



La Ruta hacia la Presidencia

Consulta



Febrero del 2026





Objetivo general

Entender el imaginario Colectivo en la población general del país.



Metodología

Encuestas presenciales en los hogares con una duración máxima de 60 minutos



Universo Poblacional

- **Departamentos:** 18 ciudades con mayor votación al Congreso en el 2022.
- **Género:** Mujeres y hombres
- **Edad:** 18 años en adelante
- **Estratos:** 1 al 6
- **Condición especial:** Interés por votar en las próximas elecciones al Congreso, especialmente en la Consulta Interpartidista.



Muestra

1335 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

Ciudad	Total	Ciudad	Total	Ciudad	Total
Bogotá	198	Cúcuta	75	Popayán	55
Medellín	115	Pasto	65	Neiva	55
Cali	115	Ibagué	65	Sincelejo	46
Barranquilla	95	Pereira	59	Montería	45
Cartagena	77	Tunja	59	Valledupar	45
Bucaramanga	76	Santa Marta	56	Soacha	34

Margen de error observado: 2,7% para una confianza del 95%.
Ponderación: por municipio, género, rango de edad y estrato.
Fecha de realización de campo: del 18 al 24 de febrero de 2026
Número de encuestadores: 133 encuestadores y 11 supervisores
Métodos de validación: revisión directa del 5% de las encuestas realizadas y backchecking del 10% de las encuestas.



Muestreo

Muestreo aleatorio estratificado de conglomerados multietápico en hogares.



MÉTODO DE VALIDACIÓN:

Revisión del 100% de las encuestas y supervisión el 5%.



MARCO DE MUESTREO :

La selección de la muestra se desarrolló mediante un diseño por etapas sucesivas. En la primera etapa, el marco de muestreo correspondió a la lista de municipios, definida a partir de las proyecciones de población del DANE (actualización post COVID-19, año 2025), considerando únicamente las áreas urbanas. En la segunda etapa, el marco estuvo constituido por el listado de barrios urbanos, clasificados según su nivel socioeconómico (NSE), junto con la manzana de punto de partida seleccionada dentro de cada barrio, apoyada en la planimetría urbana y en el Marco Geoestadístico Nacional del DANE. En la tercera etapa, se realizó un barrido vivienda a vivienda dentro de la manzana seleccionada, registrando todas las unidades residenciales. Finalmente, en la cuarta etapa, se elaboró un listado de los integrantes de cada vivienda que cumplían con los criterios específicos del estudio (personas mayores de 18 años, residentes en la vivienda), y se seleccionó aleatoriamente a una persona para participar.



PROCEDIMIENTO UTILIZADO PARA SELECCIONAR LAS UNIDADES MUESTRALES:

Muestreo estratificado por ciudad: Se implementó un muestreo estratificado con selección aleatoria sistemática de puntos muestrales dentro de cada ciudad, Cuando el municipio contaba con un listado formal de barrios, se realizó una selección aleatoria sistemática de barrios, previamente ordenados por nivel socioeconómico (NSE). En los municipios que no disponían de barrios definidos, se construyeron mapas de segmentación, dividiendo el área urbana en zonas operativas de encuestación, que funcionaron como unidades equivalentes a barrios. En ambos casos, se asignó una manzana de inicio para orientar el operativo de campo. Selección de manzanas: Para cada barrio o zona seleccionada, se eligió aleatoriamente una manzana de punto de partida, manteniendo el ordenamiento por nivel socioeconómico. Selección de viviendas: En cada manzana seleccionada, se aplicó una selección aleatoria sistemática de cuatro viviendas, garantizando una distribución uniforme dentro del área urbana. Selección del encuestado: En cada vivienda se listaron todas las personas mayores de 18 años residentes habituales, y se seleccionó aleatoriamente una persona para participar en la encuesta. Reemplazos de puntos muestrales: En los casos en que fue necesario reemplazar un punto muestral debido a problemas de orden público, fuerza mayor u otras limitaciones operativas, se aplicaron los siguientes criterios: El municipio sustituto debía pertenecer a la misma región. Debía tener un tamaño poblacional similar al municipio original. Entre los municipios elegibles se seleccionó aquel con población más cercana al municipio inicialmente asignado.



Generalidades





Voto en las elecciones anteriores

¿Usted votó en las elecciones nacionales del 2022 en segunda vuelta?

Over Index



Si

77%



No

23%

No sabe no responde: -%

Br: 1335

	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa Marta	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Si	70%	76%	65%	73%	81%	84%	70%	84%	55%	90%	75%	86%	83%	87%	70%	87%	88%	99%	76%	79%	70%
No	30%	24%	35%	27%	19%	16%	30%	14%	45%	10%	25%	14%	17%	13%	30%	13%	12%	1%	23%	21%	30%
No sabe no responde: -%	198	115	115	95	76	77	45	75	65	56	55	59	46	34	65	45	55	59	809	466	60



El camino de las cosas del país

¿Cree usted que las cosas en el país van por buen o mal camino?

