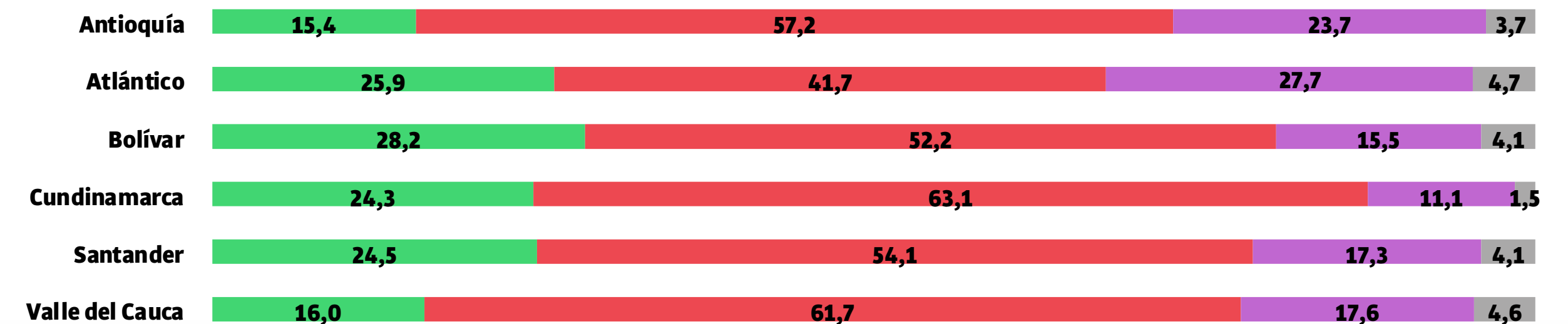
Gen X
(39 a 55 años)



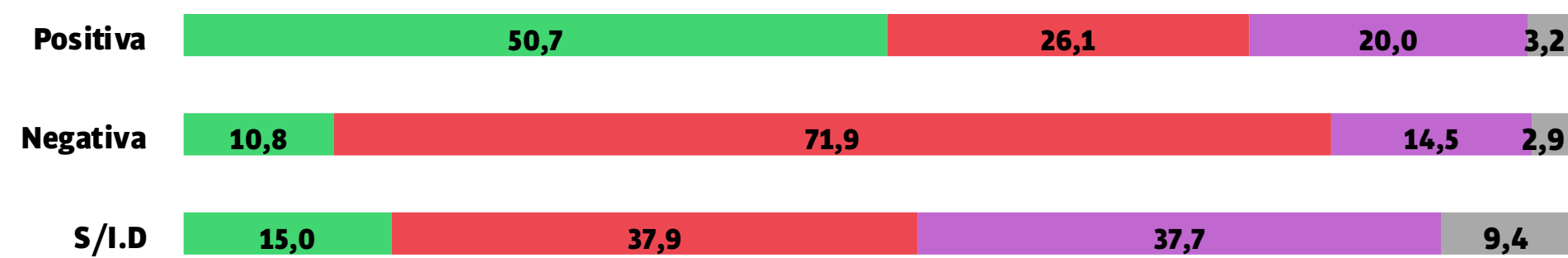
Baby boomers
(56 años o más)



