ANÁLISIS DE PERSONALIDADES

elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE
ANTROPOLOGÍA
SOCIAL

EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Nos enfocamos en el estudio de las relaciones sociales y las estructuras sociales que se dan en una sociedad. Nos interesamos en comprender en la manera en que las personas interactúan entre sí, y en cómo estas interacciones dan lugar a la creación de instituciones sociales, como la familia, el trabajo, la religión, y el gobierno. Asimismo, nos preocuparemos por entender cómo estas instituciones y relaciones cambian con el tiempo, y cómo varían en diferentes comunidades.

PARA DESCARGAR ESTUDIOS ANTERIORES VISITE

https://antropologiasocial.net/e-books/

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Catahalina García Santamaría

Especialista en Estadística con un Master of Science in Statistics de Iowa State University (1991). Amplia experiencia en investigación cuantitativa en mercados, opinión pública, análisis estadístico avanzado y procesamiento de datos, especialmente en proyectos y programas sociales, con enfoque en empleo, género, edad y pobreza.

Experiencia Relevante

Investigadora, FLACSO Costa Rica (2013-presente)

Evaluación de capacitaciones para la inclusión económica de personas solicitantes de refugio (2023), estudio sobre gastos de estudiantes becados de la Universidad Técnica Nacional (2023), y evaluación del acceso a servicios de mujeres migrantes vulnerables (2023).

Educación y Actualización Profesional

Master of Science en Statistics, Iowa State University (1991). Licenciatura en Estadística, Universidad de Costa Rica (1987). Post Graduate Diploma in Monitoring & Evaluation, Strategia Netherlands (2020-2021). Cursos de actualización sobre Pobreza Multidimensional y Calidad de Datos (2020).

Consultorías Destacadas

Proyectos enfocados en violencia, discriminación, pobreza y exclusión social con ideas ingeniosas S.A. y Manuel Barahona Montero. Consultoría para COMEX sobre diseño de indicadores y proyecciones de demanda (2019-2024).



Elliot Coen

Escritor, conferencista y consultor con cuatro décadas de experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación disruptivas.

Consultor especializado en estrategia de mercadeo y comunicación política digital para el sector público y privado en Latinoamérica. Su sello distintivo es la creatividad, la metodología aplicada para definir mensajes de alto impacto y la operación de ecosistemas digitales de alto impacto en la plaza digital.

Actualmente, dirige Elliot Coen Consulting, firma dedicada a la investigación, diseño e implementación de estrategias de comunicación, así como al diseño y ejecución de planes de mercadeo y comunicación digital. Su enfoque se centra en establecer conexiones emocionales con las audiencias meta.

Es coautor de varios libros publicados por la Editorial Innopolítica, incluyendo "Campañas Electorales en la Era de la Inmediatez". Conferencista habitual en la Cumbre Mundial de Comunicación Política.

Sus campañas han obtenido reconocimiento y galardones a nivel internacional. Entre sus campañas para causas sociales destacan "Por Amor Use el Cinturón", "Ponte una Mascarilla en su Corazón También" y "Ya No Más Violencia Contra las Mujeres", todas ellas premiadas internacionalmente.

Recibió el premio a la Campaña Digital del Año 2024, otorgado por los Reed Latino, entre otros importantes reconocimientos.

Es miembro de la Asociación Internacional de Comunicación Digital (Aicodi), la Asociación Latinoamericana de Comunicación Política (Alacop) y la Asociación Iberoamericana de Consultores, Comunicadores y Gestores Políticos (AICG).





¿QUÉ SE HIZO?

Característica	Mayo 2024	Junio 2024	Agosto 2024	Noviembre 2024	Marzo 2025
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	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	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	Encuesta telefónica, cuestionario con duración de 13 minutos	Encuesta telefónica, cuestionario con duración de 5 minutos
Margen de error	±2.8 puntos porcentuales al 95% confianza	±3.0 puntos porcentuales al 95% confianza	±4.3 puntos porcentuales al 95% confianza	±4.3 puntos porcentuales al 95% confianza	±5.2 puntos porcentuales al 95% confianza

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

EN RESUMEN

4 de cada 10 personas no tienen partido de simpatía, reflejando desapego político.

La aprobación del gobierno de Chaves ha aumentado, con un 97% de respaldo entre sus simpatizantes.

Crece la tendencia de abstencionismo, aunque el 75% se dice seguro de votar en 2026.

Si las elecciones 2026 fueran hoy, 25% no sabe por quién votar, 17% apoyaría un candidato del partido del presidente y 15% al PLN.

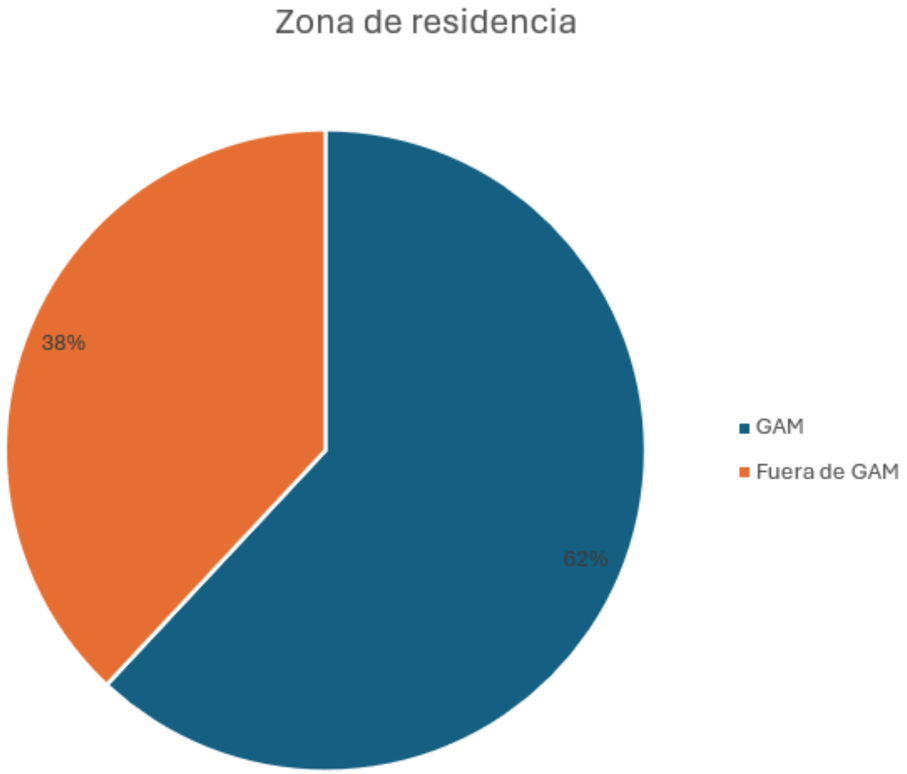
Un 35.8% del electorado participará en las primarias del PLN, con alta movilización de sus simpatizantes.

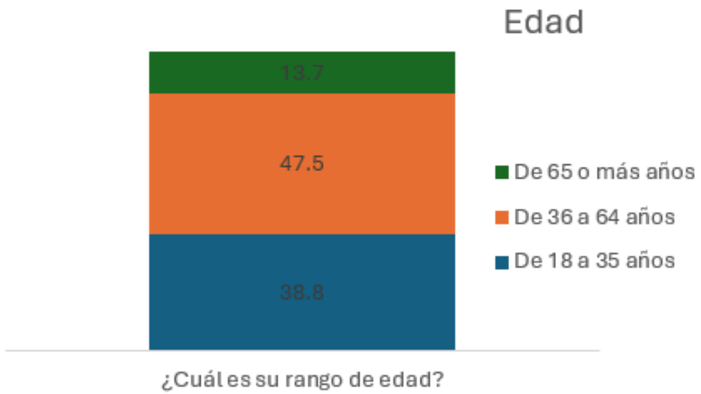
En las primarias del PLN, Ramos lidera con 51%, aunque su apoyo varía según la percepción del gobierno.

