

MONITOR DE OPINIÓN PÚBLICA

TOTAL CCA

2023 Abril
30 Abril, 2023

GAME CHANGERS



RESUMEN EJECUTIVO

- **Ligeras variaciones en los países en referencia a la percepción de la dirección de las cosas.** Mejoran ligeramente la evaluación de que las cosas van en la dirección correcta en El Salvador, que venía descendiendo en las últimas 3 lecturas. En este mes de abril el país centroamericano detiene la caída y pasa de 80 a 89%. También muestra mejoría Guatemala, que sale de un incómodo nivel de 20% y pasa a 30% en esta lectura.
- **Los demás países muestran ligeras contracciones,** como es el caso de Costa Rica, que cae en 1 punto (de 51 a 50% este mes); República Dominicana, que cae 4 puntos (de 56 a 52%) y Panamá, que vuelve a ubicarse en niveles inferiores al 20% pasando de 24% en marzo a 19% este mes. La caída más pronunciada de la región se observa en Puerto Rico, que se contrae en 10 puntos (cayó de 24 a 14%), siendo este mes el país con la más baja percepción de dirección correcta en la región.
- En esta lectura se incluyen los resultados de una encuesta de **Ipsos Global Advisor** realizada entre el 20 de enero y el 3 de febrero de 2023, en ocasión de conmemorarse el **Día de la Tierra**, el pasado 22 de abril.
- **Globalmente, los ciudadanos en general no ven a su país como un líder en la lucha contra el cambio climático.** En el caso de los países de Caribe y Centroamérica. Solo un tercio de los entrevistados ve a su país como líder mundial contra el cambio climático. En CCA el promedio es algo mayor (40%). India y Malasia (71 y 51% respectivamente) son los países en el promedio con la mayor percepción de liderazgo, en materia de cambio climático. Costa Rica y El Salvador (69 y 63%) registran la percepción de liderazgo en el tema del cambio climático, más alta en nuestra región.
- **Hay consenso en que los países deben hacer más para combatir el cambio climático.** La mayor carga debe recaer en los países que históricamente han contribuido más al cambio climático. En nuestra región, nueve de cada diez puertorriqueños coinciden en que su país debería mostrarse más activo en esta lucha.

OBJETIVO GENERAL



Seguimiento de las
opiniones y
sentimientos de las
personas en la región
de Caribe y
Centroamérica - CCA



FICHA TÉCNICA



MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estudio cuantitativo online.

- Cuestionario estructurado de 8 minutos.



GRUPO OBJETIVO

Mujeres y hombres mayores de 18 años.



TAMAÑO DE MUESTRA

1,287 encuestas

- Error muestral de $\pm 2.7\%$ con un nivel de confianza del 95% para la máxima dispersión de los resultados ($p/q=1$).



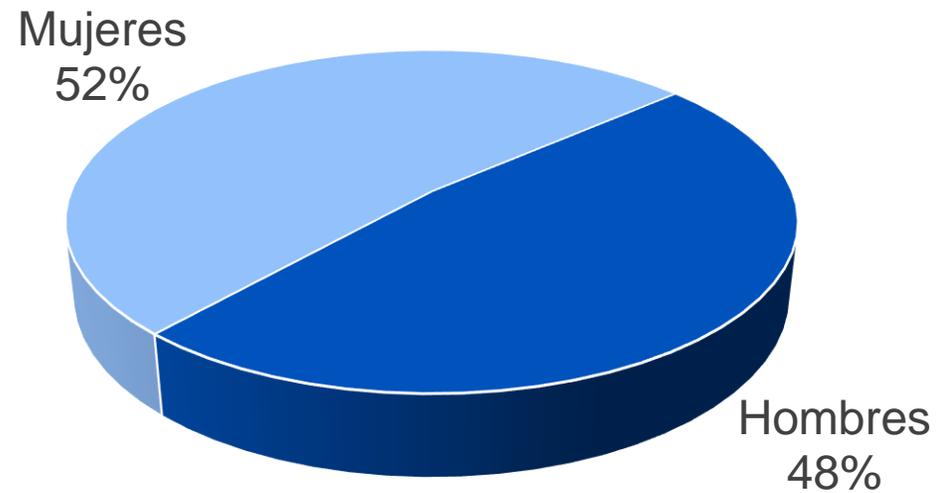
¿DÓNDE Y CUÁNDO?

