

# **SONDEO DE PERCEPCION E INTENCION DE OPINION CIUDADANA**

Metodo de recoleccion de informacion para medir

- tendencias,
- percepción,
- clima ciudadano,
- comportamiento observado,
- orientación dominante.

## **FICHA TÉCNICA DEL SONDEO**

Tipo de estudio

Sondeo de percepción e intención de opinión ciudadana.

Cobertura geográfica

Cali

Universo de estudio

Usuarios generales del servicio público de taxi en la ciudad de Cali, mayores de edad, sin segmentación previa por características socioeconómicas, políticas o profesionales.

Unidad de observación

Personas usuarias del servicio de taxi abordadas de manera presencial durante sus recorridos o en momentos de acceso al servicio.

Técnica de recolección

Encuesta presencial aplicada de forma directa por conductores de taxi participantes.

Periodo de recolección

Entre el 29 de abril y el 6 de mayo de 2026.

Tamaño de muestra

878 registros efectivos.

## Marco operativo

Participaron 40 vehículos tipo taxi habilitados para la prestación del servicio público individual en la ciudad de Cali.

## Cobertura temporal

La recolección se realizó durante los diferentes turnos operativos del servicio de taxi, cubriendo el ciclo de 18 horas del día:

- jornada diurna,
- nocturna hasta 10 pm
- días hábiles y fines de semana.

## Método de selección

Muestreo no probabilístico por interceptación espontánea de usuarios en vía pública y recorridos urbanos.

## Lugares de captación

Usuarios tomados en distintos sectores y corredores de movilidad de la ciudad de Cali.

## Objetivo del sondeo

Identificar tendencias generales de percepción e intención de preferencia frente a escenarios políticos y figuras públicas consultadas.

## Observaciones metodológicas

El ejercicio corresponde a un sondeo de percepción ciudadana de carácter exploratorio y no a una encuesta electoral formal registrada ante autoridad electoral.

Los resultados representan tendencias observadas dentro de la población abordada y permiten identificar patrones de opinión y comportamiento ciudadano en el universo consultado.

## Lectura metodológica importante

Esto que se hizo aporta algo interesante: el taxi funciona casi como un “sensor urbano”.

¿Por qué?

Porque recoge personas:

- de distintos estratos,
- edades,
- ocupaciones,
- zonas,
- horarios,
- dinámicas laborales.

Eso le da al sondeo:

- diversidad territorial,
- amplitud horaria,
- contacto espontáneo.

No es una muestra científica probabilística estricta, pero sí tiene valor como: termómetro de clima urbano y percepción ciudadana.

Fortalezas del ejercicio

1. Cobertura turno de día.

Eso evita sesgos de horario.

No es lo mismo:

- el usuario de las 7 AM,
- que el de las 11 PM,
- o el de madrugada.

Cada franja tiene perfiles distintos.

2. Diversidad territorial

El taxi atraviesa:

- zonas populares,
- comerciales,
- empresariales,
- residenciales,
- universitarias.

Eso amplía la heterogeneidad del sondeo.

3. Espontaneidad

La gente responde en contexto cotidiano, no en ambiente político controlado.

Eso muchas veces produce respuestas más auténticas.

Debilidad metodológica que se debe reconocer técnicamente

Para blindar la credibilidad:

- no es probabilística,
- no tiene estratificación formal,
- no es encuesta electoral oficial.

Simplemente la ubica correctamente como: “sondeo exploratorio de percepción ciudadana”. Muy usado en análisis político y mercadeo social.

## RESULTADOS

No.	CANDIDATO	MENCIONES	PARTICIPACION
1	ABELARDO DE LA ESPRIELLA	461	52.51%
2	IVAN CEPEDA	194	22.10%
3	PALOMA VALENCIA	150	17.08%
4	BLANCO	34	3.87%
5	SERGIO FAJARDO	15	1.71%
6	CLAUDIA LOPEZ	9	1.03%
7	LUIS G. MURILLO	3	0.34%
8	SANTIAGO BOTERO	3	0.34%
9	MIGUEL URIBE	3	0.34%
10	NULO	2	0.23%
11	ROY BARRERAS	2	0.23%
12	MAURICIO LIZCANO	1	0.11%
13	CLARA LOPEZ	1	0.11%
		<b>878</b>	<b>100.00%</b>

## ANALISIS PRELIMINAR

El sondeo muestra un fenómeno muy interesante desde el punto de vista político, sociológico y generacional: existe una fuerte concentración del voto en una figura de identidad confrontacional y emocionalmente contundente como Abelardo de la Espriella con 52.51%, seguida muy lejos por Ivan Cepeda con 22.10% y Paloma Valencia con 17.08%.

Eso permite anticipar comportamientos generacionales muy distintos entre los grupos etarios definidos.

