

MONITOR DE OPINIÓN PÚBLICA

TOTAL CCA

2201ENE

17 February, 2022

GAME CHANGERS



RESUMEN EJECUTIVO

- La mayoría de los países registra la sensación de que **las cosas van en la dirección incorrecta**. Esta situación se observa principalmente en Guatemala, Panamá, Puerto Rico y Costa Rica. En consecuencia, los indicadores de estado actual de la economía y situación económica personal no son favorables en estos países.
- El **Índice de Cohesión Social registra una mejora significativa** versus los resultados de febrero del año pasado. En el promedio de la región pasamos de 34 a 51 en el eje de solidez, lo que representa un mejor interés de la sociedad en trabajar por el bienestar de todos sus integrantes, luchar contra la exclusión y la marginación y promover la confianza, así como la oportunidad de ofrecer a sus miembros una movilidad social ascendente.
- Entre las sensaciones que nos deja estos cerca de 2 años de pandemia, **prevalecen el optimismo y la calma**, así como también la **solidaridad** entre las emociones positivas.
- Por el otro lado, **la frustración y el miedo recuperan terreno**, así como también el escepticismo, consecuencia probablemente de observar de forma permanente las crecientes cifras de contagios entre la población.
- Otro indicador que se mantiene constante desde hace muchos meses es el **temor a perder el trabajo**, producto de la pandemia. En contraposición a esto, disminuye ligeramente el temor a contagiarse, aunque el promedio nos muestra una cifra todavía alta (dos de cada tres).
- **Los médicos y los maestros serían las personas que mayor confianza generan entre la población**. Los ministros de gobierno y los políticos en general registran todo lo contrario. Por otro lado, el rol de las farmacéuticas fue gravitante en estos dos años, por lo que se consolidan como la organización que despierta mayor confianza.

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

1,322 encuestas

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



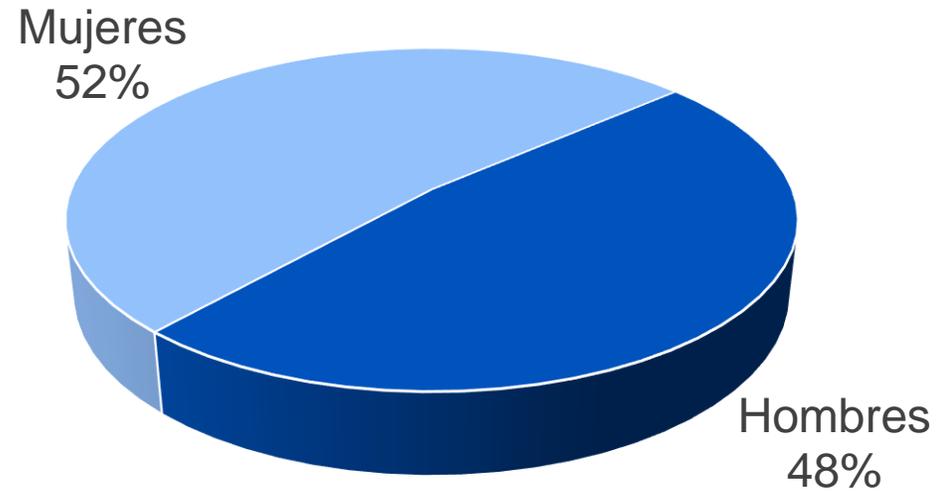
¿DÓNDE Y CUÁNDO?

- Costa Rica
- El Salvador
- Guatemala
- Panamá
- Puerto Rico
- República Dominicana.
- Del 18 al 23 de enero del 2022

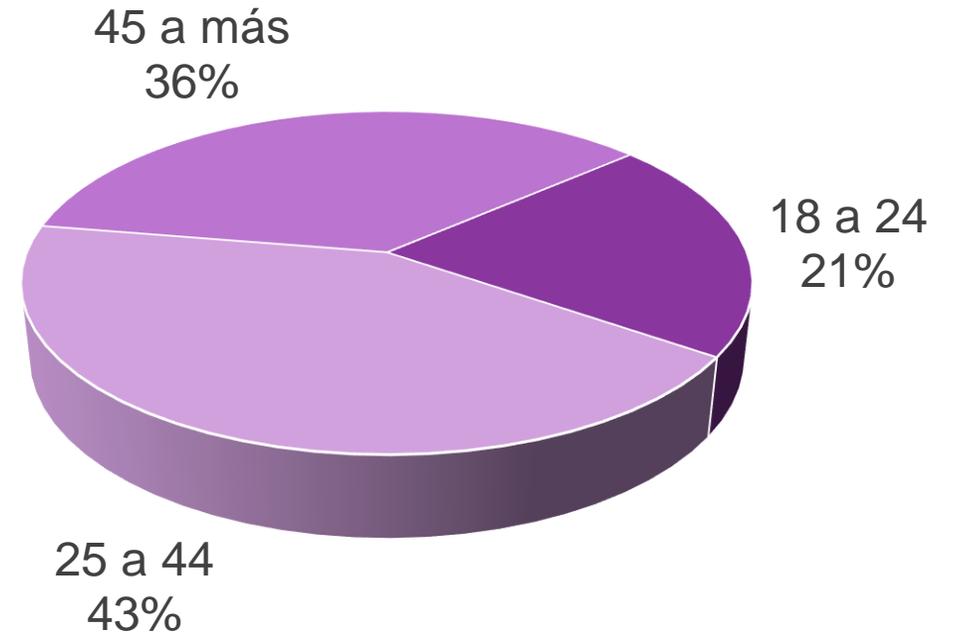
DEMOGRÁFICOS

TOTAL CCA

Género



Edad



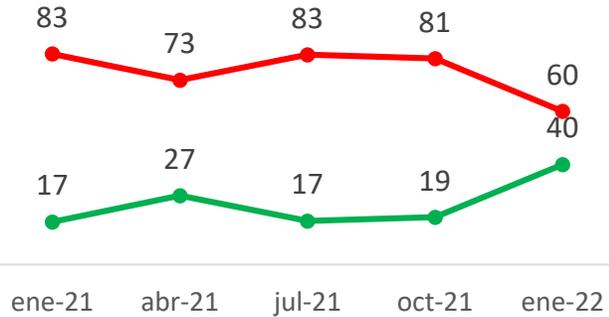
Base - Total de entrevistados: 1,322

SITUACIÓN POLÍTICA Y ECONÓMICA

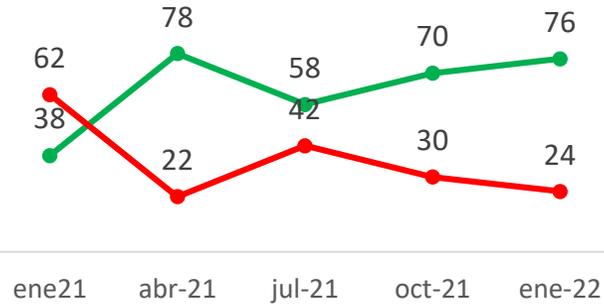
Dirección de las cosas

DIRECCIÓN DE LAS COSAS EN EL PAÍS

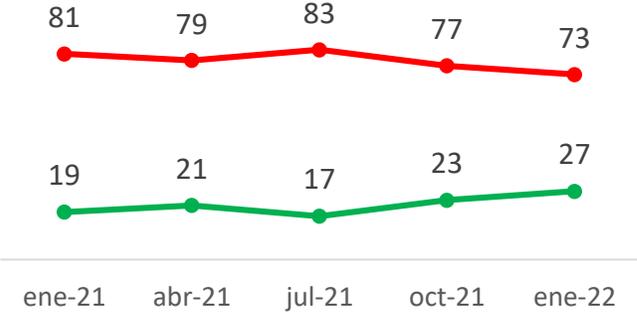
Costa Rica



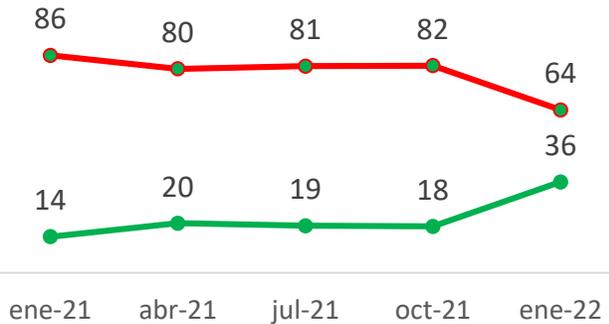
El Salvador



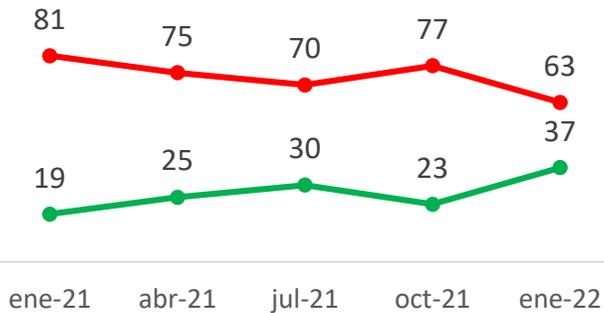
Guatemala



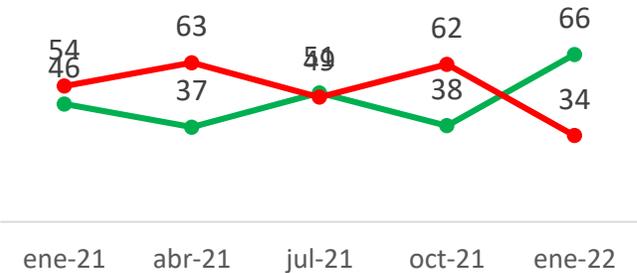
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Dirección correcta — Dirección incorrecta