- Costa Rica
- El Salvador
- Guatemala
- Panamá
- Puerto Rico
- República Dominicana.
- Del 1ro. al 12 de abril del 2023

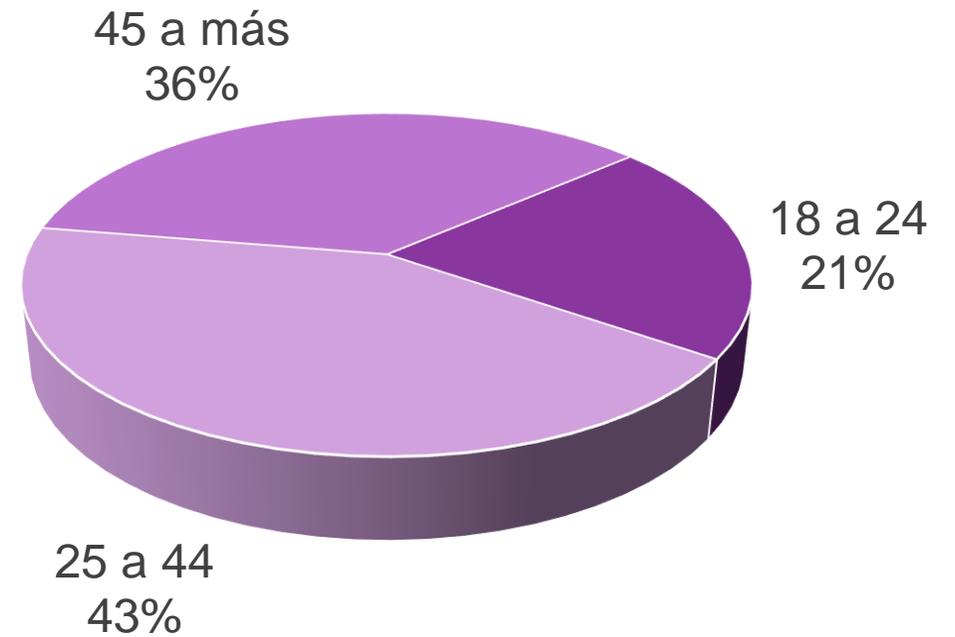
DEMOGRÁFICOS

TOTAL CCA

Género



Edad



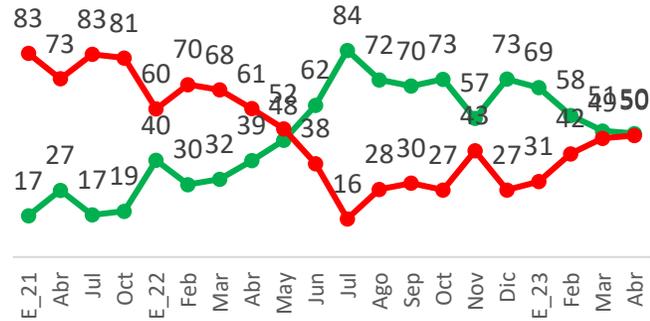
Base CCA - Total de entrevistados: 1,287