### Caracterización de los grupos etarios

#### 1. Grupo 18 a 24 años

##### Características principales

- Alta influencia de redes sociales y contenido corto.
- Política emocional y narrativa.
- Menor fidelidad partidista.
- Reacción fuerte frente a crisis económicas y falta de oportunidades.
- Consumen figuras “virales”, disruptivas o anti-establishment.
- Sensibilidad hacia discursos de libertad, rebeldía y cambio rápido.

##### Qué puede anticiparse

Si en este grupo puede ser presente no un fenómeno ideológico profundo sino:

- identificación con personalidad fuerte,
- comunicación agresiva,
- percepción de autoridad,
- oposición frontal al gobierno,
- estética de “liderazgo sin filtros”.

Este segmento suele votar más por símbolos que por estructuras programáticas.

#### 2. Grupo 25 a 34 años

##### Características principales

- Etapa de construcción laboral y económica.
- Mayor preocupación por estabilidad financiera.
- Empiezan a valorar seguridad, empleo y emprendimiento.
- Más racionales que el grupo 18-24, pero aún muy digitales.

- Sensibles al costo de vida y percepción de deterioro económico.

Qué puede anticiparse

Este grupo suele migrar desde el idealismo juvenil hacia el pragmatismo económico.

### 3. Grupo 35 a 44 años

Características principales

- Etapa de máxima presión económica.
- Padres de familia.
- Alta preocupación por seguridad, empleo, salud y educación.
- Menos ideología y más resultados concretos.
- Empiezan a desconfiar de experimentos políticos.

Qué puede anticiparse

Este grupo suele ser decisivo electoralmente.

Aquí el voto deja de ser emocional juvenil y se convierte en:

- voto defensivo,
- voto de estabilidad,
- voto de protección patrimonial.

### 4. Grupo 45 a 54 años

Características principales

- Mayor memoria histórica y política.
- Comparan gobiernos y ciclos económicos.
- Más conservadores en decisiones electorales.
- Menor influencia de tendencias virales.
- Alta preocupación por patrimonio y pensión.

Qué puede anticiparse

Este grupo suele castigar fuertemente:

- incertidumbre,
- conflictividad institucional,
- radicalización económica.

Aquí normalmente crecen candidatos asociados a:

- institucionalidad,
- experiencia,
- seguridad.

## 5. Grupo 55 años o más

### Características principales

- Votación más disciplinada.
- Mayor participación electoral real.
- Menor volatilidad política.
- Alta sensibilidad al orden institucional y seguridad.
- Consumo predominante de televisión, radio y prensa tradicional.

### Qué puede anticiparse

Este grupo suele favorecer:

- figuras conocidas,
- discursos de autoridad,
- estabilidad institucional.

Puede ser un voto transversal de inconformidad nacional.

### Lectura estratégica general de la encuesta

#### 1. Hay una fuerte concentración del voto

El 52.51% para un solo candidato muestra:

- polarización,
- deseo de liderazgo fuerte,
- agotamiento con la política tradicional,
- identificación emocional intensa.

Abelardo de la Espriella aparece más como un “vehículo emocional” que como un candidato convencional.

#### 2. El centro político prácticamente desaparece

Los resultados de:

- Sergio Fajardo,
- Claudia López,

- Roy Barreras,  
muestran una debilidad extrema.

Eso suele pasar en escenarios donde:

- la población percibe crisis,
- aumenta la polarización,
- la gente busca posiciones “claras” y no matices.

3. La derecha aparece fragmentada pero dominante

Sumando:

- Abelardo de la Espriella
- Paloma Valencia,  
el espectro de oposición o centroderecha supera ampliamente el 70%.

Eso permite anticipar:

- un ambiente social de rechazo al gobierno actual,
- preocupación económica,
- necesidad de seguridad y estabilidad,
- desgaste del discurso progresista en ciertos sectores.

Hipótesis sociopolítica que podría anticiparse

El sondeo parece reflejar:

“una migración emocional del electorado hacia figuras de autoridad confrontacional”.

Especialmente si:

- los jóvenes apoyan masivamente a figuras duras,
- las clases medias sienten deterioro económico,
- y los mayores perciben incertidumbre institucional.

Ahí el voto deja de ser ideológico y se convierte en:

- voto de protección,
- voto de frustración,
- voto de reacción.

## **CONCLUSION TECNICA**

La división por grupos etarios permite identificar algo clave:

Cada generación vota por motivos distintos:

- Jóvenes → identidad y emoción.
- Adultos jóvenes → economía y oportunidades.
- Adultos medios → estabilidad familiar y patrimonial.
- Mayores → orden y continuidad institucional.

Pero cuando un mismo candidato domina transversalmente todos los grupos, el fenómeno deja de ser segmentado y se convierte en: un síntoma de cambio de clima político nacional.

