ANÁLISIS DE PERSONALIDADES

Agosto 2024

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Cathalina García Santamaría

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Perfil Profesional

Especialista en Estadística con un Master of Science in Statistics de Iowa State University, USA (1991) Poseo una vasta experiencia en investigación cuantitativa en mercados y opinión pública, análisis estadístico avanzado y procesamiento de datos, especialmente e el ámbito de proyectos y programas sociales. Me he especializado en la evaluación de estos desde la perspectiva cuantitativa y estadística, aportando en áreas de empleo, género, edad y pobreza.

Experiencia Relevante en Investigación

Investigadora, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
(FLACSO) Costa Rica (2013-presente)
Evaluación de capacitación para la inclusión económica de personas solicitantes de refugio y refugiadas (2023)
Estudio sobre gastos de estudiantes becados de la Universidad Técnica Nacional (2023)
Evaluación analítica de acceso a servicios de mujeres migrantes vulnerables con enfoque de violencia basada en género (2023)
Implementación y evalución de esquema de pago por resultados en programas nacional de empleo (2023)
Consultora en Estadística, Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
Propuesta sobre canasta de dependencia y discapacidad en metodología de valoración de pobreza (2024)
Consultora para el Centro Latinoamericano de Demografía (CELADE)
Evaluación de procesos del Censo Nacional 2022 (2024)
Programa Estado de la Nación, Investigadora (2013- 2024)
Estudios sobre educación, empleo y derechos con foco de género y juventud, así como en justicia y riesgos de impunidad
ONUMUJERES, Consultora en Estadística
Informe de perspectiva de género basado en EMNA 2018 (2019).

Educación y actualización profesional

Master of Science en Statistics, Iowa State University, USA, 1991.
Licenciatura en Estadística, Universidad de Costa Rica, 1987.
Post Graduate Diploma in Monitoring & Evaluation, Strategia Netherlands, Holanda 2020-2021.
Cursos de Actualización: Diseño de Índice de Pobreza Multidimensional (UNDP Y University de Oxford, 2020) Data Quality (Global Health e-learning Center 2020) entre otros.

Contribuciones y Consultorías Destacadas

Consultorías en ideas ingeniosas S.A. y Manuel Barahona Montero:
Proyectos enfocados en violencia y discriminación, estrategias contra la pobreza y exclusión social, y políticas públicas para la inclusión social.
Consultoría para el Programa de Integración Fronteriza (COMEX): Diseño de Indicadores y proyecciones de demanda para trámite de carga (2019-2024).

¿Qué se hizo?

Diferencias superiores, entre ambas muestras, a 6 puntos son significativas al 95% de confianza.

Característica	Mayo 2024	Junio 2024	Agosto 2024
Universo	Hombres y mujeres, de 18 años o más, residentes de todo el país con acceso a teléfono móvil o fijo.	Hombres y mujeres, de 18 años o más, residentes de todo el país con acceso a teléfono móvil o fijo.	Hombres y mujeres, de 18 años o más, residentes de todo el país con acceso a teléfono móvil o fijo.
Área cobertura	Nacional, urbano y rural.	Nacional, urbano y rural.	Nacional, urbano y rural.
Recolección información	Encuesta telefónica, cuestionario con duración de 5 minutos.	Encuesta telefónica, cuestionario con duración de 5 minutos.	Encuesta telefónica, cuestionario con duración de 10 minutos.
Tamaño de la muestra	1211	1075	600
Margen de error	±2.8 puntos porcentuales al 95% confianza.	±3.0 puntos porcentuales al 95% confianza.	±4.3 puntos porcentuales al 95% confianza.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL



En resumen

•Los resultados subrayan la necesidad de una política que combine integridad y competencia, y que sea capaz de conectar tanto con las expectativas de la población en general como con las necesidades específicas de diferentes regiones y grupos demográficos.

•Los partidos políticos deberán ser estratégicos y adaptativos para navegar en este paisaje electoral complejo y cambiante.

•Aunque la mayoría de los encuestados está segura de que votará en 2026, el porcentaje de indecisos y quienes están seguros de que no votarán, aunque menor, sigue siendo relevante.

•Esto pone de relieve la importancia de campañas de sensibilización y motivación para asegurar una alta participación electoral, lo cual es crucial para la legitimidad del proceso democrático.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Integridad y capacidad con enfoque en la sustancia



- Valoración de Rasgos Personales en la Política:
  - La alta valoración de la transparencia y la competencia del equipo de trabajo refleja una demanda ciudadana por líderes que sean percibidos como honestos y bien preparados.

  - Esto sugiere que, más allá de las ideologías, los votantes están priorizando la integridad y la capacidad en sus representantes, lo que podría influir en las futuras campañas políticas, obligando a los candidatos a enfocarse en demostrar estas cualidades.

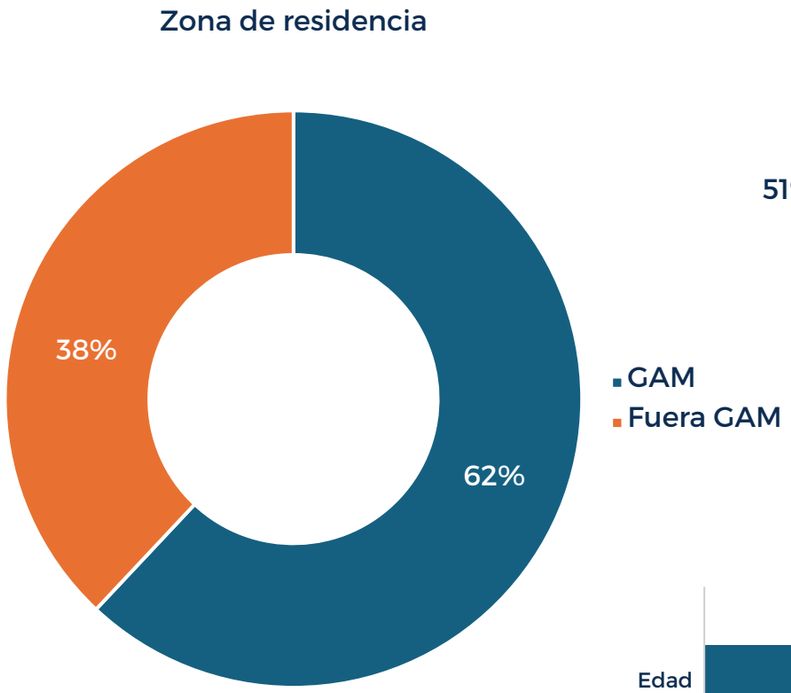
- La Importancia de las Propuestas sobre la Figura del Candidato:
  - La importancia dada a las propuestas por sobre el candidato o el partido sugiere un electorado más enfocado en el contenido y la sustancia de las políticas que en la personalidad del líder o la afiliación partidaria.