SITUACIÓN POLÍTICA Y ECONÓMICA

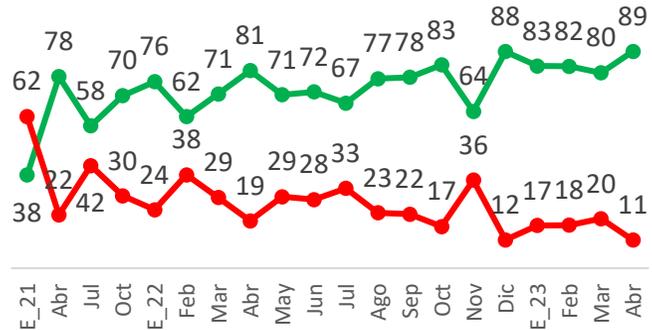
Dirección de las cosas

DIRECCIÓN DE LAS COSAS EN EL PAÍS

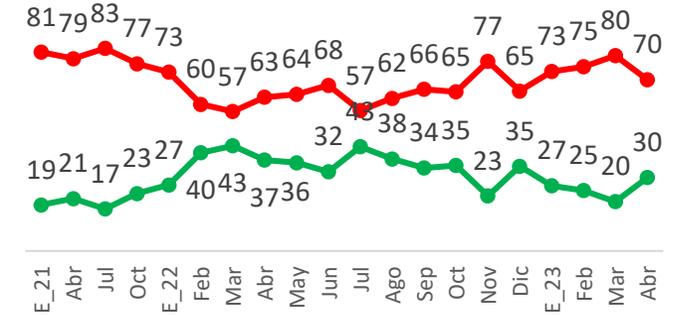
Costa Rica



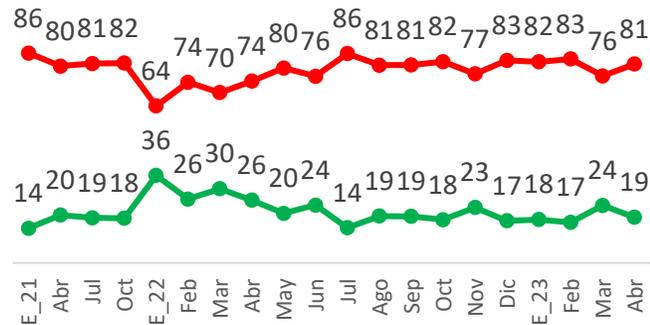
El Salvador



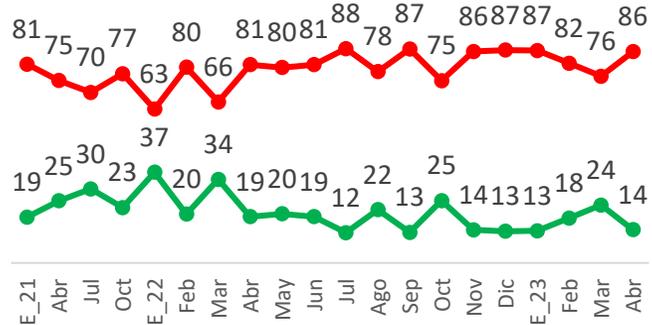
Guatemala



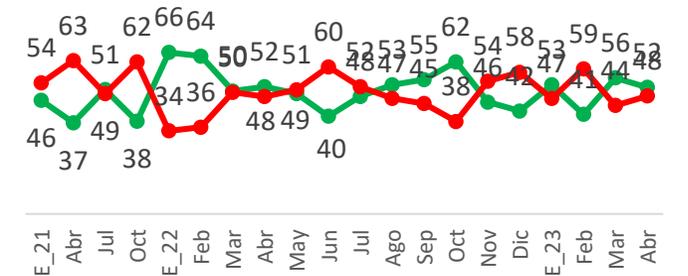
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Dirección correcta — Dirección incorrecta

Base CCA - Total de entrevistados: 1,287 – DATOS EN %

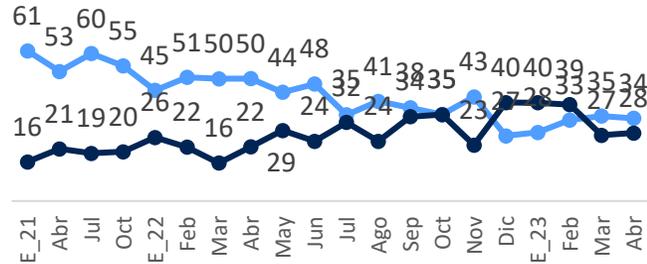
7 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Marzo 2023

Q1 - En términos generales, ¿diría que las cosas en este país van en la dirección correcta, o van en la dirección incorrecta?

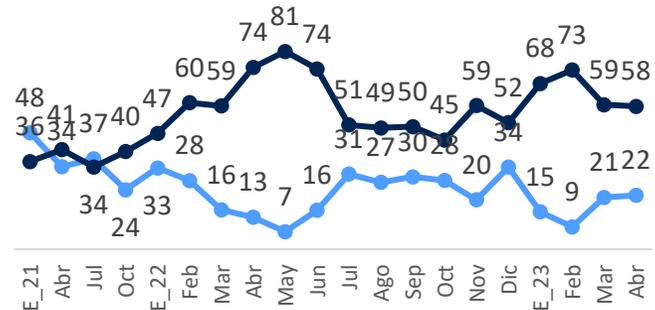


ESTADO ACTUAL DE LA ECONOMÍA

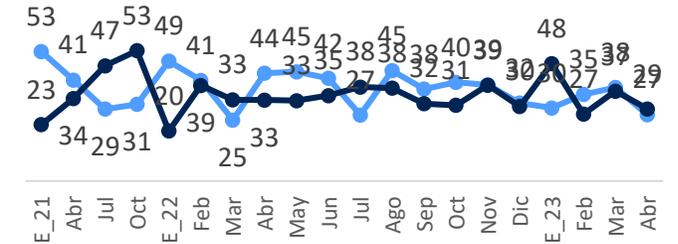
Costa Rica



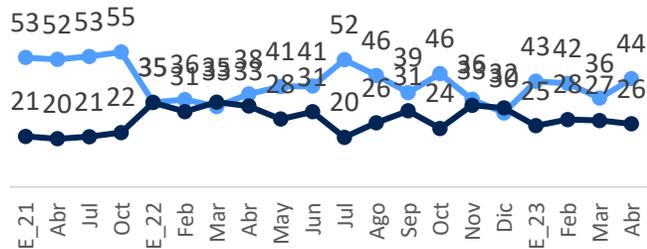
El Salvador



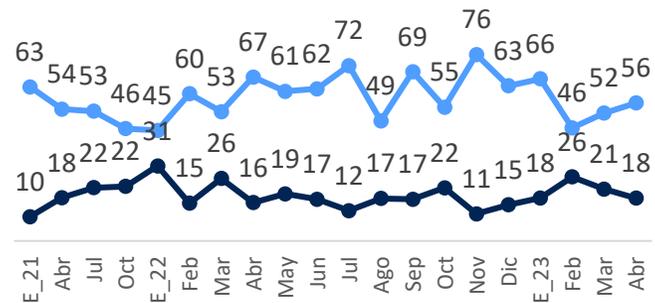
Guatemala



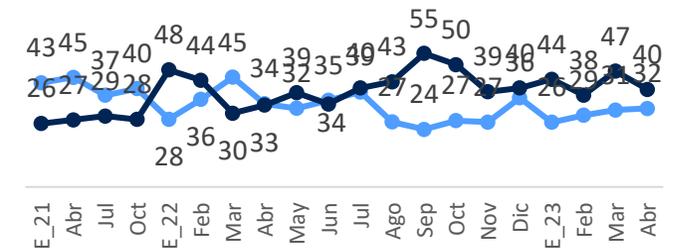
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Muy Fuerte – T3B — Muy Débil – B3B