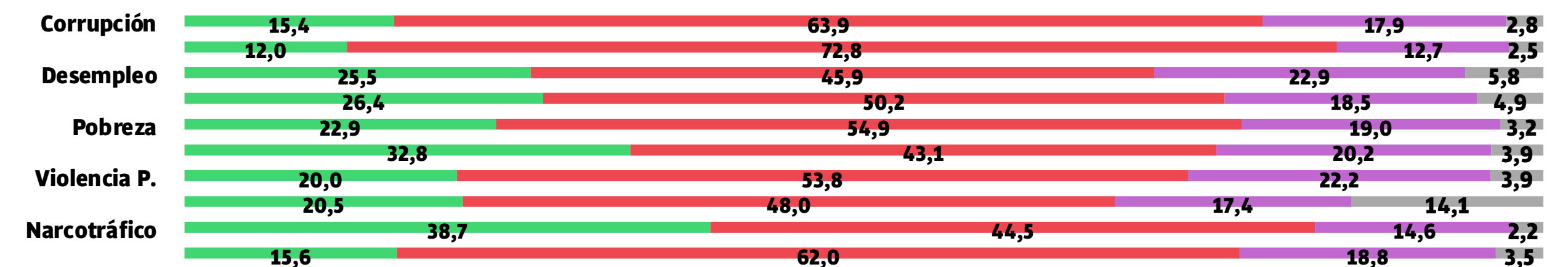
Según departamento



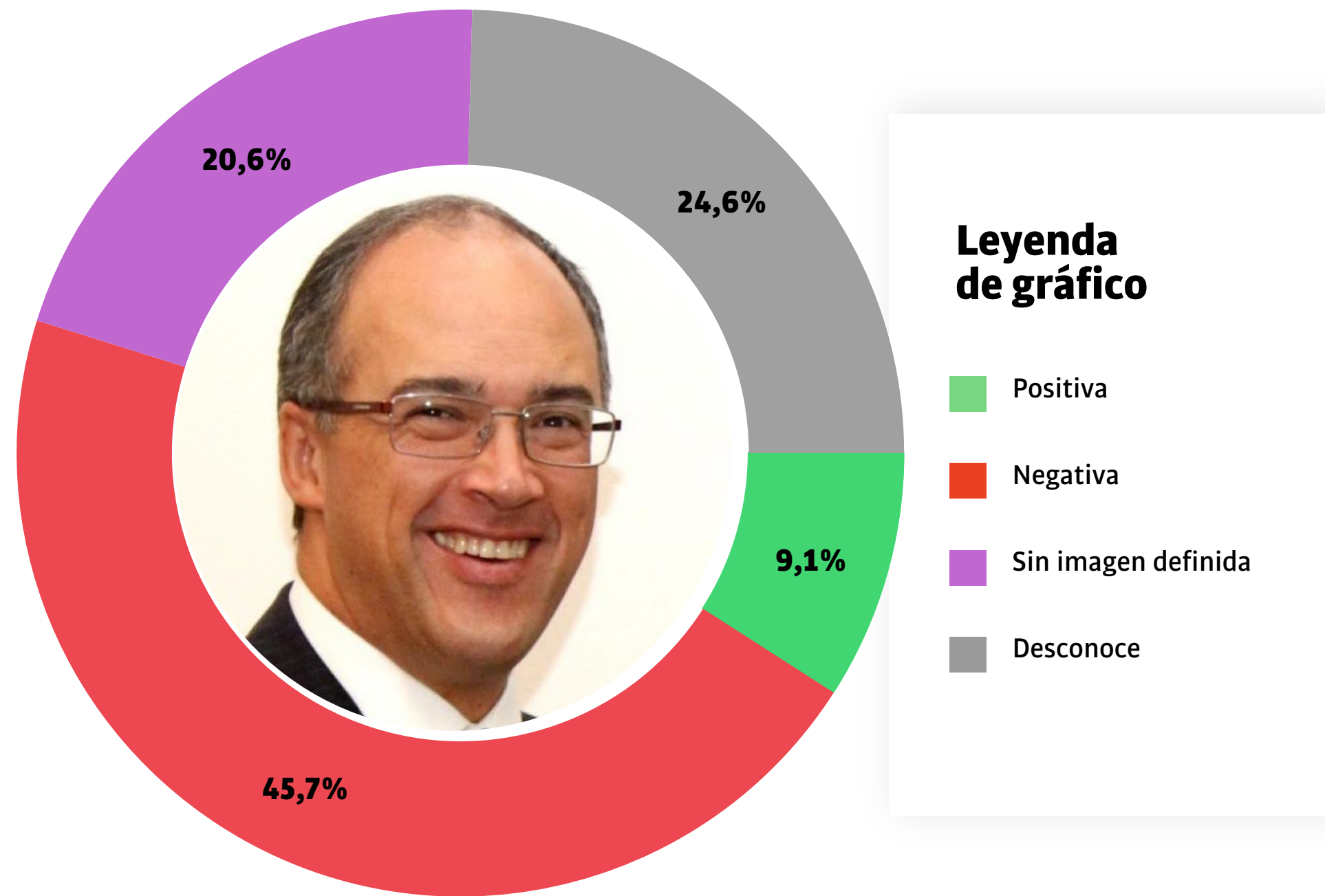
Según imagen Duque



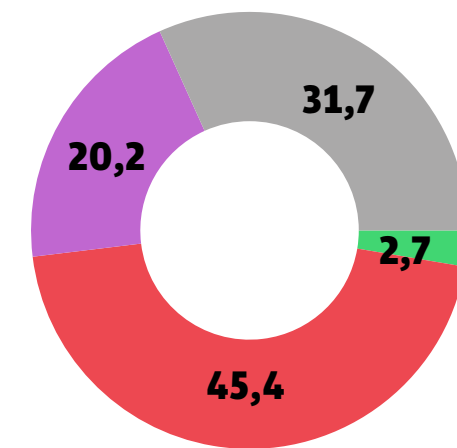
Según problema del país (menciones principales)



