

Percepción ciudadana del perfil político ambiental de los partidos políticos en Costa Rica

Estudio de opinión pública nacional

Agosto, 2013

Índice de contenidos

2

Introducción.....	3
Metodología.....	4
Objetivos.....	16
Análisis gráfico de resultados.....	18



Introducción

- El presente informe contiene los resultados de una investigación realizada para la Konrad Adenauer Stiftung (KAS), el cual se llevó a cabo en dos fases (cualitativa y cuantitativa) en Costa Rica, a fin de conocer la percepción de la población costarricense acerca de temas como el ambiental, la sostenibilidad del modelo de desarrollo y el uso de energías que sean compatibles con el ambiente
- El documento muestra un análisis gráfico de los hallazgos, así como el detalle de la metodología empleada. Con el fin de contextualizar los resultados que a continuación se muestran, es menester señalar que el trabajo de campo se llevó a cabo del 1º al 15 de julio la fase cualitativa y la aplicación de las entrevistas de la fase cuantitativa del 30 de julio al 15 de agosto del año 2013. Valga mencionar que los resultados de la investigación cualitativa sirvieron de fundamento para el diseño de los reactivos del instrumento de recolección de información cuantitativa, así como para aportar profundidad a los hallazgos de todo el estudio.
- Instituto Ciudadano agradece la confianza depositada en sus servicios y se pone a disposición de las personas destinatarias del presente documento, para ampliar o aclarar cualquier observación o duda a lo aquí expuesto. Al mismo tiempo agradece a la población costarricense que participó de este importante proyecto, aportando su opinión, en aras de generar procesos democráticos robustos y de bienestar para la misma ciudadanía.



METODOLOGÍA



I. Fase: Investigación cualitativa

CONCEPTO:	DESCRIPCIÓN:
País:	Costa Rica.
Población:	Persona adulta costarricense, residente en hogares particulares.
Informantes:	Hombres y mujeres, con 18 años y más de edad, residentes en hogares particulares en el Gran Área Metropolitana.
Técnica:	Sesiones de grupo.
Número de sesiones:	6 sesiones de grupo, mixtas (hombres y mujeres). a) Dos con informantes con edades entre los 18 y 24 años, que indiquen no simpatizar con partido político alguno y actualmente abstencionistas. b) Dos con informantes con edades entre los 18 y 24 años, simpatizantes con el Partido Unidad Social Cristiana. c) Dos con informantes con edades entre los 18 y 24 años, simpatizantes del Partido Liberación Nacional. IC se encargará del reclutamiento.



I. Fase: Investigación cualitativa

CONCEPTO:	DESCRIPCIÓN:
Ubicación y protocolo:	Las sesiones de grupo se realizarán en la sala de sesiones de grupo de Instituto Ciudadano, en San Rafael de Escazú, donde se brindará además alimentación e incentivo a las personas participantes por aproximadamente \$20-\$25 en efectivo o sistema de retribución canjeable (tarjetas para la redención del efectivo).
Instrumento:	Guía de contenidos cuya aplicación no supere los 60 minutos o 30 reactivos (preguntas), diseñada y discutida en conjunto con la KAS.
Fechas:	El diseño y logística del estudio tardará como máximo una semana (cinco días hábiles). El trabajo de campo (aplicación) durará aproximadamente una semana y se requerirá de al menos una semana más para procesamiento, análisis de resultados e informe preliminar (base para el estudio cuantitativo que a continuación se detalla).
Moderación y análisis:	Personal capacitado en el instrumento y con experiencia en la aplicación de la técnica en el ámbito nacional e internacional, por formación en Ciencias Políticas y al frente de un equipo interdisciplinario.

II. Fase: Investigación cuantitativa

CONCEPTO:	DESCRIPCIÓN:
País:	Costa Rica.
Población:	Persona adulta costarricense, residente en hogares particulares.
Informantes:	Hombres y mujeres, con 18 años y más de edad, residentes en hogares particulares.
Técnica:	Entrevista telefónica, a domicilios, hogares particulares donde reside la persona entrevistada.
Número de entrevistas:	823 entrevistas.
Muestreo:	Aleatorio, proporcional al peso poblacional de residentes por provincia.
Margen de error y nivel de confianza:	<ul style="list-style-type: none"> • $\pm 3,5$ puntos porcentuales, para cuando se trate del total de la muestra (n=823). • Todos calculados para un 95% de nivel de confianza, en sus resultados totales. • En caso que la tasa de respuesta a una pregunta sea menor y no desee considerarse el Ns/Nr el margen de error varía. • Resultados pueden sumar 101 ó 99 por efecto de redondeo.



II. Fase: Investigación cuantitativa (cont.)

CONCEPTO:	DESCRIPCIÓN:
Instrumento:	Cuestionario estructurado, mayoría (95%) de preguntas cerradas , cuya aplicación no supere los 20 minutos ó 40 reactivos.
Fechas:	El diseño y logística del estudio tardará como máximo una semana (cinco días hábiles). El trabajo de campo durará aproximadamente dos semanas. Se requerirá de al menos una semana más para procesamiento, análisis de resultados e informe.
Enumeradores:	Personal capacitado en el instrumento específico y con experiencia en la aplicación de la técnica.
Supervisión:	No inferior al 40% de los instrumentos aplicados , efectuada dentro de las 24 horas posteriores al trabajo de campo , así como crítica de escritorio.
Procesamiento:	Efectuado con programas estadísticos , revisión de datos y salidas (outputs) según formato deseado por el contratante (ASCII, CSV, Db, SAV, XLS).

Metodología

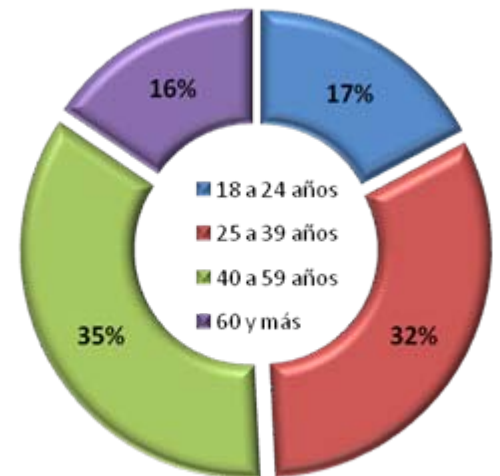
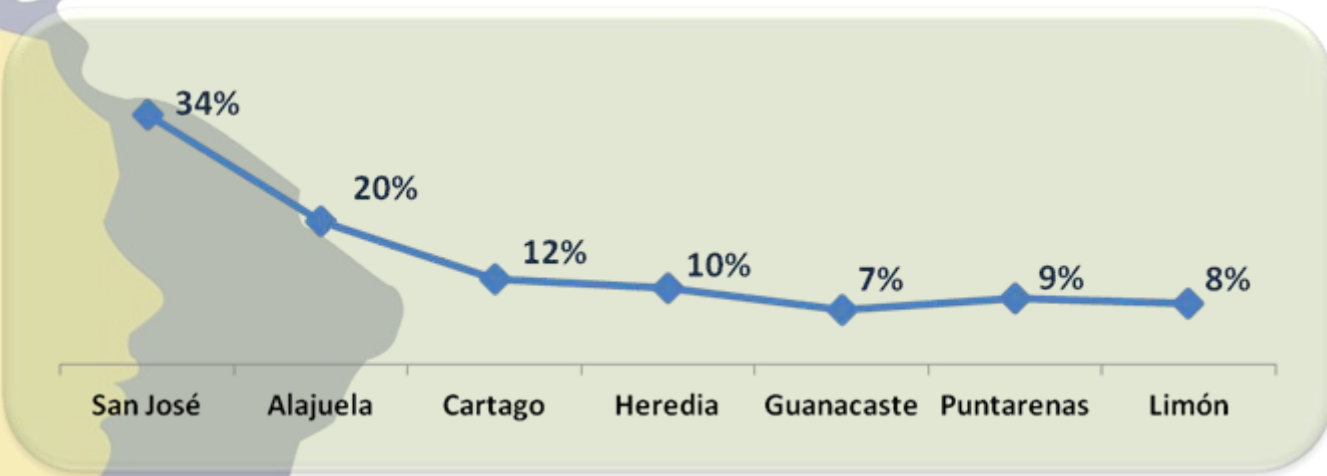
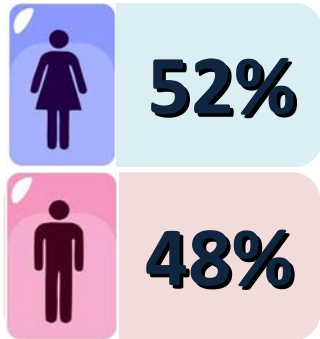
(Tamaño de la muestra)

	TOTAL	SEXO		EDAD				SE ENCUENTRA LABORANDO			PREFERENCIA POR ALGÚN PARTIDO	
		HOMBRES	MUJERES	DE 18 A 24	DE 25 A 39	DE 40 A 59	60 O MÁS	SÍ	NO	No Responde	SÍ	NO
n=	823	397	426	141	263	291	128	360	456	7	209	614

- $\pm 3,5$ puntos porcentuales, para cuando se trate del total de la muestra (n=823), calculado para un 95% de nivel de confianza, en sus resultados totales.
- En caso que la tasa de respuesta a una pregunta sea menor y no desee considerarse el Ns/Nr el margen de error varía.
- Resultados pueden sumar 101 ó 99 por efecto de redondeo

Metodología

(características de la muestra)