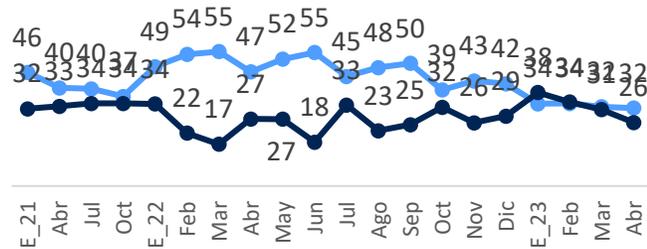
Base CCA - Total de entrevistados: 1,287 – DATOS EN %

Q2 - Califique el estado actual de la economía en el país usando una escala de 1 a 7, donde 7 significa una economía muy fuerte y 1 significa una economía muy débil.

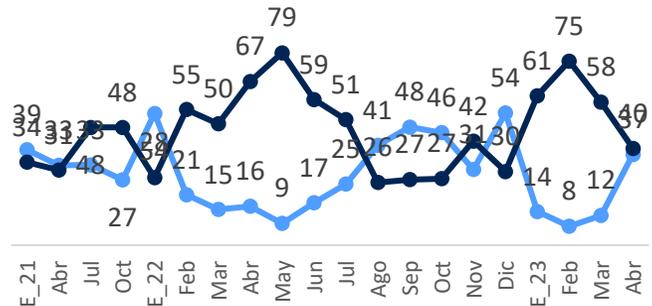


SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

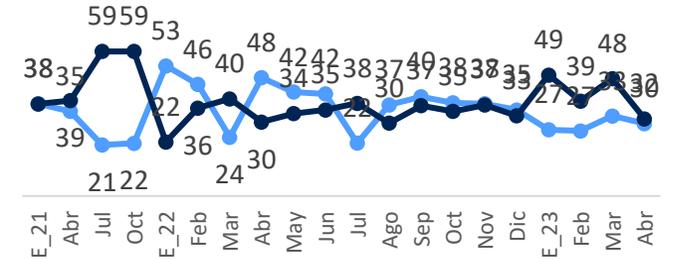
Costa Rica



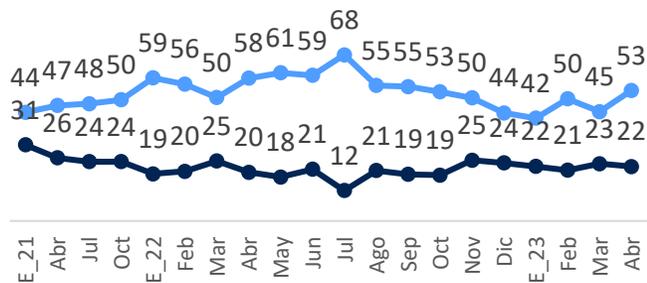
El Salvador



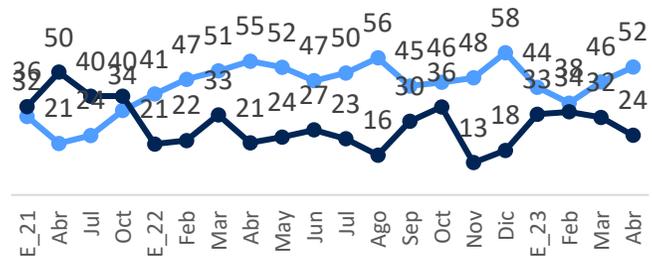
Guatemala



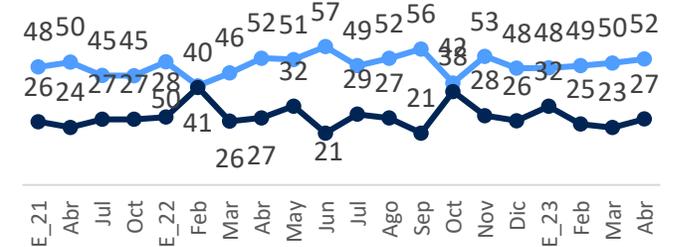
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Muy Fuerte – T3B — Muy Débil – B3B

Base CCA - Total de entrevistados: 1,287 – DATOS EN %

Q3 - Califique su situación financiera actual, usando una escala de 1 a 7, donde 7 significa que su situación financiera personal es muy fuerte y 1 significa que es muy débil.

DÍA DE LA TIERRA 2023

**Opinión pública sobre el
cambio climático**

Abril 2023
Ipsos Global Advisor

¿QUIÉN LIDERA EL GRUPO?