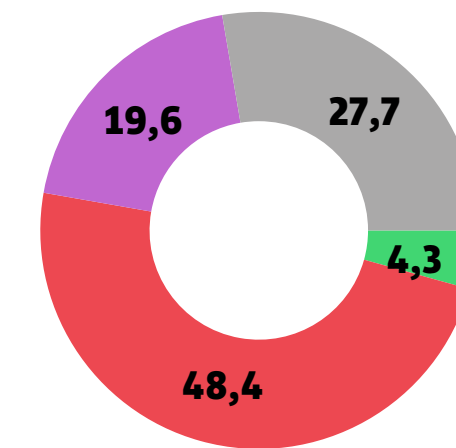
Evaluación de imagen: Juan Carlos Echeverry



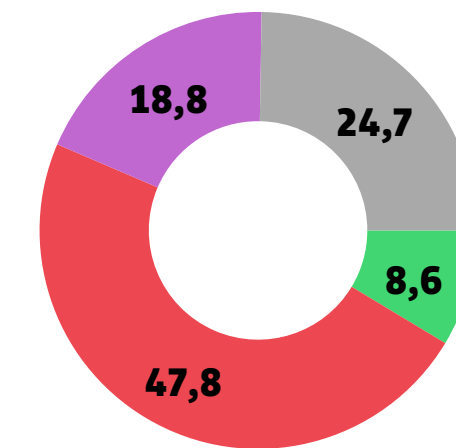
Gen Z
(25 años o menos)



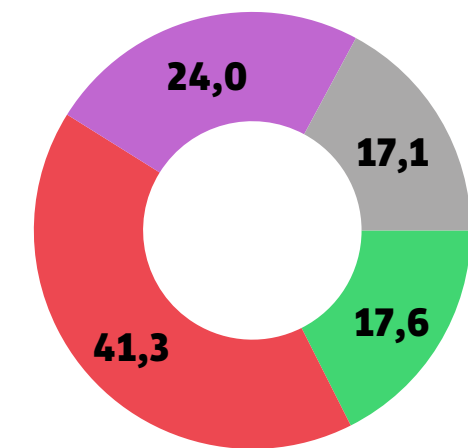
Gen Y
(o millennialls: 26 a 38 años)



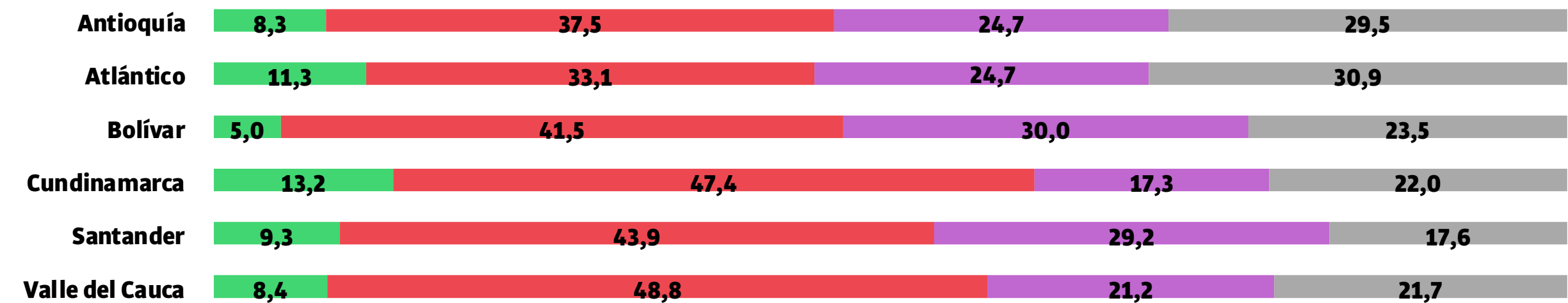
Gen X
(39 a 55 años)



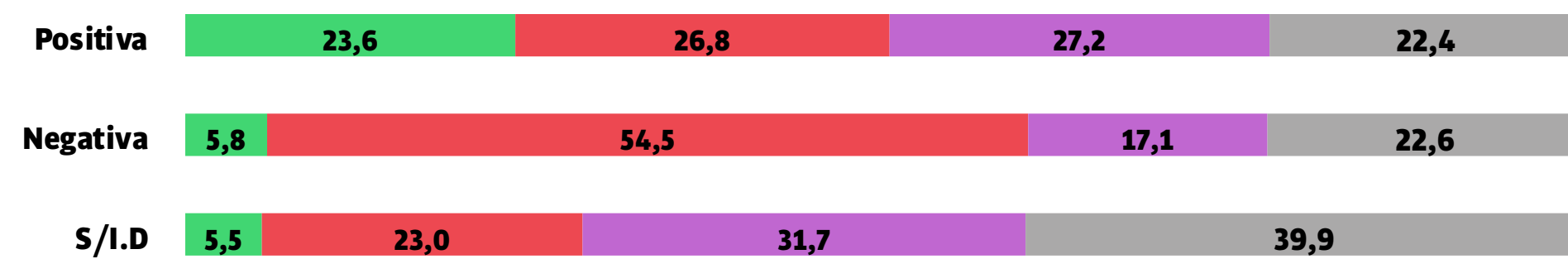
Baby boomers
(56 años o más)