Over Index



Buen Camino

48%



Mal Camino

48%



No sabe no responde: 4%

Br: 1335

	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa Marta	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Buen Camino	42%	28%	57%	51%	37%	78%	59%	28%	42%	54%	38%	45%	73%	41%	42%	54%	64%	63%	51%	44%	47%
Mal Camino	56%	66%	42%	45%	58%	22%	37%	64%	41%	39%	62%	53%	27%	59%	56%	44%	27%	32%	46%	51%	46%
	198	115	115	95	76	77	45	75	65	56	55	59	46	34	65	45	55	59	809	466	60

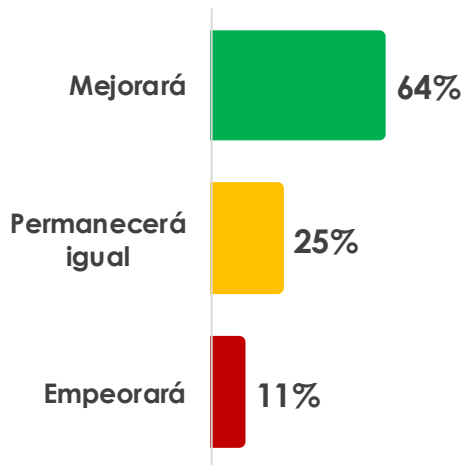


El camino de las cosas del país

Documento Confidencial - Prohibida su publicación.

¿Cree usted que su nivel de vida personal durante el próximo año...?

Over Index



	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa Marta	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Mejorará	58%	59%	72%	69%	51%	77%	97%	59%	63%	73%	49%	50%	68%	59%	67%	63%	77%	59%	66%	61%	63%
Permanecerá igual	31%	29%	19%	22%	30%	18%	3%	26%	28%	12%	35%	40%	20%	36%	22%	18%	23%	30%	24%	26%	25%
Empeorará	11%	13%	9%	9%	19%	6%	-	15%	10%	16%	17%	10%	12%	5%	12%	18%	-	11%	10%	13%	12%
	198	115	115	95	76	77	45	75	65	56	55	59	46	34	65	45	55	59	809	466	60