Globalmente, los ciudadanos en general **no ven a su país como un líder** en la lucha contra el cambio climático.

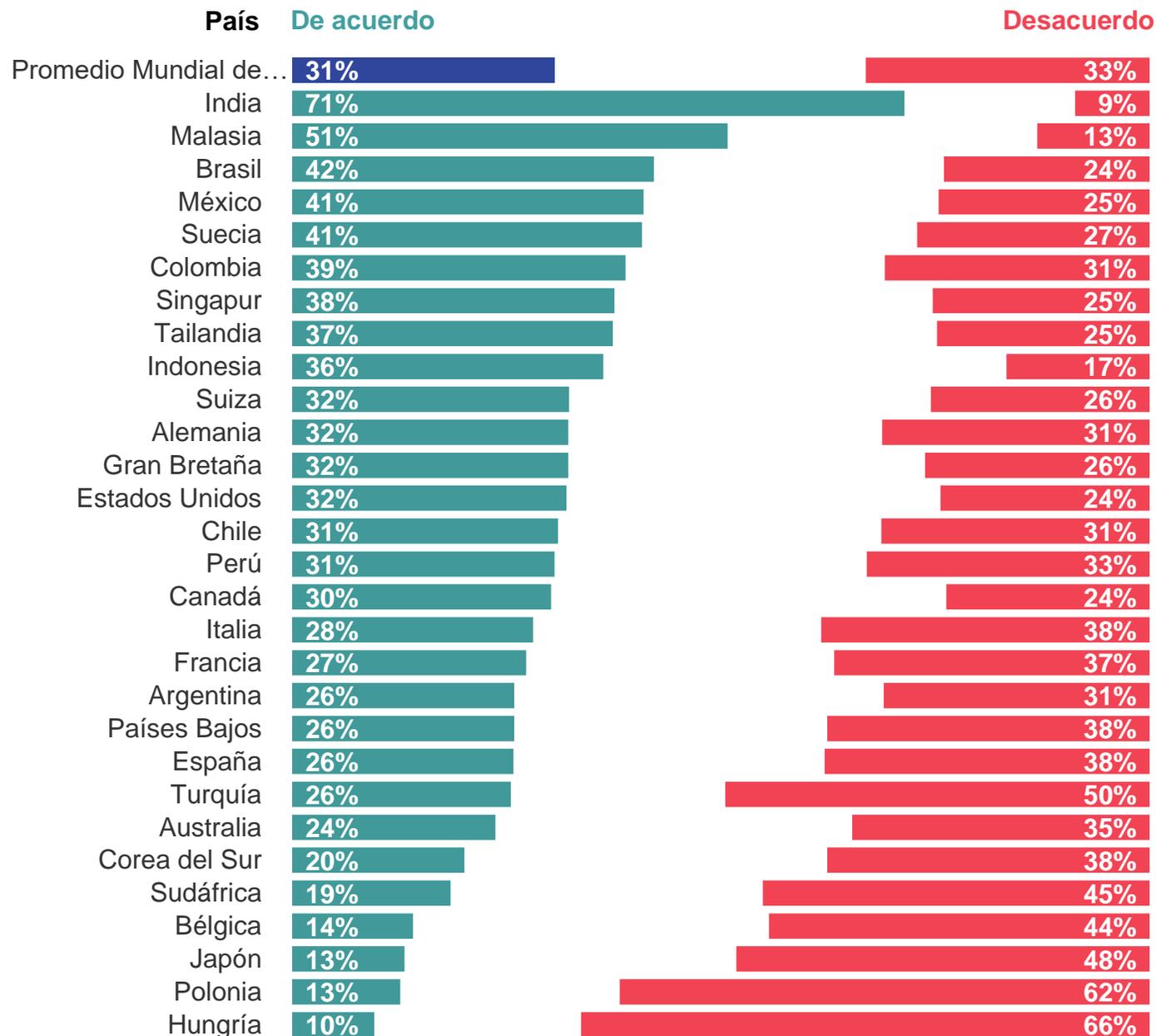
Hay consenso en que **los países deben hacer más para combatir el cambio climático**, y que la mayor carga debe recaer en **los países que históricamente han contribuido más al cambio climático**, y en los países que actualmente están **más desarrollados económicamente**.

En la región de Caribe y Centroamérica (CCA), Costa Rica y El Salvador (69 y 63%) **registran la percepción de liderazgo en el tema del cambio climático, más alta en nuestra región**. Por otro lado, nueve de cada diez puertorriqueños coinciden en que su país **debería mostrarse más activo en esta lucha**.

SOLO UN TERCIO A NIVEL MUNDIAL VE A SU PAÍS COMO LÍDER MUNDIAL CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Dato GLOBAL

P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país es un líder mundial en la lucha contra el cambio climático?