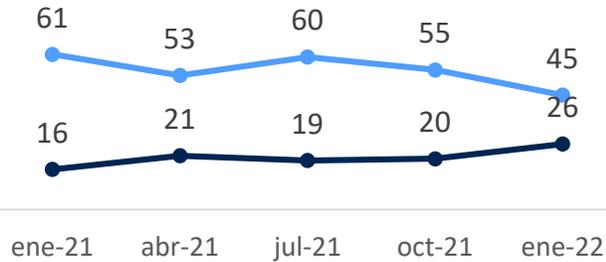
Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

7 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

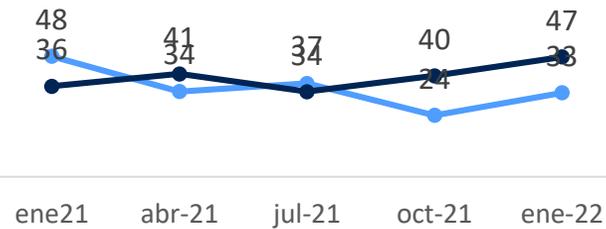
Q1 - En términos generales, ¿diría que las cosas en este país van en la dirección correcta, o van en la dirección incorrecta?

ESTADO ACTUAL DE LA ECONOMÍA

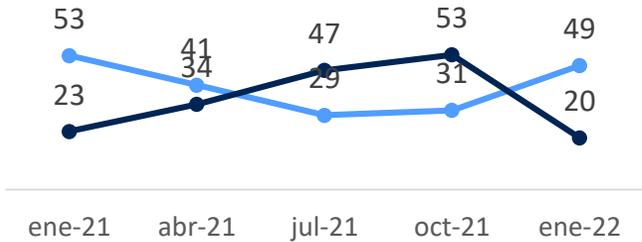
Costa Rica



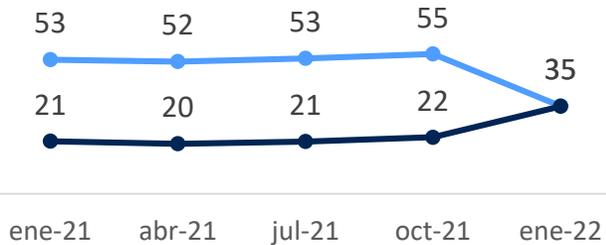
El Salvador



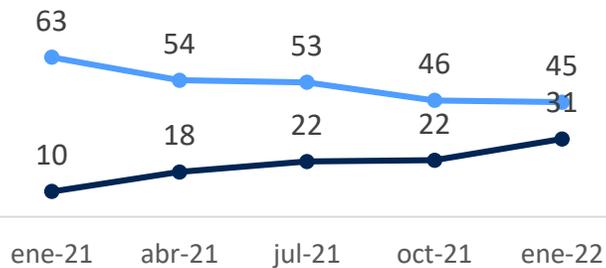
Guatemala



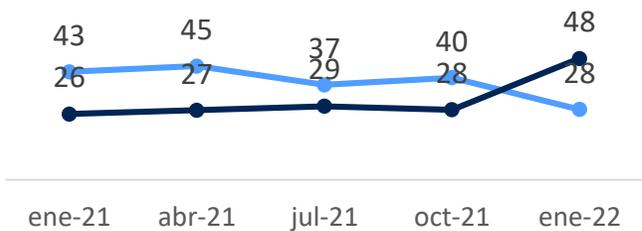
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Muy Fuerte – T3B — Muy Débil – B3B

Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

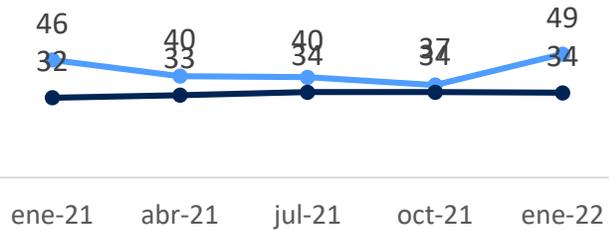
8 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

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.

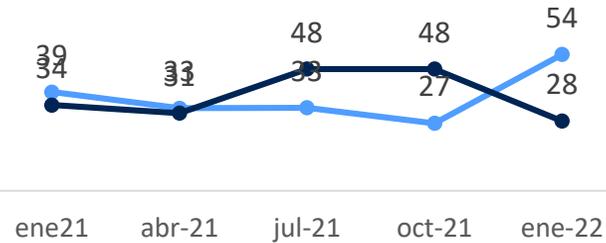


SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

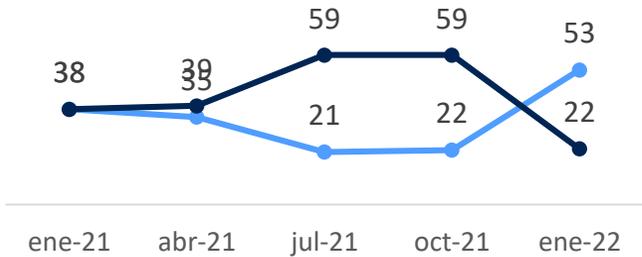
Costa Rica



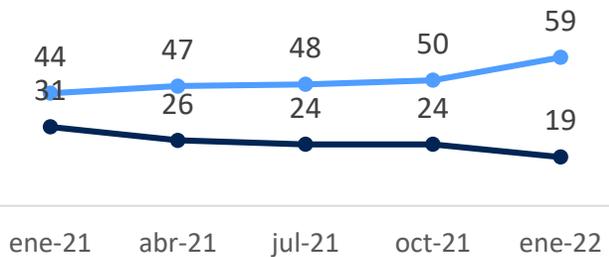
El Salvador



Guatemala



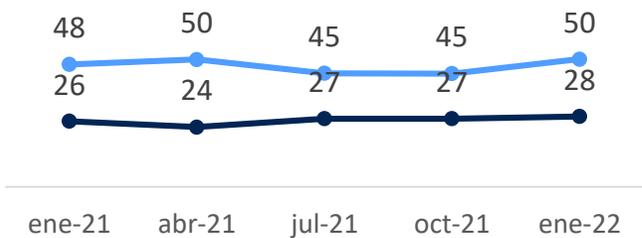
Panamá



Puerto Rico



República Dominicana



— Muy Fuerte – T3B — Muy Débil – B3B

Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

9 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

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.



INDICE DE COHESION SOCIAL

“Ningún país evolucionará en una dirección positiva si todos sus ciudadanos están remando en diferentes direcciones”.

Darrell Bricker, PhD, Ipsos Public Affairs Leader

POR QUÉ NOS IMPORTA ESTO?

La cohesión social es la piedra angular del funcionamiento de las sociedades y las economías

- Muchos expertos y otros están hablando de la importancia de la cohesión social y el capital social en la recuperación de la pandemia y lo que sigue.
- Señalan que la perspectiva de “pensamiento grupal” y “qué has hecho por mí y por los míos” creada por una menor cohesión social puede, en última instancia, destrozar una sociedad. Las personas exigen a los gobiernos y las empresas que actúen más para abordar cómo creen que están “perjudicados” y cuáles son sus deseos / necesidades específicas, pero sobre lo que es bueno para el conjunto.
- Por lo tanto, la cohesión social tiene un impacto potencial generalizado en el marketing, la mensajería y el posicionamiento entre el sector privado, y las políticas públicas y sociales en el sector público en el futuro.

EN QUÉ SE BASA?

El Índice de Cohesión Social de Ipsos es una medida basada en las actitudes de los ciudadanos en relación con:

Conexión

- Identidad nacional, confianza en el sistema político y equidad en el trato.