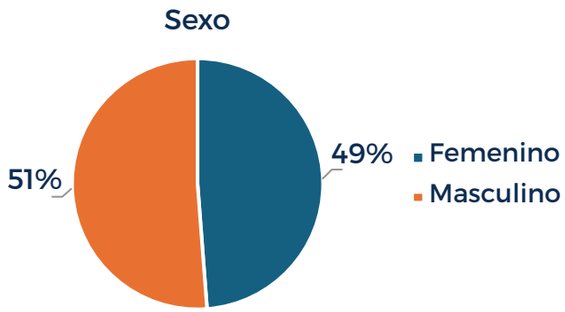
  - Esto podría ser un indicador de una madurez política en la población, que busca soluciones concretas a sus problemas cotidianos, en lugar de alinearse únicamente por lealtades partidarias.

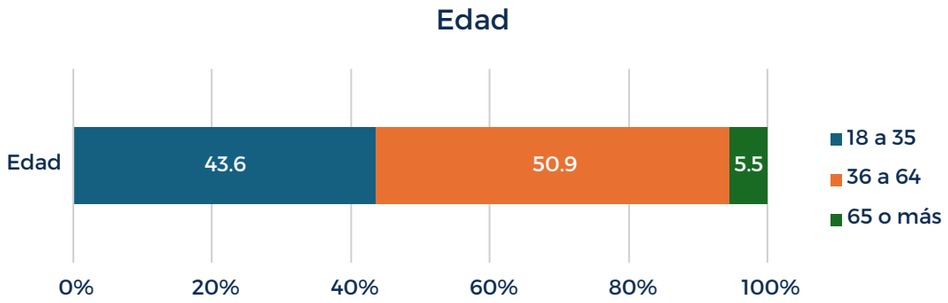
elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

La distribución de la muestra según zona, sexo y edad corresponde con los datos de estimaciones al 2022.





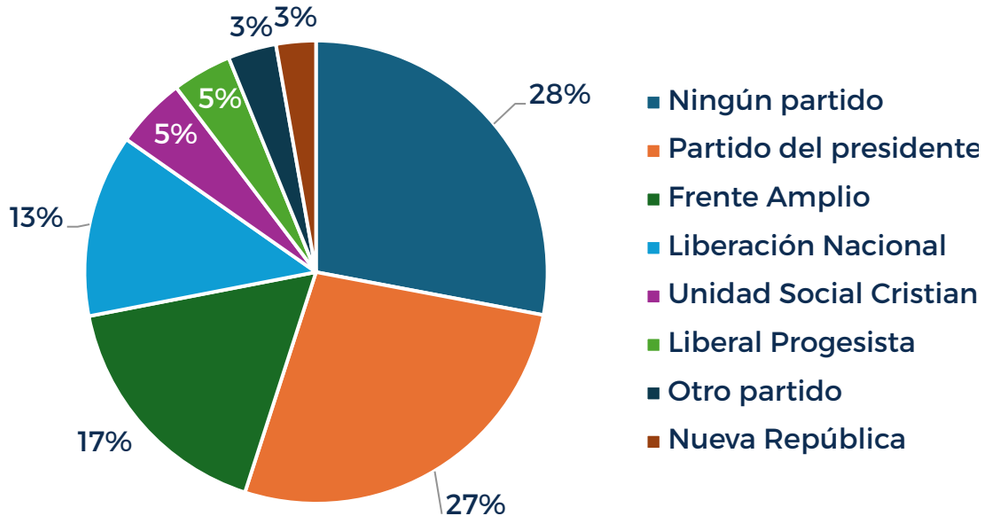




elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Innovación metodológica: preguntar por simpatía incluyendo “partido del presidente”





•En tanto que el oficialismo no tiene un partido definido creímos conveniente preguntar la simpatía “Por el partido del presidente” lo que claramente evidencia una simpatía mayor que los demás partidos.

•El FA se beneficia de la polarización que se está gestando desde el oficialismo, entre “ellos y la casta “, donde se han visto atacadas principalmente figuras liberacionistas desde la presidencia buscando responsabilizar al liberacionismo de la situación del país actual.

•La gestión política y de comunicación del FA desde la Asamblea Legislativa también le ha dado rédito.

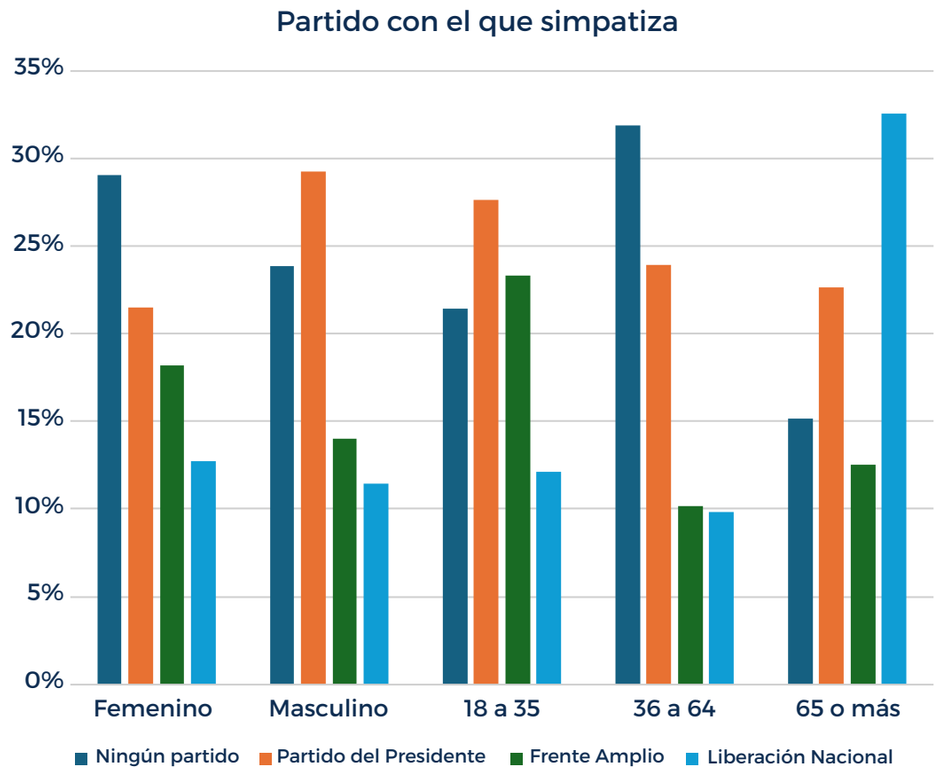
•Podemos hablar de un empate técnico en simpatías entre Liberación y el FA ya que la diferencia está dentro del margen de error.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL



Partido de simpatía:
se reduce personas sin partido



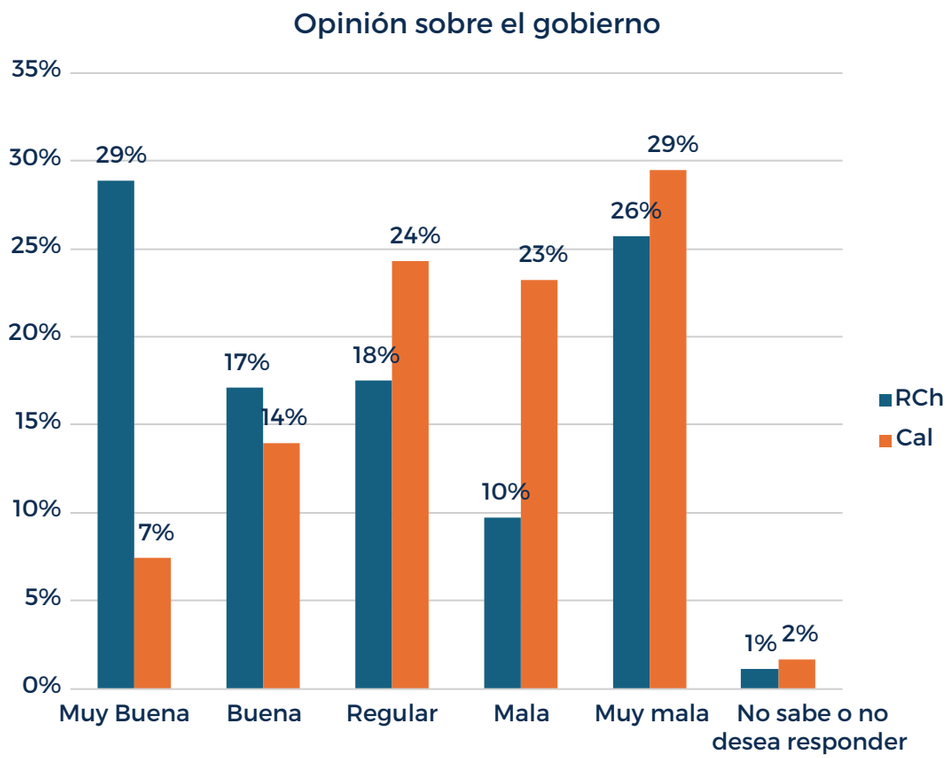
A Agosto 2024

- Más personas se identifican con el partido del Presidente.
- El apoyo a ese partido es más fuerte entre hombres.
- Más jóvenes apoyan a FA que en otros rangos de edad
- Más adultos mayores apoyan a PLN.
- En el rango 36 a 64 hay más personas sin partido.
- No hay diferencias por zona.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Opinión sobre gobiernos: 46% califica de buena o muy buena la labor del gobierno de Chaves en comparación con 21% para el gobierno su predecesor.



- Las personas residentes fuera del GAM, los hombres y las personas entre 36 y 64 años, valoran mejor la gestión del presidente Chaves.

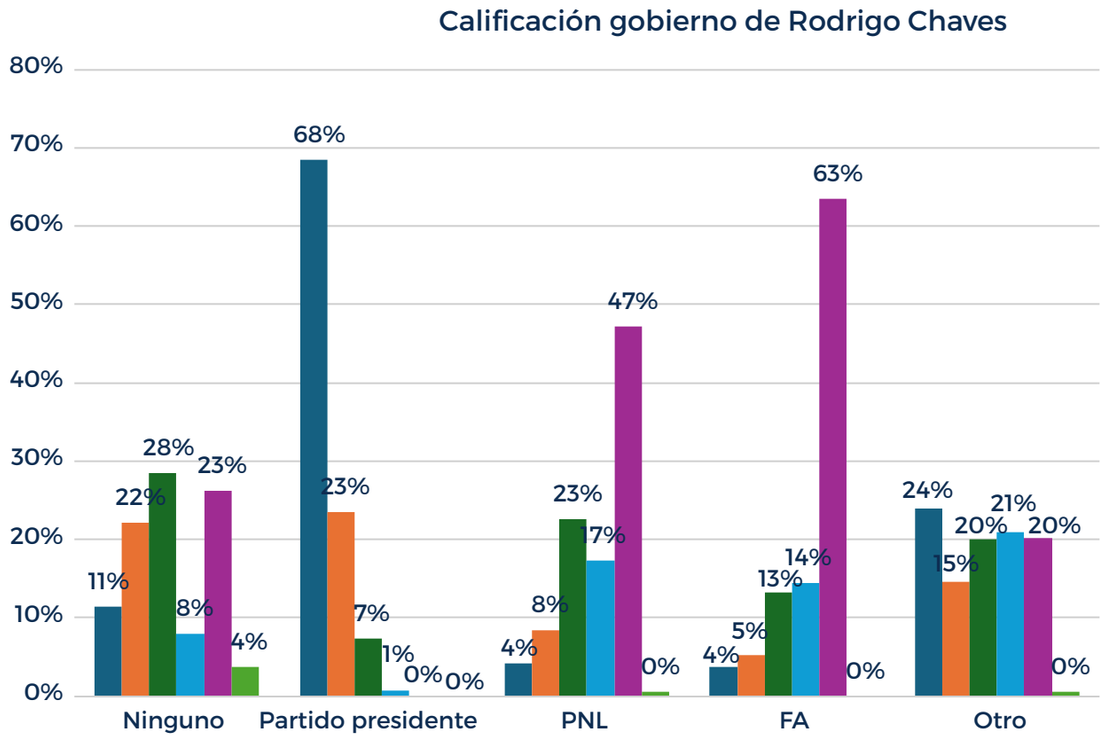
- Las personas residentes del GAM valoran más negativamente la gestión del presidente Chaves.