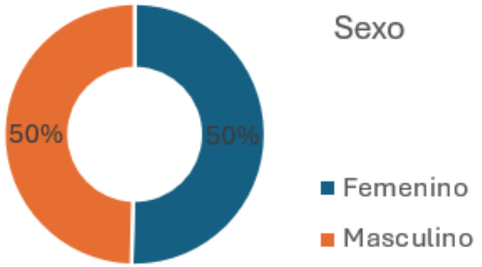
elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

LA DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN ZONA, SEXO Y EDAD CORRESPONDE CON LOS DATOS DE ESTIMACIONES AL 2022



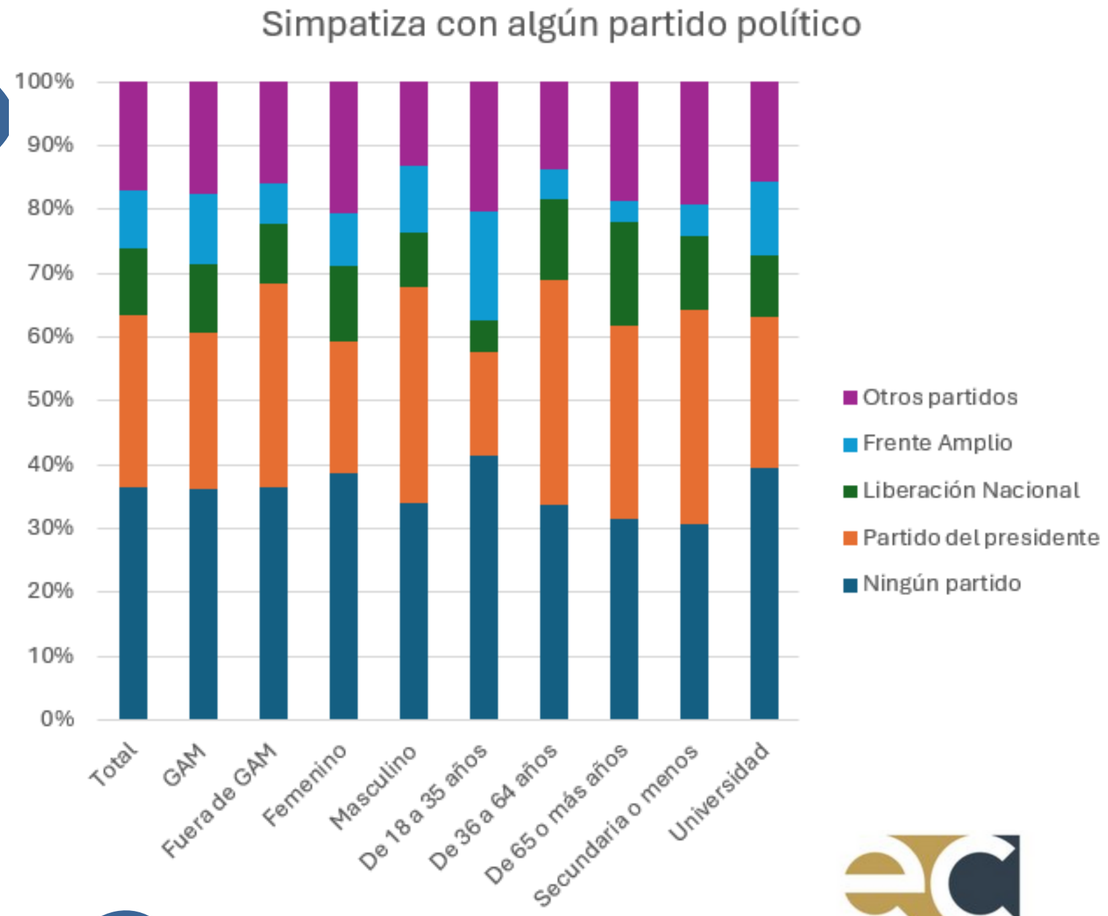




elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

PARTIDO DE SIMPATÍA: CASI 4 DE CADA 10 PERSONAS NO TIENEN PARTIDO DE SIMPATÍA

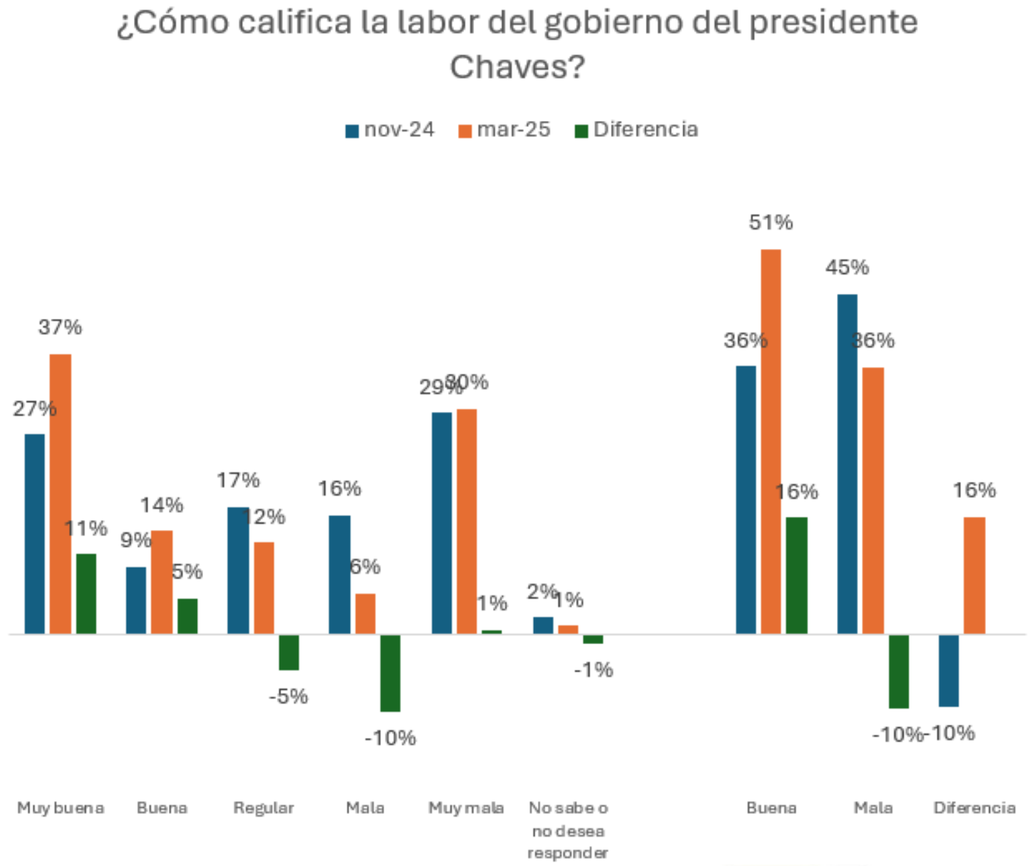


- Se destaca que casi 4 de cada 10 personas no tienen un partido de simpatía, lo que indica un alto nivel de desapego político.
- Las personas más jóvenes y quienes tienen educación universitaria tienen preferencias que se distinguen de otros grupos.
- La falta de identificación con partidos puede afectar la participación electoral y la estabilidad política. Es posible que este desapego político refleje una crisis de representación o un escepticismo hacia los partidos tradicionales.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