Bien común

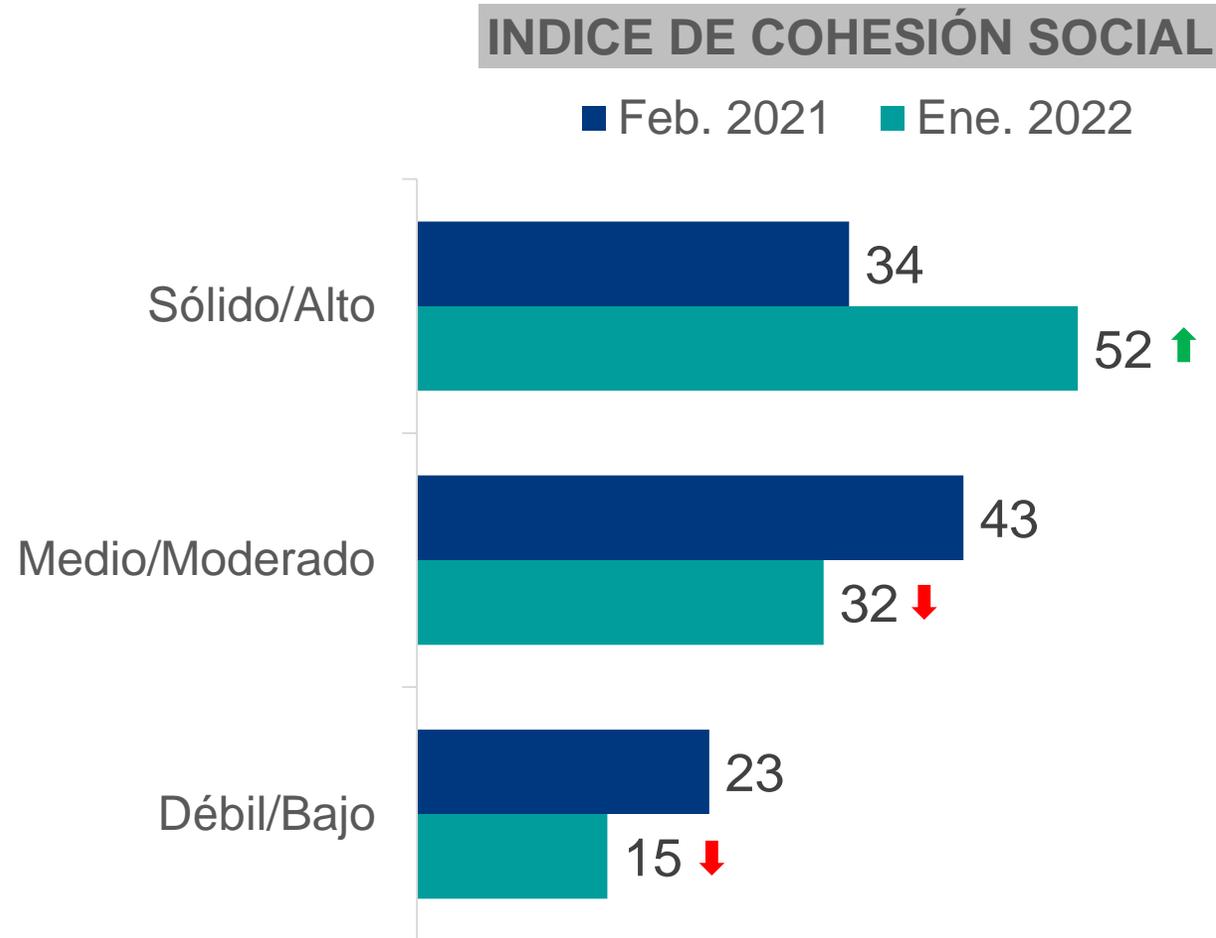
- Ayudar a los demás, respetar las leyes y la corrupción.

Relaciones sociales

- Confianza en otras personas, prioridades compartidas con otros y diversidad.

INDICE DE COHESIÓN SOCIAL

Comparativo versus Febrero 2021



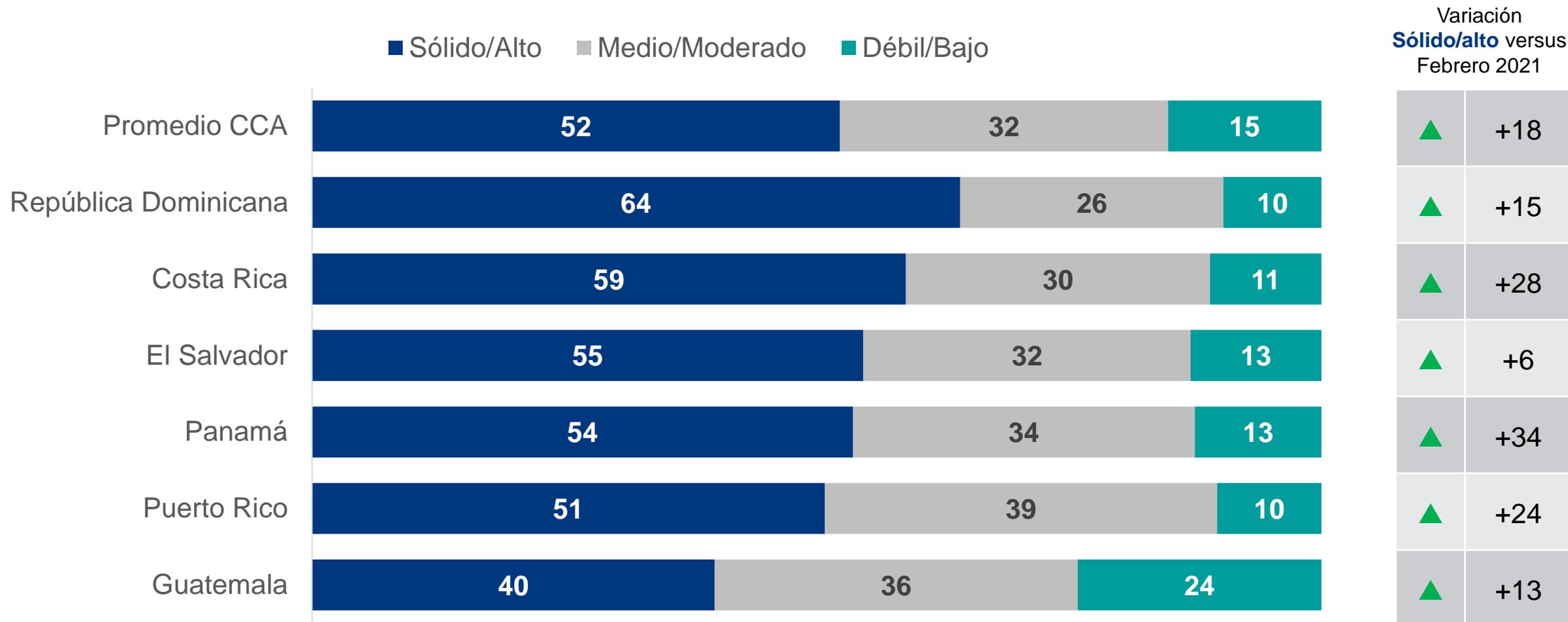
↓ ↑ Variación estadísticamente significativa

Base Global: 20,011 adultos en 27 países, entre septiembre 25 y octubre 9, 2020

Base CCA: Total de entrevistados: 1,322 - **DATOS EN %**

INDICE DE COHESIÓN SOCIAL – PAÍSES CCA

A la cabeza Dominicana y El Salvador. Discreta solidez entre los panameños.



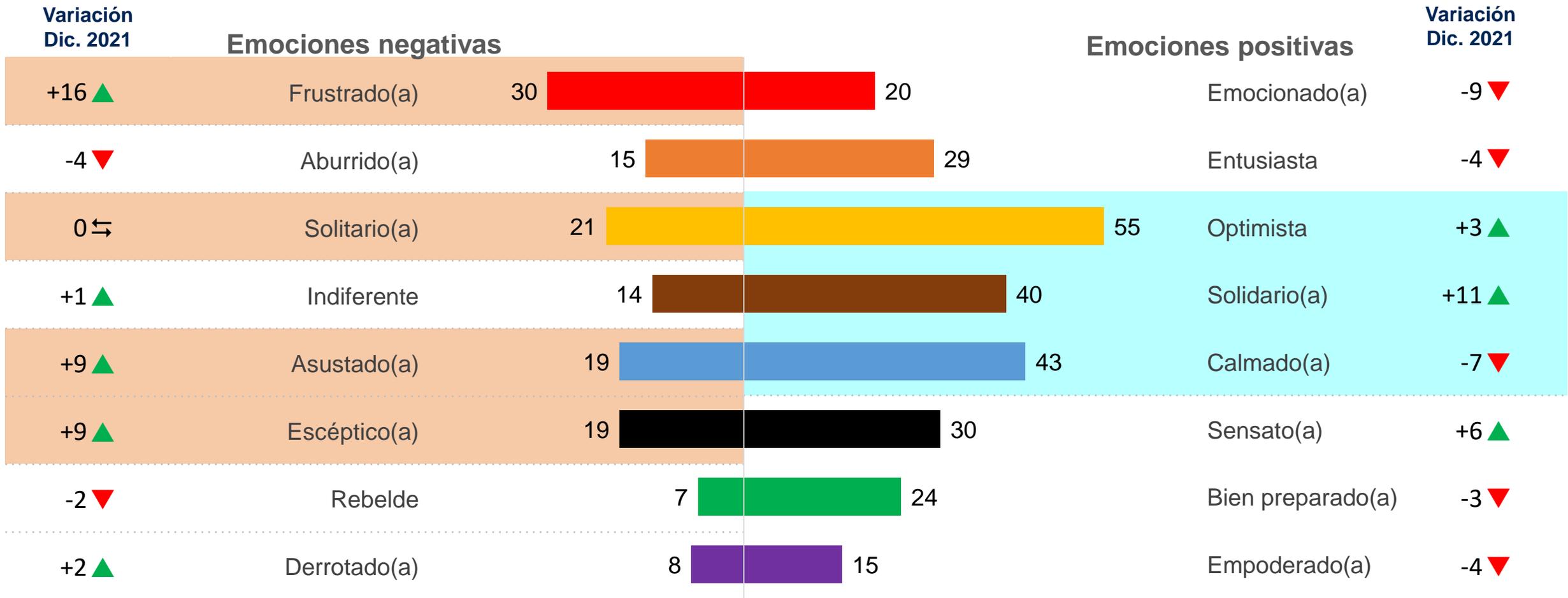
Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

SEGUIMIENTO COVID-19

Estado de Ánimo

PREVALECEEN OPTIMISMO Y LA CALMA. MEJORA LA SOLIDARIDAD.