- No hay diferencias demográficas acerca de la labor del expresidente Alvarado.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

92% de las personas que simpatizan con el Partido del presidente, califican su labor como buena o muy buena.

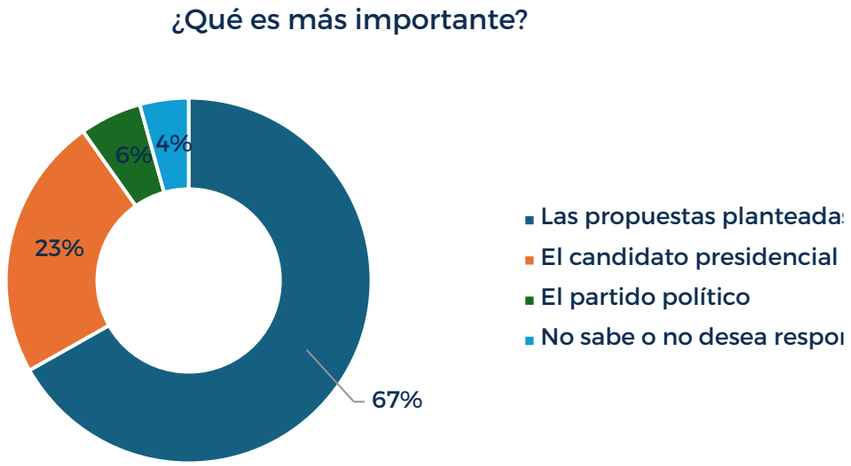


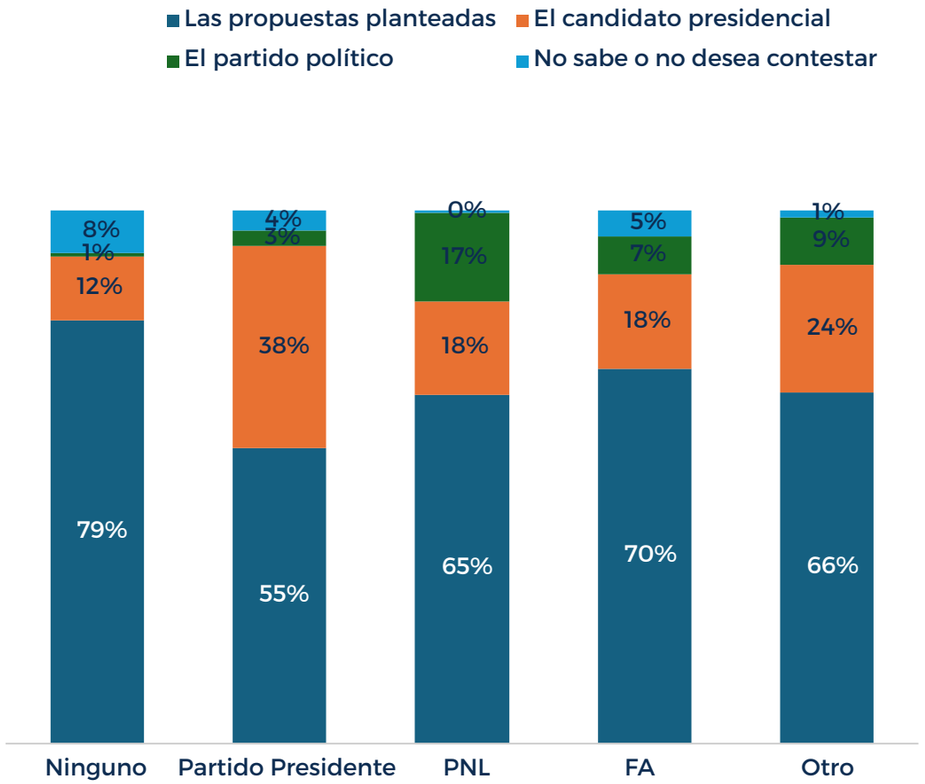
- También tiene apoyo de un tercio de las personas sin partido de simpatía.
- Así como de 39% de los simpatizantes de otros partidos.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

En agosto 2024, más personas están seguras de votar, sobre todo si tienen partido de simpatía.





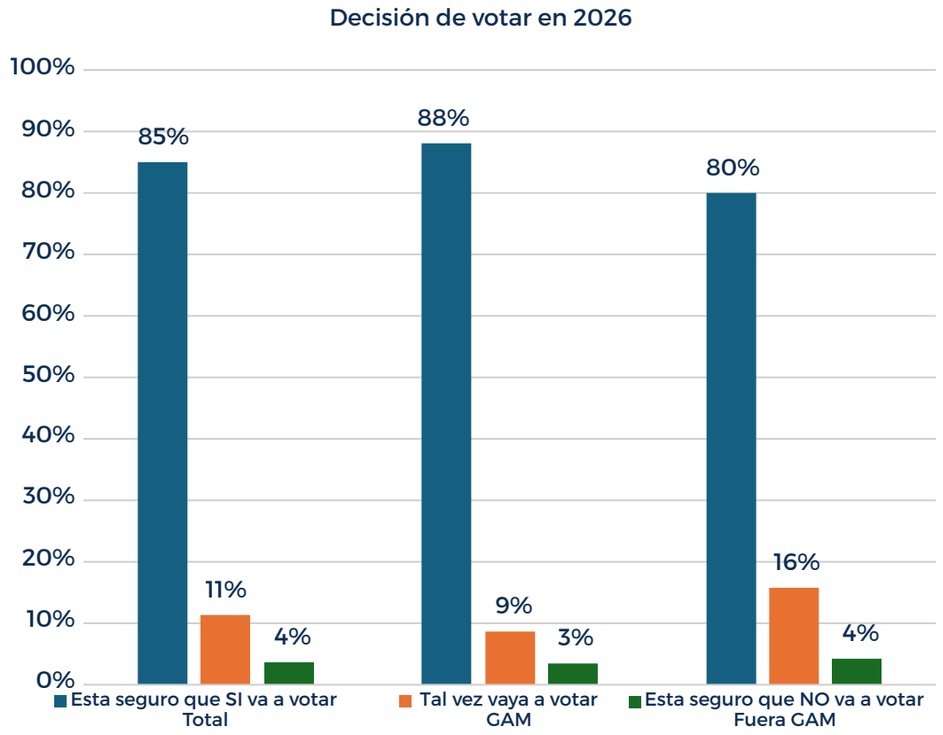
•Para los encuestados, las propuestas son generalmente más importantes que el candidato o el partido político, especialmente entre aquellos que no tienen un partido de simpatía.

