

Confianza

Proyecto Capstone Inter-Maestría

2023

Universidad Externado de Colombia

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE GOBIERNO

BOGOTÁ

Marco Teórico y conceptual

Marco Teórico

Participación cívica

Capital Social **Confianza** Cooperación

Intercambio social

¿Bien público?

Marco Teórico

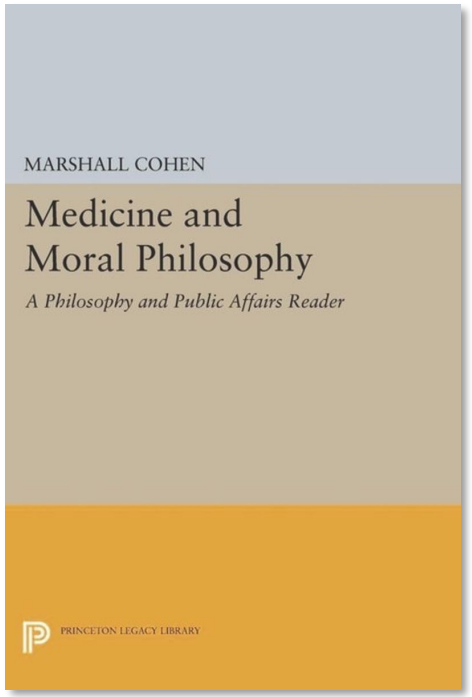
Confianza

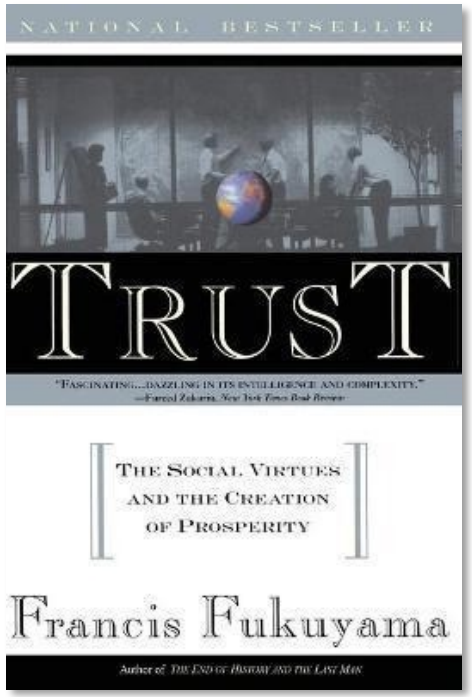
Interpersonal

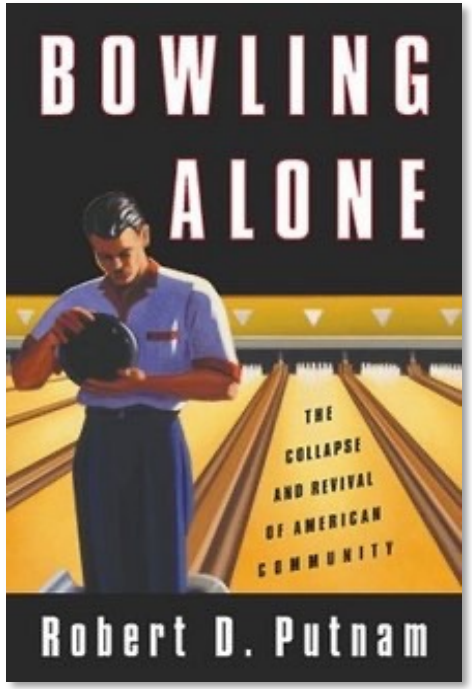
Social

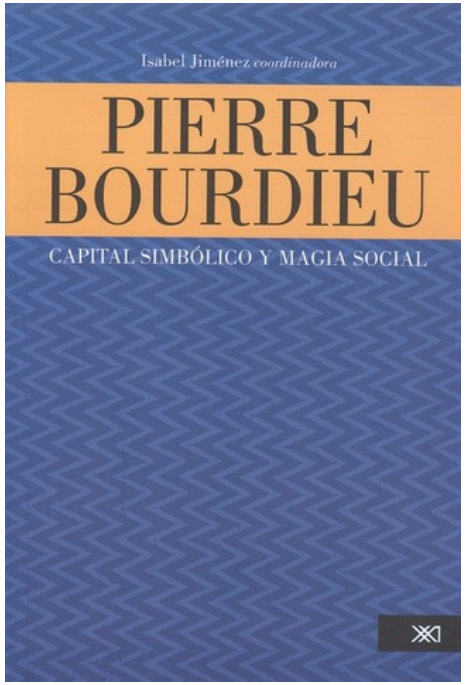
Institucional

Marco Teórico









Marco Teórico

Capital Social en Pierre Bordieu

El concepto de capital social de Pierre Bourdieu se refiere a los recursos sociales que un individuo o grupo posee y que pueden ser utilizados para obtener beneficios en su interacción social. Esto incluye aspectos como la red de contactos, la pertenencia a grupos y organizaciones, el conocimiento y la información, y la confianza.

En relación con la confianza, Bourdieu argumenta que el capital social puede ayudar a construir y mantener relaciones de confianza entre individuos y grupos. Por ejemplo, una persona que pertenece a una red social sólida y confiable puede confiar en que sus contactos le proporcionarán información y apoyo en momentos de necesidad. De esta manera, el capital social puede actuar como una forma de seguro social que aumenta la capacidad de los individuos para confiar en los demás y ser confiables.

Marco Teórico

Gifts and Exchanges de Kenneth Arrow

Analiza la naturaleza de las relaciones de intercambio y los regalos en diferentes culturas y épocas. Arrow argumenta que, a pesar de que los intercambios se basan en una lógica económica de la reciprocidad, los regalos tienen una lógica social más compleja y no siempre se explican por el interés propio. Arrow examina los diferentes tipos de intercambios