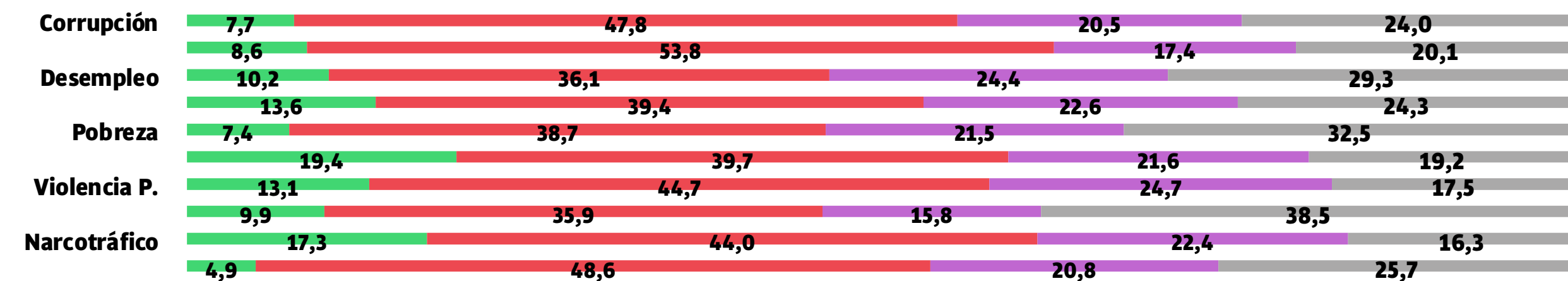
Según departamento



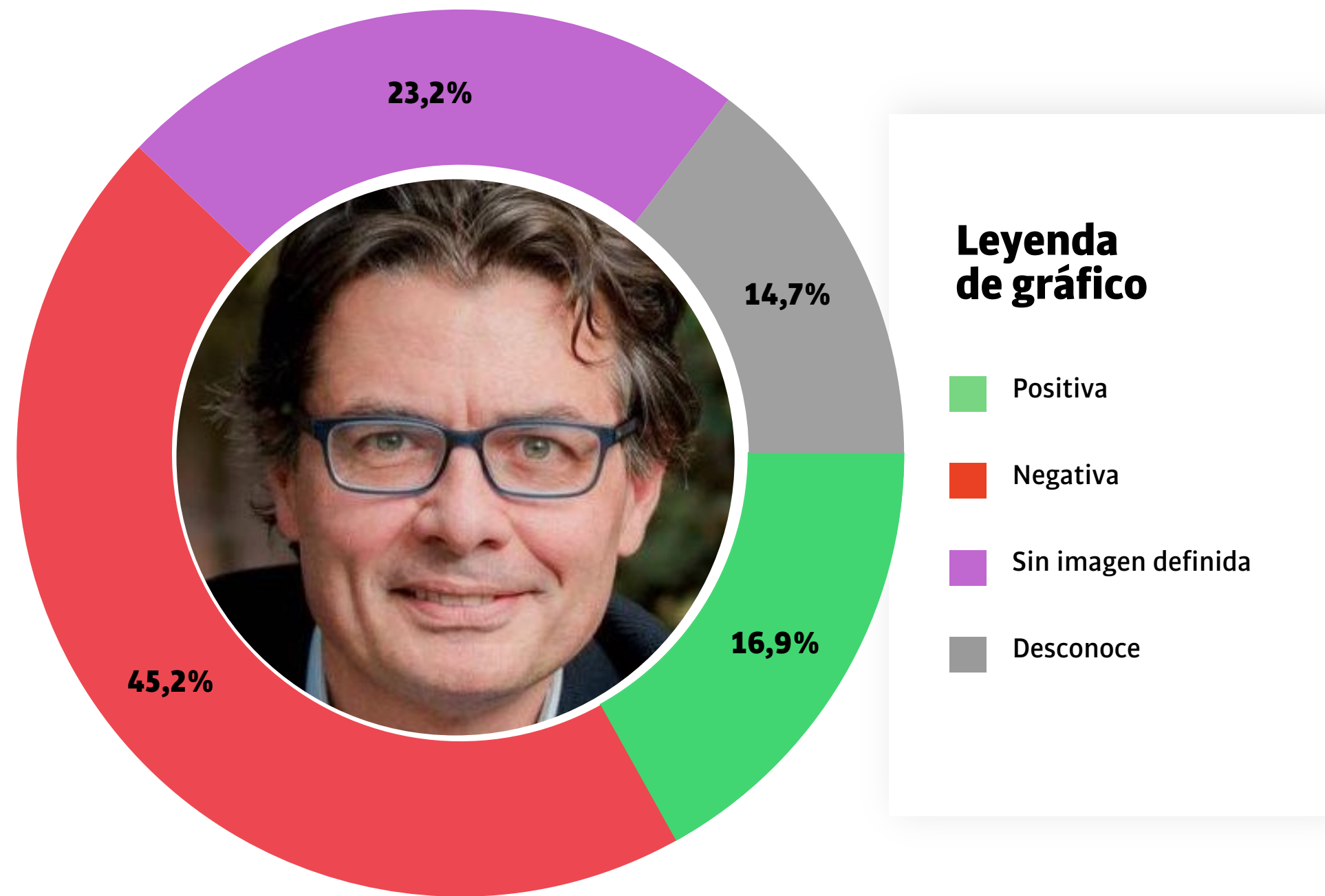
Según imagen Duque



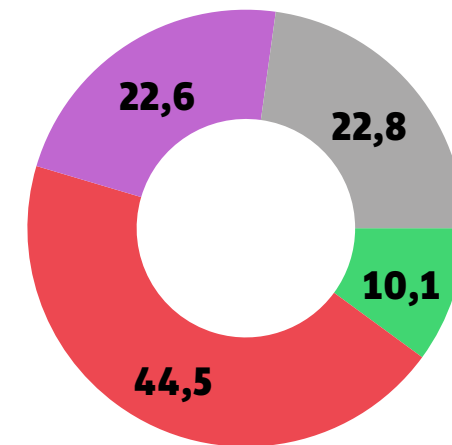
Según problema del país (menciones principales)



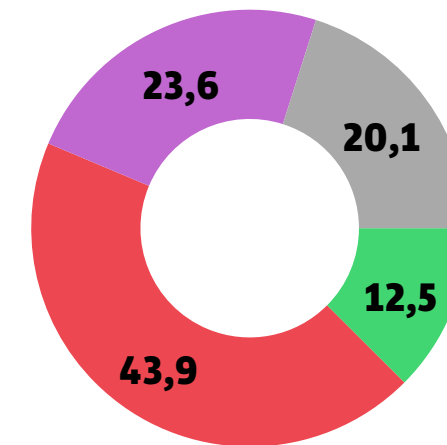
