

Esquema de la presentación

- I. Percepción sobre las políticas ambientales y climáticas en el país
- II. Conocimiento de la población sobre los temas asociados al cambio climático
- III. Intensión de compra de productos carbono neutral y ambientalmente sostenibles
- Ficha técnica



Resultados clave

- **Los costarricenses tienen conciencia y responsabilidad ambiental.**
Sabemos que sus acciones individuales y colectivas, tienen un impacto directo en el ambiente.
- **Piden al Estado ser más activo en la protección del ambiente.**
Aunque esto signifique destinar más dinero de impuestos.
- **Creen que municipalidades y sector privado tienen un rol importante en la protección del ambiente.**

Al mismo tiempo deben de asumir responsabilidad sobre los impactos que pueden generar.



Resultados clave

- **Los costarricenses conocen sobre el Cambio Climático y la responsabilidad del ser humano en ello.** Es importante promover **más educación** sobre sus efectos, impactos y acciones para enfrentarlo, como por ejemplo el plan de carbono neutralidad.
- **Consideran que desarrollo económico no justifica daños ambientales**
- **Están dispuestos a comprar productos amigables con el ambiente.** Incluso un porcentaje considerable lo haría aunque tengan un **precio mayor**. Solicitan recibir más información sobre la existencia de estos productos.



I.

Percepción sobre las políticas ambientales



Principal problema ambiental que afecta a Costa Rica actualmente

Problema	Porcentaje 1/
Contaminación del aire	22,5
Inadecuado manejo de desechos sólidos (basura)	19,8
Contaminación del agua (mares y ríos)	17,2
Deforestación	13,9
Problemas con la falta de agua	4,4
Uso excesivo de pesticidas y fertilizantes en la agricultura	3,1
Cambio climático	1,8
Los monocultivos (piña, banano, palma africana, etc)	0,6
Otros	6,4
NS/NR	10,3
Total	100,0

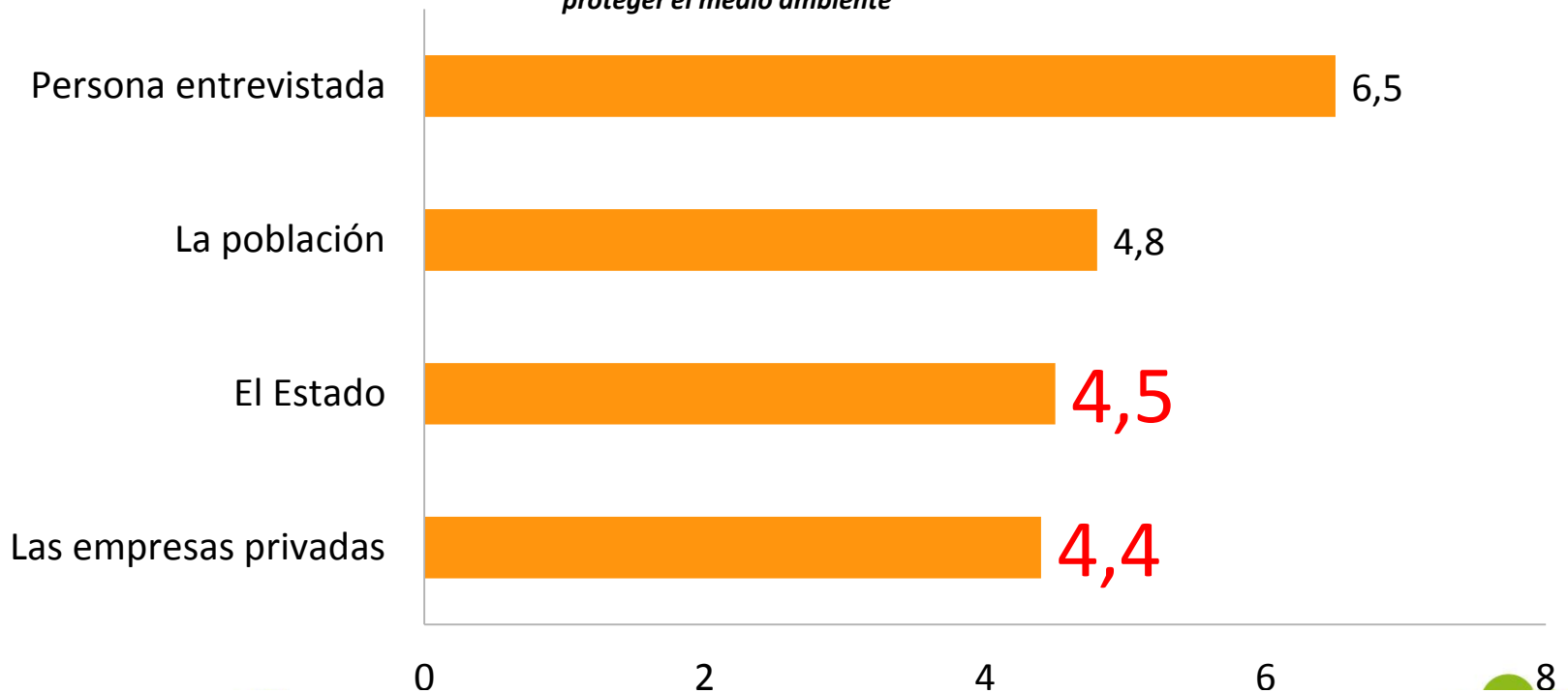
1/ Corresponde a una respuesta múltiple en el que las personas podían responder hasta tres opciones. El porcentaje se calcula sobre la base de 3609 menciones.