y regalos, desde los intercambios comerciales hasta las donaciones caritativas, y señala que la forma y el significado de los regalos dependen en gran medida del contexto social y cultural en el que se realizan. Por ejemplo, en algunas culturas los regalos se utilizan para establecer o mantener relaciones sociales, mientras que en otras se usan para demostrar riqueza y prestigio.

En última instancia, Arrow sostiene que la teoría económica tradicional de la reciprocidad y el interés propio no puede dar cuenta completamente de la complejidad de las relaciones sociales y los regalos en diferentes contextos culturales e históricos. La naturaleza de los regalos y los intercambios sigue siendo un tema de debate y análisis en la economía y otras disciplinas.

Marco Teórico

Bowling alone de Robert Putnam

En su libro "Bowling Alone", el politólogo Robert Putnam explora el declive de la participación cívica y social en los Estados Unidos durante las últimas décadas del siglo XX. Putnam argumenta que la disminución de la participación en actividades colectivas como los clubes sociales, las organizaciones religiosas y los partidos políticos ha socavado el tejido social y la confianza entre los ciudadanos. Menos participación en organizaciones comunitarias significa menos oportunidades para construir redes sociales y desarrollar confianza entre los ciudadanos. También puede resultar en una disminución de la participación política y una menor capacidad para resolver los problemas sociales y políticos.

Putnam concluye que se necesitan esfuerzos concertados para fomentar la participación cívica y social, y sugiere varias posibles soluciones, como el fortalecimiento de las instituciones cívicas, la inversión en la educación cívica y la promoción de la tecnología y la comunicación que fomenten la interacción social.