Evaluación de imagen: Alejandro Gaviria



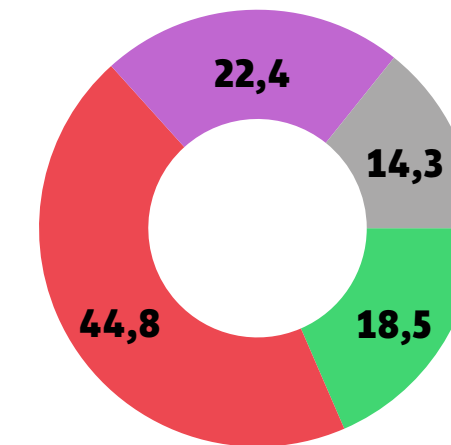
Gen Z
(25 años o menos)



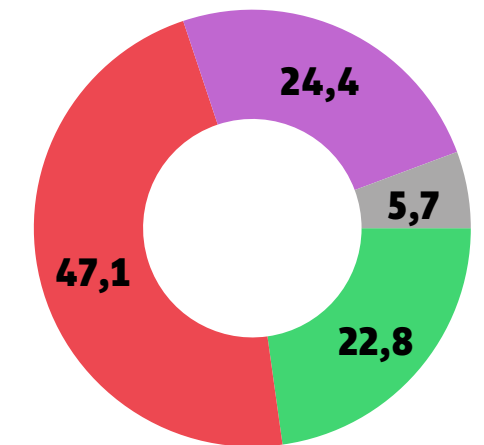
Gen Y
(o millennials: 26 a 38 años)



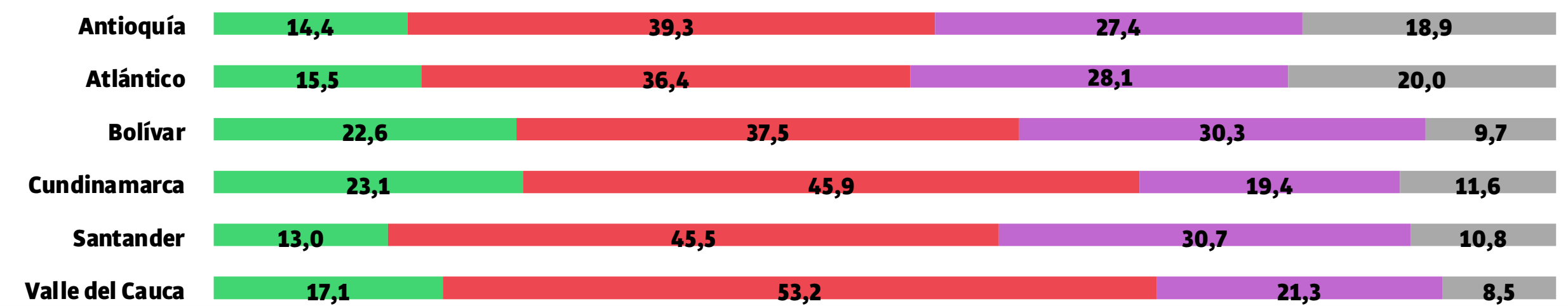
Gen X
(39 a 55 años)