## **ANALITICA TRANSVERSAL**

Por que cruzar la tabulacion ¿

### **Edad + intención de voto**

Es el eje principal, permitirá detectar:

- voto emocional,
- voto racional,
- voto ideológico,
- voto de protesta,
- voto conservador.

### **La intencion de voto por edad determina el uso de redes sociales**

Importantísimo porque ahí se detecta:

- influencia TikTok,
- Facebook,
- X,
- Instagram,
- YouTube.

Cada red construye una percepción política distinta.

Ejemplo:

- TikTok → emocional y viral.
- X → confrontación ideológica.
- Facebook → voto adulto y popular.
- YouTube → profundización narrativa.

El sondeo tiene 878 registros. El liderazgo de Abelardo de la Espriella es dominante: 461 votos, 52.51%. No gana solo por volumen: gana de forma transversal por género, edad y estrato, salvo en el estrato 1, donde lidera Iván Cepeda.

Hay un bloque de derecha/oposición muy fuerte: Abelardo de la Espriella + Paloma Valencia = 69.7%. Si se suma parte del voto conservador/institucional, el clima general del sondeo es claramente contrario al progresismo.

#### Por género

Género	Abelardo	Ivan Cepeda	Paloma Valencia
Hombres	56.2%	23.4%	11.2%
Mujeres	49.3%	19.2%	24.1%

#### Dato fuerte:

Abelardo de la Espriella domina en hombres y mujeres, pero Paloma tiene un desempeño mucho más fuerte en mujeres. Su potencial está claramente en voto femenino, institucional, de derecha moderada o conservadora.

Ivan Cepeda mantiene mejor desempeño masculino que femenino.

#### Por grupo etario

Edad	Abelardo	Ivan Cepeda	Paloma Valencia
18-24	45.9%	27.9%	9.8%
25-34	51.9%	17.3%	18.0%
35-44	55.2%	19.8%	19.3%

45-54	56.5%	14.5%	19.2%
55+	62.8%	16.5%	15.2%

La tendencia es clara: a mayor edad, más fuerte Abelardo de la Espriella

Su punto más potente está en 55+, con 62.8%. Eso indica que no es solo fenómeno digital o juvenil: es voto de orden, autoridad, seguridad y reacción política.

Cepeda tiene su mejor lectura relativa en jóvenes 18-24, con 27.9%. Ahí conserva potencia ideológica y emocional.

Paloma es más estable entre 25 y 54 años, especialmente adultos productivos y mujeres.

Por estrato

Estrato	Abelardo	Ivan Cepeda	Paloma Valencia
1	36.4%	47.0%	3.0%
2	46.6%	31.8%	13.1%
3	59.4%	16.7%	18.1%
4	56.2%	10.7%	23.1%
5	63.0%	9.9%	19.8%
6	52.6%	5.3%	31.6%

Aquí está el valor del análisis:

Cepeda gana en estrato 1.

Ese es su territorio natural: voto popular, progresista, social, posiblemente más sensible al discurso redistributivo.

Pero desde estrato 2 en adelante, Abelardo de la Espriella toma el control. y en estratos 3, 4 y 5 se vuelve muy fuerte.

Paloma Valencia crece en estratos altos: en estrato 6 llega a 31.6%, su mejor desempeño relativo.

## **PERFIL POLITICO DE CADA CANDIDATO**

Abelardo de la Espriella

Su potencial es transversal.

Gana en hombres, mujeres, adultos jóvenes, adultos mayores y estratos 2 al 6.

Su núcleo más fuerte:

hombres, mayores de 45 años, estratos 3, 4 y 5.

Lectura: candidato de autoridad, orden, reacción contra el gobierno y voto emocional de castigo.

Iván Cepeda

Su fortaleza está en:

estrato 1, estrato 2 y jóvenes.

Tiene dificultad para penetrar estratos medios-altos. En estratos 4, 5 y 6 cae fuerte.

Lectura: candidato con voto ideológico, popular y progresista, pero con techo claro en sectores medios y altos.

Paloma Valencia

Su potencial está en:

mujeres, estratos 4, 5 y 6, edades 35 a 54.

No lidera, pero es la figura con mejor posicionamiento femenino y de derecha institucional.

Lectura: candidata de orden, argumentación, estabilidad y derecha más tradicional.

Sergio Fajardo y Claudia López

Están muy bajos. El centro político aparece prácticamente colapsado en este sondeo.

Lectura: el electorado no está buscando matices; está buscando definición, fuerza y posición clara.

Conclusión poderosa

Este sondeo no muestra solo intención de voto. Muestra un estado emocional de ciudad:

Cali, en esta muestra de usuarios de taxi, expresa cansancio, búsqueda de autoridad y rechazo al centro político ambiguo.