Marco Teórico

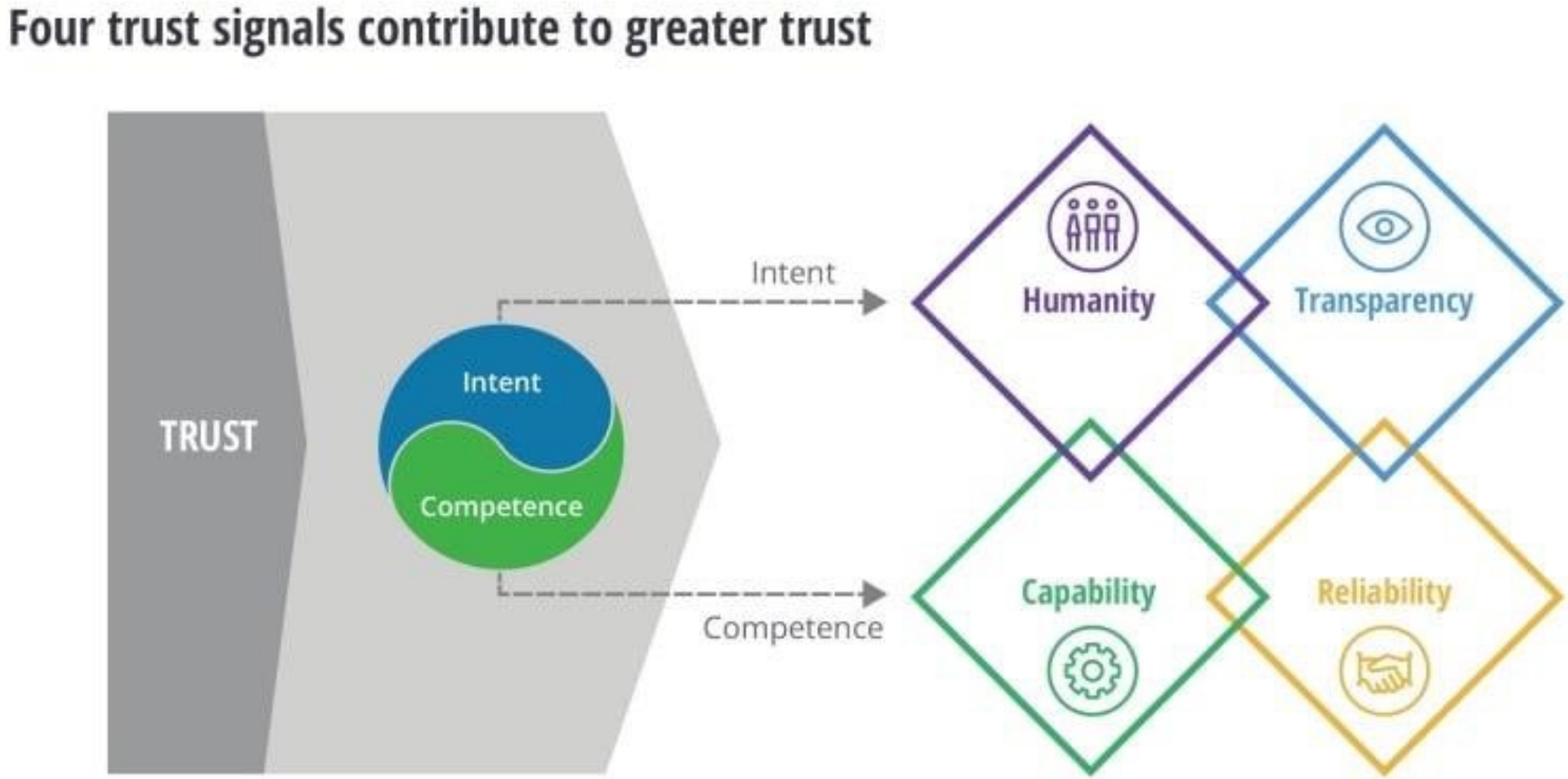
Trust de Francis Fukuyama

Fukuyama argumenta que la confianza es una fuerza fundamental que subyace a todas las transacciones económicas y políticas, y que su presencia o ausencia puede tener un impacto significativo en el desarrollo y la estabilidad de una sociedad.

Fukuyama presenta evidencia de que la confianza se correlaciona positivamente con el crecimiento económico y la estabilidad política, y argumenta que los altos niveles de confianza pueden facilitar la cooperación y el intercambio económico al reducir los costos de transacción.