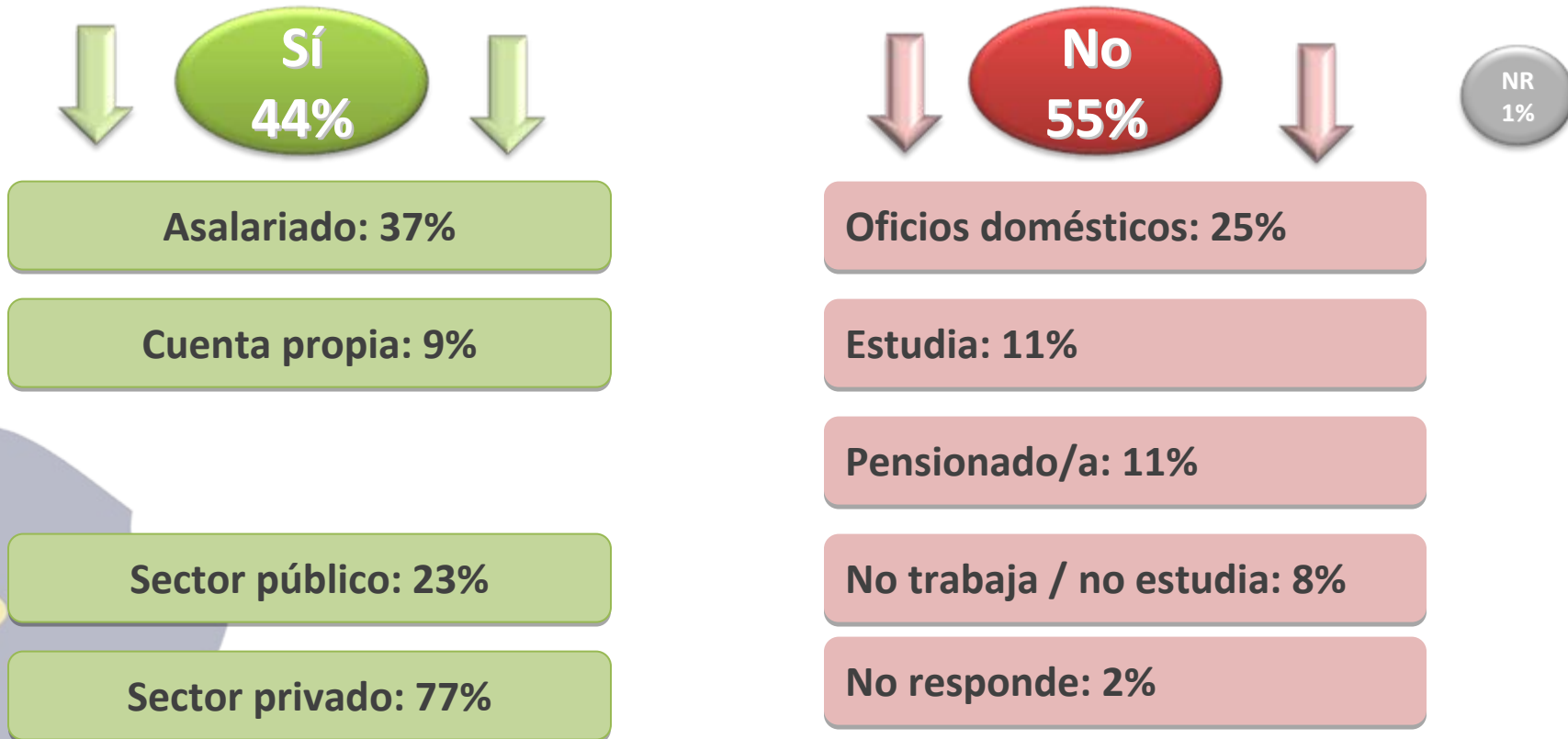


Metodología

(características de la muestra)

11

TRABAJA



Metodología

(características de la muestra)



Metodología

(características de la muestra)

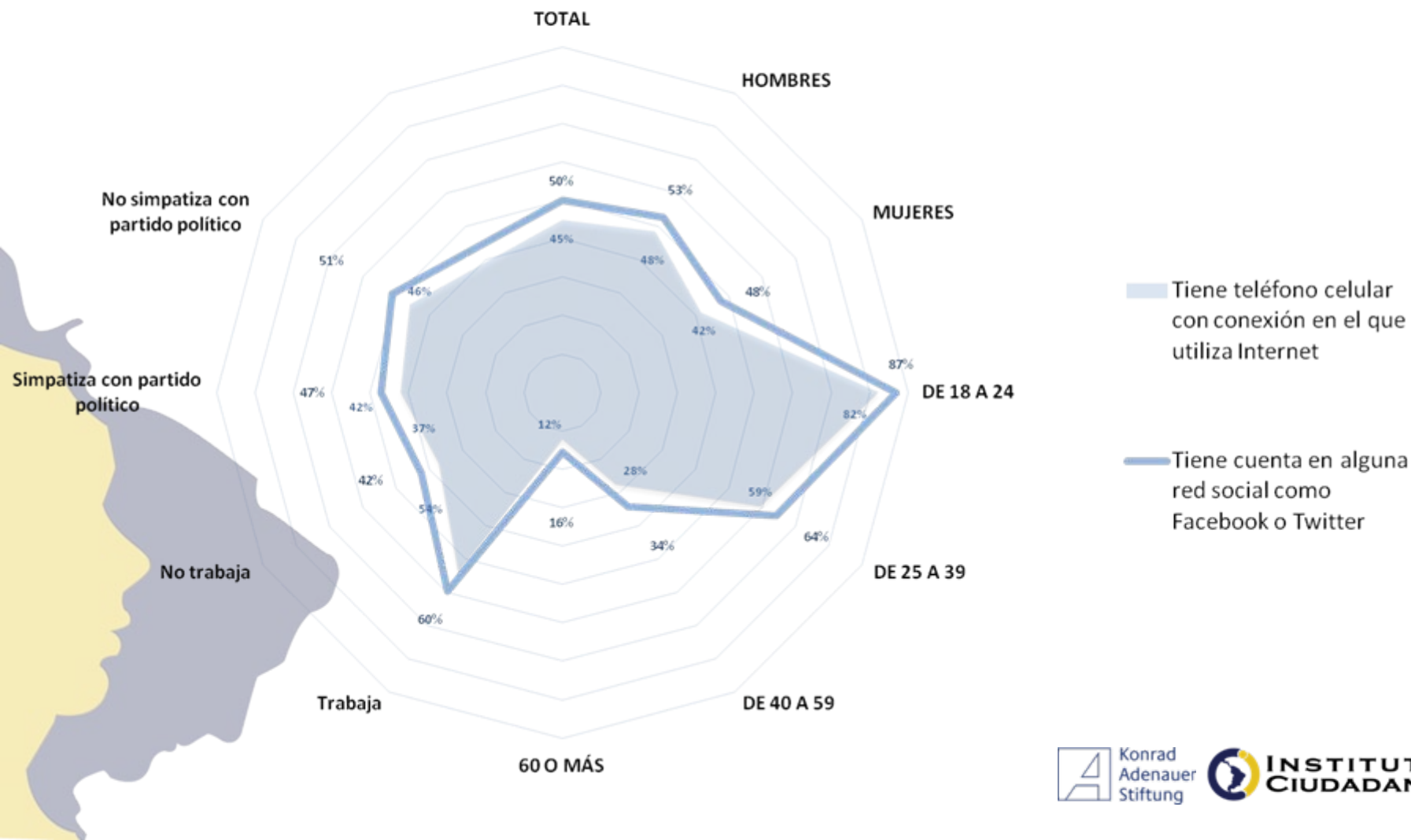
13

¿Cuál es el medio que usted diría que utiliza más para enterarse de lo que sucede en el país?	TOTAL	SEXO		EDAD				SE ENCUENTRA LABORANDO			PREFERENCIA POR ALGÚN PARTIDO	
		HOMBRES	MUJERES	DE 18 A 24	DE 25 A 39	DE 40 A 59	60 O MÁS	SÍ	NO	No Responde	SÍ	NO
Televisión	73%	71%	75%	67%	70%	77%	77%	68%	77%	59%	80%	71%
Periódico	11%	11%	10%	7%	11%	11%	13%	12%	9%	14%	11%	10%
Redes sociales	6%	6%	6%	17%	6%	2%	1%	8%	4%	13%	2%	7%
Radio	4%	5%	4%	2%	4%	5%	7%	5%	4%	15%	3%	5%
Periódico por Internet	5%	6%	4%	5%	8%	2%	3%	7%	3%	0%	2%	5%
No responde	1%	1%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	0%	1%
Radio por Internet	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%

Proporción que indica tener vehículo propio para uso personal	TOTAL	SEXO		EDAD				SE ENCUENTRA LABORANDO		PREFERENCIA POR ALGÚN PARTIDO	
		HOMBRES	MUJERES	DE 18 A 24	DE 25 A 39	DE 40 A 59	60 O MÁS	SÍ	NO	SÍ	NO
	39%	48%	31%	17%	48%	48%	27%	55%	28%	36%	40%

Metodología

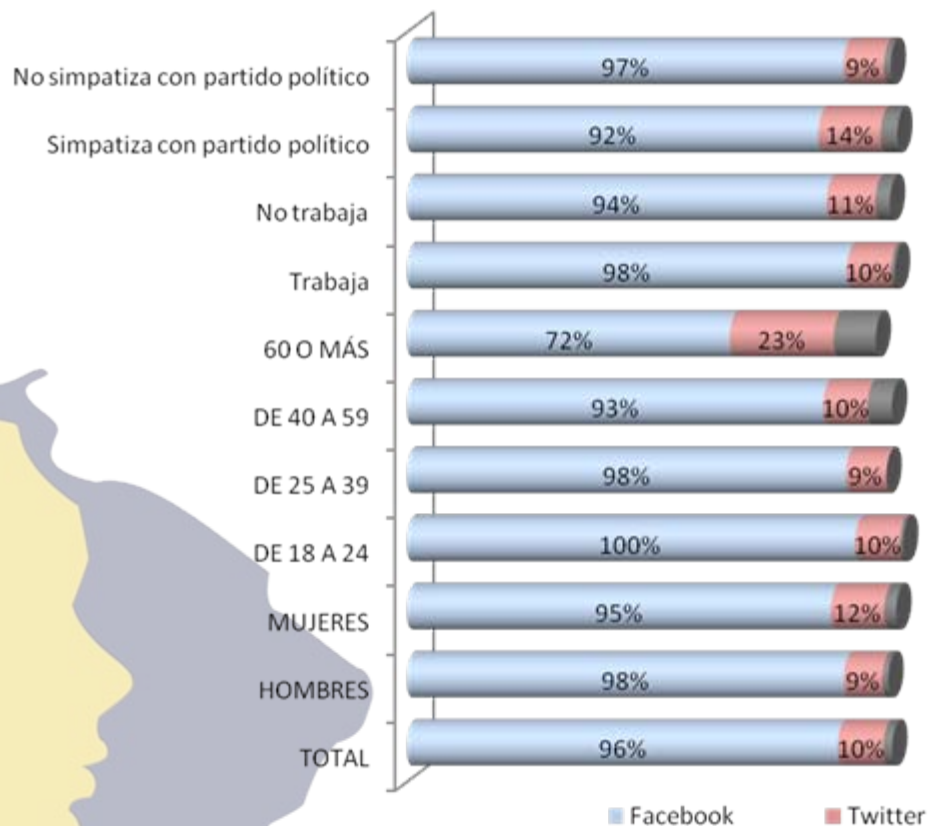
(características de la muestra)



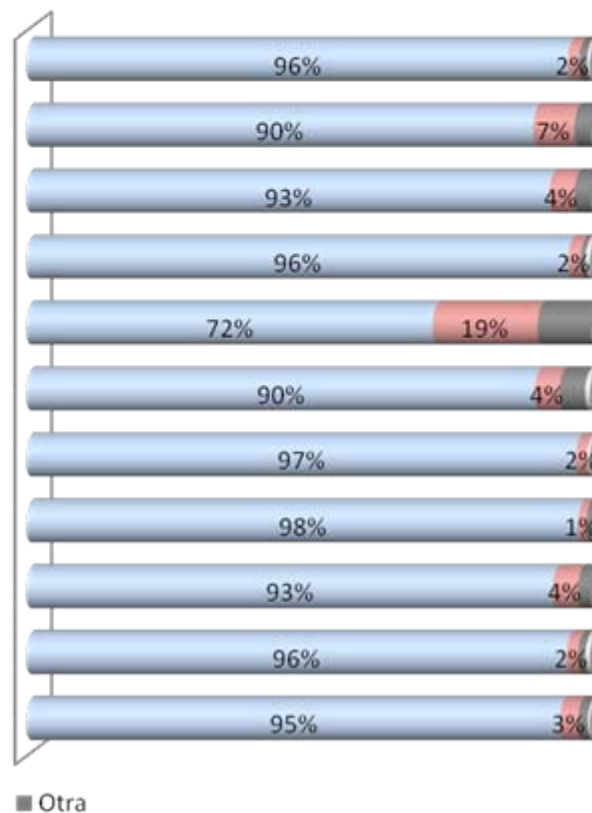
Metodología

(características de la muestra)

Red social en que mantiene cuenta activa



Usa principalmente



n=	TOTAL	SEXO		EDAD				SE ENCUENTRA LABORANDO			PREFERENCIA POR ALGÚN PARTIDO	
		HOMBRES	MUJERES	DE 18 A 24	DE 25 A 39	DE 40 A 59	60 O MÁS	SÍ	NO	No Responde	SÍ	NO
	412	209	203	123	170	99	20	215	193	4	98	314



OBJETIVOS

Estudio de opinión pública



Objetivos

Objetivo general:

● Conocer y profundizar en la opinión de la ciudadanía costarricense respecto de temas como la situación ambiental, la sostenibilidad del modelo de desarrollo y el uso de energías compatibles con el ambiente.