OPINIÓN DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE CHAVES

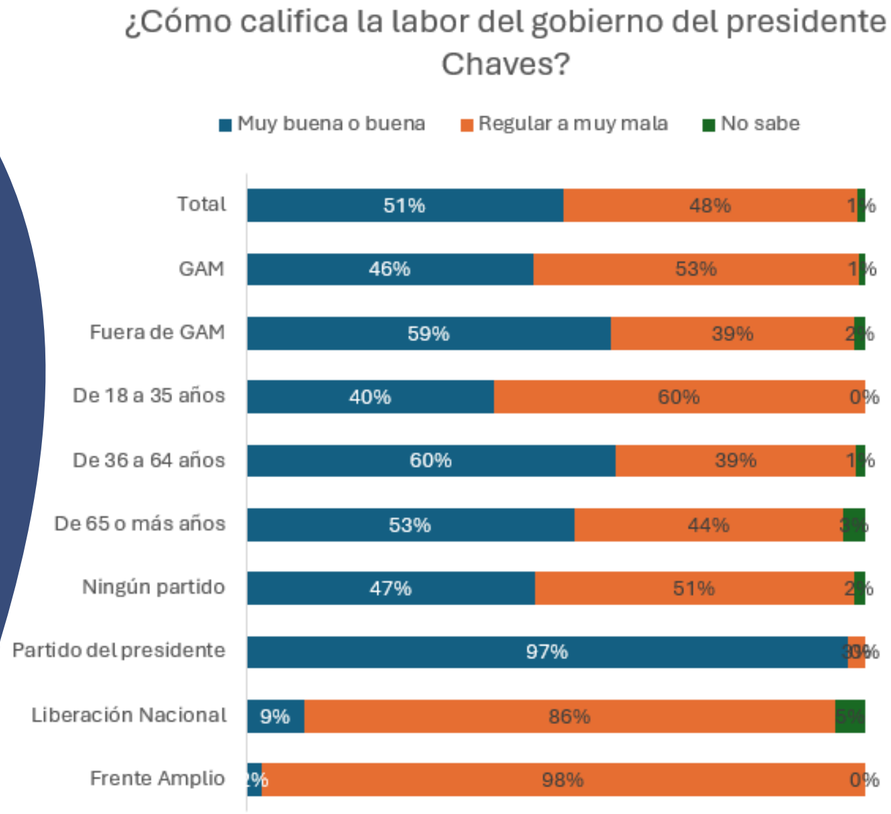


•Se observa un incremento significativo en la percepción positiva, con un aumento de quienes califican su labor como "muy buena" y "buena“. Este crecimiento refleja un fortalecimiento en la imagen del Presidente y una mayor aprobación de su gestión en los últimos meses.

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

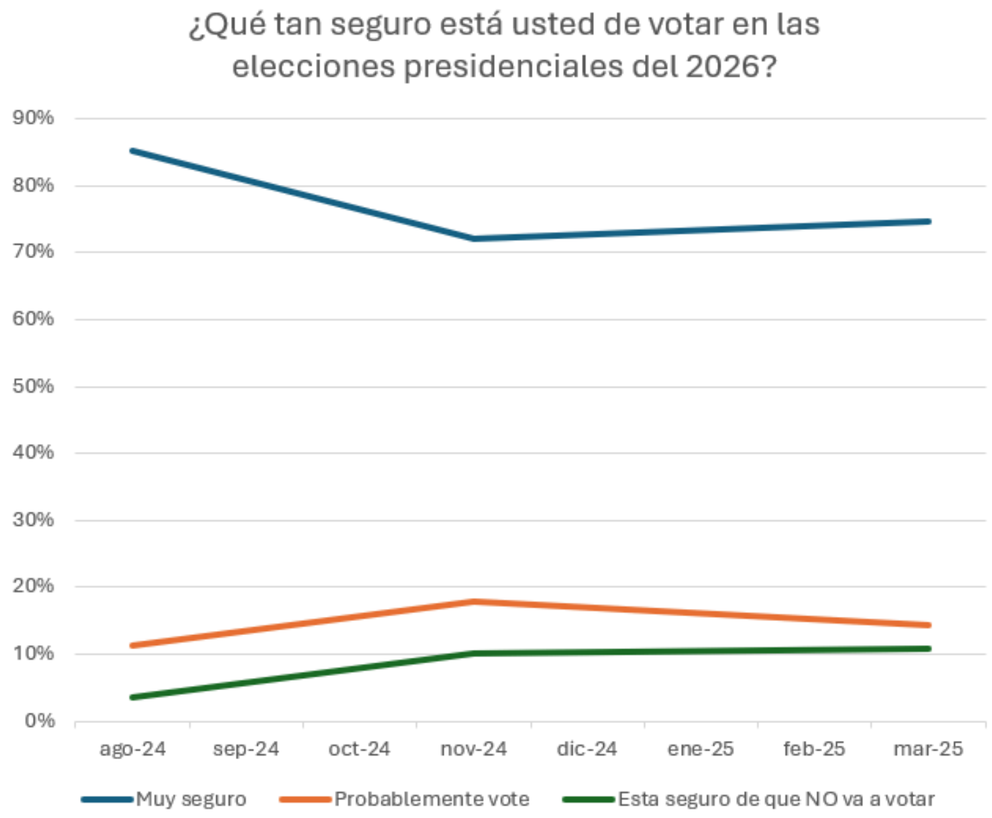


- Se identifica una fuerte correlación entre la simpatía partidaria y la percepción positiva del gobierno del presidente Chaves. El 97% de quienes se identifican con el partido del presidente califican su gestión como “muy buena” o “buena”, evidenciando un alto respaldo dentro de su base política. Sin embargo, entre quienes no tienen partido, la opinión está más dividida, con un 47% de valoración positiva y un 51% con una percepción negativa.
- Además, se observa que la población fuera del Gran Área Metropolitana (GAM) tiende a valorar mejor la gestión gubernamental en comparación con quienes residen dentro de la GAM.
- Por otro lado, la valoración negativa es predominante entre quienes simpatizan con partidos opositores. En particular, un 86% de los simpatizantes de Liberación Nacional y un 98% de los del Frente Amplio califican la labor del gobierno como "regular" a "muy mala", lo que indica una clara polarización en la opinión pública según la filiación política.
- También se observan diferencias generacionales: las personas entre 36 y 64 años muestran la mayor aprobación (60%), mientras que los jóvenes de 18 a 35 años son los más críticos, con solo un 40% de evaluación positiva.
- Esto sugiere que la percepción del gobierno varía no solo por afinidad política, sino también por factores geográficos y etarios.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