Baby boomers
(56 años o más)



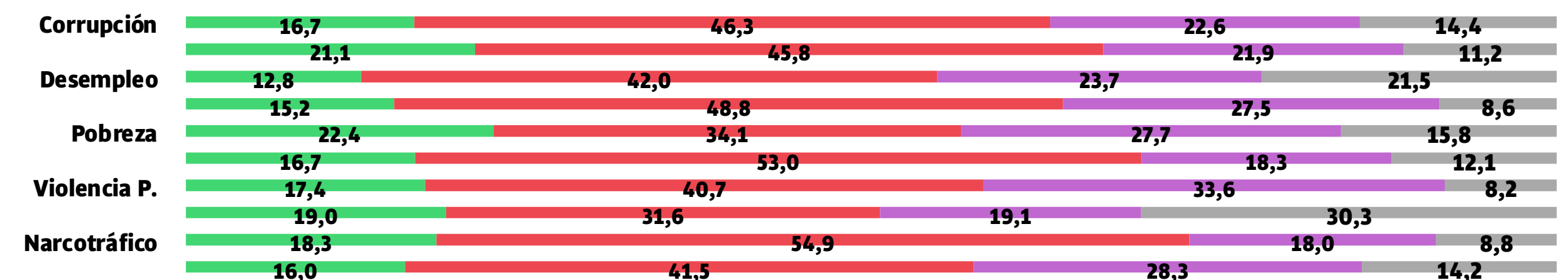
Según departamento



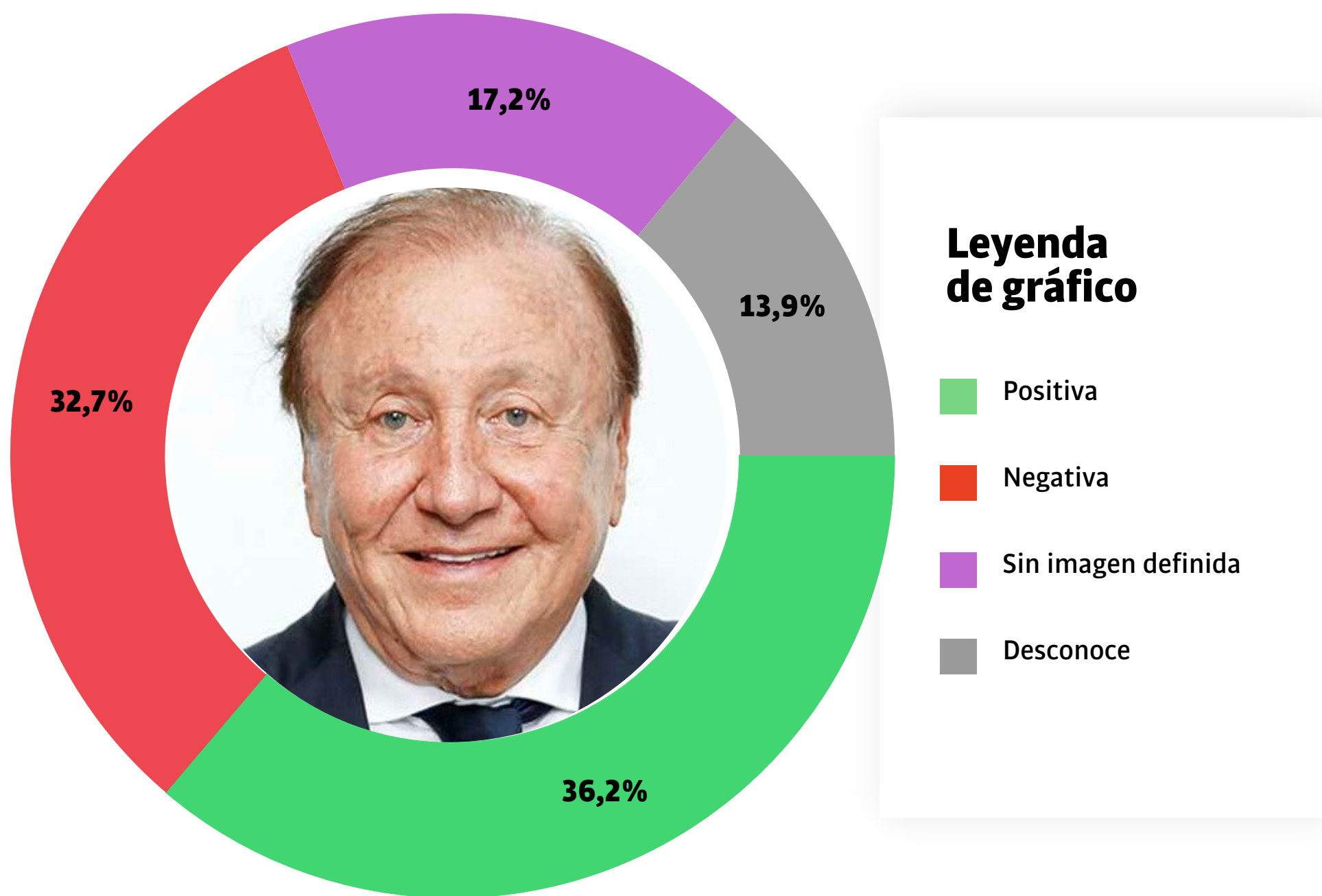
Según imagen Duque



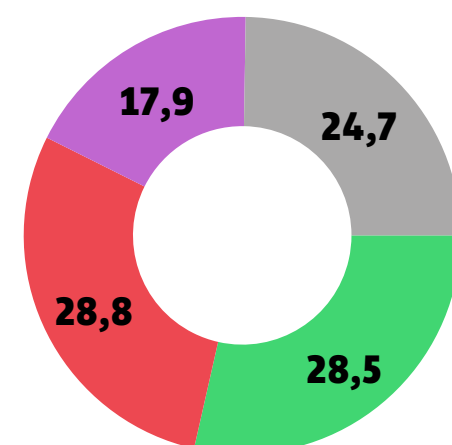
Según problema del país (menciones principales)



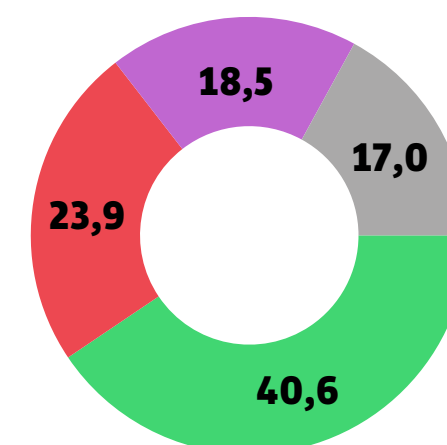