Objetivos específicos:

● Conocer cuál es la percepción de las y los costarricenses de la oferta política y perfiles de los partidos políticos respecto de estas materias.

● Profundizar en las expectativas de la población respecto de sus autoridades políticas en materia ambiental y energética.

● Conocer la importancia relativa (estratégica) de la temática ambiental y energética para el modelo de desarrollo nacional y el papel del Estado en su promulgación.



ANÁLISIS GRÁFICO DE RESULTADOS

Contexto:

1. Cambio climático y medio ambiente no se perciben como problema nacional.
2. Debe atenderse, de lo contrario se comete un error.
3. Inexistencia de suficiente información.
4. Partidos políticos no cuentan con identidad en tema ambiental.
5. Prácticas ambientales de la población encuentran su máxima expresión en el reciclaje.

El tema ambiental está presente en la imagen país, pero no así ligado a las acciones que deban emprenderse

20

Acciones necesarias que deben realizarse desde el máximo liderazgo político

- *“Unificar la juventud, el desarrollo de la juventud”*
- *“Educación en las comunidades”*
- *“Menos impuestos”*
- *“Escuchar al pueblo, respeto”.*
- *“Mejorar lo social, igualdad, inversión social, escuchar más a la gente, mejorar la atención en los hospitales, más seguridad.”*
- *“Infraestructura que promueva la competencia.”*
- *“Planificación estratégica”*
- *“Fusionar instituciones”*
- *“Mejores asesores.”*
- *“Una constituyente.”*
- *“Un gobierno transparente”*
- *“Quitaría los monopolios”*
- *(Ejercer) “Control político”*

Imagen de país

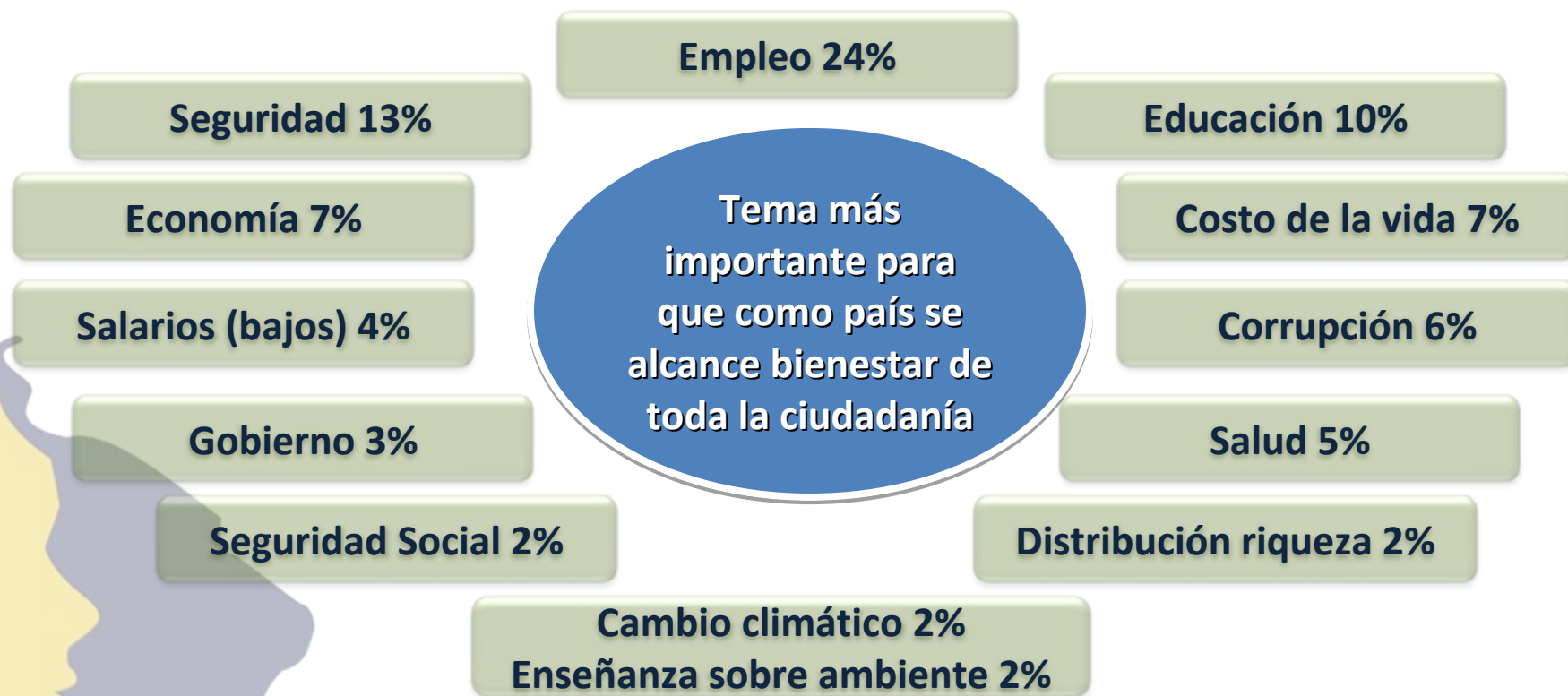
- *“País sin ejército”.*
- *“Conformista, pasivo, evitar el conflicto/ enfrentamiento”.*
- *“25% de zonas protegidas”.*
- *“País verde, de gran belleza natural”.*
- *“Un país verde (conciencia ecológica)”.*
- *“Un país con potencial pero con desorden estatal”.*
- *“Globalizado por medio de los TLC´s.”*
- *“Donde hay acciones buenas, como la inversión social, pero que se hacen por inercia”*
- *“Tenemos problemas que resolver”*
- *“Hay grandes oportunidades”.*

Focus groups

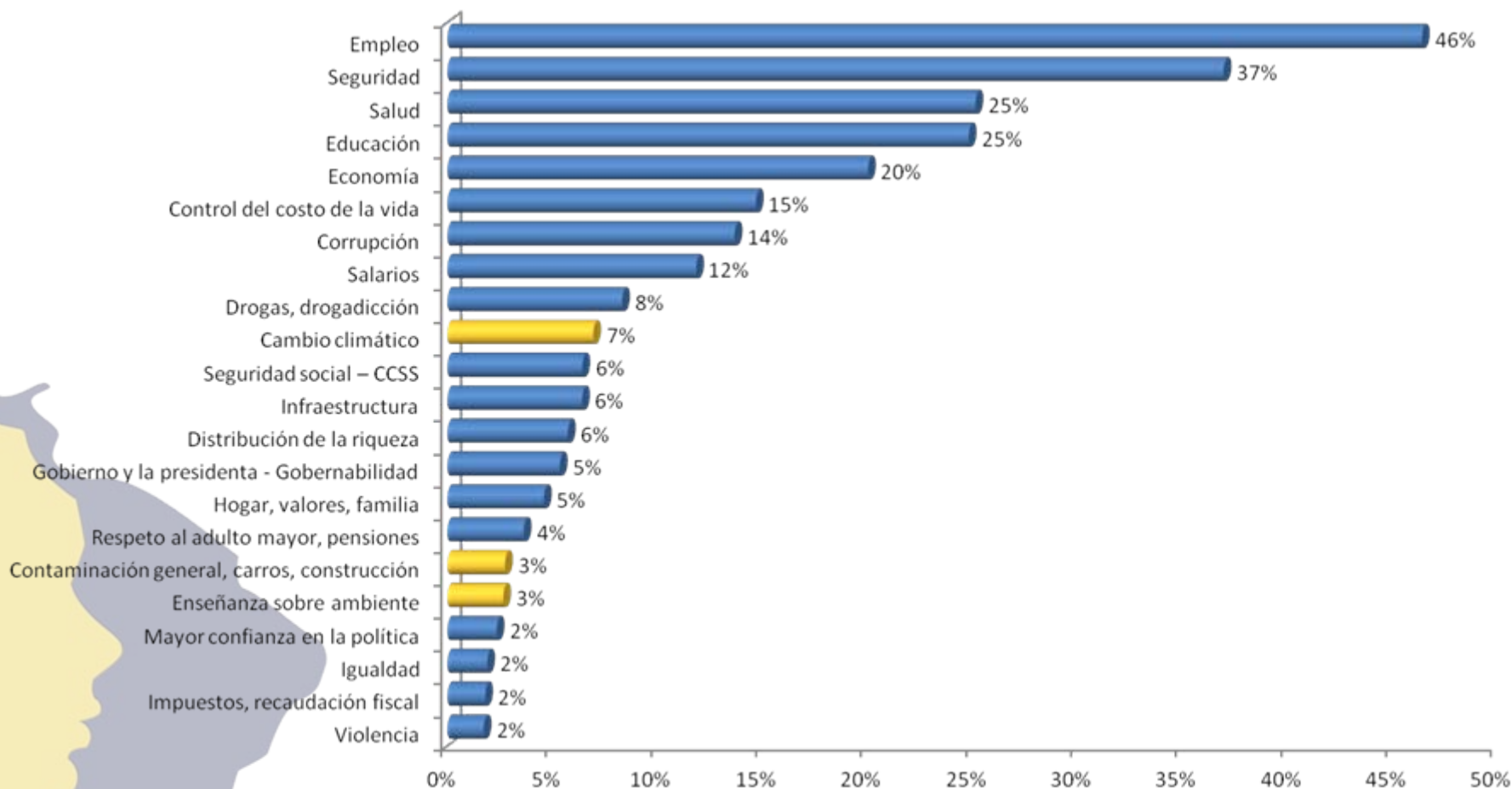
El cambio climático y temas ambientales son importantes para alcanzar bienestar de toda la ciudadanía, pero ocupan una importancia comparativamente baja.