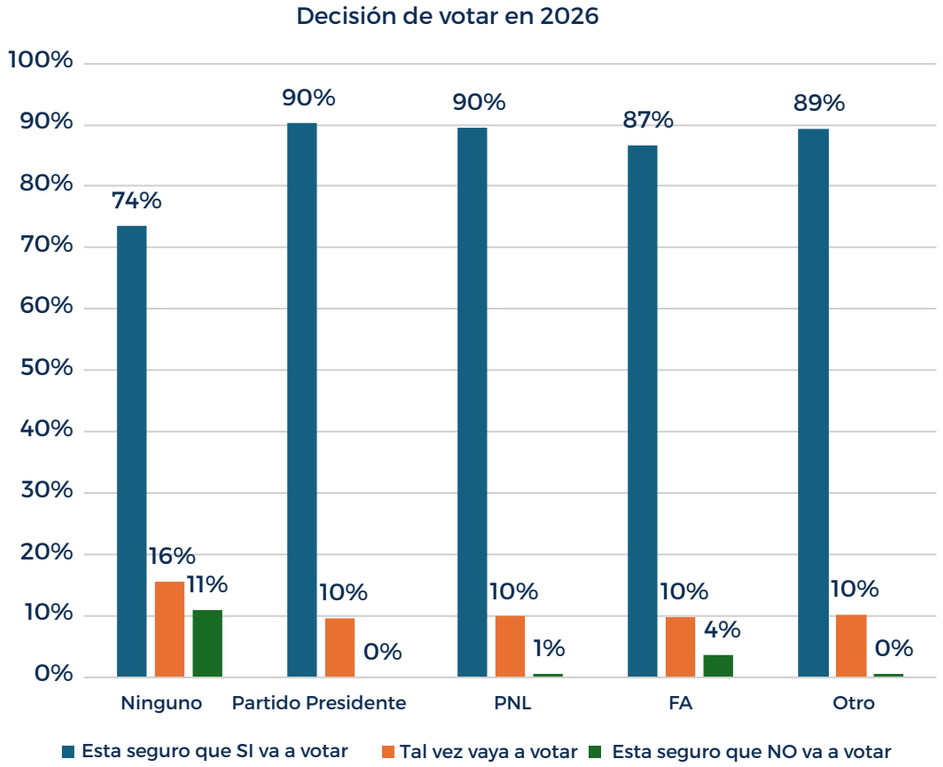
•Sin embargo, para los simpatizantes del partido del Presidente, el candidato tiene una relevancia mayor.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

En agosto 2024, más personas están seguras de votar, sobre todo si tienen partido de simpatía.

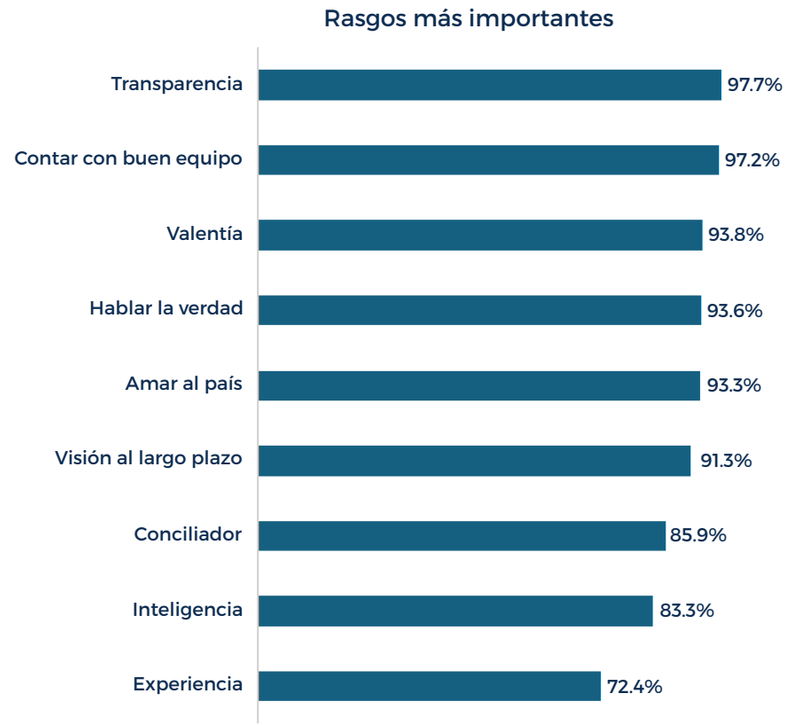




elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Rasgo más importante: transparencia y equipo.





elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

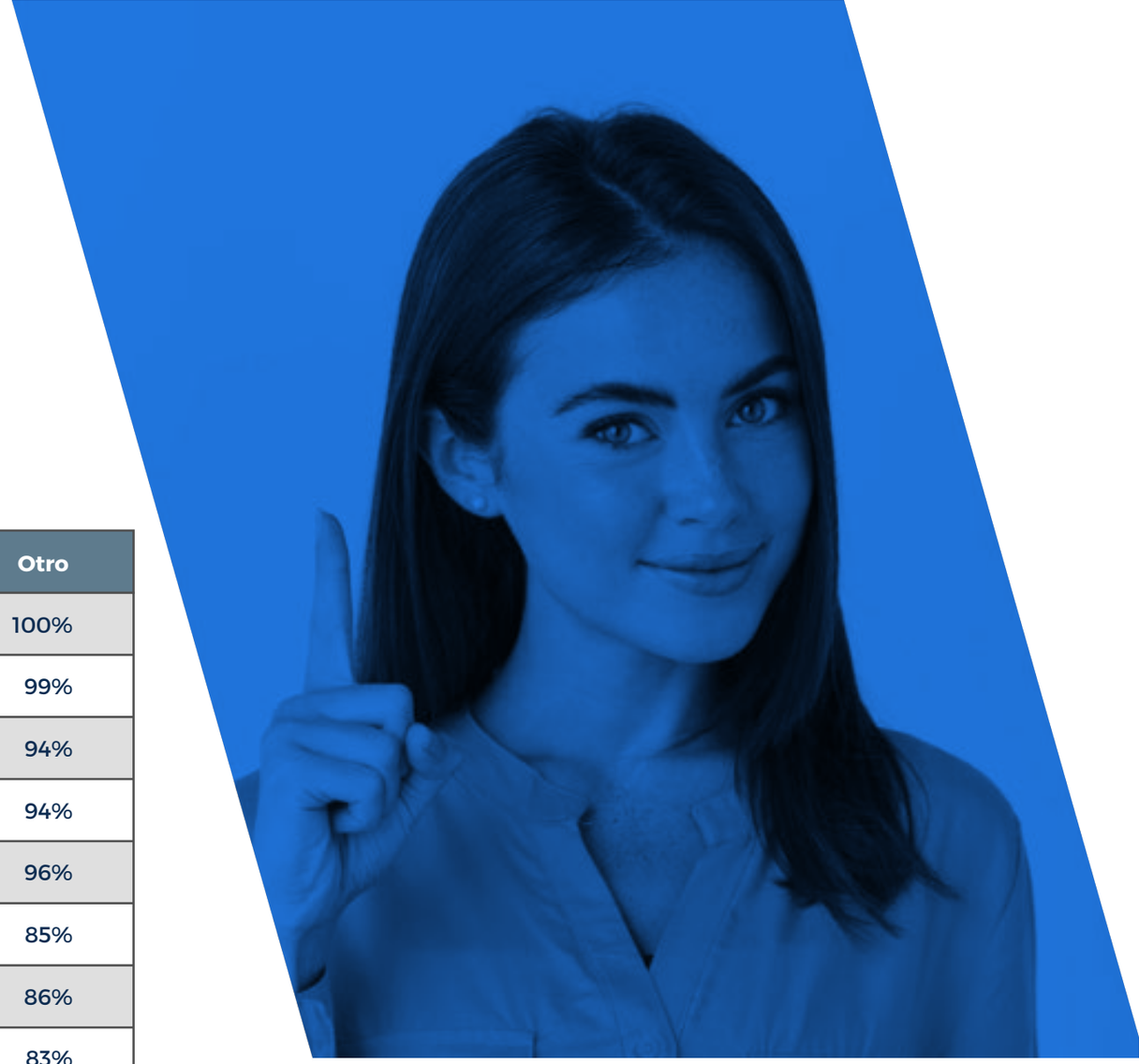
•La transparencia y contar con un buen equipo son los rasgos más valorados en los líderes, independientemente del partido de simpatía.

•La valentía es un rasgo destacado principalmente por los simpatizantes del partido del Presidente.



Valentía es más identificada por simpatizantes del Partido del presidente.

	Ninguno	Partido presidente	PLN	FA	Otro
Transparencia	98%	97%	96%	98%	100%
Contar con buen equipo	96%	96%	100%	98%	99%
Valentía	90%	99%	96%	87%	94%
Hablar la verdad	92%	97%	94%	89%	94%
Amar al país	94%	97%	95%	82%	96%
Visión de largo plazo	88%	92%	97%	97%	85%
Conciliador	88%	77%	99%	90%	86%
Inteligencia	79%	86%	90%	81%	83%
Experiencia	71%	61%	90%	80%	76%



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

VALORACIÓN DE JEFES DE FRACCIÓN Y PRESIDENCIA CONGRESO

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Conocimiento de Jefes de fracción de oposición

	Total	GAM	Fuera GAM
Oscar Izquierdo Liberación Nacional	22,2%	23,6%	20,0%
Antonio Ortega Frente Amplio	17,9%	18,8%	16,3%
Pablo Sibaja Nueva Republica	8,6%	9,8%	6,6%
Luis Diego Vargas Liberal Progresista	9,0%	9,6%	8,1%
María Marta Carballo PUSC	15,2%	14,7%	15,8%
Rodrigo Arias Presidente Congreso	84,2%	85,1%	82,9%

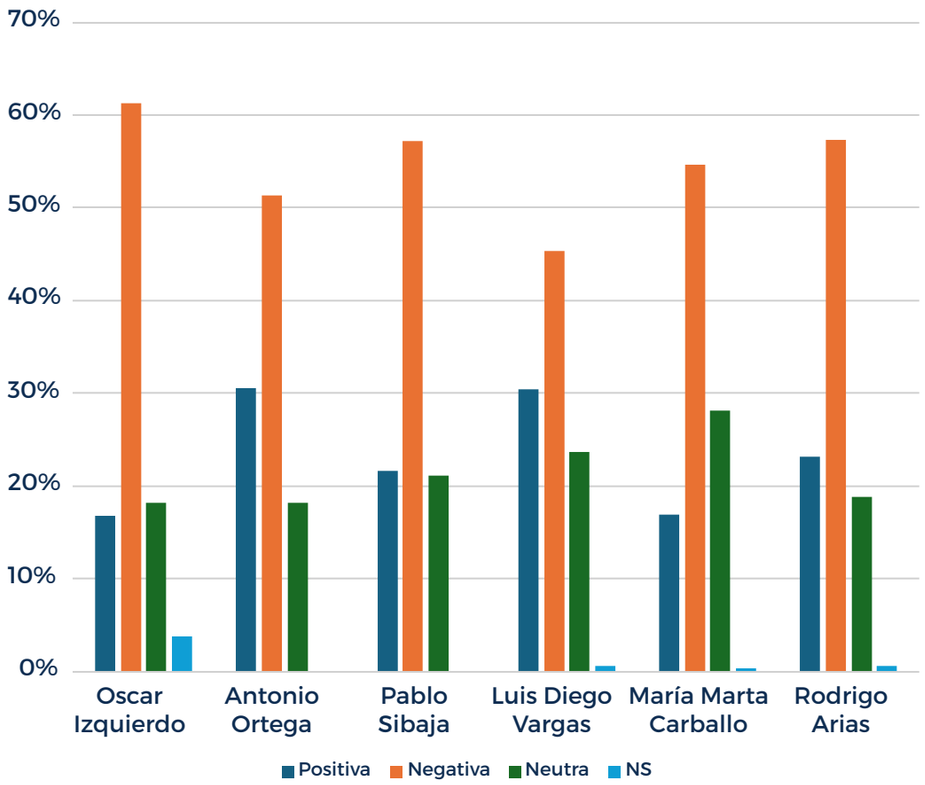
•El conocimiento de las jefaturas de fracción de oposición evidencia el poco alcance del control político que les corresponde realizar ya que no penetran ni una cuarta parte de la ciudadanía.