Evaluación de imagen: Rodolfo Hernández



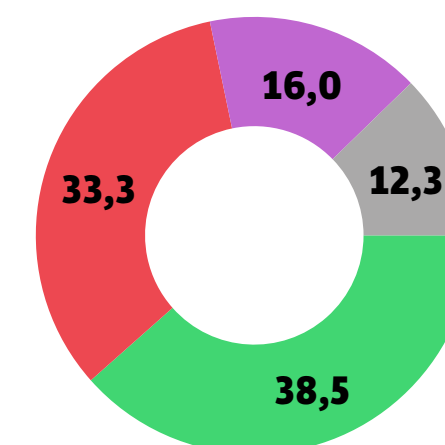
Gen Z
(25 años o menos)



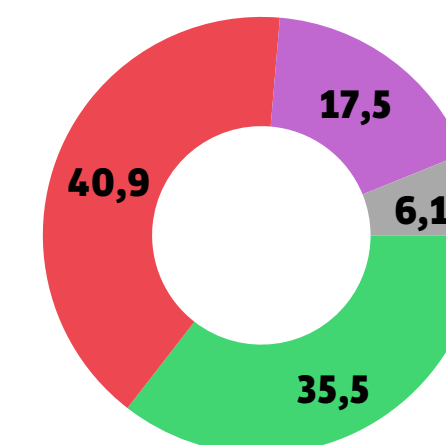
Gen Y
(o millennial: 26 a 38 años)



Gen X
(39 a 55 años)



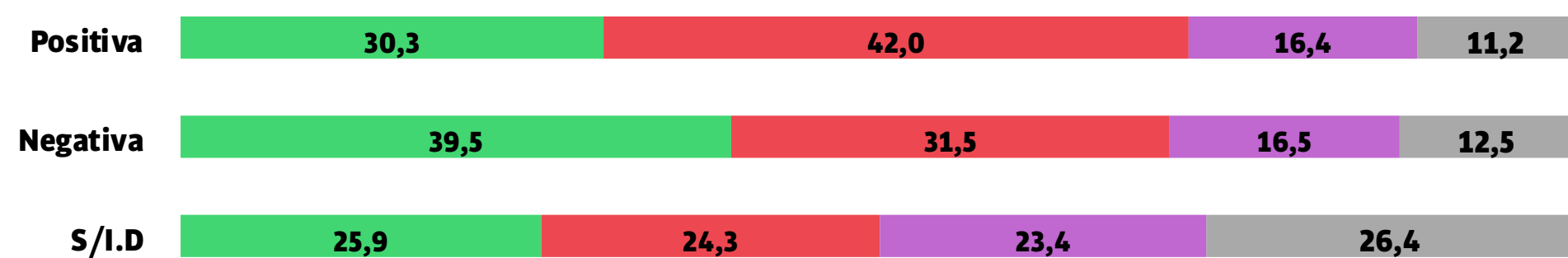
Baby boomers
(56 años o más)