(menciones espontáneas)

21

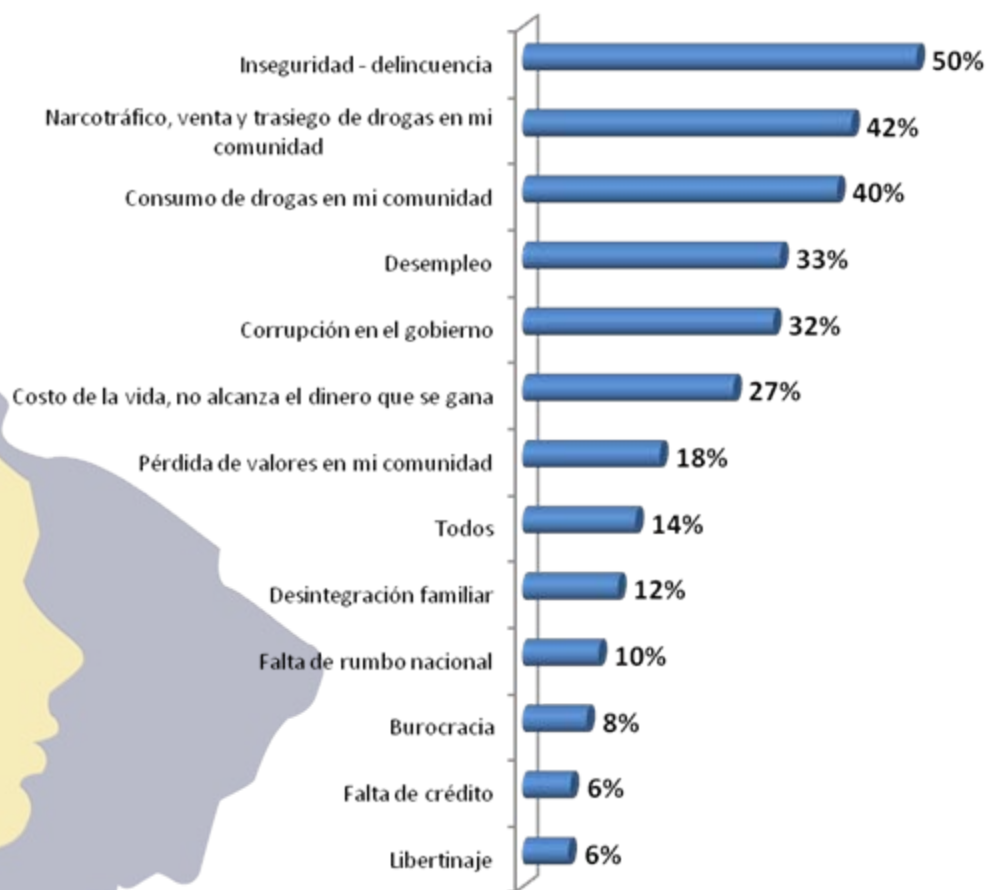


A nivel general (espontáneo y ayudado) los temas ambientales ocupan una relativa baja mención, entre aquellos que son importantes para alcanzar el bienestar de toda la ciudadanía.

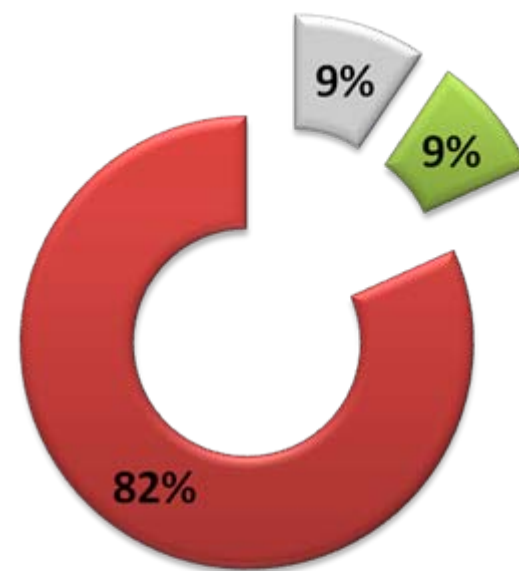


Entre los principales problemas nacionales no figuran los de índole ambiental

PRINCIPALES PROBLEMAS NACIONALES



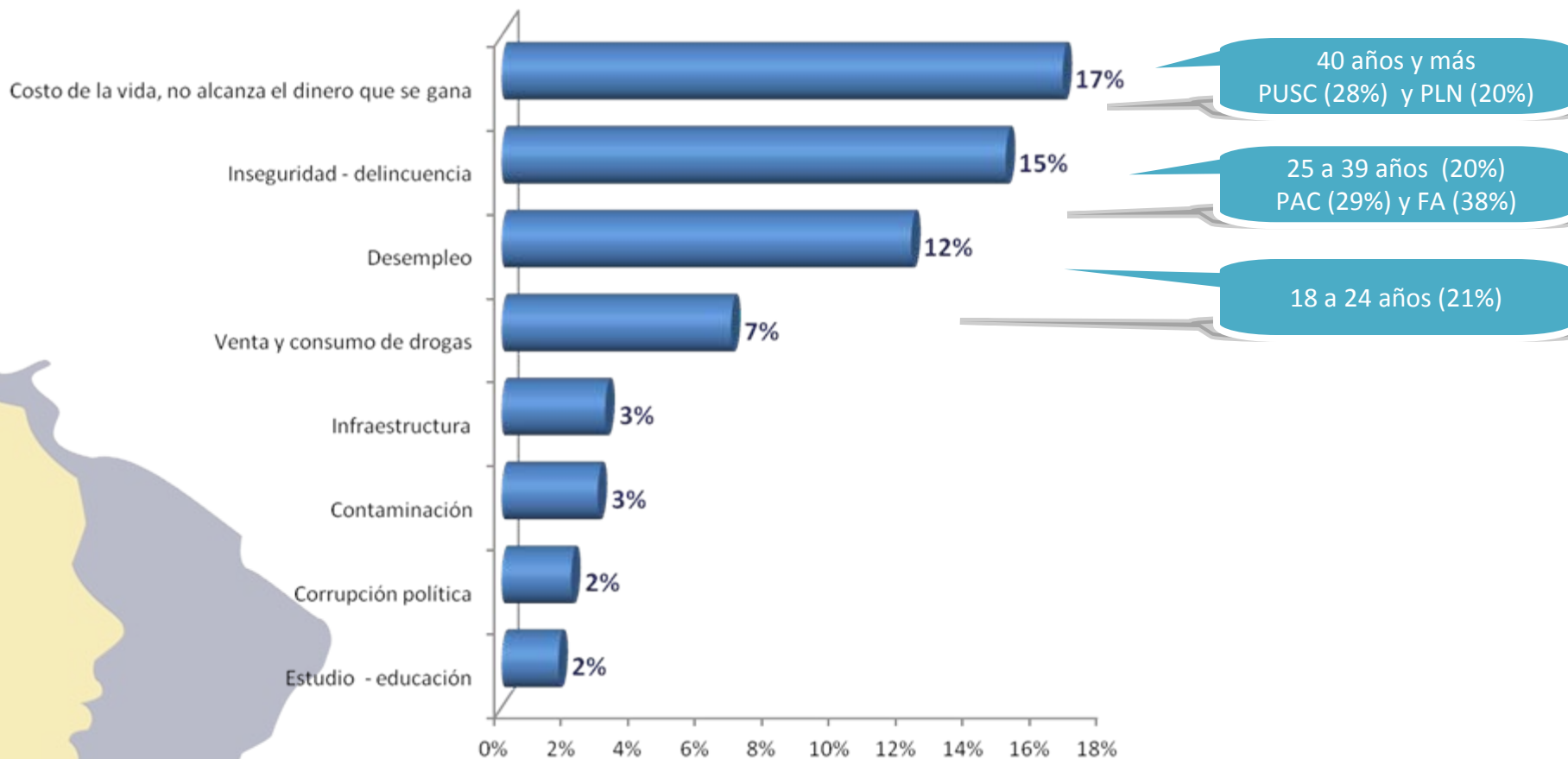
RUMBO DEL PAÍS



- No sabe / No responde
- Rumbo correcto
- Rumbo equivocado

Principales menciones, superiores o iguales a 1%

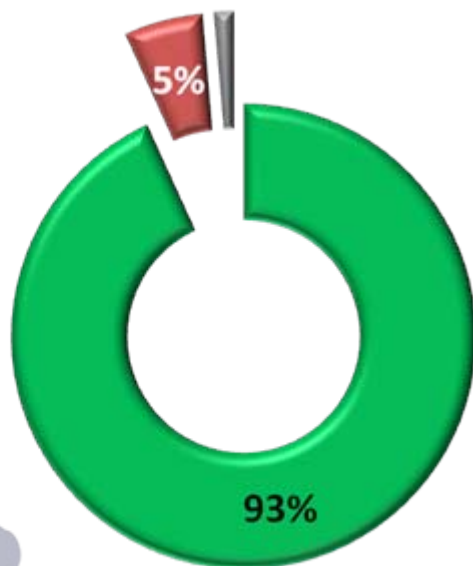
Costo de vida, inseguridad y desempleo son los principales problemas que se consideran afectan directamente, en lo personal



El cambio climático se sabe es un tema relevante y de carácter estratégico

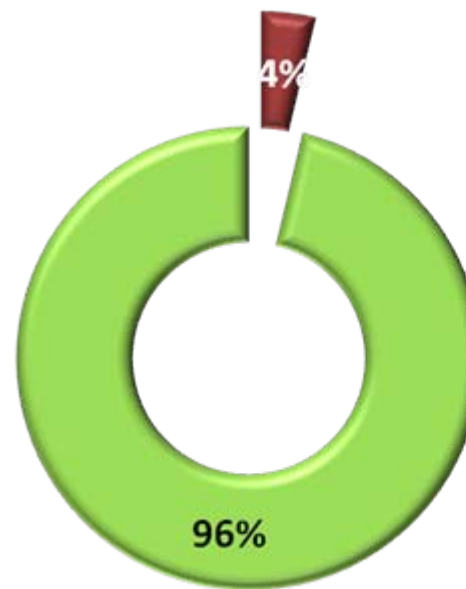
¿Diría usted que para nuestro país el cambio climático es un problema que nos afecta...?

- Directamente
- Indirectamente, porque es un problema de otros países
- No responde



¿Cree usted que el cambio climático es un tema que como país...?

- Se empezará a ver hasta en los próximos años
- Debemos atender de inmediato en Costa Rica



Cambio Climático

Cambio climático es un tema que no emana espontáneamente de la opinión pública como problema a atender, pero que si no se tiene presente o no se atiende es un error.