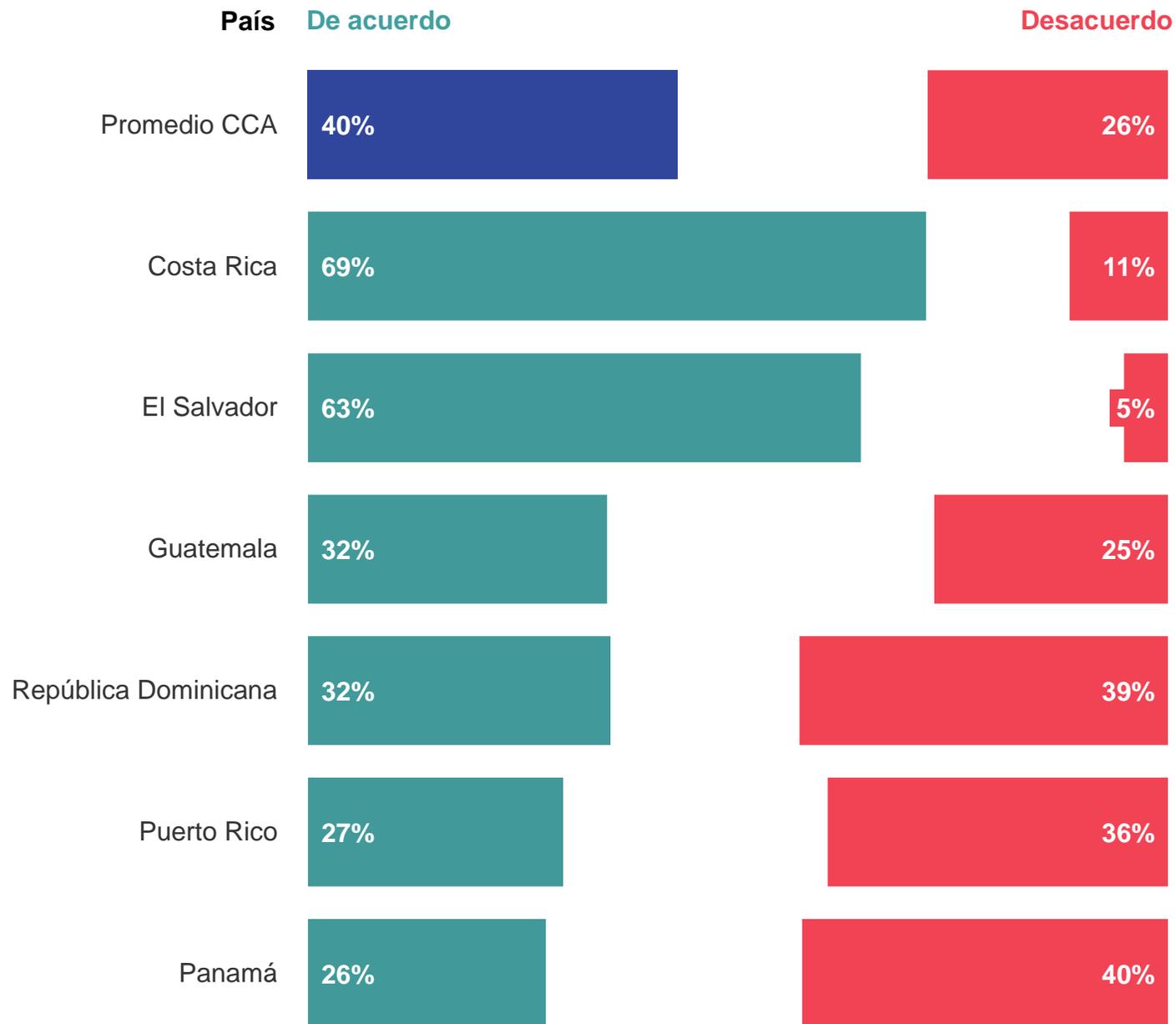


Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

SOLO UN TERCIO A NIVEL MUNDIAL VE A SU PAÍS COMO LÍDER MUNDIAL CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Dato CCA