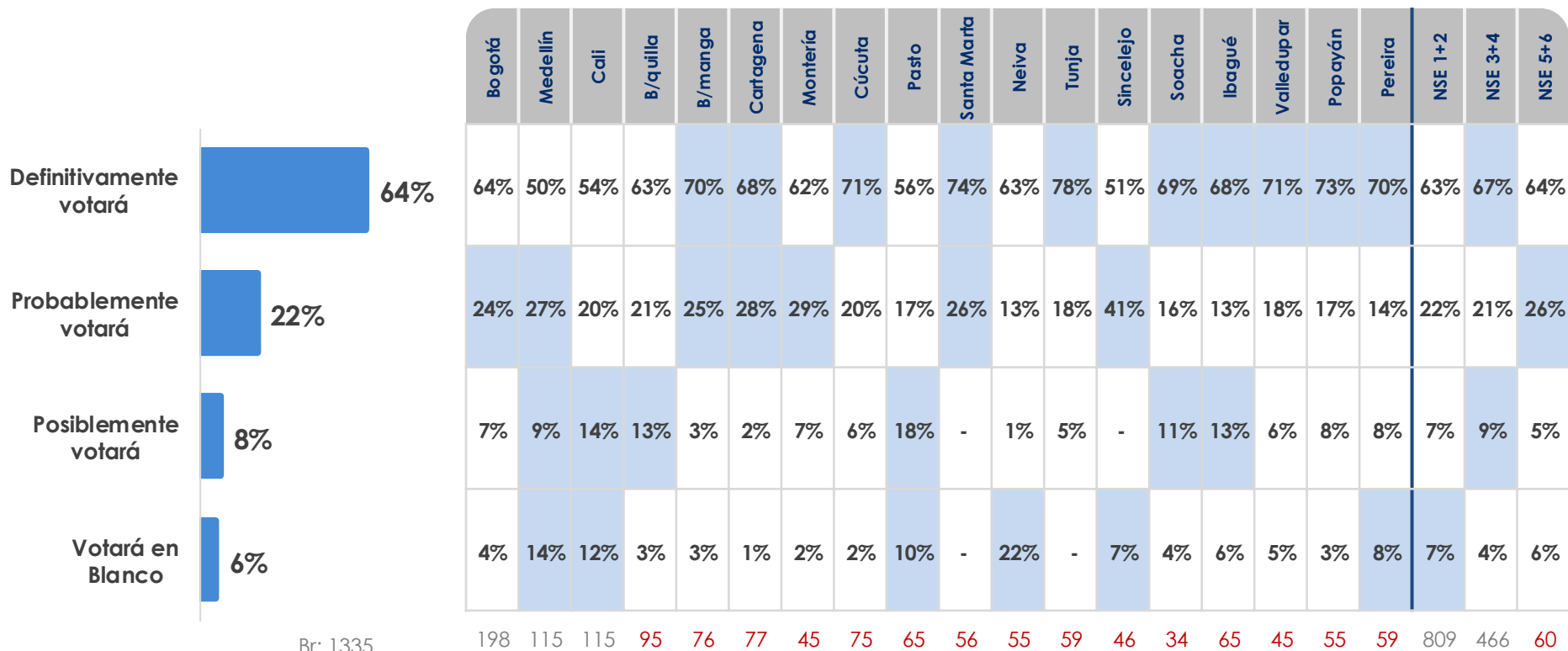
Br: 1335



Probabilidad de voto Senado y Cámara

¿Qué probabilidad hay de que usted vote en las próximas elecciones del 08 de marzo para Senado y Cámara?

Over Index



Br: 1335

198 115 115 95 76 77 45 75 65 56 55 59 46 34 65 45 55 59 809 466 60

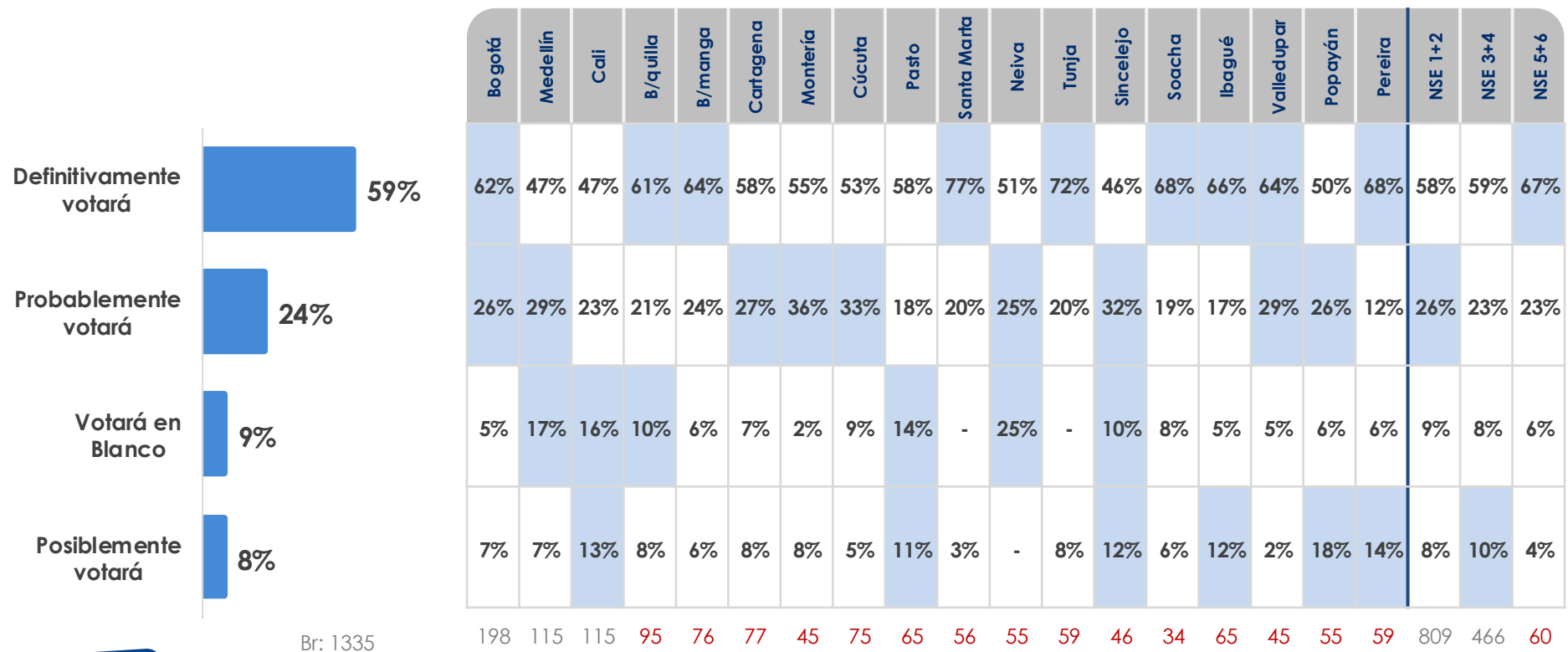


Probabilidad voto Consultas Interpartidistas

Documento Confidencial - Prohibida su publicación.

¿Qué probabilidad hay de que usted vote en las próximas elecciones del 08 de marzo en la Gran Consulta y la Consulta del Frente Amplio y las otras Consultas?