27



No se atiende y por lo tanto se comete un error:

- *“Quién lo está haciendo mal es el gobierno porque hacen falta recursos económicos e infraestructura, y falta (quitar) impuestos para carros híbridos”.*
- *“Por ejemplo, el tema de empredurismo debe ir de la mano con el medio ambiente.”*
- *“Es un tema de cuidado, existe disociación entre la realidad y el discurso”*
- *No se sabe hacia dónde se va “¿A qué responde esto? Vea por ejemplo el tema ambiental, vea el caso de Crucitas”.*

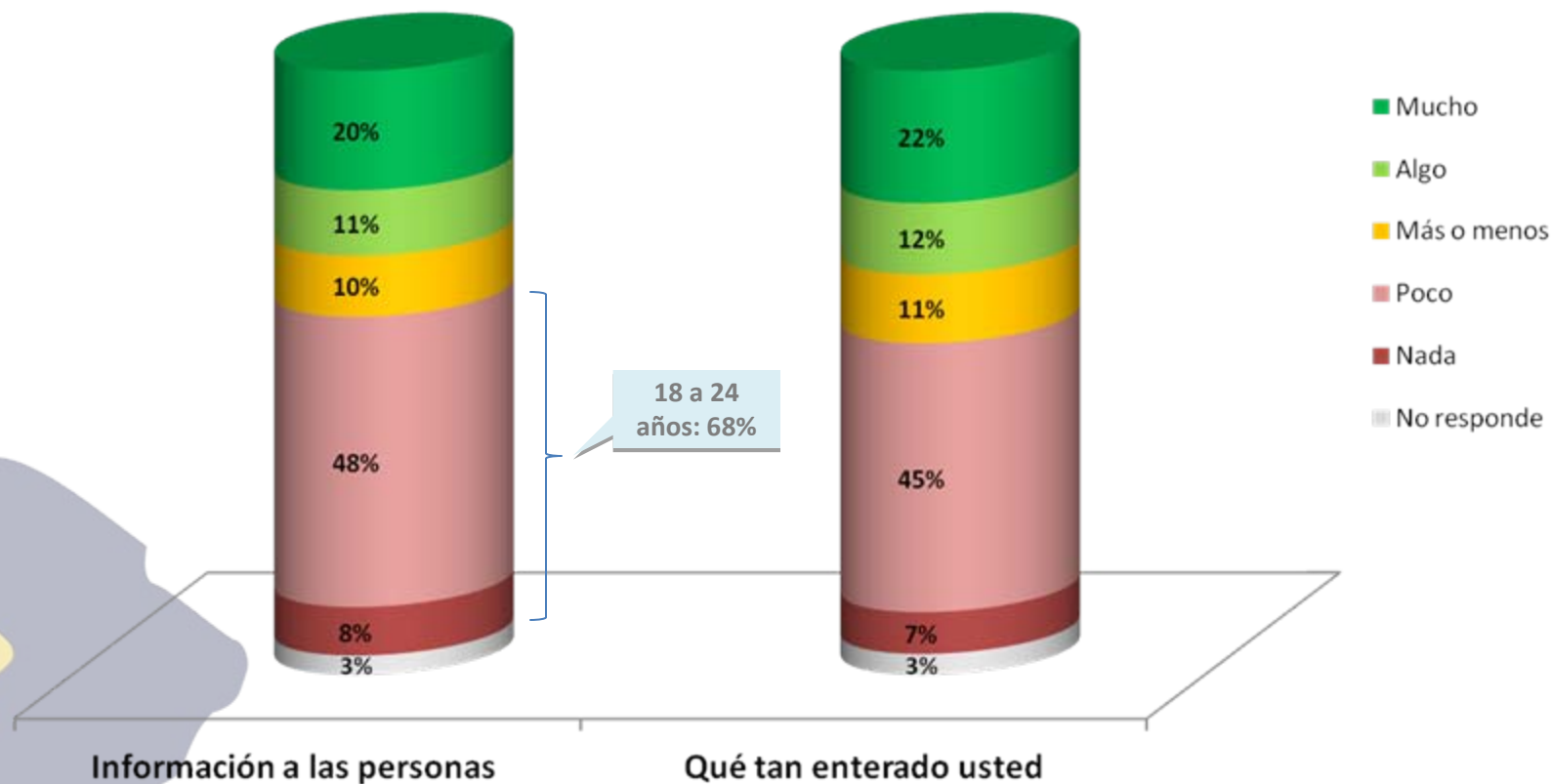
Cambio Climático

No es problema:

- *“Costa Rica es un país ejemplar en el tema ambiental, entonces tiene que ejecutar acciones concretas que concienticen acerca de la importancia de este tema.”*
- *“Medio ambiente debe ser un eje transversal para el modelo de desarrollo, “es la carta de presentación del país”.*
- *“Se da por sentado (que estamos haciendo algo)”*
- *“No vivimos sólo de lo ambiental, vea por ejemplo la crisis de la CCSS, hay que arreglar lo que está mal primero”.*
- *“Quién lo está haciendo bien en temas ambientales son las fundaciones (Ambientados), los medios de comunicación que informan acerca de temas ambientales, las escuelas”.*



Existe percepción mayoritaria a considerar que ni las demás personas en general, ni las entrevistada en particular cuentan con información acerca del cambio climático



Cambio Climático

Mayoría no identifica propuestas medioambientales con partido político alguno, incluso el de simpatía.

De los partidos políticos de nuestro país ¿cuál diría usted que es el más considera el tema de medio ambiente y energías limpias en sus propuestas?

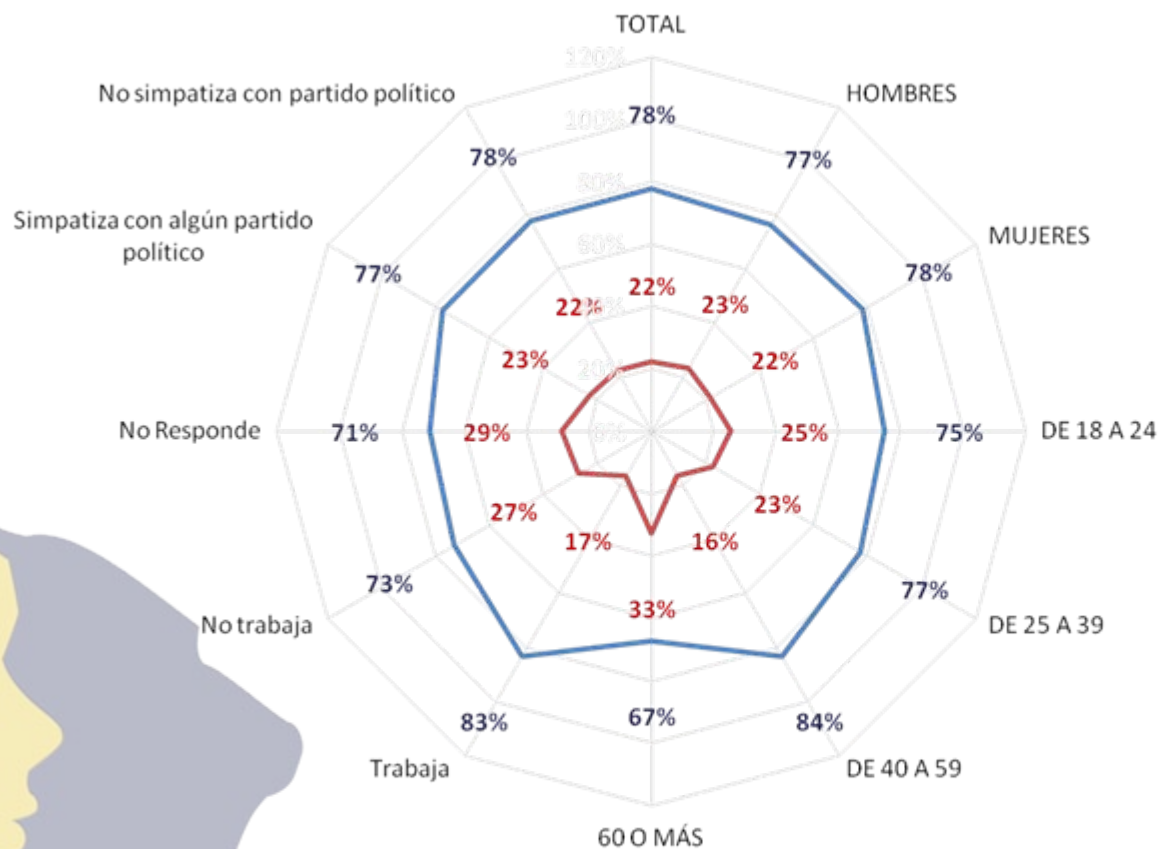


	PAC	PUSC	FA	ML	PASE	PLN
Ninguno / No sabe / No responde	64%	74%	34%	59%	100%	57%
Señala su propio partido	19%	19%	38%	18%	--	36%
Meciona otro partido	17%	7%	28%	24%	--	6%

**Ninguno / No sabe / No responde
(TOTAL)**

81%

Mayoría de la población dice realizar acciones para preservar el ambiente, especialmente reciclar



Actividades que realiza (primera mención)

Reciclar	73%
Sembrar árboles	14%
Reducir compra o consumo de productos que puedan contaminar	4%
Reutilizar lo que pueda	3%
Participar de comités u organizaciones comunitarias, cantona	2%
No tirar basura	1%
Ahorrar combustible, utilizar más transporte público que aut	1%
Reutilizar el agua servida - llovida	1%