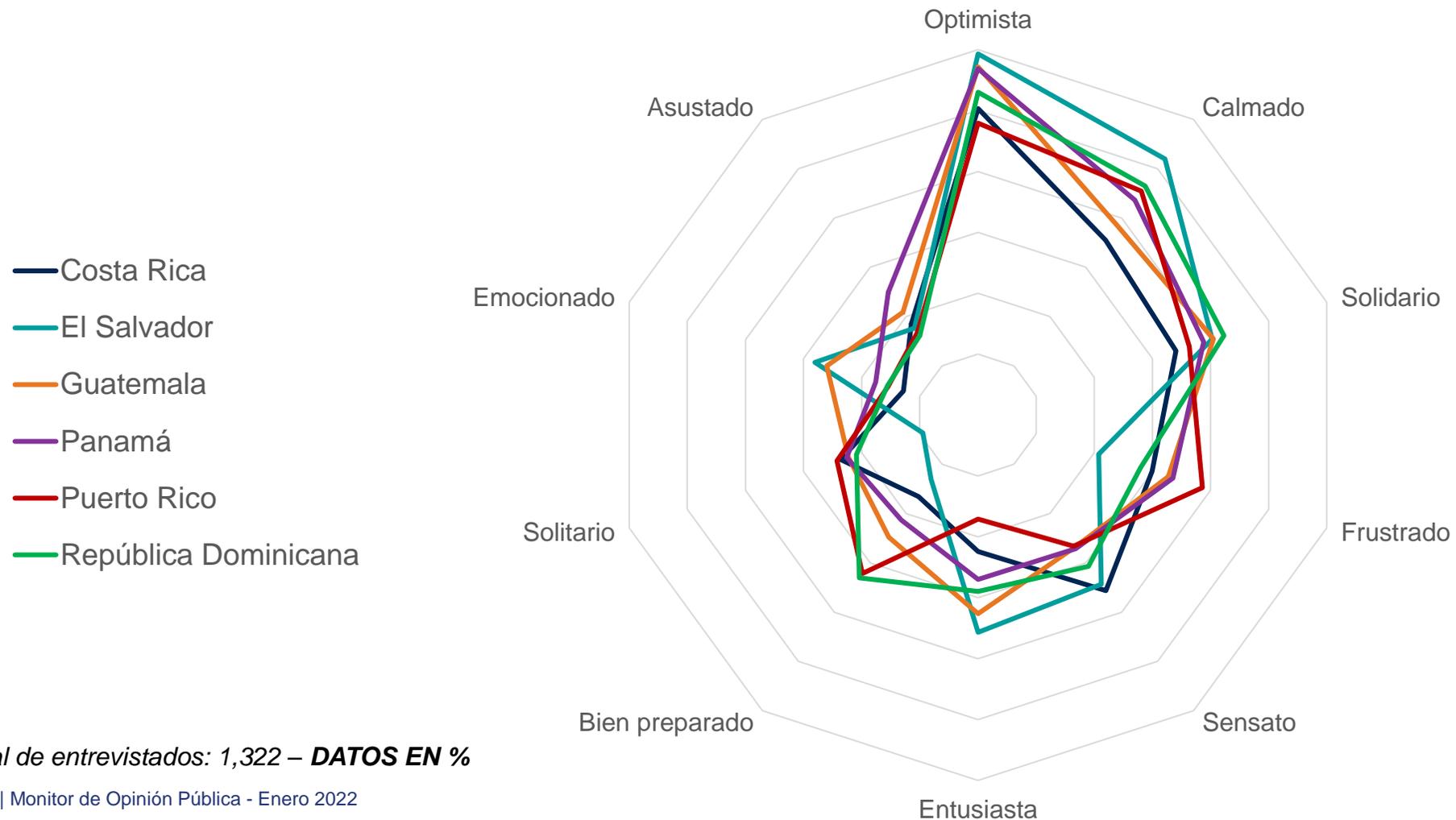
La frustración y el miedo recuperan terreno, así como también el escepticismo.



Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

ESTADO DE ÁNIMO “JUSTO AHORA”

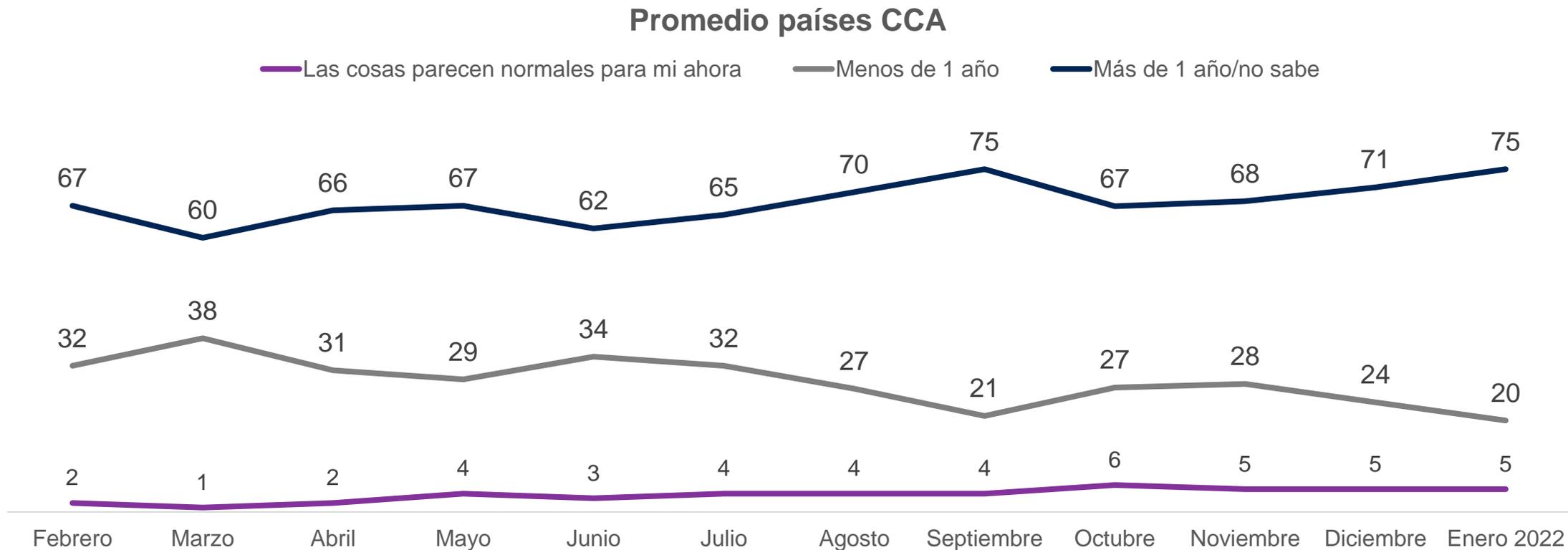
Entusiasmo y optimismo entre los salvadoreños y frustración en Puerto Rico, por encima del promedio.



Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

CONSTANTE LA SENSACIÓN DE LARGO PLAZO

¿Cuánto tiempo crees que pasará antes de que las cosas parezcan volver a la normalidad?