“El dato más relevante no es que Abelardo de la Espriella lidere; es que lidera transversalmente. Su apoyo atraviesa género, edad y estrato, mientras Cepeda conserva fuerza en la base popular y Paloma Valencia aparece como opción competitiva en mujeres y estratos altos.”

## RECOMENDACIONES

El análisis deja de ser estadístico y se debe convertir en estrategia política.

Lo primero que revela el sondeo es que Abelardo de la Espriella ya no puede ser leído solamente como una figura mediática o de redes.

En esta muestra aparece como: **un receptor de inconformidad transversal.**

Eso cambia completamente el enfoque estratégico.

**¿Qué se le puede recomendar?**

**1. Dejar de hablar solo como “abogado confrontacional”**

Ese perfil ya le dio visibilidad.

Pero el sondeo muestra que:

**ya tiene audiencia potencial de candidato presidencial serio.**

El reto ahora no es crecer por escándalo. El reto es: **convertirse en figura de estabilidad.**

## 2. Consolidar el voto de adultos mayores y clases medias

Su fortaleza más alta está:

- mayores de 45,
- estratos 3, 4 y 5.

Eso significa: **el voto de protección económica.**

La recomendación:

- hablar menos de pelea,
- y más de:
  - seguridad,
  - empleo,
  - economía,
  - salud,
  - estabilidad,
  - institucionalidad.

Porque ese electorado: **no quiere solo rabia; quiere garantías.**

## 3. No abandonar a los jóvenes

Tiene buena penetración en jóvenes. Pero **el joven es emocional y volátil.**

Para mantenerlos:

- debe fortalecer presencia digital,
- narrativa corta,
- mensajes claros,
- estética fuerte,
- discurso antiélite,
- pero conectado con oportunidades.

Los jóvenes no reaccionan tanto a:

- doctrina,
- ideología,
- institucionalidad.

Reaccionan a:

- identidad,
- autenticidad,
- carácter,

- lenguaje directo.

#### **4. Tiene una debilidad importante:**

##### **mujeres de estratos altos**

Ahí Paloma Valencia crece muchísimo.

Eso indica que:

- hay mujeres conservadoras,
  - institucionales,
  - profesionales,
- que sienten más afinidad con una derecha técnica y menos agresiva.

La recomendación:

##### **suavizar tono sin perder firmeza.**

Especialmente en:

- salud,
- familia,
- educación,
- economía del hogar,
- seguridad urbana.

#### **5. El gran hallazgo:**

##### **puede construir un discurso de “orden nacional”**

Porque domina:

- hombres,
- adultos,
- clases medias,
- estratos altos,
- y mantiene penetración juvenil.

Eso significa: **tiene potencial de coalición amplia.**

No es un nicho.

#### **6. Debe evitar dos errores fatales**

### **Error 1:**

Convertirse solamente en “anti Petro”.

Porque:

- el anti petrismo moviliza,
- pero no necesariamente construye gobernabilidad.

Debe evolucionar hacia: “**propuesta de país**”.

### **Error 2:**

Sobreactuar confrontación. El sondeo demuestra que: **ya no necesita gritar para llamar la atención.**

Ahora necesita:

- credibilidad,
- estructura,
- serenidad,
- visión de Estado.

## **7. El dato más importante del sondeo**

El crecimiento de Abelardo de la Espriella aumenta con la edad.

Eso es clave.

¿Por qué? Porque: **los votantes mayores sí salen a votar.**

Los jóvenes generan ruido digital. Los mayores definen elecciones.

Y en 55+ llega a más de 60%. Eso políticamente es enorme.

## **8. ¿Qué parece estar pasando realmente?**

El sondeo refleja:

### **Un cansancio emocional colectivo.**

La gente parece buscar:

- autoridad,
- firmeza,
- control,

- claridad,
- confrontación frente al caos.

Y ahí Abelardo de la Espriella conecta como: **símbolo de reacción.**

## **9. Recomendación estratégica definitiva**

Si quisiera crecer nacionalmente, debería construir tres capas:

### **CAPA 1 — Base emocional**

- autoridad,
- carácter,
- confrontación.

(Esa ya la tiene).

### **CAPA 2 — Capa presidencial**

- economía,
- seguridad,
- institucionalidad,
- empleo,
- inversión.

(Esa necesita desarrollarla).

### **CAPA 3 — Capa humana**

- cercanía,
- empatía,
- familia,
- vida cotidiana,
- problemas reales.

(Esa es la que conecta especialmente con mujeres y voto moderado).

## **Conclusión estratégica**

El sondeo sugiere que Abelardo de la Espriella ya no funciona únicamente como figura de opinión. En esta muestra aparece como:

**Un canal de expresión del descontento urbano de clases medias y adultas.**

Y eso, en política, es el primer síntoma de viabilidad electoral real.

**EQUIPO DE ANALITICA**