•Los seguidores del presidente muestran un mayor conocimiento de los diputados en general, lo que podría reflejar un mayor compromiso o interés en la política actual, mientras que aquellos con opiniones menos favorables hacia el gobierno tienden a ser menos conscientes o interesados en los legisladores.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Opinión sobre jefaturas de fracción de oposición



- La percepción de los diputados varía considerablemente según la simpatía partidaria y la opinión sobre el gobierno de Chaves.

- Los simpatizantes de Chaves y su partido tienden a ser muy críticos con los diputados, mientras que los simpatizantes del PLN muestran la mayor proporción de opiniones positivas.

- Los simpatizantes de otros partidos, como el Frente Amplio, son más críticos, pero menos polarizados en su evaluación.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL



VALORACIÓN DE FIGURAS PÚBLICAS

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Conocimiento de personalidades

elliot coen CONSULTING

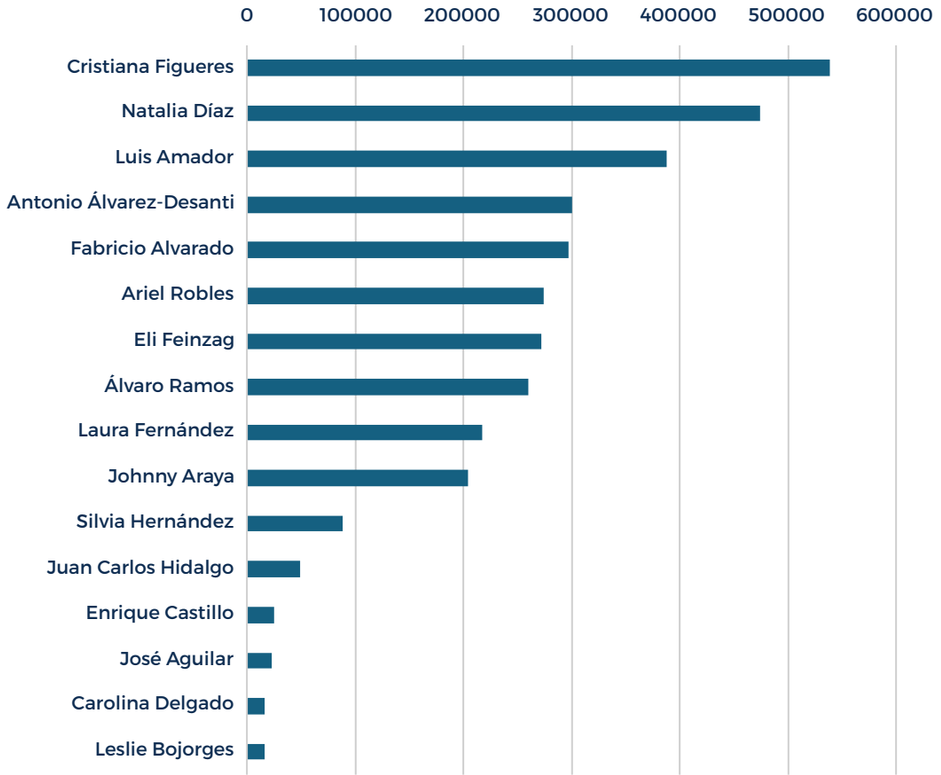
INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

•El conocimiento de personalidades varía considerablemente según factores como la zona geográfica, género, edad y simpatía partidaria.

•Las figuras políticas conocidas tienden a ser mejor reconocidas en el GAM y por grupos con afinidades políticas específicas.

	Total	Ninguno	Partido presidente	PLN	FA	Otro
Johnny Araya	86%	84%	88%	91%	90%	78%
Antonio Álvarez-Desanti	82%	81%	79%	88%	88%	80%
Fabricio Alvarado	81%	82%	80%	71%	90%	79%
Luis Amador	62%	53%	69%	63%	71%	53%
Eli Feinzag	60%	61%	57%	57%	75%	53%
Natalia Díaz	55%	47%	61%	56%	65%	44%
Cristiana Figueres	51%	51%	45%	66%	64%	37%
Álvaro Ramos	43%	38%	42%	59%	48%	37%
Ariel Robles	41%	30%	49%	35%	67%	22%
Leslie Bojorges	24%	14%	34%	21%	27%	20%
Laura Fernández	21%	12%	32%	14%	22%	17%
Juan Carlos Hidalgo	19%	19%	16%	22%	33%	12%
Silvia Hernández	10%	7%	8%	9%	18%	7%
Enrique Castillo	9%	2%	13%	16%	10%	8%
Carolina Delgado	9%	6%	11%	10%	8%	6%
José Aguilar	2%	4%	3%	0%	2%	0%

Capital político de las personalidades



•Con esta fórmula predecimos de manera más científica el posible respaldo en votos del electorado hacia las figuras públicas.

•Se identifican figuras con alto capital político como Cristiana Figueres, Natalia Díaz y Luis Amador. Quienes pueden considerar un enfoque en temas que resuenen con sus bases actuales y una estrategia de comunicación que continúe construyendo sobre su reputación positiva.

•De estas figuras quien viene perdiendo apoyo es Luis Amador con respecto a estudios anteriores. Las figuras políticas típicamente en oposición las lidera AAD quien a pesar de no tener un puesto político sigue estando en el imaginario colectivo como una figura activa políticamente.

•Otras figuras con posibilidad electoral como FA (diputado) debe centrarse en la reconstrucción de su imagen, abordando los cuestionamientos y ofreciendo propuestas que puedan reconectar con el electorado.