Over Index



Br: 1335

198 115 115 95 76 77 45 75 65 56 55 59 46 34 65 45 55 59 809 466 60



Favorabilidad e Intención de Voto



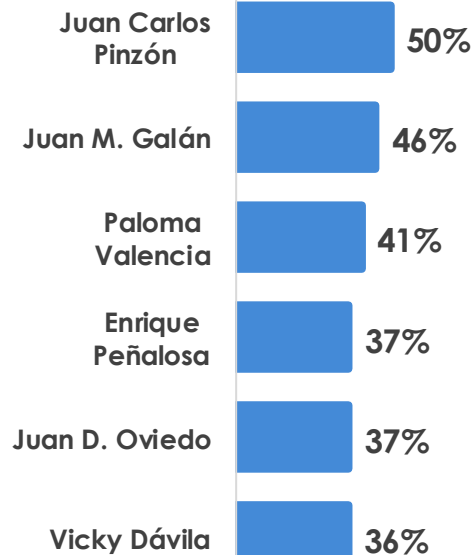


Favorabilidad de personajes

¿Voy a leerle una lista de personas. En una escala de 1 a 4 donde 1 es Muy desfavorable y 4 Muy favorable, por favor, dígame qué tan favorable es para usted...

Over Index

Favorable (Muy favorable + Algo favorable)



	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa María	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Juan Carlos Pinzón	52%	57%	38%	41%	55%	31%	45%	55%	69%	75%	57%	68%	48%	45%	45%	64%	29%	40%	49%	52%	54%
Juan M. Galán	37%	50%	44%	46%	47%	42%	50%	54%	70%	37%	48%	41%	52%	36%	38%	49%	46%	62%	45%	46%	57%
Paloma Valencia	47%	58%	33%	33%	49%	30%	46%	51%	35%	71%	43%	33%	38%	50%	30%	48%	18%	10%	42%	39%	38%
Enrique Peñalosa	37%	43%	28%	20%	43%	35%	41%	30%	51%	66%	37%	37%	47%	25%	28%	44%	28%	37%	37%	37%	37%
Juan D. Oviedo	44%	30%	24%	24%	57%	31%	34%	21%	46%	30%	49%	55%	68%	35%	28%	21%	20%	36%	36%	36%	45%
Vicky Dávila	35%	38%	29%	47%	45%	23%	38%	44%	34%	62%	44%	25%	41%	42%	25%	46%	13%	34%	39%	34%	23%