A MARZO 2025: TENDENCIA CRECIENTE DE QUIENES NO VOTARÁN

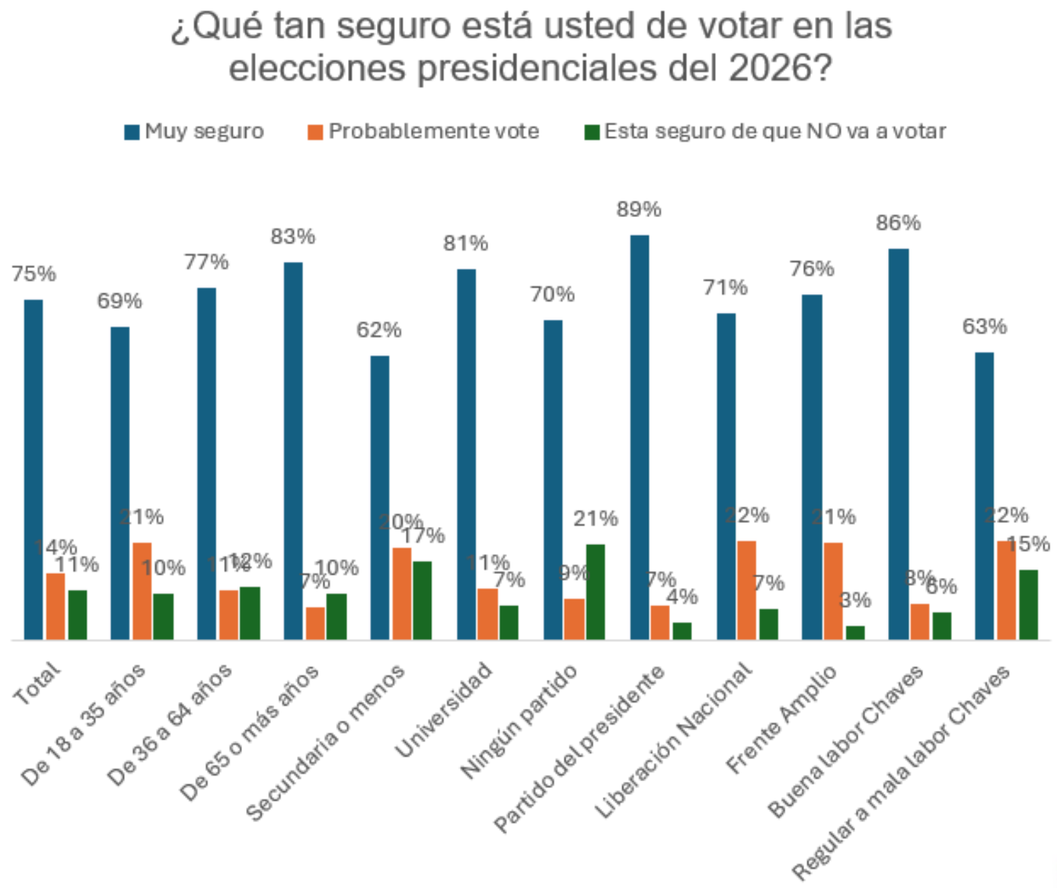


- La proporción de personas que están "muy seguras" de votar ha disminuido desde agosto de 2024, aunque con una leve estabilización en los meses recientes.
- Paralelamente, se observa un aumento gradual en quienes están seguros de que no votarán, lo que sugiere un crecimiento del abstencionismo.
- Además, la categoría de quienes "probablemente voten" muestra fluctuaciones, pero en general, refleja una disminución en la intención de participar. Este panorama indica un posible desinterés o desencanto con el proceso electoral, lo que podría afectar la legitimidad del resultado y la representatividad del próximo gobierno.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

A UN AÑO: 75% ESTÁ MUY SEGURO DE VOTAR EN ELECCIONES PRESIDENCIALES 2026

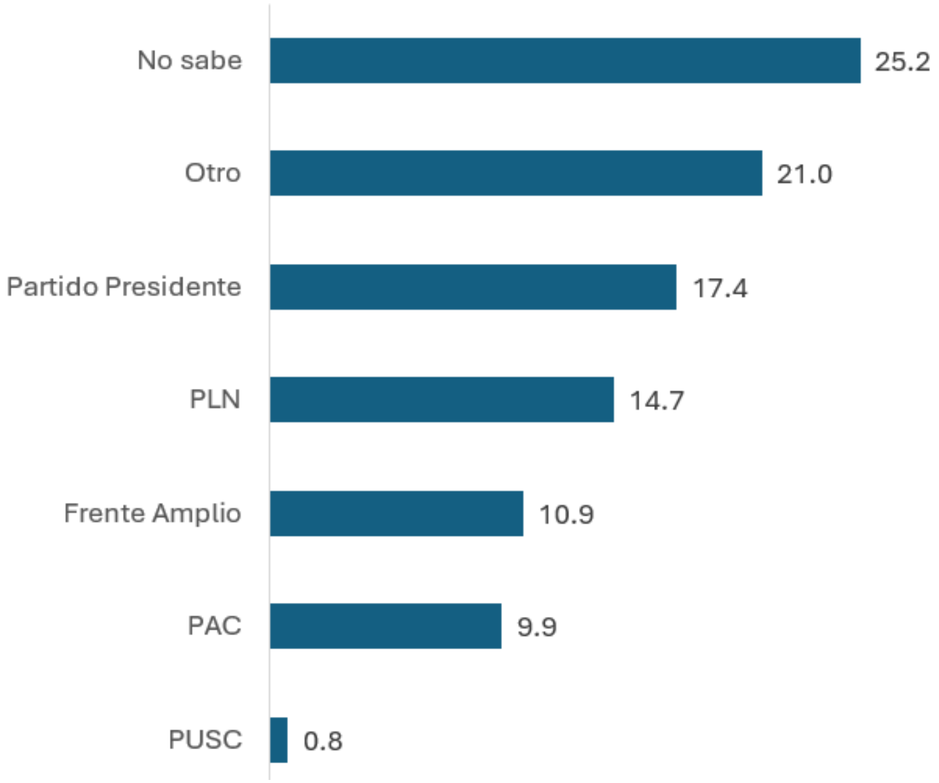


- Existen diferencias notables según grupo sociodemográfico y afiliación política.
- Por ejemplo, quienes simpatizan con el partido del presidente presentan la mayor certeza de participación (89%), mientras que aquellos que evalúan negativamente su gestión muestran menor seguridad en votar (63%) lo que evidencia la ausencia de un liderazgo fuerte de oposición.
- Además, se observa una mayor intención de voto en personas mayores de 65 años (83%) y en quienes tienen educación universitaria (81%), mientras que la población con educación secundaria o menos muestra un menor compromiso electoral (62%).
- Estos datos indican que el perfil del votante más seguro tiende a ser de mayor edad y con mayor nivel educativo, mientras que los sectores más jóvenes y con menor escolaridad podrían representar un mayor riesgo de abstencionismo.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

SI LAS ELECCIONES FUERAN HOY: ¿POR CUÁL DE ESTAS PERSONAS VOTARÍA?

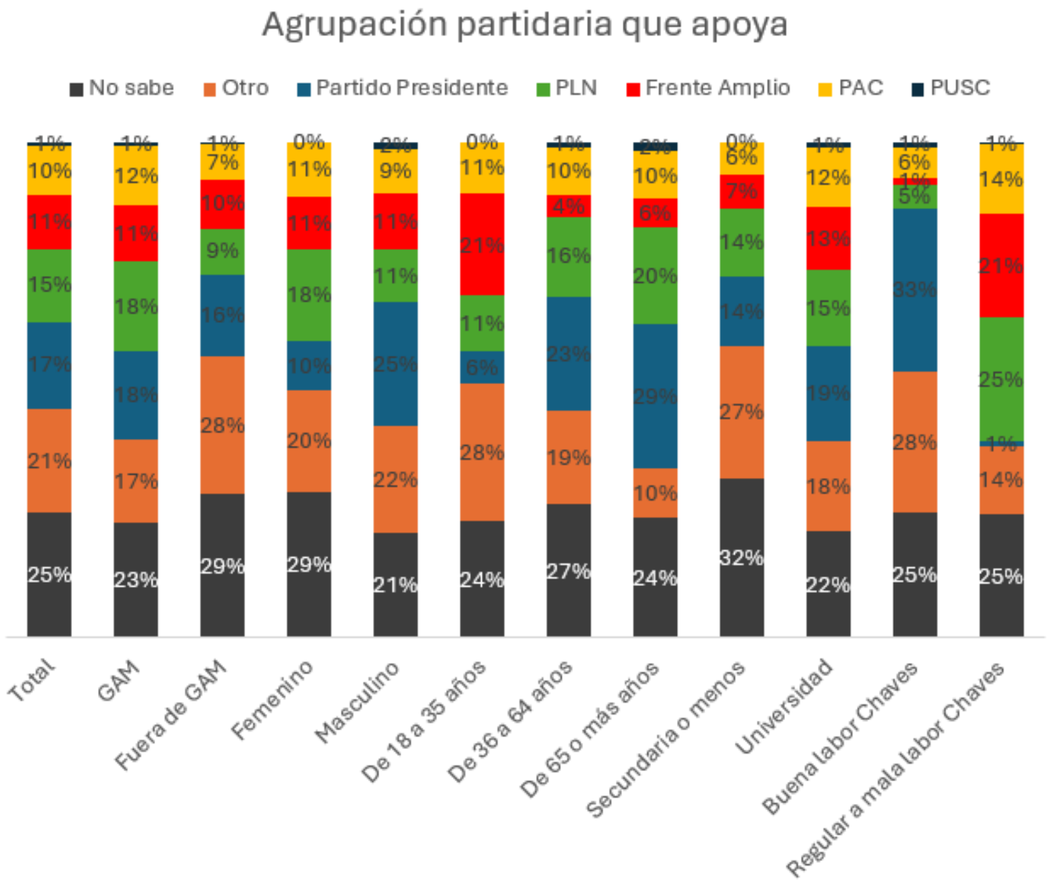


- Se agruparon los partidos en función de la respuesta que nos dieron los encuestados sobre ¿Si las elecciones fueran hoy ¿Por quien votaría?
- No se está considerando la participación en elecciones internas de los partidos.
- Por parte del PUSC solamente se incluyó a Juan Carlos Hidalgo.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