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Ciudadanía demanda más esfuerzos del **Estado** y **sector privado** en la protección del ambiente

Calificación promedio otorgada a los distintos actores por sus esfuerzos para proteger el medio ambiente



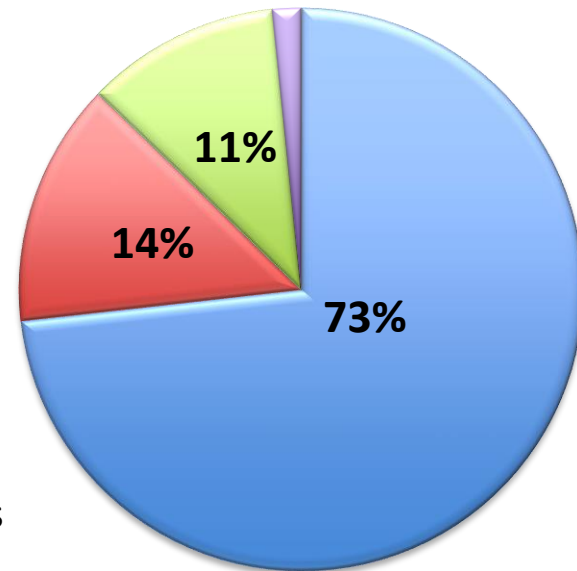
1/Corresponde al promedio en una escala de 0 (no protege) a 10 (protege totalmente).

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.

El **73%** considera que sus **acciones diarias** tienen un **impacto** importante sobre el ambiente

¿Considera que sus actos tienen o no consecuencias importantes para el ambiente?

- Sí tienen consecuencias
- Pueden tener algunas consecuencias
- No tienen consecuencias
- NS/NR



Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



30% conoce de la **carbono neutralidad** a la que aspira Costa Rica

¿Qué entiende por carbono neutral?

	Porcentaje ^{1/}
Formas de no producir carbono (conservar los árboles, reutilización de maderas...)	25,6
No contaminar	17,0
Reducir emisiones de CO2	15,4
Una políticas que Costa Rica reserve el ambiente, leyes, normativa	12,7
Calidad del aire	3,7
Consecuencias directas	1,3
Otra respuesta	5,0
No respuesta	19,2
Total	100,0

1/ Calculado sobre la base de 360 entrevistas que afirmaron conocer sobre la Carbono Neutralidad

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014

- **30%** dijo adquirir producto o servicio **carbono neutral**, **53% no lo hizo** y **17% no sabe** (en el último año)

Nota: estos datos se basan en los que indicaron que sí saben qué es la carbono neutralidad



Participación en grupos de defensa del ambiente

25% participa como **voluntario** en grupos o asociaciones de **protección al ambiente**

- ¿Por qué no participa?