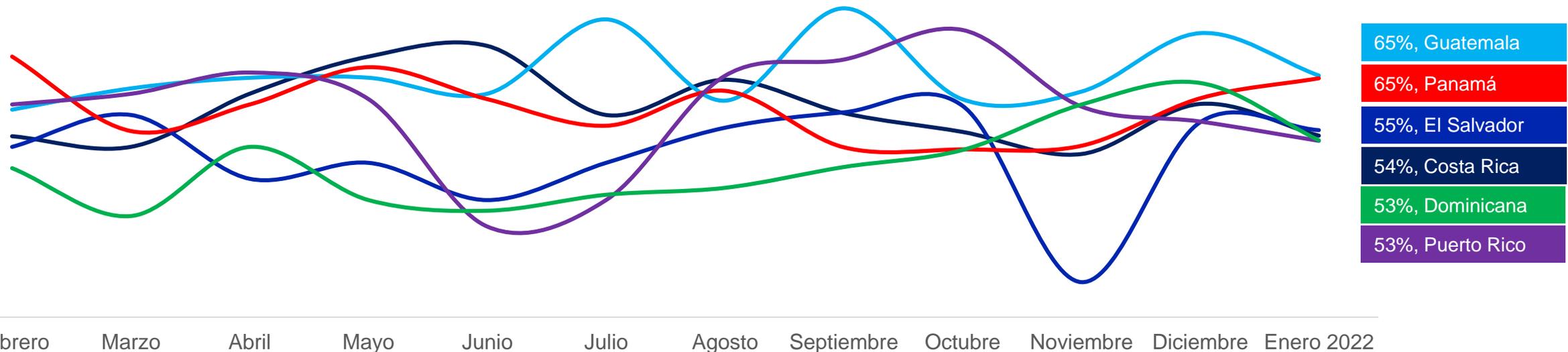


Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

SE NORMALIZAN LAS DIFERENCIAS EN LOS PAÍSES

¿Cuánto tiempo crees que pasará antes de que las cosas parezcan volver a la normalidad?

Más de 1 año

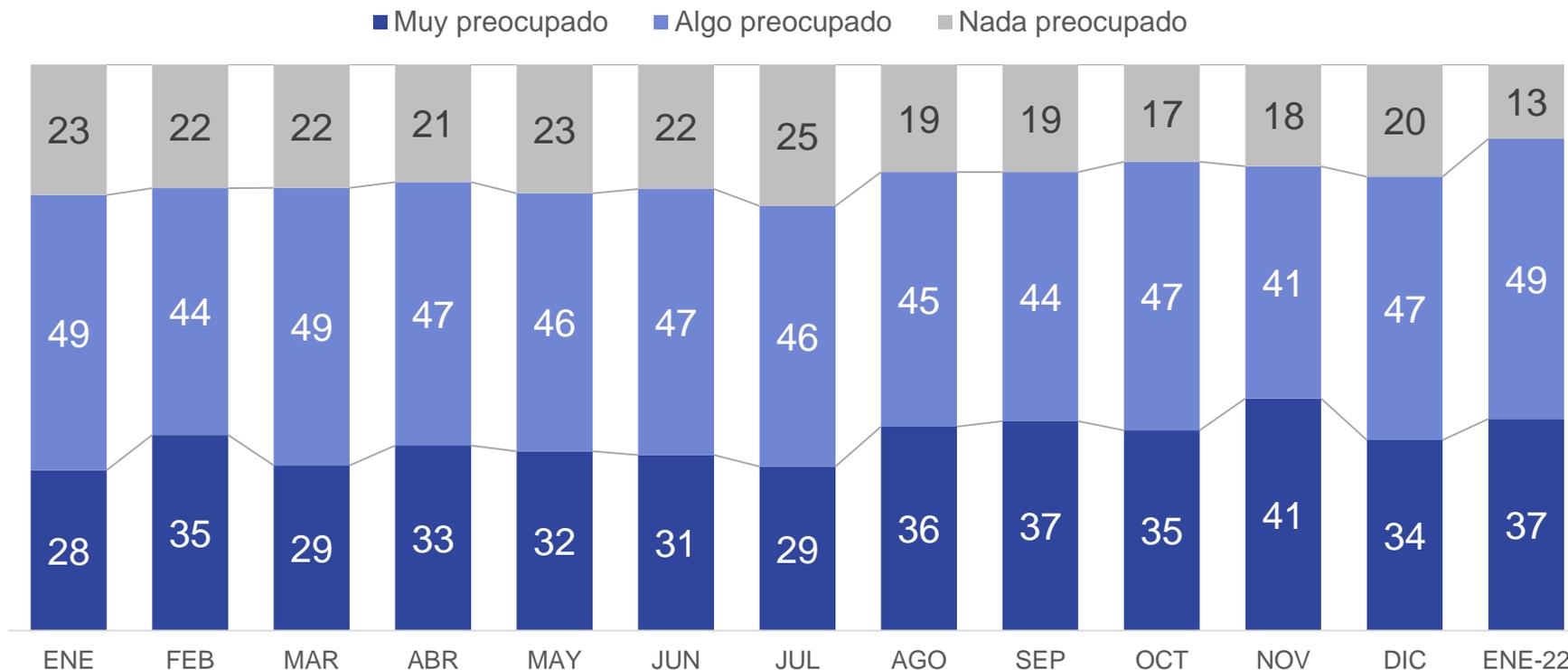


Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

19 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

PAGO DE FACTURAS

Ocho de cada diez preocupados por poder cumplir con sus obligaciones



Base - Total de entrevistados: 1,322 – DATOS EN %

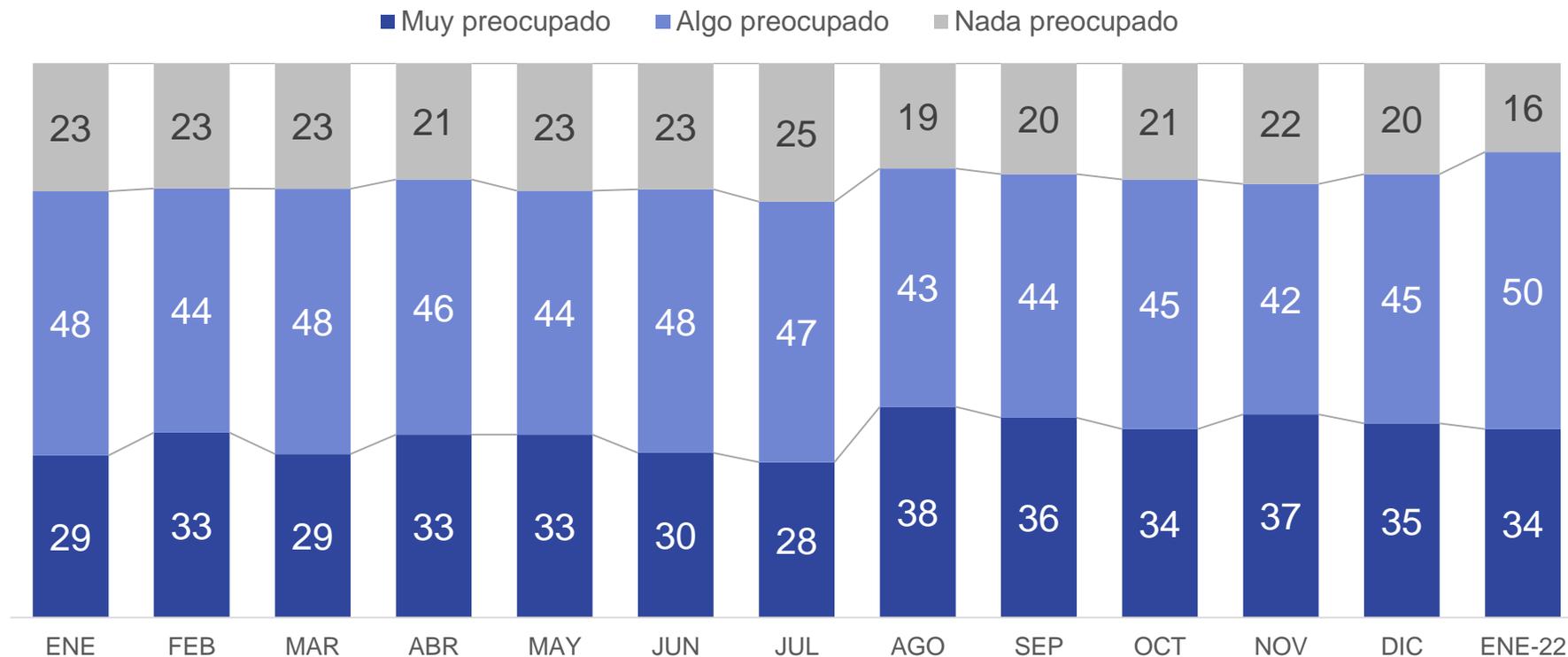
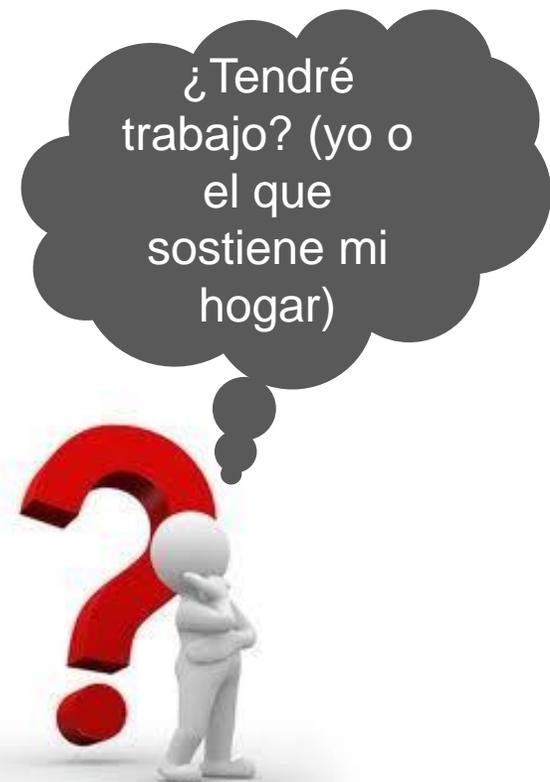
20 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Muy/Algo preocupados
Variación versus Diciembre 2021:
▲ +5%



ESCENARIO LABORAL

Es significativa aún la proporción de personas preocupadas por perder su trabajo (ocho de cada diez).