25% NO SABE POR QUIÉN VOTARÍA

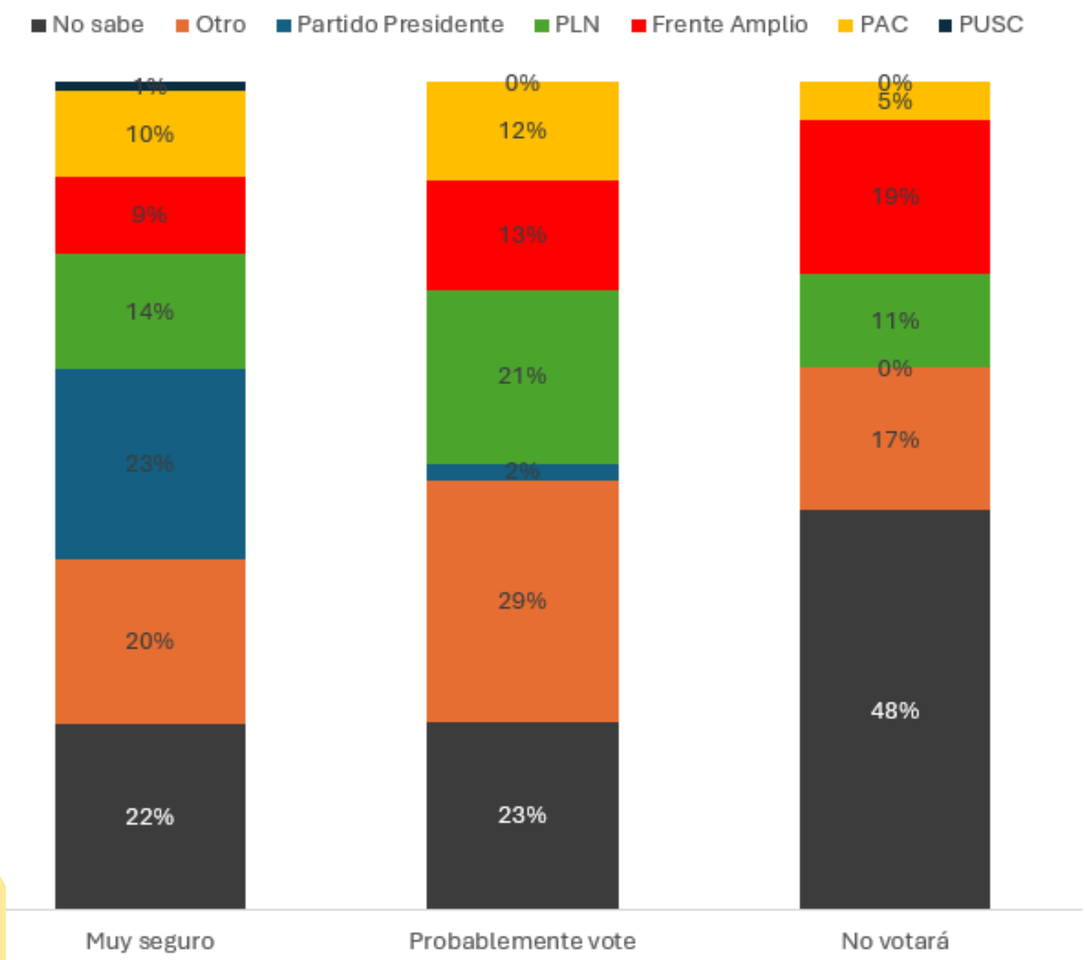


- No saben: más mujeres, personas con secundaria o menos y residentes fuera del GAM
- Partido del presidente: más hombres, personas de 36 años o más, valoran como buena labor de Chaves
- PLN: más mujeres, personas de 36 a 64 años y valoran como regular a mala labor de Chaves
- FA: más 18 a 35 años y valoran como regular a mala labor de Chaves
- PAC: más 18 a 35 años y valoran como regular a mala labor de Chaves

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

ENTRE MÁS SEGUROS DE VOTAR, MÁS CLARO EL PANORAMA DEL CANDIDATO

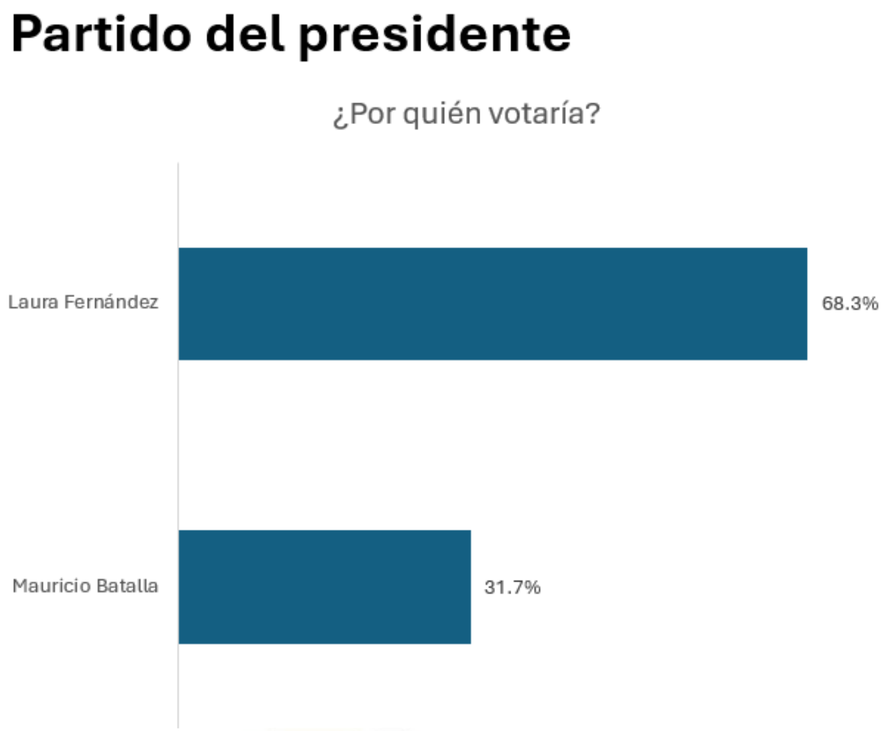


- Entre quienes están más seguros de votar crece el apoyo al partido del Presidente.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

PARTIDO DEL PRESIDENTE LIDERANDO LAURA FERNANDEZ CON UN 68,3% DE APOYO.

