Percepción pública y conocimiento sobre el trabajo del Banco de la República

Borradores de Economia
Número:
1306
DOI:
https://doi.org/10.32468/be.1306
Publicado:
Jueves, 13 Marzo 2025
Authors:
Luis Eduardo Castellanos-Rodríguez[e],
Andrea López-Rodríguez[a],
Diego A. Rodríguez-Pinilla[a],
María del Pilar Esguerra Umaña[a],
Jean-Louis Arcand[e]
Ver más
[e]Externo
[a]Banco de la República, Colombia
Clasificación JEL:
A2, E58, D83, D89, G53
Palabras clave:
Banco de la República, Percepción pública (24947), Conocimiento, Comunicación, Confianza, Inflación (11211)
Resumen:

Este artículo, basado en una encuesta, dirigida a la población adulta del país, revela que el 95% de los colombianos, en efecto, ha oído hablar del Banco de la República, y que el 38,4% de los ciudadanos confía parcial o completamente en sus acciones. Este porcentaje es significativamente mayor entre públicos más especializados, como empresarios o líderes de opinión, quienes en la mayoría de los casos otorgan calificaciones superiores a 4,5, consolidando al Banco de la República como la institución más confiable en Colombia. Sin embargo, en 2023, solo el 44,6% de los encuestados sabía que el Banco de la República es la institución responsable de mantener la inflación baja y estable en Colombia. Aunque esta cifra sigue siendo minoritaria, representa un avance significativo de 14,9 puntos porcentuales en comparación con el 29,7% registrado en la encuesta piloto realizada en 2022. Por otra parte, alrededor del 61% de los encuestados afirmó que las comunicaciones del Banco de la República no son fáciles de entender, lo que representa un desafío significativo para el Departamento de Comunicación y Educación Económica, quien debe enfocarse en producir contenidos con un lenguaje claro y accesible, que permita difundir de manera efectiva los mensajes del Banco. Sin una comunicación eficaz, la transmisión de la política monetaria puede verse comprometida. Además, la encuesta también mostró que la televisión y las redes sociales son las principales fuentes de información sobre el Banco de la República. Por tanto, es fundamental mantener una relación sólida con periodistas especializados en Economía y, además, fortalecer la colaboración con influenciadores en temas económicos y

financieros. Esto permitiría ampliar el alcance y la efectividad de las comunicaciones del Banco, conservando la rigurosidad técnica de su contenido.

Descargar documento

- Enfoque
- Contribución
- Resultados

Lo más reciente

Impacto del cambio demográfico en las emisiones de CO_2: el papel del consumo
Jhorland Ayala-García, Jaime Bonet-Morón, Eduardo A. Haddad, Inácio F. Araújo
Remesas, crecimiento y convergencia económica regional: evidencia para los departamentos de Colombia
Clark Granger, Jhorland Ayala-García, Fabio Montenegro Aparicio
Adaptación a mitigaciones fallidas: impactos sociales y económicos de la electrificación de mini-redes solares en comunidades insulares colombianas
Hans-Erik Edsand, Andrés Aleán-Romero, Jhorland Ayala-García, Tania Jiménez Castilla, Sandra C. Valencia
Otras Publicaciones

Enfoque

El artículo analiza la percepción pública y el nivel de conocimiento sobre el Banco de la República de Colombia y los factores que influyen en la efectividad de su comunicación. Entre estos factores, se destaca el nivel de conocimiento de los colombianos sobre distintos fenómenos económicos y las funciones del banco central, lo que dificulta la adecuada valoración de su labor. Estos hallazgos son fundamentales para orientar la estrategia de comunicación efectiva, ya que es crucial que los ciudadanos comprendan y aprecien la labor del Banco en la economía del país para fortalecer la efectividad de su política monetaria dentro del esquema de inflación objetivo.

Contribución

Para superar estas limitaciones, el Banco de la República implementó encuestas piloto y, en 2023, realizó una encuesta representativa de la población adulta del país. Esta encuesta reveló datos importantes, como el hecho de que el 95% de los colombianos ha oído hablar del Banco, pero solo el 44,6% lo identifica como responsable de mantener la inflación baja y estable. También destacó que las comunicaciones del Banco no son fáciles de entender para el 61% de los encuestados. Esta investigación contribuye al aportar un diagnóstico reciente sobre los niveles de conocimiento y percepción que tienen los colombianos sobre el rol que desempeña el Banco de la República. Asimismo, se profundizan los resultados acerca del grado de conocimiento que tiene la población colombiana sobre la inflación. El artículo sugiere que el Banco continúe fortaleciendo su comunicación mediante el uso de lenguaje claro y accesible, y aproveche los medios más consultados, como la televisión y las redes sociales, en colaboración con periodistas e influenciadores especializados en temas

económicos.

El Banco de la República implementó encuestas piloto y, en 2023, realizó una encuesta representativa de la población adulta del país. Esta reveló datos importantes, como que el 95% de los colombianos ha oído hablar del Banco, pero solo el 44,6% lo identifica como responsable de mantener la inflación baja y estable.

Resultados

Los resultados evidencian un avance en el conocimiento público respecto a encuestas previas, como el aumento de 14,9 puntos porcentuales en el reconocimiento del rol del Banco en controlar la inflación (del 29,7% en 2022 al 44,6% en 2023). Sin embargo, persisten grandes desafíos, como una comprensión limitada de variables económicas como la inflación y la existencia de conceptos erróneos sobre las funciones y naturaleza del Banco, como su responsabilidad en el establecimiento de la tasa de usura, su relación con entidades financieras y su independencia del Gobierno.

Finalmente, se identificó la necesidad de seguir fortaleciendo y profundizando la comunicación estratégica del Banco para mejorar la comprensión y la percepción de su labor entre el público general.