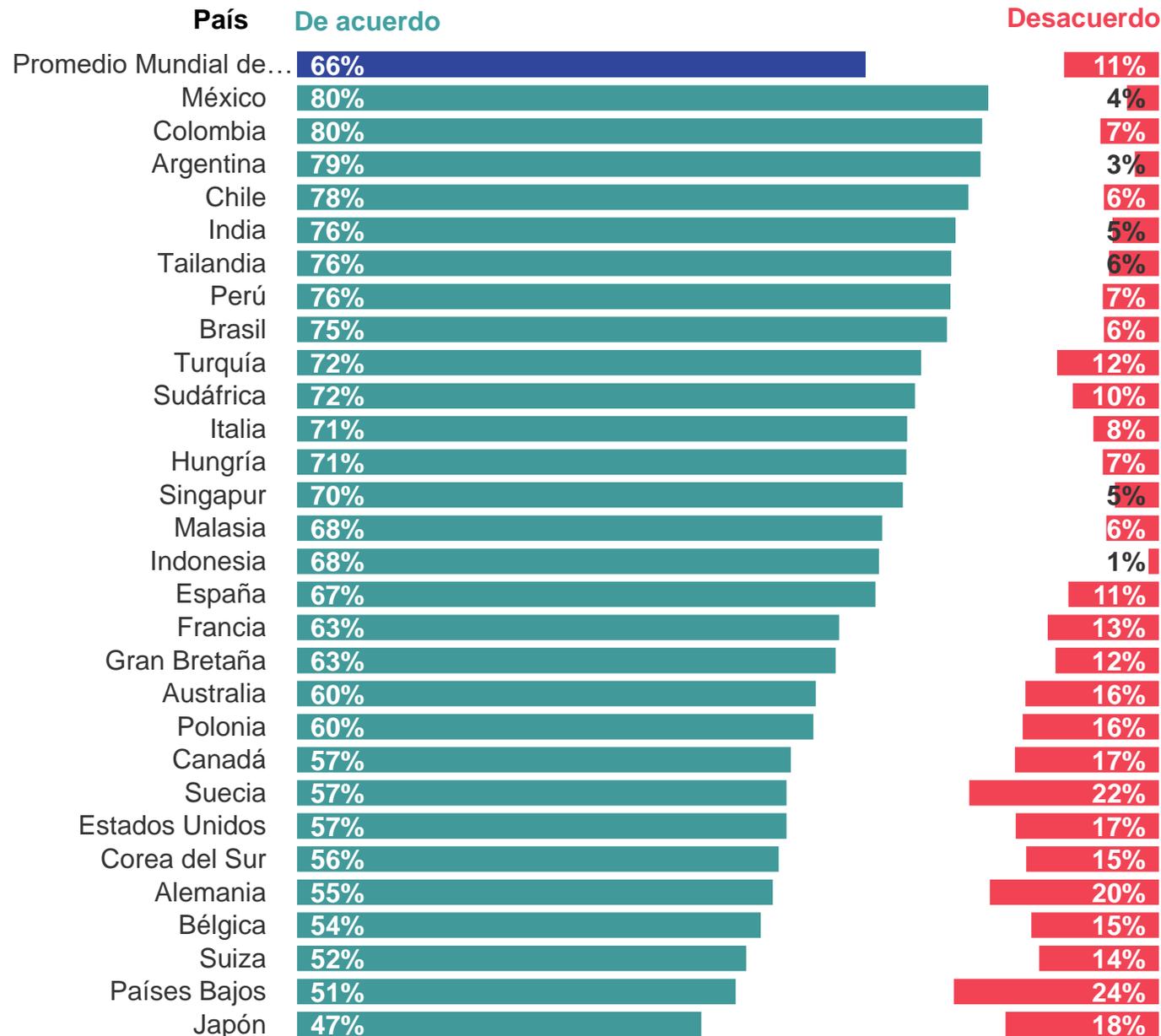
P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país es un líder mundial en la lucha contra el cambio climático?



LA MAYORÍA ESTÁ DE ACUERDO EN QUE SU PAÍS DEBERÍA HACER MÁS EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Dato GLOBAL

P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país debería hacer más en la lucha contra el cambio climático?