n=638

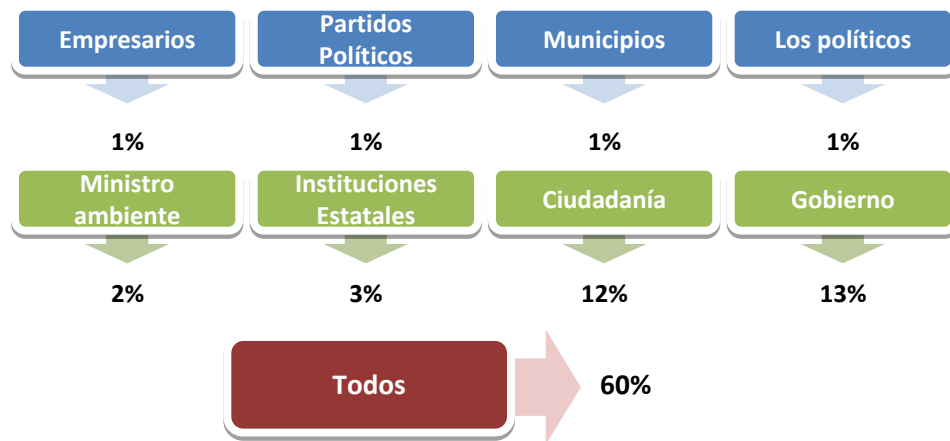
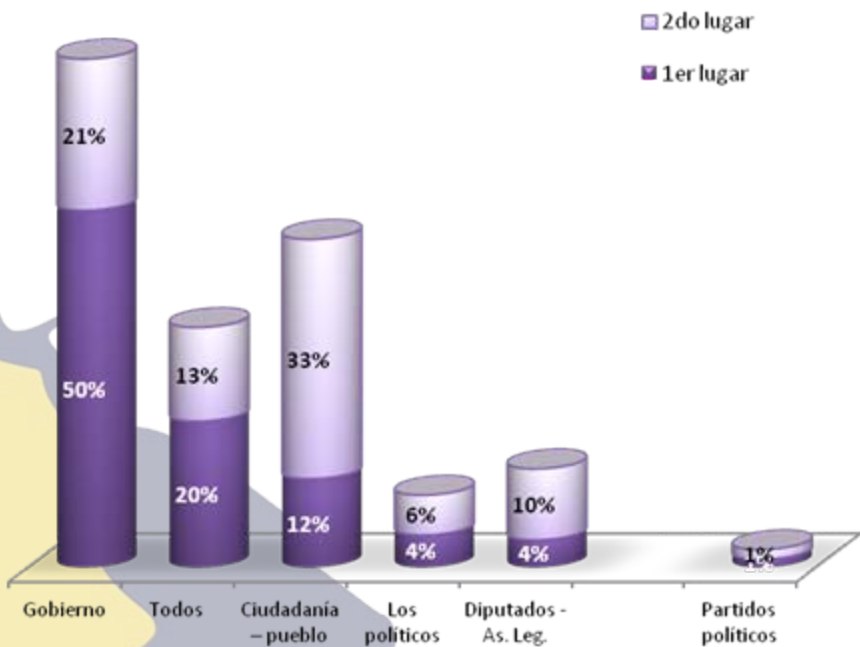
— Sí realiza actividad para preservar el ambiente
 — No realiza actividad para preservar ambiente

¿Quién debe atender el cambio climático y los temas ambientales?

1. Responsabilidad de todos.
2. Los partidos políticos tiene un papel predominante, más que el Gobierno.
3. Tema fundamental, pero no suficiente.
4. Debe estar presente en la campaña y debe ser muy importante para los partidos políticos
5. Su inclusión en la propuesta programática es vital.

Aunque el gobierno es especialmente señalado como el responsable de que se pueda “salir adelante como país”.

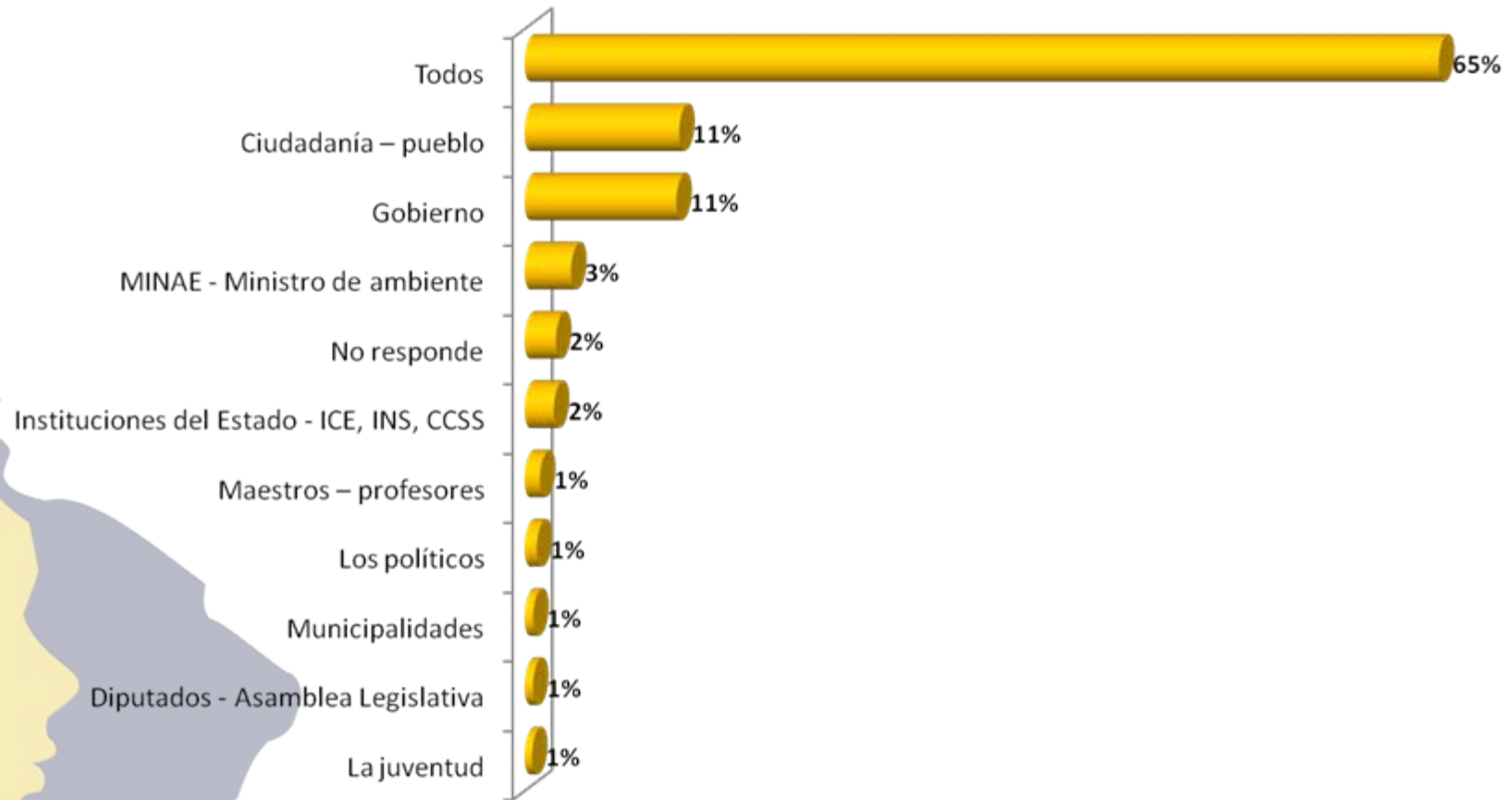
El cambio climático debe ser un tema que debe atenderse socialmente, como conjunto, pues igual afecta a la totalidad.



Debe tenerse cuidado con lo trocarlo en un tema sólo de interés electoral

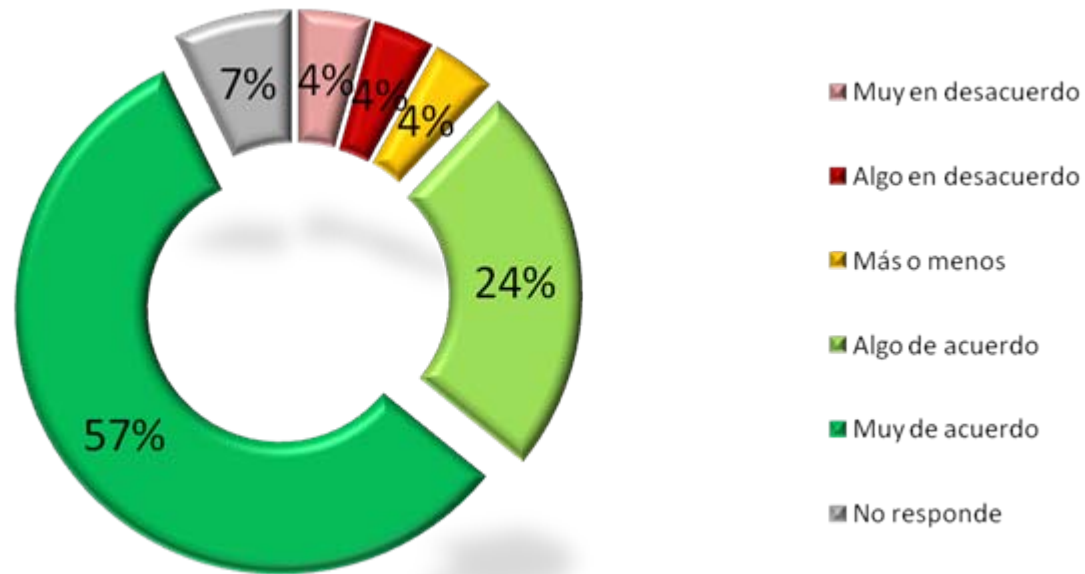
Al igual que el cambio climático, los temas ambientales incumben al total de la población

34



Principales menciones.

La próxima campaña electoral deberá abordar entre los temas el del cambio climático

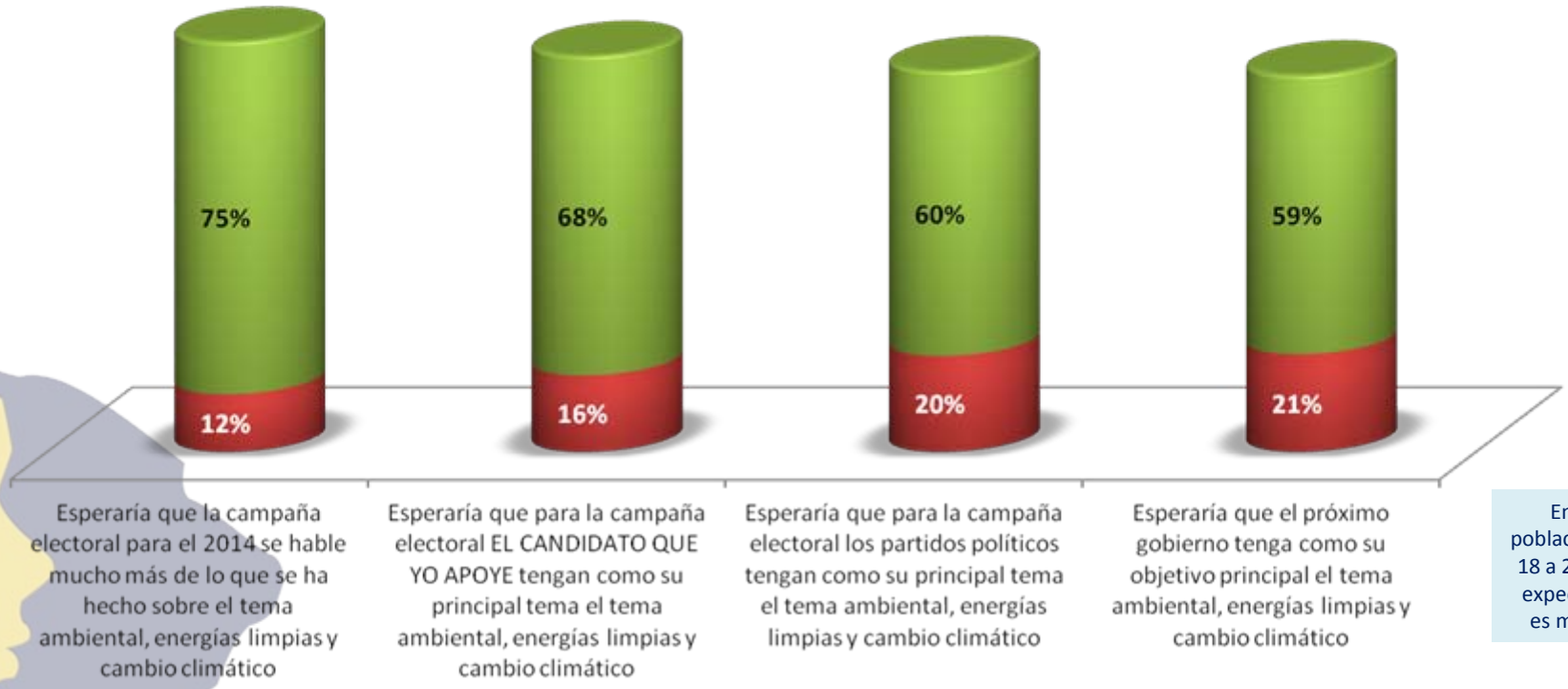


Cambio Climático

Hay expectativa que tema ambiental sea tratado en la campaña electoral

(especialmente por el candidato)

■ Algo / Muy de acuerdo
 ■ Nada / Poco de acuerdo



Entre población con 18 a 24 años expectativa es mayor.