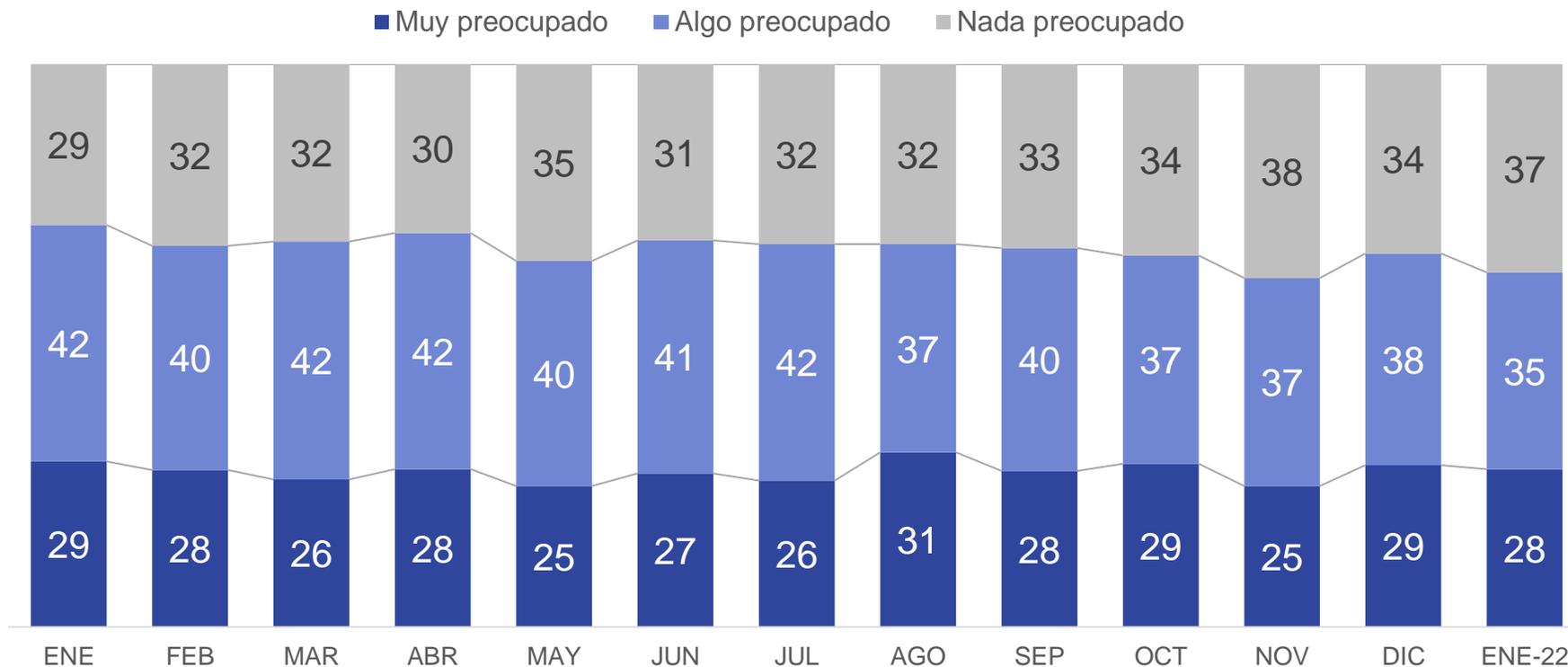


Muy/Algo preocupados
Variación versus Diciembre 2021:
▲ +4%

Base - Total de entrevistados: 1,322 – **DATOS EN %**

ESCENARIO DE SALUD

La preocupación por contagiarse continua disminuyendo.



Base - Total de entrevistados: 1,322 – DATOS EN %

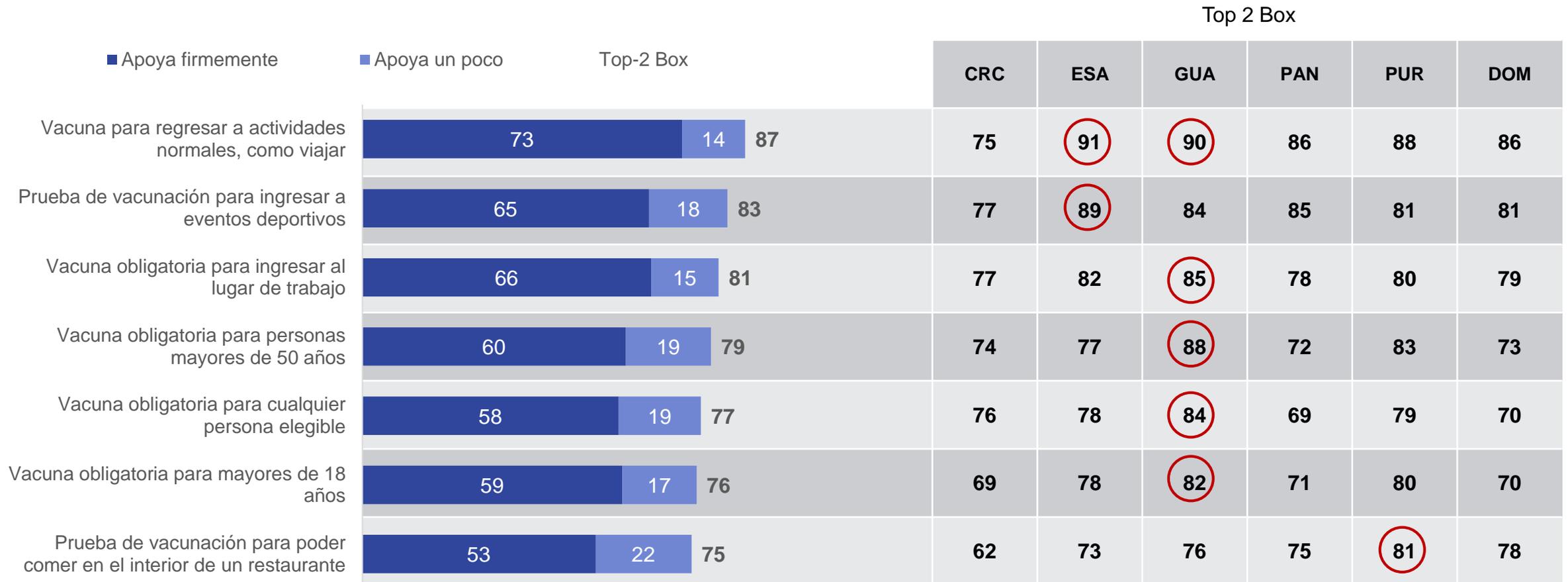
22 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Muy/Algo preocupados
Variación versus Diciembre 2021:
▼ -4%



POSICIÓN FRENTE A LA OBLIGATORIEDAD DE LAS VACUNAS

En general, la mayoría de los entrevistados favorables a la vacunación obligatoria contra el COVID, para la mayor parte de las actividades cotidianas evaluadas