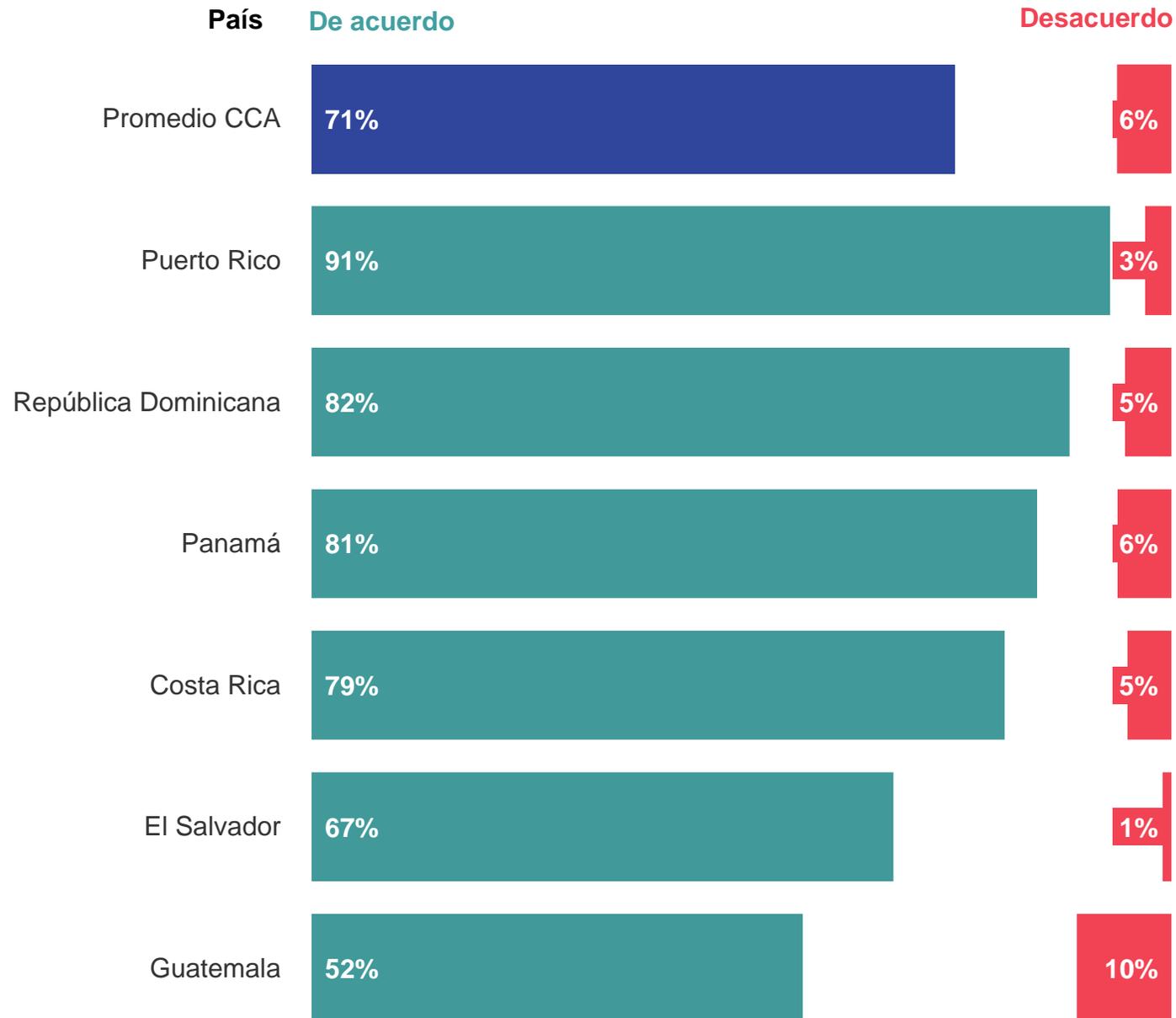


Base: 21.231 adultos online menores de 75 años, entrevistados entre el 20 de enero y el 3 de marzo de 2023. Las muestras de algunos países y regiones son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

LA MAYORÍA ESTÁ DE ACUERDO EN QUE SU PAÍS DEBERÍA HACER MÁS EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Dato CCA

P. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que su país debería hacer más en la lucha contra el cambio climático?



Los datos globales de la encuesta del Día de la Tierra -a nivel Global- es una encuesta de Ipsos *Global Advisor* realizada entre el 20 de enero y el 3 de febrero de 2023.

Estos son los resultados de una encuesta de 29 países realizada por Ipsos en su plataforma en línea Global Advisor y, en India, en su plataforma IndiaBus, entre el viernes 20 de enero y el viernes 3 de febrero de 2023 en 31 países y entre el viernes 17 de febrero y el viernes 3 de marzo de 2023 en Suiza.

Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 21,231 adultos mayores de 18 años en India, 18-74 en Canadá, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, 20-74 en Tailandia, 21-74 en Indonesia y Singapur, y 16-74 en todos los demás países..

La muestra consta de aproximadamente 1.000 individuos en Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y Estados Unidos, y 500 individuos en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia, Tailandia y Turquía.

La muestra en la India consta de aproximadamente 2.200 individuos, de los cuales aproximadamente 1.800 fueron entrevistados cara a cara y 400 fueron

entrevistados en línea.

Las muestras en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y los Estados Unidos pueden considerarse representativas de sus poblaciones adultas generales menores de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Israel, Malasia, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben considerarse como un reflejo del segmento más "conectado" de su población.

La muestra de la India representa un gran subconjunto de su población urbana: clases socioeconómicas A, B y C y en áreas metropolitanas y clases de ciudades de nivel 1-3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan de manera que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos censales más recientes.

El "Promedio Mundial de Países" refleja el resultado promedio de todos los países y mercados en los que se realizó la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los porcentajes no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/- 1 punto porcentual más/menos que el resultado real, esto puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de "no sé" o respuestas no declaradas..

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta donde N = 1.000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de donde N = 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.

La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y regulaciones locales.

RESPONDE LA ENCUESTA DE ESTE MES AQUÍ



CONTACTOS

ADOLFO GAFFOGLIO

CEO CCA

Ipsos Panamá

adolfo.gaffoglio@ipsos.com



MARIA REAL

Client Leader

Ipsos Panamá

maria.real@ipsos.com



SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 países y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades multi-especialistas únicas que proporcionan una poderosa visión de las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Prestamos servicio a más de 5.000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones empresariales.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La compañía es parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS. PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante, y convertirla en una verdad procesable.

Esta es la razón por la que nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no sólo proporcionan la medición más precisa, sino que le dan forma para brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los países y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, sencillez, rapidez y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz. En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

“**Game Changers**” – nuestro lema – resume nuestra ambición de ayudar a nuestros clientes a navegar más fácilmente por nuestro mundo profundamente cambiante.

**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