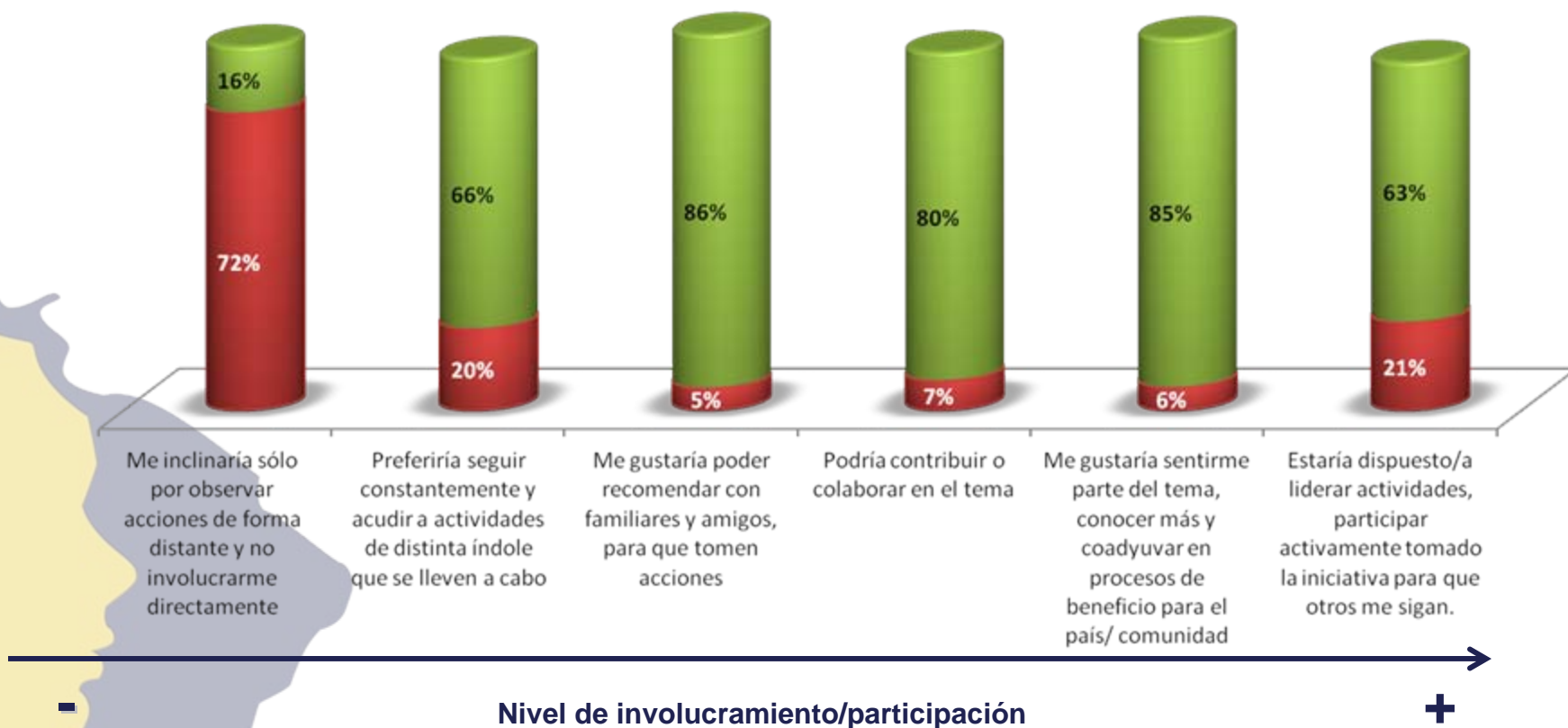
No se consideran menciones "mas o menos" y Ns/Nr.

El tema ambiental convoca: existe tendencia a querer involucrarse y participar (no necesariamente liderar)

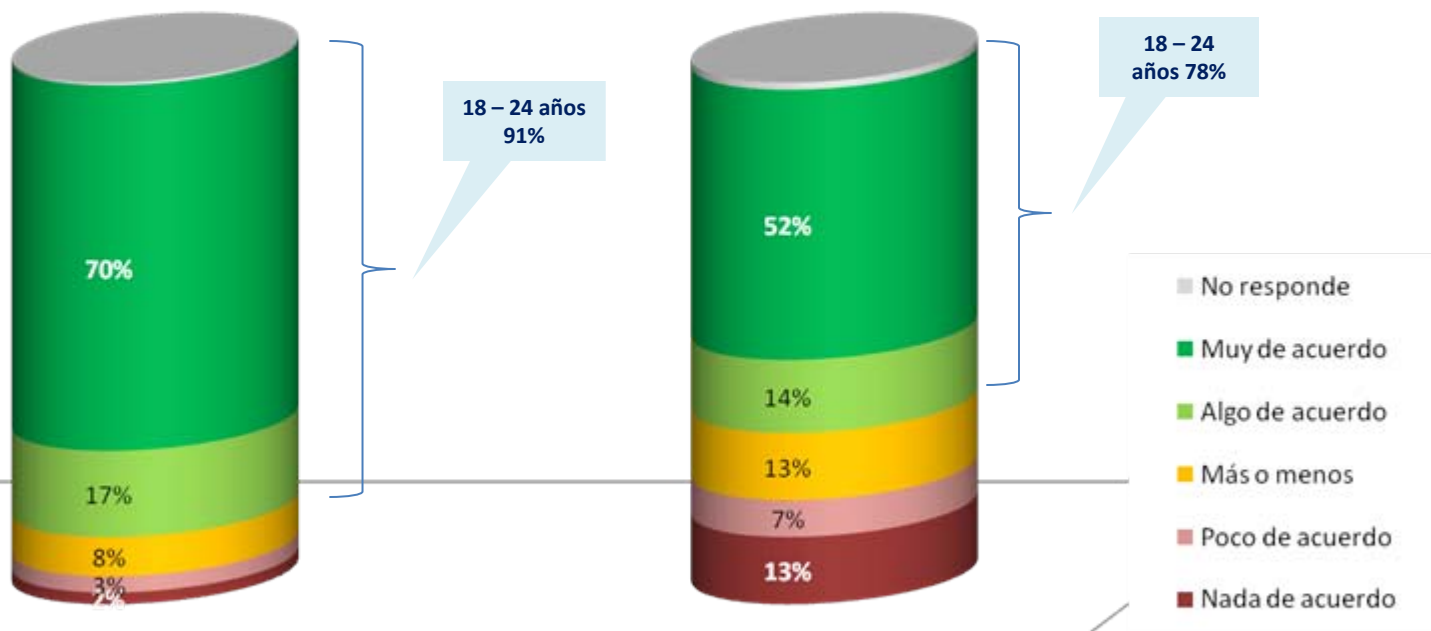
37

■ Algo / Muy de acuerdo

■ Nada / Poco de acuerdo



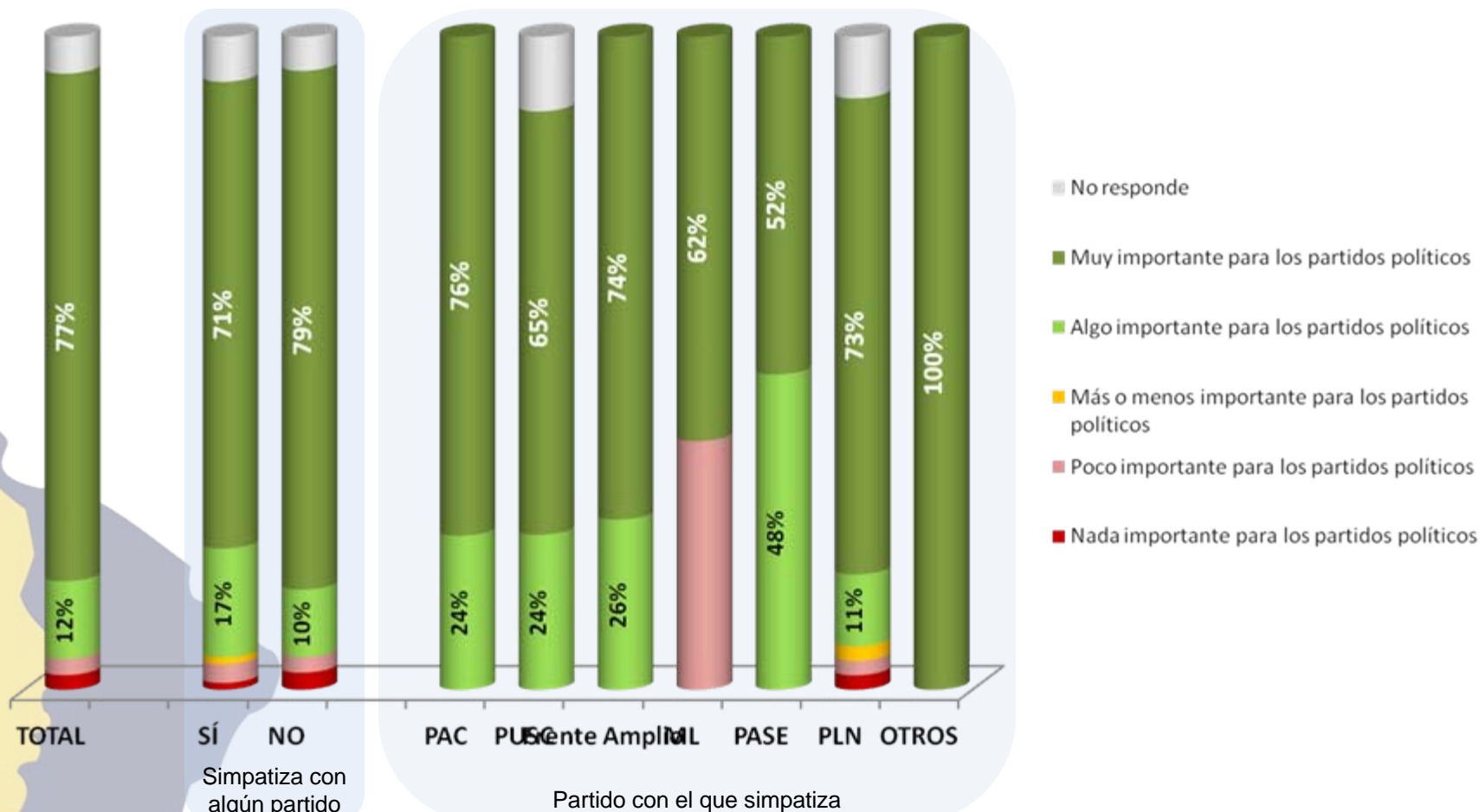
Medio ambiente y energías limpias son temas obligados para partidos políticos y para gobierno (genera buena imagen)