Br: 1335

198 115 115 95 76 77 45 75 65 56 55 59 46 34 65 45 55 59 809 466 60

*Datos no concluyentes

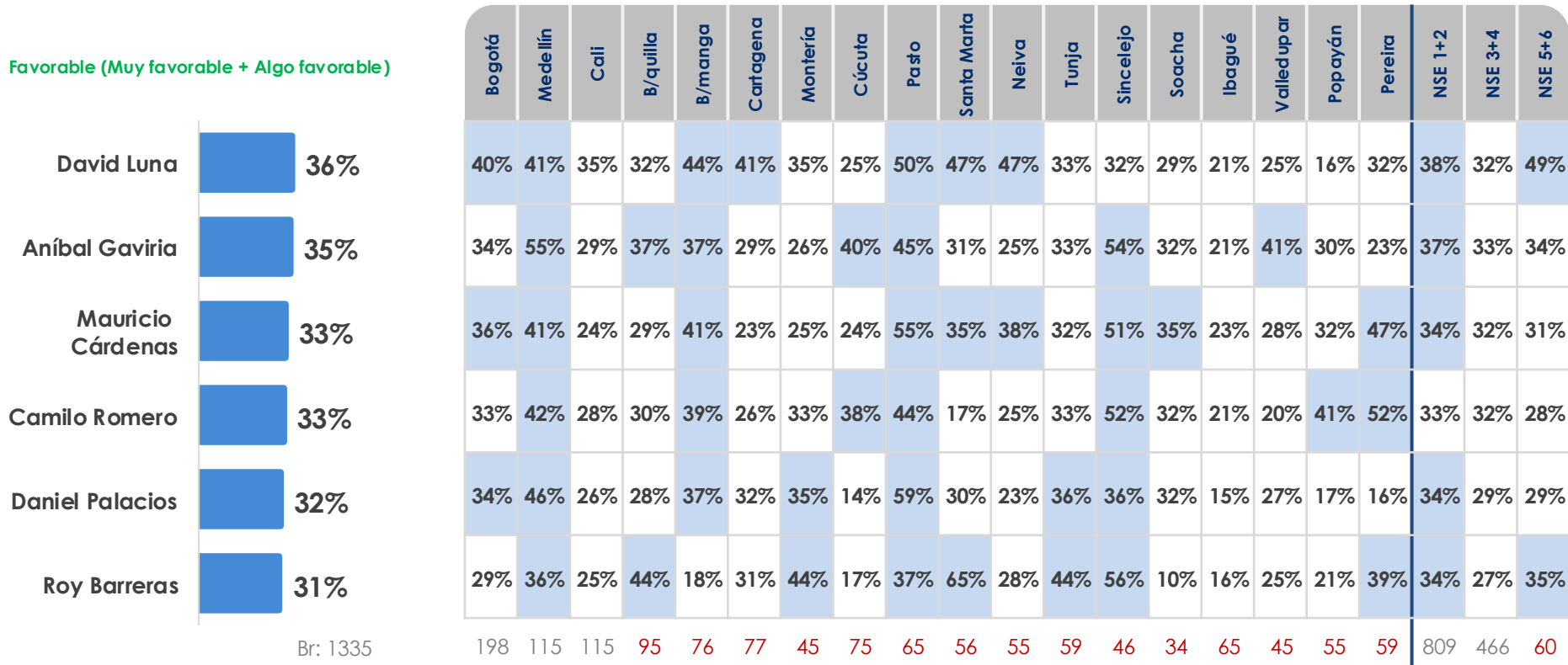


Favorabilidad de personajes

¿Voy a leerle una lista de personas. En una escala de 1 a 4 donde 1 es Muy desfavorable y 4 Muy favorable, por favor, dígame qué tan favorable es para usted...

Over Index

Favorable (Muy favorable + Algo favorable)



Br: 1335

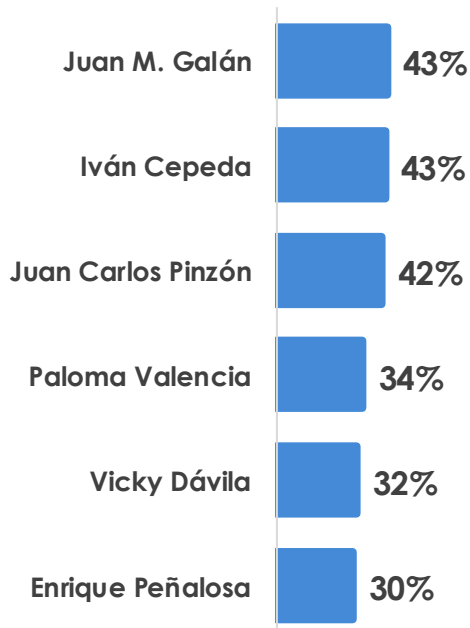


Confianza en los personajes

Teniendo en cuenta una escala de 1 a 5, donde 1 es Confío mucho y 4 es No confío para nada ¿Qué tanto confía usted en...?

Over Index

Confía (Confío mucho + Confío)



Br: 1335

	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa María	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Juan M. Galán	44%	36%	35%	38%	53%	44%	46%	42%	61%	24%	62%	43%	47%	48%	35%	44%	36%	62%	42%	44%	50%
Iván Cepeda	37%	32%	45%	41%	47%	67%	52%	25%	35%	48%	52%	43%	55%	28%	40%	35%	57%	47%	46%	38%	37%
Juan Carlos Pinzón	50%	43%	28%	34%	53%	43%	27%	33%	56%	43%	31%	57%	34%	38%	47%	52%	30%	26%	40%	43%	58%
Paloma Valencia	42%	37%	31%	29%	44%	19%	28%	43%	39%	60%	42%	19%	38%	42%	25%	21%	16%	21%	36%	32%	34%
Vicky Dávila	33%	27%	20%	43%	51%	15%	35%	38%	35%	46%	36%	13%	43%	35%	23%	44%	13%	31%	34%	29%	26%
Enrique Peñalosa	34%	29%	24%	17%	42%	41%	27%	23%	40%	51%	38%	16%	45%	19%	17%	29%	23%	31%	31%	27%	43%
	198	115	115	95	76	77	45	75	65	56	55	59	46	34	65	45	55	59	809	466	60

*Datos no concluyentes



Confianza en los personajes

Teniendo en cuenta una escala de 1 a 5, donde 1 es Confío mucho y 4 es No confío para nada ¿Qué tanto confía usted en...?

Over Index

Confía (Confío mucho + Confío)

Juan D. Oviedo 30%

Aníbal Gaviria 29%

David Luna 25%

Camilo Romero 22%

Mauricio Cárdenas 22%

Roy Barreras 22%

	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Cartagena	Montería	Cúcuta	Pasto	Santa María	Neiva	Tunja	Sincelejo	Soacha	Ibagué	Valledupar	Popayán	Pereira	NSE 1+2	NSE 3+4	NSE 5+6
Juan D. Oviedo	48%	14%	15%	25%	38%	39%	17%	9%	41%	14%	58%	43%	27%	36%	26%	25%	18%	21%	31%	30%	23%
Aníbal Gaviria	29%	42%	27%	35%	27%	33%	19%	30%	36%	14%	24%	22%	32%	27%	15%	27%	20%	32%	31%	25%	36%
David Luna	35%	19%	20%	30%	32%	36%	17%	21%	30%	25%	29%	15%	34%	29%	13%	17%	5%	11%	26%	22%	31%
Camilo Romero	28%	18%	22%	13%	26%	26%	21%	17%	47%	14%	20%	21%	23%	13%	16%	21%	24%	17%	22%	22%	30%
Mauricio Cárdenas	25%	22%	15%	23%	30%	28%	10%	18%	39%	22%	24%	15%	21%	29%	11%	22%	15%	18%	22%	21%	32%
Roy Barreras	24%	15%	19%	38%	16%	31%	31%	12%	28%	35%	17%	25%	24%	15%	9%	20%	14%	17%	24%	18%	27%