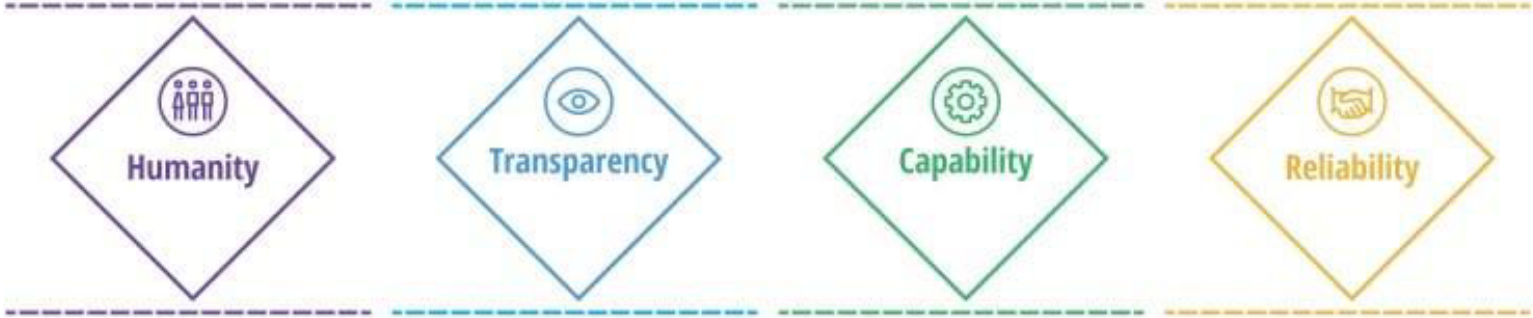
También señala que la confianza es una característica importante de los sistemas políticos estables y efectivos, ya que permite que las instituciones funcionen de manera más eficiente y justa.

Fukuyama también explora las raíces de la confianza y argumenta que ésta se basa en gran medida en factores culturales y sociales, como la familia, la religión y la educación. También sostiene que las instituciones y políticas públicas pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la confianza, al establecer marcos normativos y legales claros y justos.



William D. Eggers y Bruce Chew

Sample actions government agencies can take to increase trust



- Quickly resolve issues with safety, security, and satisfaction
- Value and respect everyone, regardless of background, identity, or beliefs
- Value the broader good of society and the environment, not just compliance and efficiency
- Take care of public employees
- Put structures and processes in place to manifest organizational values

- Share information and communicate accurately and honestly
- Be transparent about budgeting and funding decisions
- Be transparent about data usage and communication
- Be clear and upfront about fees, taxes, program costs, services, and experiences
- Provide transparent and actionable leadership communications

- Perform with distinction by ensuring services and programs are good-quality, accessible, and safe to use
- Possess the means to do what constituents expect the agency to do
- Offer good value for taxpayers' money
- Ensure public employees and administrators are competent and understand how to respond to constituent needs

- Consistently deliver programs, services, and experiences with excellence
- Continually improve the quality of programs and services
- Keep and deliver on promises
- Resolve constituent issues in an adequate and timely manner
- Ensure data integrity and protection

Source: Deloitte analysis.

Marco Teórico

¿Qué miden las encuestas de confianza?

En "¿Qué miden las encuestas de confianza?", Masamichi Sasaki examina el concepto de confianza y su medición a través de encuestas de opinión pública. Sasaki sostiene que la confianza es un concepto multifacético y que la medición de la confianza a través de encuestas puede ser problemática si no se entienden adecuadamente sus diferentes dimensiones.

Sasaki identifica tres dimensiones principales de la confianza: la confianza interpersonal, la confianza institucional y la confianza en los sistemas sociales más amplios, como la economía y la política. Cada dimensión de la confianza tiene sus propias características y determinantes, y es importante tener en cuenta estas diferencias al diseñar y analizar encuestas de opinión.

Marco Teórico

¿Qué miden las encuestas de confianza?

Sasaki también señala que las encuestas de confianza pueden verse afectadas por sesgos de respuesta y problemas metodológicos, como la falta de comparabilidad entre diferentes encuestas y la falta de claridad en la definición de los términos utilizados en las preguntas de la encuesta.

En resumen, el artículo de Sasaki enfatiza la necesidad de comprender las diferentes dimensiones de la confianza y los posibles sesgos y problemas metodológicos asociados con la medición de la confianza a través de encuestas de opinión. Al considerar estas cuestiones, los investigadores pueden obtener una mejor comprensión de cómo la confianza afecta el comportamiento y las actitudes de las personas en una variedad de contextos sociales.

Marco Teórico

Parceros por Bogotá

Building social capital: Conditional cash transfers and cooperation (2014) de Attanasio y Reyes, *The Effects of Conditional Cash Transfers on Social Engagement and Trust in Institutions* (2014) de Camacho y *Cash transfers increase trust in local government* (2019) de Evans, Holtemeyer & Kosec





Confianza

Proyecto Capstone Inter-Maestría

2023

Universidad Externado de Colombia

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE GOBIERNO

BOGOTÁ