Es importante que partidos políticos incorporen temas de medio ambiente y energías limpias

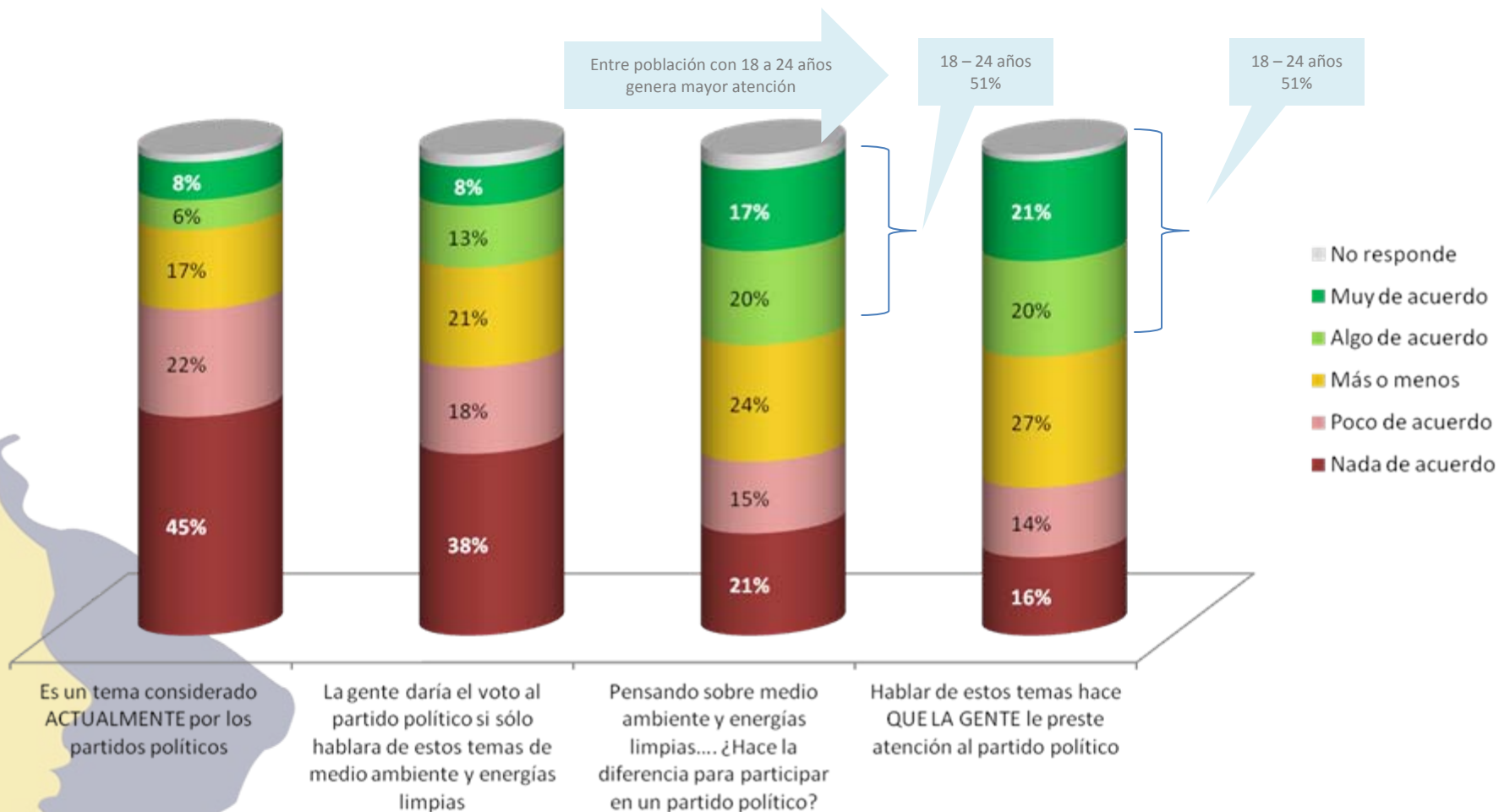
Mejoraría IMAGEN del Gobierno si empezara a tomar medidas más fuertes en la protección y mejoramiento del medio ambiente y la producción de energías limpias

Los partidos políticos deben atender el tema del cambio climático



Cambio Climático

Tema ambiental no es un tema que partidos políticos consideren. Es un tema que atrae atención, pero por sí solo no necesariamente logra obtener capital electoral.



Los partidos políticos deben atender el cambio climático, como tema obligatorio, pero no suficiente.

- *“Los partidos políticos tratan el tema del medio ambiente porque el costo político de no hacerlo es muy alto”.*
- *“Lo de ser verde es un tema muy filosófico, no puede haber un partido enfocado solo en eso porque por ejemplo hay otros temas que pesan más como el de la pobreza.”*
- *“Medio Ambiente es tema necesario pero en balance (no debe abusarse de él).”*
- *“Lo ambiental debe ser un tema, pero no puede dejar de lado todo lo demás, ¿Dónde queda el comercio?”*

Tema obligatorio, pero no suficiente

- *“La gente no va a moverse por un tema ambiental (per se), tal vez si se mezcla con el tema de energías limpias”*

Es necesario relacionarlo con temas que impacten directamente a la población

Focus groups

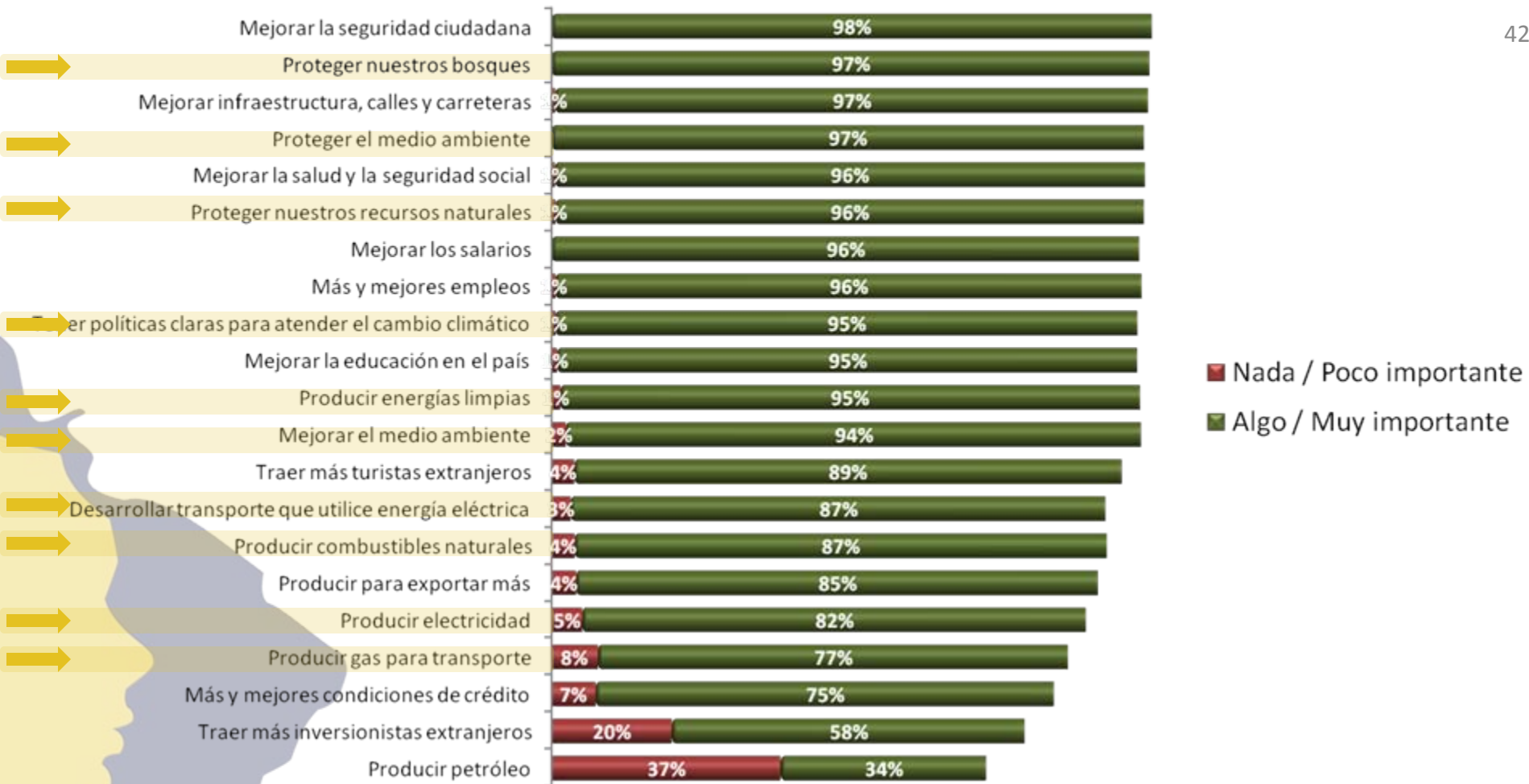
- *““El desarrollo debe hacerse pensando en el medio ambiente”*
- *“Es un tema que siempre tiene que estar presente, pero sólo sale a la luz por un detonante (problema, contaminación, explotación)”.*
- *“Tiene que haber alguien que quiera hacerlo.”*

Está presente y debe ser así.

- *“El PLN lo usó para la campaña de Laura”*
- *“El único que se ve en temas ambientales es Villalta, el Frente Amplio”*

Es utilizado con fines electorales

Los temas medioambientales son de la máxima importancia dentro de una agenda de desarrollo nacional (menciones ayudadas)



Contáctenos

📍 San Rafael de Escazú
☎️ 2289-8840 / 2289-2715

@

gustavo.araya@institutociudadano.org