Br: 1335

198

115

115

95

76

77

45

75

65

56

55

59

46

34

65

45

55

59

809

466

60

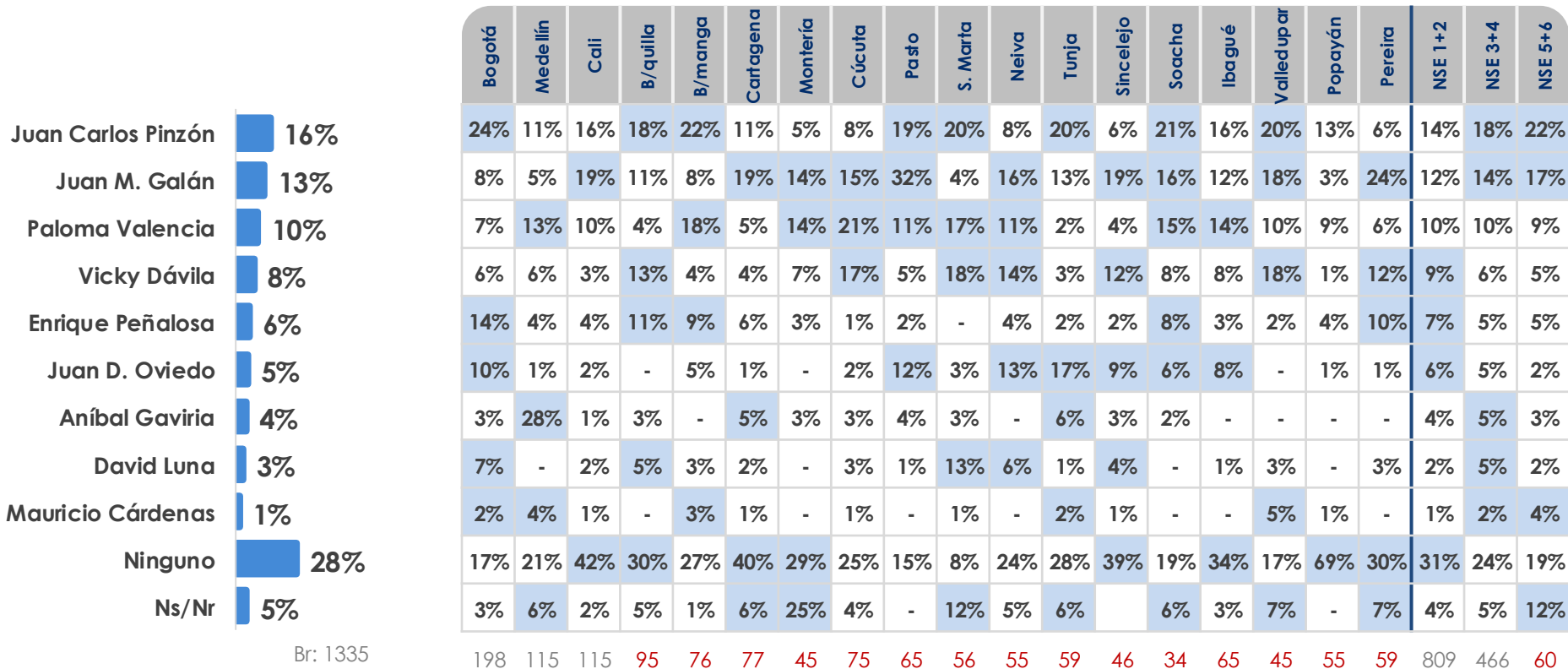
*Datos no concluyentes



Intención de voto Gran Consulta

Permítame mencionarle los nombres de la Gran Consulta para saber cómo quisiera Usted votar si las elecciones se celebrasen hoy y los candidatos fueran ... ¿Por quién votaría usted?