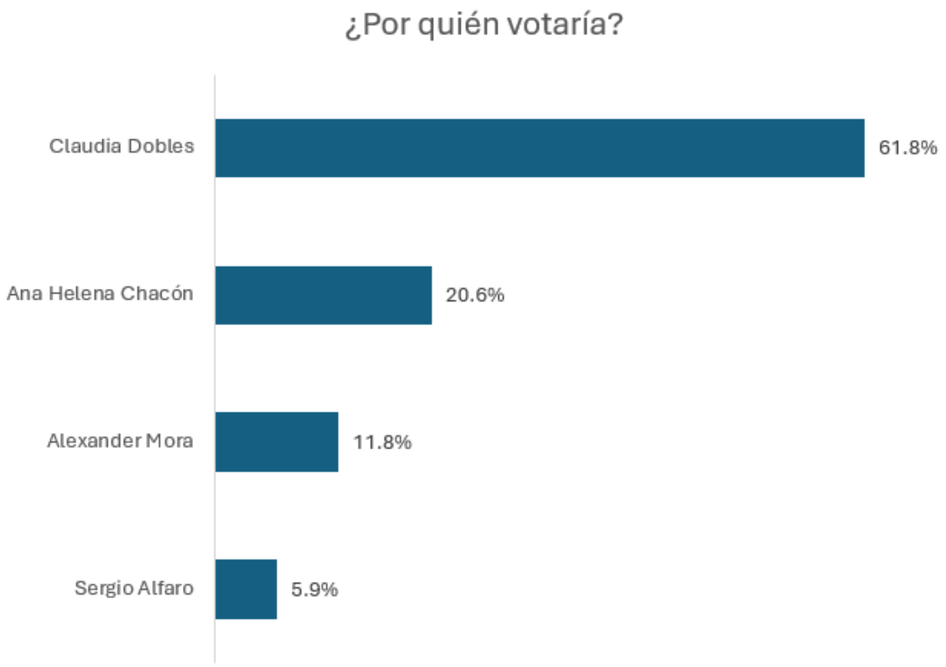


elliot coen CONSULTING

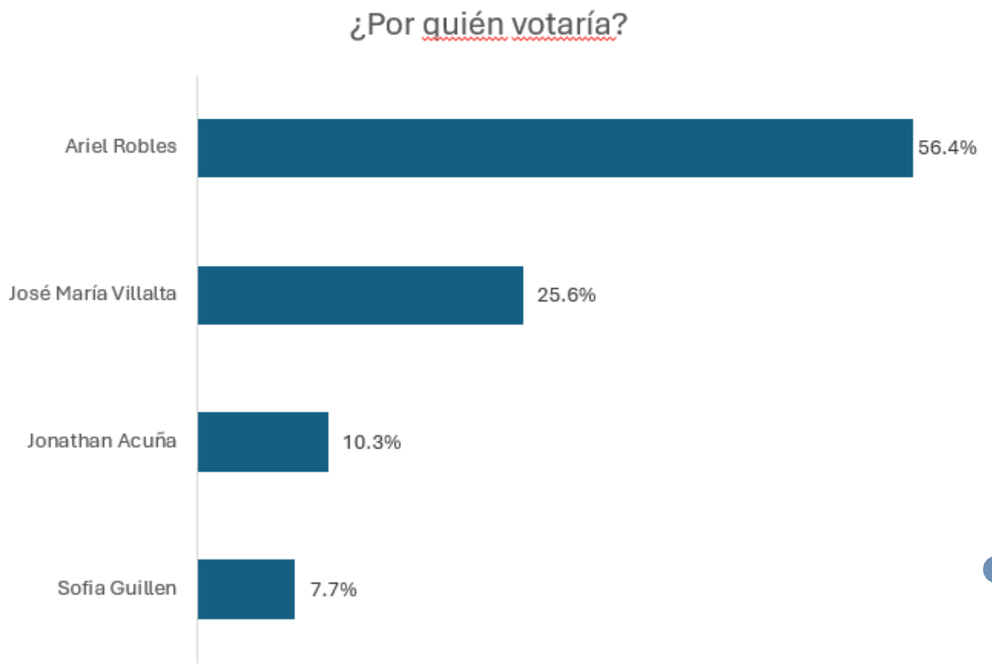
INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

PAC: LIDERA CLAUDIA DOBLES CON 62% Y EN FA: LIDERA ARIEL ROBLES CON 56%

PAC



Frente Amplio

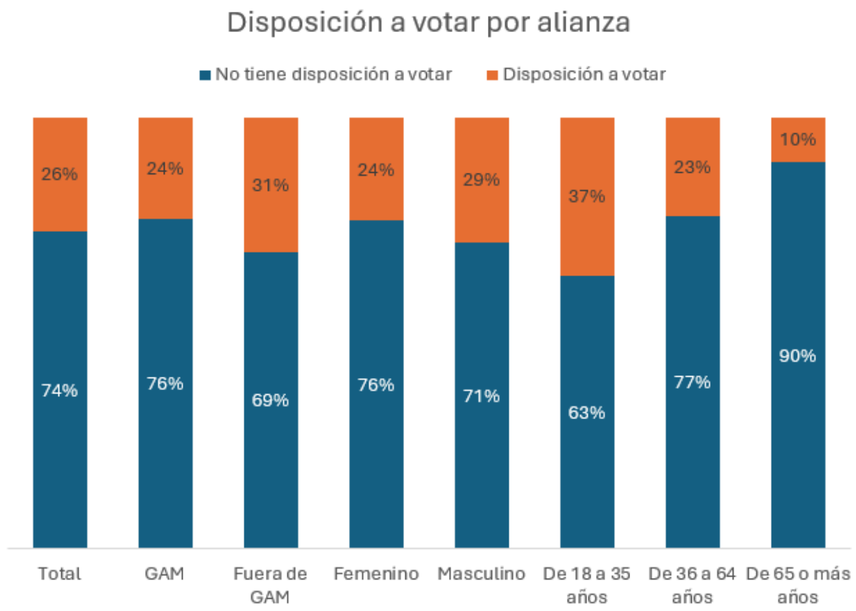


elliot coen CONSULTING

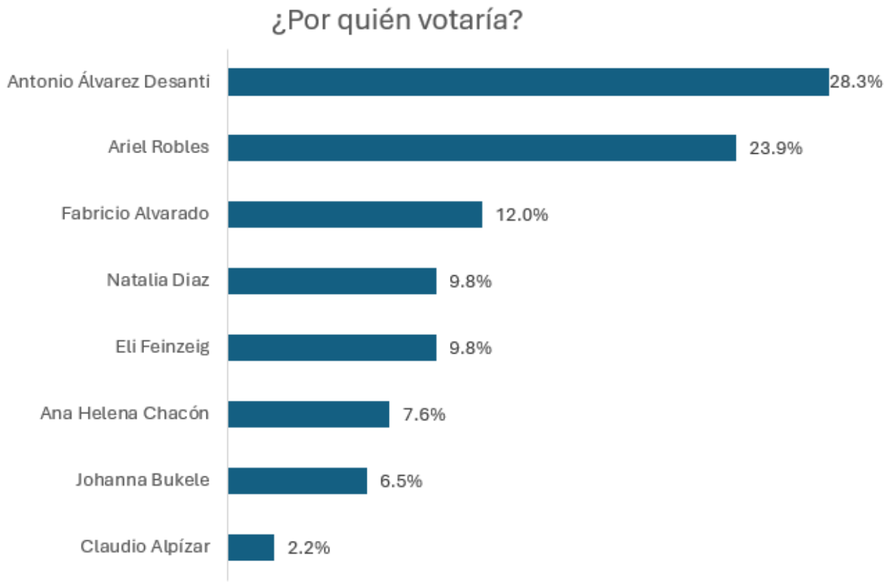
INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

SE ANALIZÓ EL POTENCIAL DE UNA ALIANZA ENTRE PERSONAS QUE NO SON PLN NI PUSC (GRÁFICO DE LA DERECHA)