Según departamento



Según imagen Duque



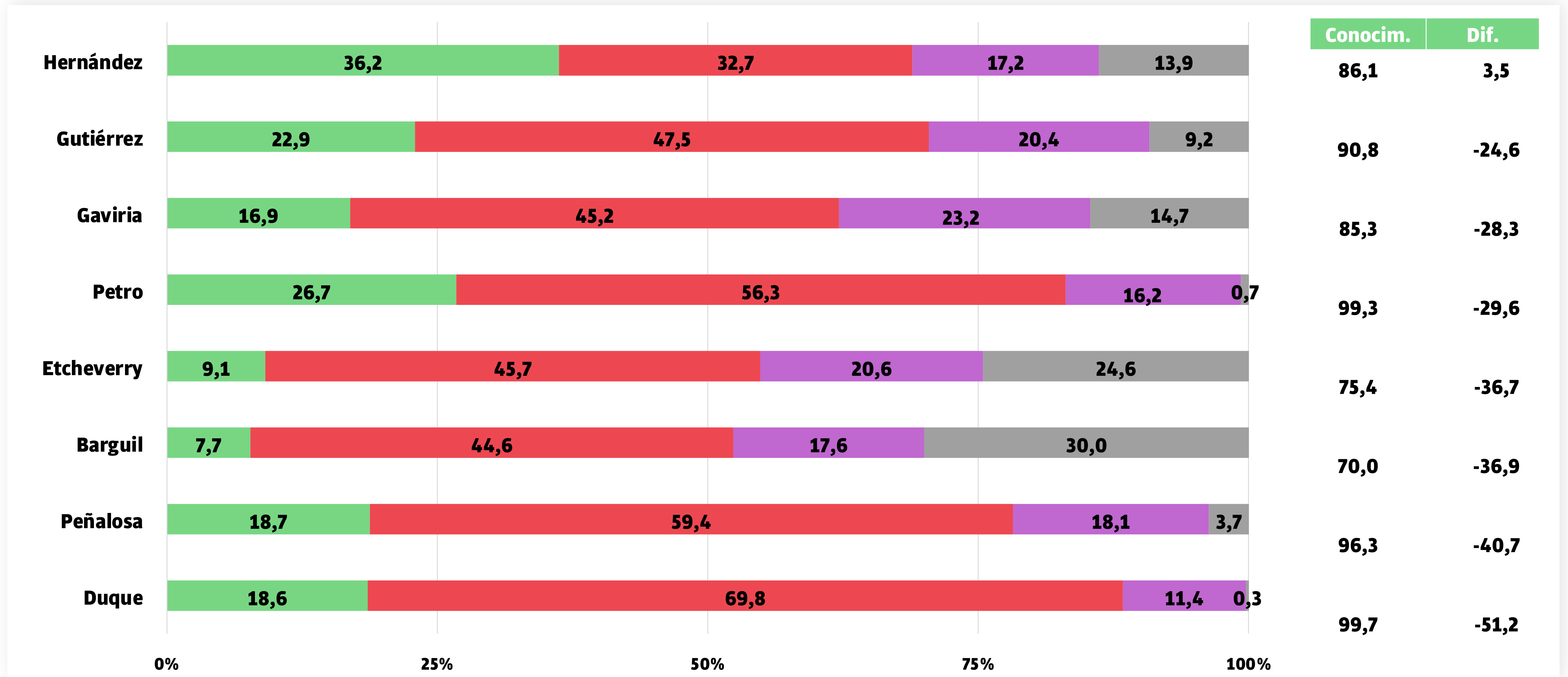
Según problema del país (menciones principales)



Summary evaluación de imagen

Dirigentes

■ Positiva
 ■ Negativa
 ■ Sin imagen definida
 ■ Desconoce



Ficha técnica - Investigación

Tipo de investigación: Online

Alcance: Nacional

Instrumento de recolección de información: Cuestionario semi estructurado

Sistema: Los datos ingresan directamente al paquete estadístico SPSS

Población: mayores de 16 años con acceso a internet y redes sociales

Error muestral: (+/-) 1,7%

Tamaño de la muestra: 3188 casos efectivos

Fecha de realización: 19 al 29 de noviembre de 2021