MONITOR GLOBAL DE CONFIABILIDAD

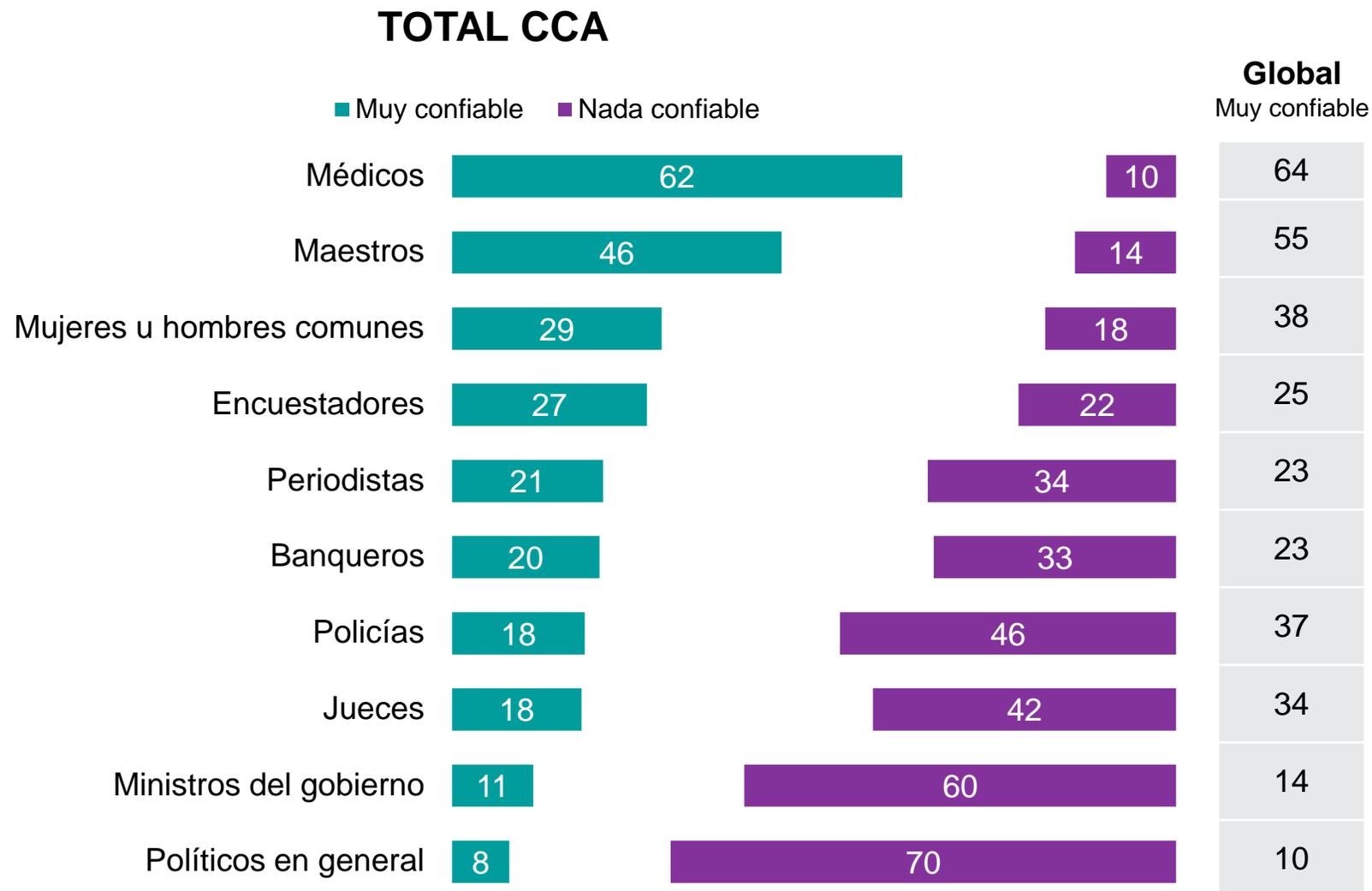
POR TIPOS DE
PERSONAS/ORGANIZACIONES/MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

Comparativo Global/CCA

CONFIANZA EN DIFERENTES TIPOS DE PERSONAS

Q.

A continuación le mostramos una lista de tipos de personas. En su país en general, ¿cree que se puede confiar en cada una de ellas o que son de poca confianza? Para responder, utilice una escala del 1 al 5, en la que 1 significa "Muy confiable" y 5 significa "Nada confiable".



GLOBAL: Ipsos Global Trustworthiness Monitor 2021 – 21,503 adults aged 16/18-74 in 29 countries (ca.500 or 1000 per country), interviewed online 25 June – 9 July 2021
CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

CONFIANZA EN DIFERENTES TIPOS DE PERSONAS

Muy confiable – Top 2Box

	Total	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Panamá	Puerto Rico	República Dominicana
Médicos	62	64	55	61	59	70	65
Maestros	46	56	43	40	39	56	48
Mujeres u hombres comunes	29	34	19	27	22	40	33
Encuestadores	27	24	19	23	31	31	35
Periodistas	21	22	12	20	18	30	24
Banqueros	20	27	8	20	23	16	25
Policías	18	31	17	12	25	40	10
Jueces	18	23	8	13	12	31	24
Ministros del gobierno	11	11	18	7	7	9	16
Políticos en general	8	8	6	7	6	7	11

CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

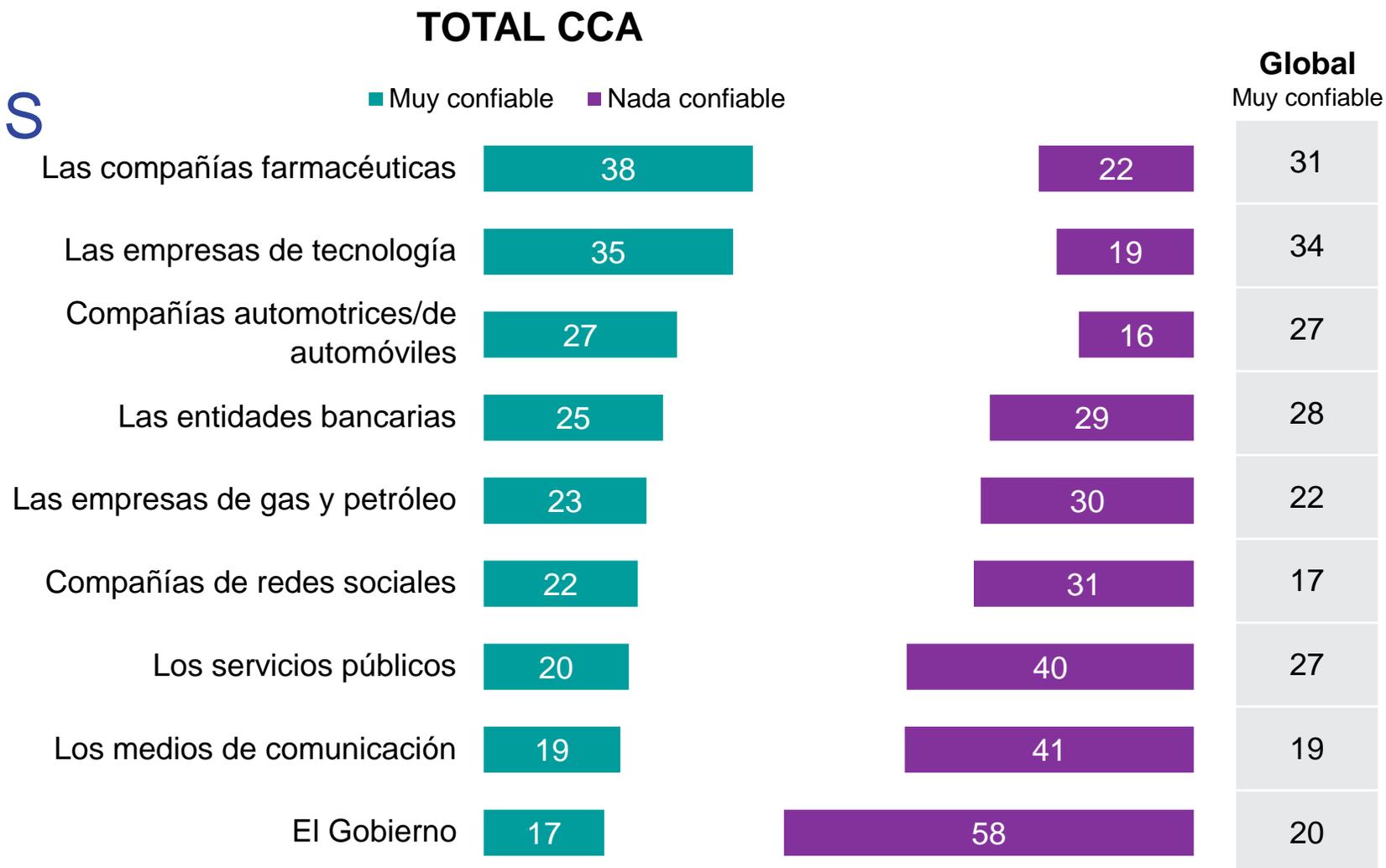
26 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Q8. A continuación le mostramos una lista de tipos de personas. En su país en general, ¿cree que se puede confiar en cada una de ellas o que son de poca confianza? Para responder, utilice una escala del 1 al 5, en la que 1 significa "Muy confiable" y 5 significa "Nada confiable".

CONFIANZA POR TIPOS DE ORGANIZACIONES

Q.

A continuación, le mostramos una lista de diferentes tipos de organizaciones o instituciones. En general, ¿cree que se puede confiar en cada una de ellas o que son de poca confianza? Para responder, utilice una escala del 1 al 5, en la que 1 significa "Muy confiable" y 5 significa "Nada confiable".