Apoyo a personas de una posible alianza



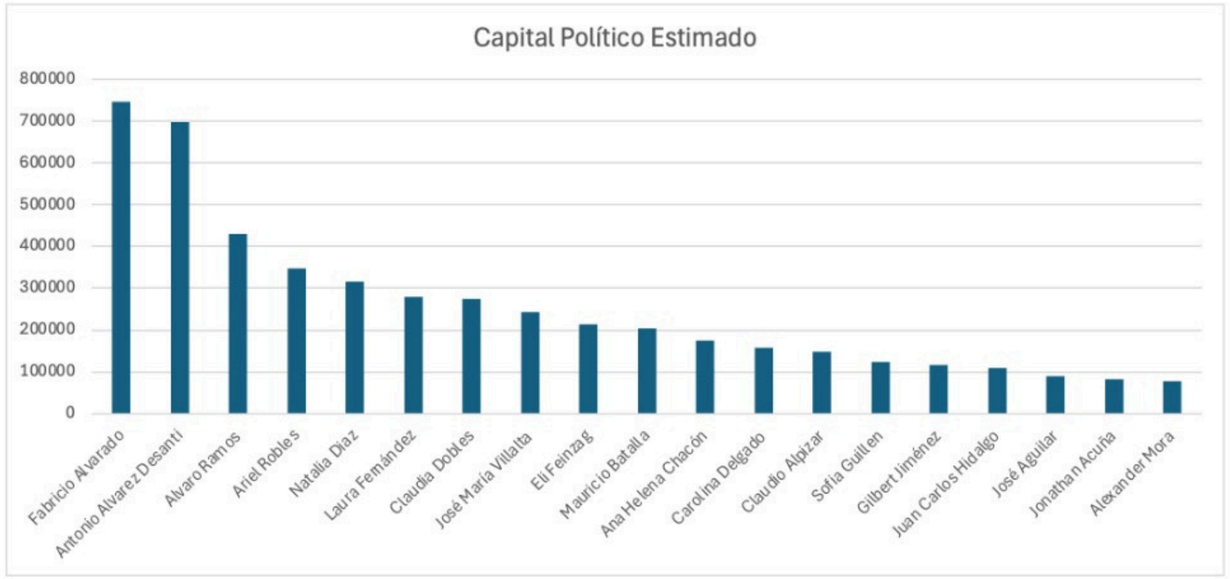
Simulación de voto



elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

CAPITAL POLÍTICO ESTIMADO



El **Capital Político** es una métrica más recomendada para entender el posicionamiento real de las figuras publicas ya qué la formula esta indexada con el porcentaje de Conocimiento, las percepción favorable, el padrón electoral y el abstencionismo de la última elección.

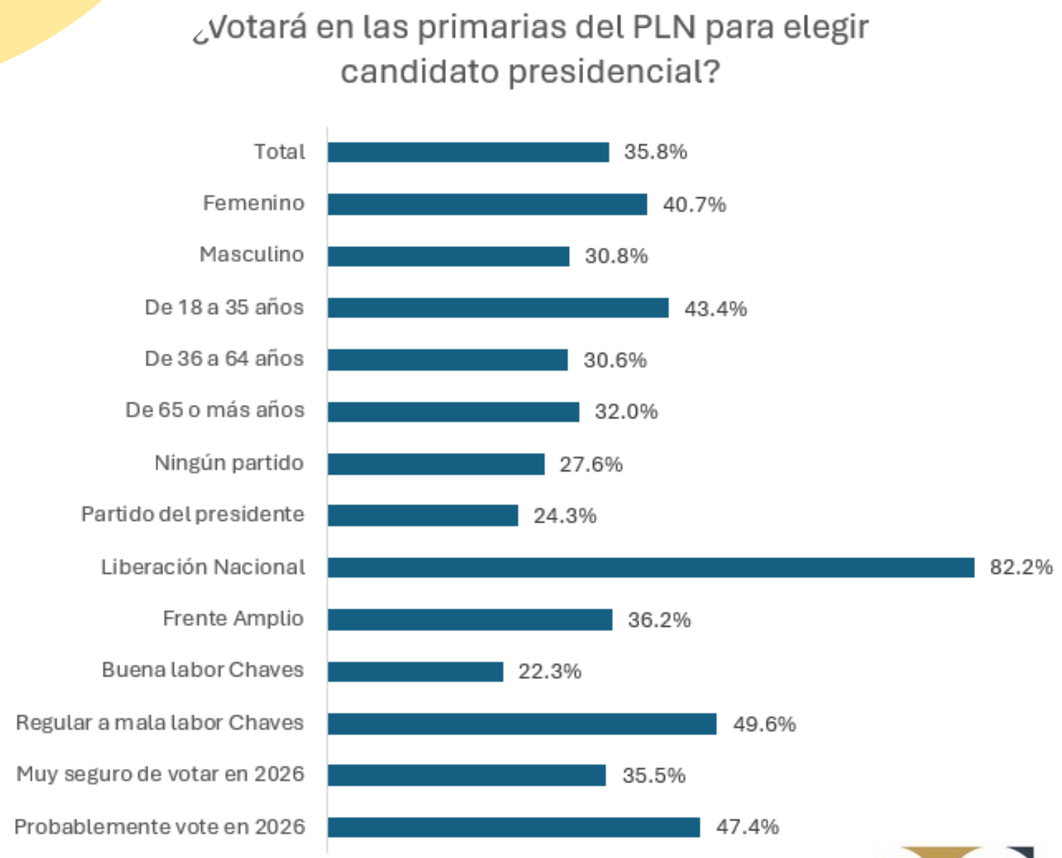
- Fabricio Alvarado y Antonio Álvarez al ser las figuras más conocidas tienen un Capital Político que les daría más votos al momento que se hizo la encuesta.
- Las oportunidades para ellos de cara al 2026 esta en aumentar su Capital Político enfocándose en mejorar sus percepciones favorables ya que tienen un camino de posicionamiento ya recorrido.
- A Antonio Álvarez se le ha notado un crecimiento en ese sentido mientras que Fabricio Alvarado parece que ya llego a su techo.
- Los demás candidatos deben enfocarse en aumentar el conocimiento que tienen de ellos antes que intentar mejorar las percepciones favorables.
- Sorprende cómo algunas figuras como Eli Feinzag y Luis Amador han disminuido el nivel de conocimiento. Se entiende en en caso de Luis Amador quien esta fuera de un puesto público pero no en el caso de Eli Feinzag.
- Se nota un “despertar” de algunas figuras públicas del PAC, principalmente de Claudia Dobles y Ana Helena Chacón.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