Over Index



Br: 1335

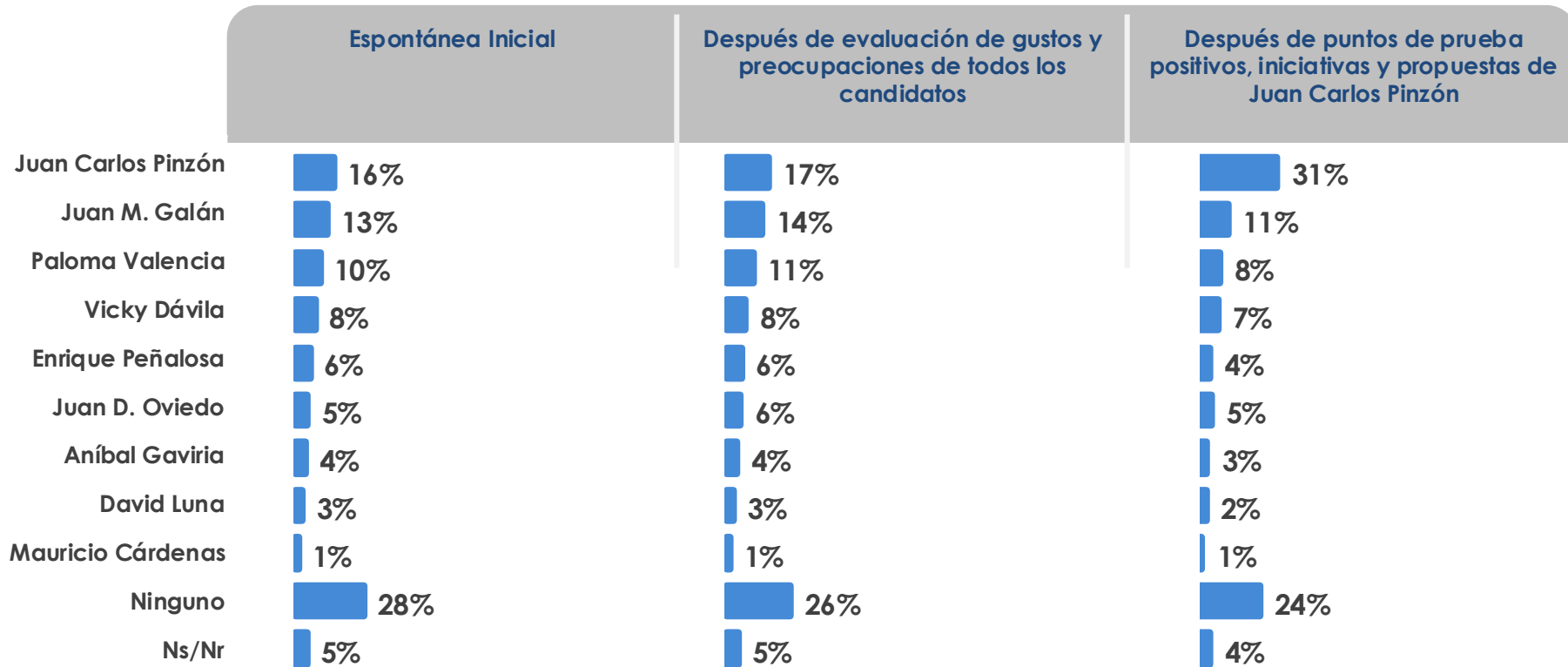
198 115 115 95 76 77 45 75 65 56 55 59 46 34 65 45 55 59 809 466 60

*Datos no concluyentes



Intención de voto Gran Consulta

A lo largo del cuestionario



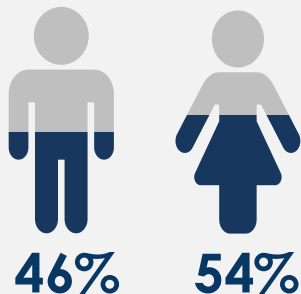


Demográficos





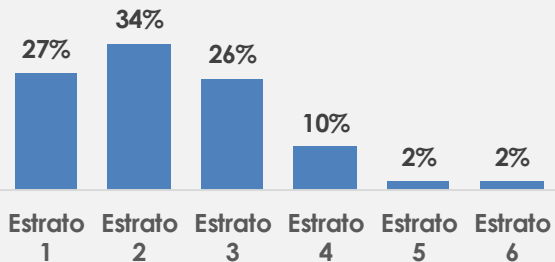
Género



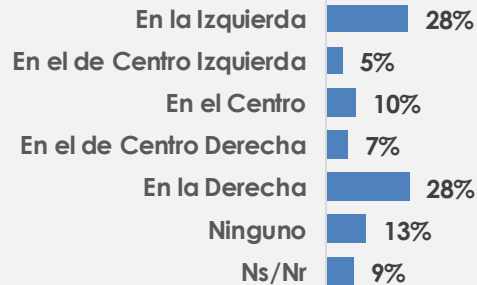
Edad



Estrato



Posición Política





Gracias



Ruta Estratégica



No todas las encuestas miden lo mismo.

Las telefónicas y digitales capturan opiniones rápidas;
la presencial y profunda de YanHaas captura
decisiones reales.



Hallazgo clave que otras encuestas no capturan

- La intención de voto por Pinzón se duplica tras conocer sus propuestas.
- Se reduce el voto “Ninguno”, rompiendo la apatía estructural.

Esto demuestra que existe un voto potencial subestimado en mediciones acotadas por NO estimar el posible comportamiento del electorado.



La medición presencial de YanHaas presenta un **mayor nivel de profundidad y confiabilidad**, derivado de la estructura metodológica del cuestionario y de la **calidad de la información obtenida a partir de las respuestas del entrevistado.**



Introducción

Objetivo general

El presente documento, junto con el cuestionario aplicado y los resultados obtenidos, tiene como objetivo aportar evidencia empírica para la definición, evaluación y optimización de estrategias y tácticas en el ámbito del marketing político, a partir de la identificación de escenarios de votación derivados de la opinión ciudadana representada en la muestra analizada.