	Porcentaje1/
Falta de tiempo	28,0
No hay en la comunidad	17,1
No tiene conocimiento / falta de información	16,3
Falta de motivación (no invitan)	9,2
No le llama la atención	6,3
Por edad	6,0
Motivos laborales	4,5
Por enfermedad	3,3
Otra respuesta	7,8
No respuesta	1,4
Total	100,0

1/ Calculado sobre la base de 895 entrevistas que afirmaron no participar

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014



Responsabilidad compartida en la protección al ambiente

¿Quiénes tienen responsabilidad en la protección del ambiente?

TOTALMENTE DE ACUERDO DE ACUERDO

TOTALMENTE DE DESACUERDO EN DESACUERDO

Vecinos
deben organizarse

93%

5%

Municipalidades
son responsables

92%

4%

Empresas
son responsables

92%

6%

Usted
es el principal responsable de adoptar medidas

89%

7%

Estado
es el principal responsable de adoptar medidas

77%

15%

Desarrollo económico **no justifica** daños ambientales

¿Es aceptable un **daño a un bosque** si esto genera desarrollo económico al país?

TOTALMENTE DE ACUERDO DE ACUERDO

TOTALMENTE DE DESACUERDO EN DESACUERDO

21%

75%



Personas y empresas deben reparar daños ambientales

Acciones para combatir la degradación ambiental

	TOTALMENTE DE ACUERDO DE ACUERDO	TOTALMENTE DE DESACUERDO EN DESACUERDO
Estado debe tomar acción aunque se gaste más dinero de impuestos	66%	26%
Personas o empresas que contaminan deben reparar daños	93%	5%

Anuencia relativa a pagar más para proteger el ambiente

Aumento de tarifas

	TOTALMENTE DE ACUERDO DE ACUERDO	TOTALMENTE DE DESACUERDO EN DESACUERDO
Agua Para tratar aguas residuales	65%	27%
Electricidad Para proteger bosques y cuencas	45%	45%

Mayor apoyo a proyectos de energía renovable **eólicos, geotermia e hidroeléctricos** que a **petróleo**

Nuevos proyectos para producir electricidad

	TOTALMENTE DE ACUERDO DE ACUERDO	TOTALMENTE DE DESACUERDO EN DESACUERDO
Petróleo	22%	68%
Eólicos	87%	10%
Geotérmicos	77%	15%
Represas	55%	36%



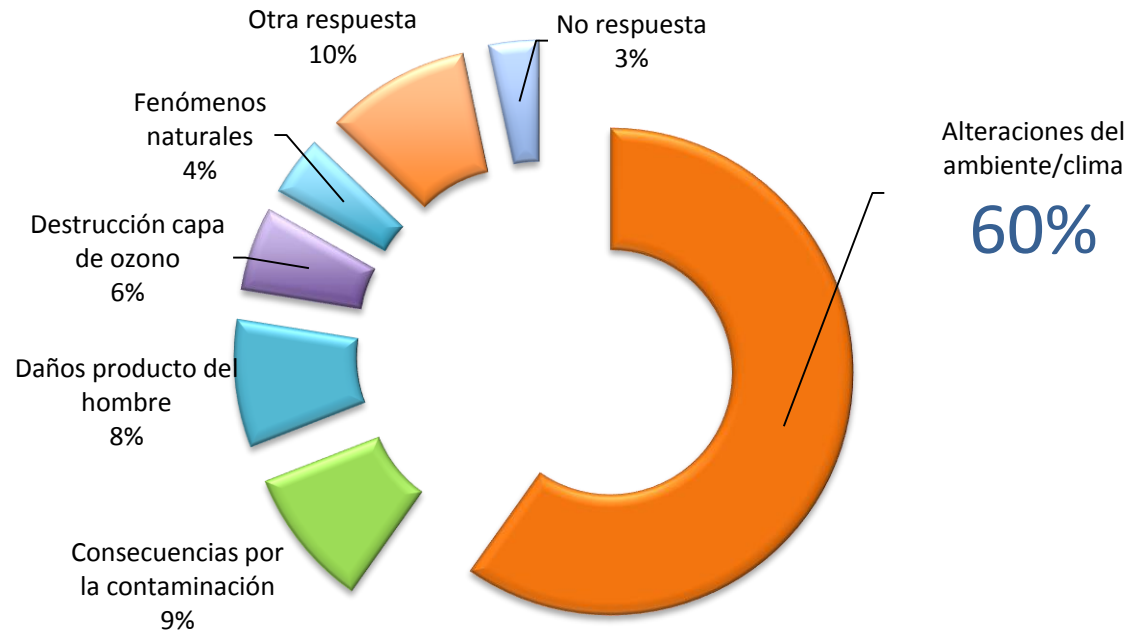
II.