GLOBAL: Ipsos Global Trustworthiness Monitor 2021 – 21,503 adults aged 16/18-74 in 29 countries (ca.500 or 1000 per country), interviewed online 25 June – 9 July 2021
CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

CONFIANZA POR TIPOS DE ORGANIZACIONES

Muy confiable – Top 2Box

	Total	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Panamá	Puerto Rico	República Dominicana
Las compañías farmacéuticas	38	26	35	36	32	47	47
Las empresas de tecnología	35	46	24	29	35	42	41
Compañías automotrices/de automóviles	27	24	17	24	29	24	39
Las entidades bancarias	25	30	13	25	24	20	33
Las empresas de gas y petróleo	23	16	21	24	31	21	24
Compañías de redes sociales	22	17	10	20	23	24	31
Los servicios públicos	20	28	17	17	18	23	24
Los medios de comunicación	19	17	11	15	16	31	27
El Gobierno	17	14	35	6	10	7	29

CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

28 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Q9. A continuación, le mostramos una lista de diferentes tipos de organizaciones o instituciones. En general, ¿cree que se puede confiar en cada una de ellas o que son de poca confianza? Para responder, utilice una escala del 1 al 5, en la que 1 significa "Muy confiable" y 5 significa "Nada confiable".

DRIVERS DE LA CONFIANZA

Q.

Elija los dos o tres atributos siguientes, si corresponde, que sean más importantes para usted al decidir si confía o no en una organización o institución.



GLOBAL: Ipsos Global Trustworthiness Monitor 2021 – 21,503 adults aged 16/18-74 in 29 countries (ca.500 or 1000 per country), interviewed online 25 June – 9 July 2021
 CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

DRIVERS DE LA CONFIANZA

Resultados por PAÍS

	Total	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Panamá	Puerto Rico	República Dominicana
Es abierta y transparente respecto de las tareas que realiza	40	49	44	34	31	45	42
Se comporta de manera responsable	34	32	30	30	39	30	40
Es confiable / cumple las promesas	31	36	24	26	33	43	32
Si ha tenido una respuesta positiva frente a la pandemia de COVID-19	28	31	37	28	22	31	23
Si trabaja para evitar la difusión de información falsa	25	25	29	24	25	19	25
Realiza las tareas con las mejores intenciones	24	22	28	24	26	20	26
Si es sostenible desde el punto de vista medioambiental	21	29	22	20	17	18	22
Está bien dirigida	19	21	15	18	21	14	22
Es buena en las tareas que realiza	17	16	13	16	21	14	22
Tiene los mismos valores que yo	17	13	17	18	16	19	16
Trataría de aprovecharse de mí si pudiera	8	3	9	11	6	8	9

CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

30 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Q11. Elija los dos o tres atributos siguientes, si corresponde, que sean más importantes para usted al decidir si confía o no en una organización o institución.



DRIVERS DE LA CONFIANZA

Resultados por GÉNERO Y RANGO DE EDAD, TOTAL CCA

	Total	Hombres	Mujeres	18-25 Gen Z	26-40 Millenials	41-55 Gen X	Más de 55 Baby Boomers
Es abierta y transparente respecto de las tareas que realiza	40	39	41	30	43	42	43
Se comporta de manera responsable	34	34	33	40	31	33	31
Es confiable / cumple las promesas	31	34	28	37	27	30	29
Si ha tenido una respuesta positiva frente a la pandemia de COVID-19	28	30	26	24	32	27	29
Si trabaja para evitar la difusión de información falsa	25	26	24	29	25	24	20
Realiza las tareas con las mejores intenciones	24	24	24	28	26	21	22
Si es sostenible desde el punto de vista medioambiental	21	21	21	24	20	21	21
Está bien dirigida	19	18	19	19	17	20	20
Es buena en las tareas que realiza	17	18	16	18	16	18	17
Tiene los mismos valores que yo	17	17	16	15	15	20	18
Trataría de aprovecharse de mí si pudiera	8	10	7	10	10	8	5

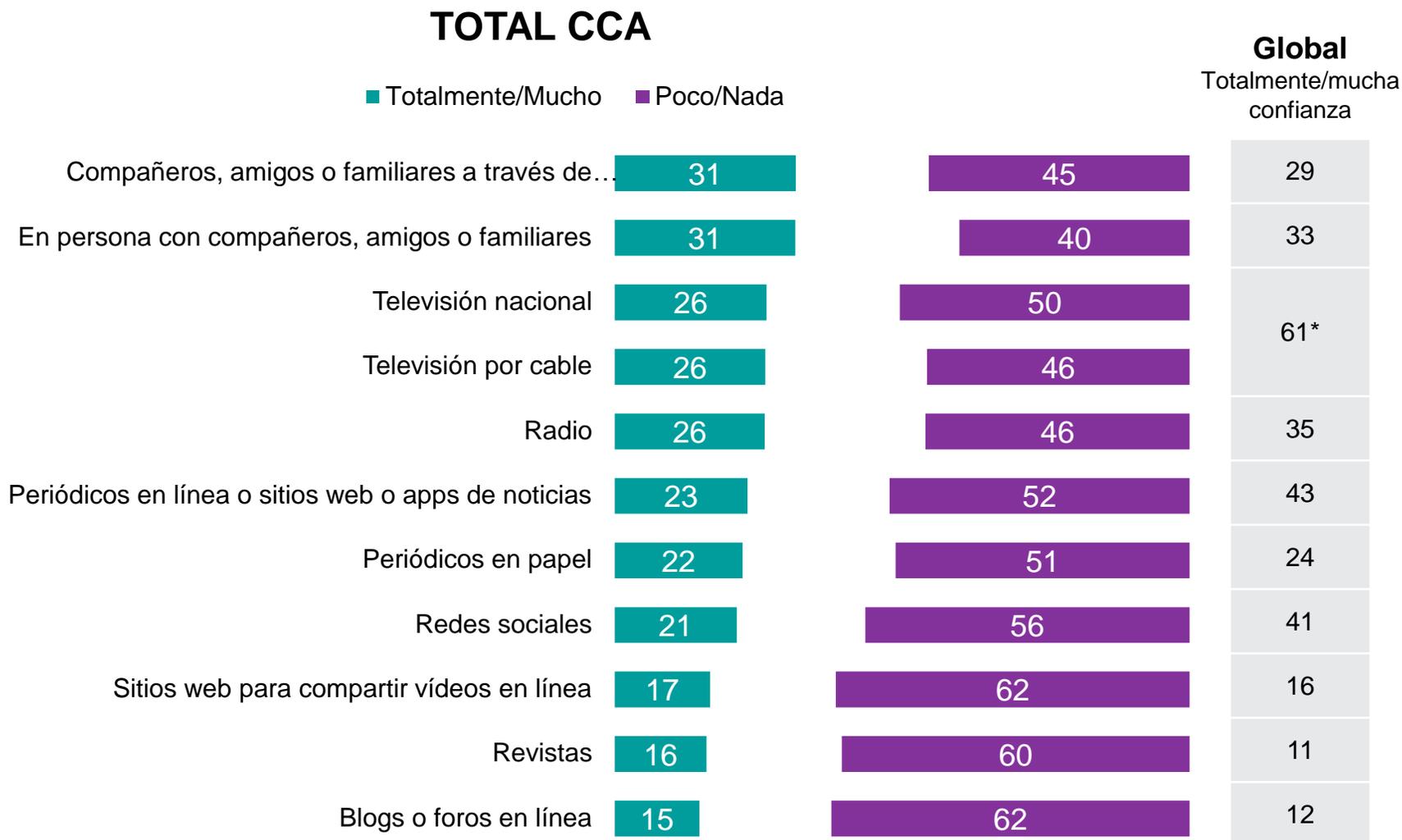
CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

Q11. Elija los dos o tres atributos siguientes, si corresponde, que sean más importantes para usted al decidir si confía o no en una organización o institución.

CONFIANZA EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Q.

A continuación se muestra una lista de diferentes medios de comunicación. ¿En qué medida confía en cada uno de ellos a la hora de proporcionar información precisa sobre política y actualidad?



* - Global presenta TV agregado

GLOBAL: Ipsos Global Trustworthiness Monitor 2021 – 21,503 adults aged 16/18-74 in 29 countries (ca.500 or 1000 per country), interviewed online 25 June – 9 July 2021
CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

CONFIANZA EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	Total	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Panamá	Puerto Rico	República Dominicana
Compañeros, amigos o familiares a través de mensajes privados	31	32	30	26	33	31	40
En persona con compañeros, amigos o familiares	31	34	25	24	33	34	43
Televisión nacional	26	31	17	24	27	24	34
Televisión por cable	26	28	19	24	28	20	35
Radio	26	26	16	24	27	25	35
Periódicos en línea o sitios web o aplicaciones de noticias	23	24	8	21	21	27	34
Periódicos en papel	22	20	8	22	18	21	35
Redes sociales	21	14	14	18	25	27	31
Sitios web para compartir vídeos en línea	17	10	9	14	16	21	26
Revistas	16	17	4	13	17	16	26
Blogs o foros en línea	15	11	8	14	14	18	20

CCA – 1,322 entrevistados - **DATOS EN %**

33 – © Ipsos | Monitor de Opinión Pública - Enero 2022

Q12. A continuación se muestra una lista de diferentes medios de comunicación. ¿En qué medida confía en cada uno de ellos a la hora de proporcionar información precisa sobre política y actualidad?

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



LUIS GARAY

Director

Ipsos Panamá

luis.garay@ipsos.com



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.

**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