En línea con los estándares internacionales de la consultoría en investigación política y estratégica, el estudio tiene como finalidad estimar el posible comportamiento del electorado bajo distintos escenarios informativos, de manera comparable a los ejercicios sociológicos que estudian las orientaciones y la opinión pública y que miden la intención de voto potencial mediante la pregunta estándar: *"Permítame mencionarle los nombres de la Gran Consulta para saber cómo quisiera usted votar si las elecciones se celebrasen hoy y los candidatos fueran... ¿Por quién votaría usted?"*

El estudio se sustenta en el *know how* estratégico y metodológico del director del proyecto. En este contexto, YANHAAS actúa como proveedor técnico responsable de la ejecución operativa del estudio, incluyendo la aplicación del instrumento de medición, el procesamiento riguroso de la información y el desarrollo de los cruces analíticos definidos por el Consultor, conforme a los objetivos del documento.

Los resultados de intención de voto y de elasticidad electoral —analizados por contienda y por candidato— se construyen a partir del nivel de conocimiento, evaluación y profundidad de la opinión ciudadana respecto de los atributos, variables e información electoral relevantes que se presentan al entrevistado. Este enfoque permite identificar los principales factores que inciden en la formación de la opinión y en la toma de decisión electoral.

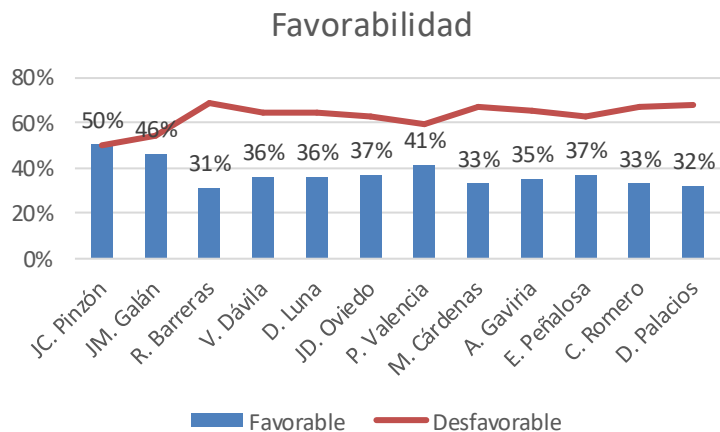
A lo largo del desarrollo del cuestionario y del análisis de los resultados, se cimienta una secuencia estructurada de intención de voto, derivada de la incorporación progresiva de información relevante al entrevistado, lo que permite observar la evolución de su comportamiento electoral y evaluar el impacto estratégico de distintos escenarios sobre la decisión de voto.



Precisiones

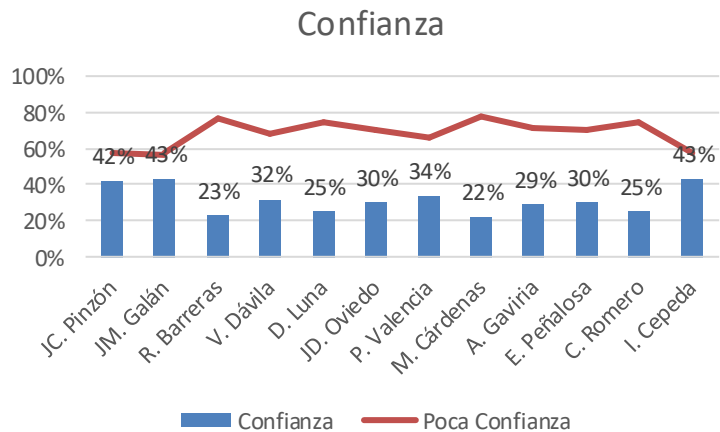
La Favorabilidad

La relación entre favorabilidad e intención de voto revela qué candidaturas convierten mejor su imagen positiva en apoyo electoral efectivo y dónde se concentran las principales brechas estratégicas.



Las brechas estratégicas surgen cuando la favorabilidad no se convierte en voto por problemas de relevancia, credibilidad, información o competencia.

La confianza... es un factor crítico, ya que determina la capacidad de transformar las propuestas y los atributos personales y políticos en intención efectiva de voto.



La confianza mejora con coherencia entre discurso y atributos, relevancia de propuestas, credibilidad y viabilidad, claridad informativa para convertir simpatía en intención de voto electoral.



En investigación cuantitativa, los atributos y propuestas se identifican como relevantes cuando, al incorporarse como información creíble en el cuestionario, generan cambios medibles en la Intención de Voto del ciudadano.

Y se consideran estratégicos cuando, tras ser procesados como información creíble, generan variaciones estadísticamente observables en la Intención de Voto.

El modelo operacionaliza una secuencia informativa que, mediada por confianza, estima elasticidades y construye escenarios para optimizar la conversión de información en Intención de Voto.