INTERNAS DEL PLN

UN TERCIO DE VOTANTES PARTICIPARÁ EN LAS PRIMARIAS DEL PLN

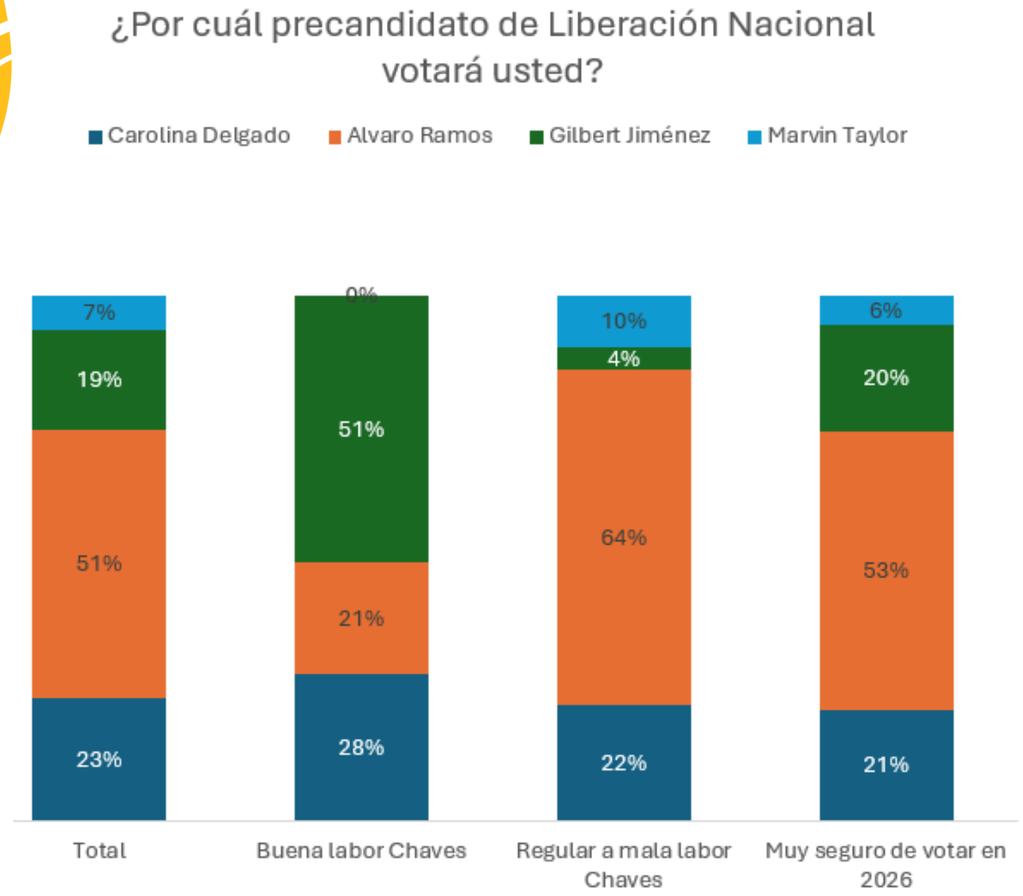


- El gráfico muestra que un 35.8% del electorado afirma que participará en las primarias del PLN, con una mayor intención de voto entre las mujeres (40.7%) y los jóvenes de 18 a 35 años (43.4%).
- Entre quienes no tienen partido de simpatía, solo un 27.6% indica que participará, mientras que entre quienes simpatizan con el partido del presidente, la cifra baja a 24.3%, lo que indica que la primaria del PLN moviliza principalmente a su propia base electoral.
- Destaca que el 82.2% de los simpatizantes del PLN asegura que votará en la primaria, lo que refleja una alta movilización interna.
- En contraste, un 36.2% de los simpatizantes del Frente Amplio también manifiesta intención de participar, lo que podría sugerir una estrategia de influencia en la elección del candidato.
- Además, 24% de simpatizantes del partido del Presidente tienen intención de participar en las primarias del PLN.
- La participación en estas primarias es mayor entre quienes evalúan negativamente la labor del presidente Chaves (49.6%), lo que sugiere que la contienda interna del PLN es vista como un espacio clave para definir una alternativa opositora fuerte para 2026.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

¿POR CUÁL PRECANDIDATO DE PLN VOTARÁ?

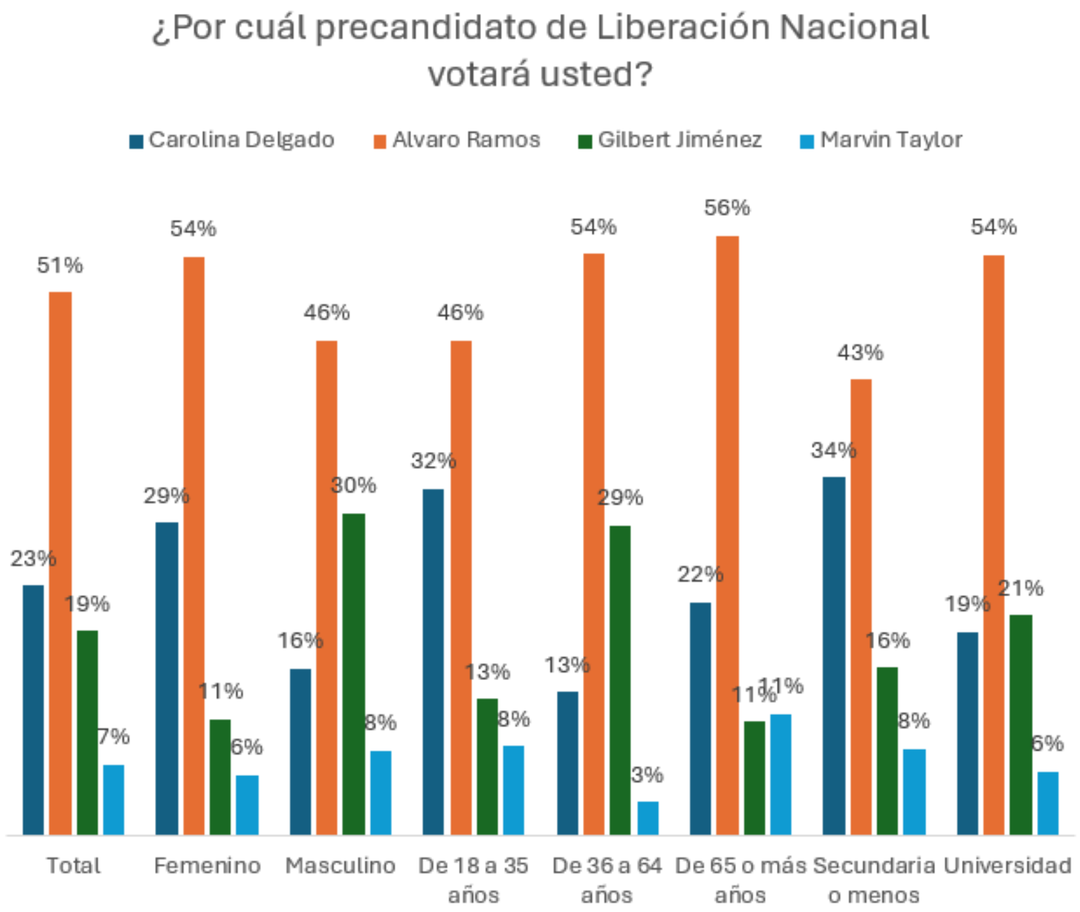


- El gráfico muestra las preferencias dentro de las primarias del Partido Liberación Nacional (PLN), donde Álvaro Ramos lidera con un 51% del apoyo total, seguido por Carolina Delgado (23%) y Gilbert Jiménez (19%), mientras que Marvin Taylor capta solo un 7%.
- Este patrón se mantiene entre quienes tienen una evaluación negativa del gobierno de Chaves, donde Ramos obtiene un 64%, consolidando su posición en Liberación como el precandidato más fuerte.
- Sin embargo, entre quienes evalúan positivamente la labor del presidente, la preferencia es diferente: Gilbert Jiménez lidera con un 51%, mientras que Ramos cae a un 21%.
- Entre quienes están "muy seguros" de votar en 2026, Ramos sigue siendo el favorito con un 53%, pero Jiménez y Delgado también captan un respaldo significativo.
- Esto sugiere que, aunque Ramos lidere, su apoyo podría variar sí se concreta una participación electoral de quienes consideran “Buena la labor de Chaves”

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

TENDENCIAS EN EL PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS APOYOS



- Carolina Delgado tiene apoyos más altos entre mujeres, 18 a 35 años y personas con secundaria o menos.
- Álvaro Ramos tiene apoyos más altos entre mujeres, personas de 36 años o más y con educación universitaria.
- Gilbert Jiménez más alto entre hombres, personas de 36 a 64 años, educación universitaria.

elliot coen CONSULTING

INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

REFLEXIONES

•Desafección Partidaria: Una tendencia creciente de ciudadanos que no se identifican con ningún partido político refleja un desapego hacia las estructuras tradicionales. Este fenómeno podría abrir espacio para candidatos independientes o nuevos movimientos políticos que capten a este electorado desencantado.

•Popularidad del Presidente Chaves: A pesar de la alta aprobación del presidente Rodrigo Chaves, existe incertidumbre sobre si este respaldo se traducirá en apoyo electoral para un sucesor o partido afín en 2026, especialmente considerando la ausencia de un partido consolidado que lo respalde.

•Fragmentación de la Oposición: La oposición enfrenta el reto de unificar criterios y presentar propuestas sólidas para competir eficazmente en las próximas elecciones, en un contexto donde la proliferación de partidos podría diluir el voto opositor.

•Indecisión Electoral: Un porcentaje significativo de la población aún no define su preferencia electoral, lo que representa una oportunidad para que los partidos y candidatos enfoquen sus estrategias en captar a este segmento indeciso mediante propuestas atractivas y cercanas a sus necesidades.

elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE
ANTROPOLOGÍA
SOCIAL

GRACIAS

elliot coen
CONSULTING

INSTITUTO DE
ANTROPOLOGÍA
SOCIAL