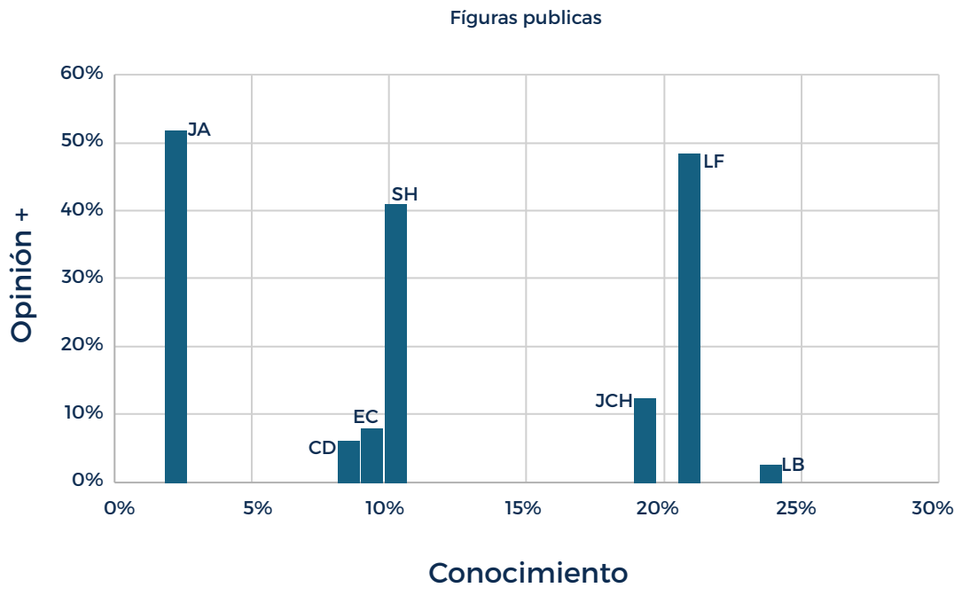
•Se tienen figuras en desarrollo como Ariel Robles, Eli Feinzag y Álvaro Ramos que tienen una oportunidad significativa de aumentar su capital político si logran mejorar su visibilidad y convertir el conocimiento en apoyo sólido.

•Otras figuras emergentes como Juan Carlos Hidalgo, Enrique Castillo, Laura Fernández y José Aguilar tienen una oportunidad en tanto que aumenten sus penetraciones en el electorado y consoliden una opinión positiva hacia ellos.

•Más complicado lo tienen la diputada Delgado y el diputado Bojorges ya que, aún con una posición política relevante como diputados, no logran consolidar su capital político ni en conocimiento ni en apoyo por parte de quienes le conocen.

•El Capital Político se calcula con la siguiente formula. CP= %Conocimiento X %Opinión+ X (Padrón Electoral - Abstencionismo)

Figuras en desarrollo y emergentes



José Aguilar (JA) Silvia Hernández (SH) Laura Fernández (LF)
Enrique Castillo (EC) Carolina Delgado (CD) Juan Carlos Hidalgo (JCH)
Leslie Bojorges (LB)

- JA, SH y LF tienen un alto apoyo por parte de quienes los conocen.
- JA es el menos conocido de las figuras públicas a pesar de haber sido candidato a vicepresidente del Liberal Progresista.
- Para ellos (JA,SH,LF) el desafió está en aumentar su conocimiento manteniendo esos niveles de opinión positiva.
- EC y JCH tienen una base de apoyo respetable y de conocimiento sobre lo que pueden construir aún de cara al 2026.

En resumen

•Las mujeres tienden a ser ligeramente más optimistas que los hombres sobre las posibilidades de una personalidad para ser un buen presidente.

•En términos de edad, los jóvenes son los más optimistas, mientras que los adultos mayores tienden a ser más escépticos o están menos seguros.

•Las expectativas sobre la capacidad de una personalidad para ser un buen presidente están claramente influenciadas por la simpatía partidaria, con un optimismo predominante entre los seguidores del partido del presidente y un escepticismo notable entre los seguidores de otros partidos.

•Estas diferencias pueden reflejar diversas perspectivas basadas en la experiencia, la exposición a la política y las expectativas sobre el liderazgo.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

ALGUNAS REFLEXIONES

elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE
ANTROPOLOGÍA
SOCIAL

Polarización y simpatía partidaria

•El análisis muestra una fuerte polarización basada en la simpatía partidaria.

•Los simpatizantes del partido del presidente Rodrigo Chaves tienen una clara preferencia y apoyo hacia figuras asociadas con su partido, mientras que los seguidores del PLN y del Frente Amplio muestran un escepticismo significativo hacia figuras externas a sus círculos políticos.

•**Implicación:** La polarización podría limitar la capacidad de las figuras políticas para atraer votantes fuera de sus bases partidarias tradicionales. Sin embargo, también ofrece una oportunidad para consolidar y movilizar el apoyo dentro de sus propios partidos.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL



Importancia de las propuestas



•Los resultados indican que los votantes están más interesados en las propuestas y la transparencia que en la personalidad o el partido político.

•Esto sugiere un electorado cada vez más informado y crítico, que prioriza la sustancia sobre la forma.

Implicación:

•Las campañas políticas deberán centrarse en comunicar propuestas claras y tangibles que aborden los problemas cotidianos de los ciudadanos.

•La transparencia y la capacidad para formar un equipo competente también serán factores decisivos para ganar la confianza de los votantes.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Diferencias geográficas y demográficas

•La evaluación de personalidades varía significativamente entre residentes del GAM y fuera del GAM, así como entre diferentes grupos de edad y género.

•Las mujeres y los jóvenes muestran una mayor disposición a apoyar a nuevas figuras políticas, mientras que los adultos mayores tienden a ser más conservadores en sus elecciones.

Implicación: Las estrategias de campaña deben ser segmentadas para abordar las preocupaciones y expectativas específicas de cada grupo demográfico.

•Fuera del GAM, por ejemplo, las figuras asociadas con la renovación política, como Rodrigo Chaves, deben aprovechar su fuerte apoyo, mientras que, en el GAM, se debe trabajar en captar el voto de sectores más críticos y diversos.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

¿Próximos pasos para personalidades?

- Reinvención y relanzamiento de imagen
- Aumento de visibilidad para figuras emergentes
- Enfoque en propuestas sólidas y tangibles
- Construcción de coaliciones amplias
- Campañas diferenciadas por segmentos del electorado

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Es decir

•El escenario político costarricense de cara a las próximas elecciones se caracteriza por una demanda de transparencia, propuestas sólidas, y un deseo de renovación política.

•Las figuras políticas deben adaptarse rápidamente a estas expectativas, enfocándose en la reinvención de su imagen, aumentando su visibilidad y presentando soluciones concretas a los problemas del país.

•Aquellos que logren conectar mejor con estos valores y preocupaciones del electorado tendrán una ventaja significativa en las urnas.



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

GANADORES

Napolitan Victory Awards 2024 de Excelencia en Investigación y Encuestas





¡GRACIAS!

elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE
ANTROPOLOGÍA
SOCIAL

Teléfono: (506) 2201-4718
Email: contacto@antropologiassocial.net
Dirección: Of. Escazú Corporate Center 6to Piso,
San Rafael de Escazú, San José. Costa Rica