Conocimiento de la población sobre los temas asociados al cambio climático



79% de población indicó haber escuchado sobre **cambio climático** y de ellos **60%** lo relaciona con **alteraciones al ambiente/clima**

¿Qué es
“cambio
climático”?

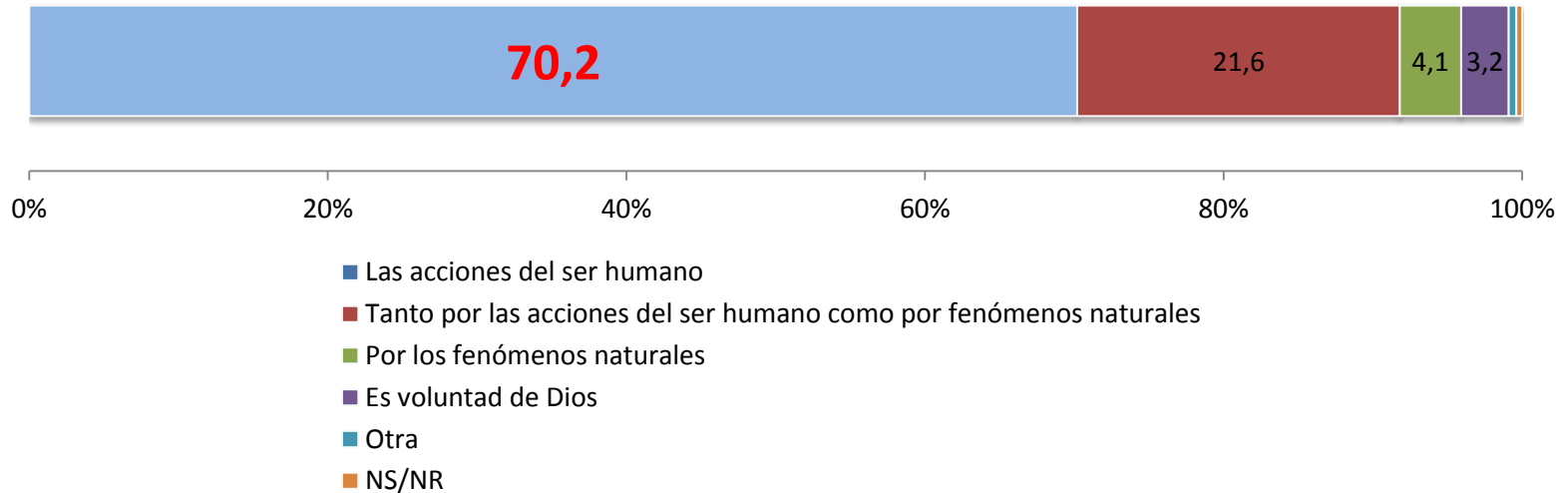


1/ Calculado sobre la base de 954 respuestas
Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Ser humano como principal responsable del cambio climático

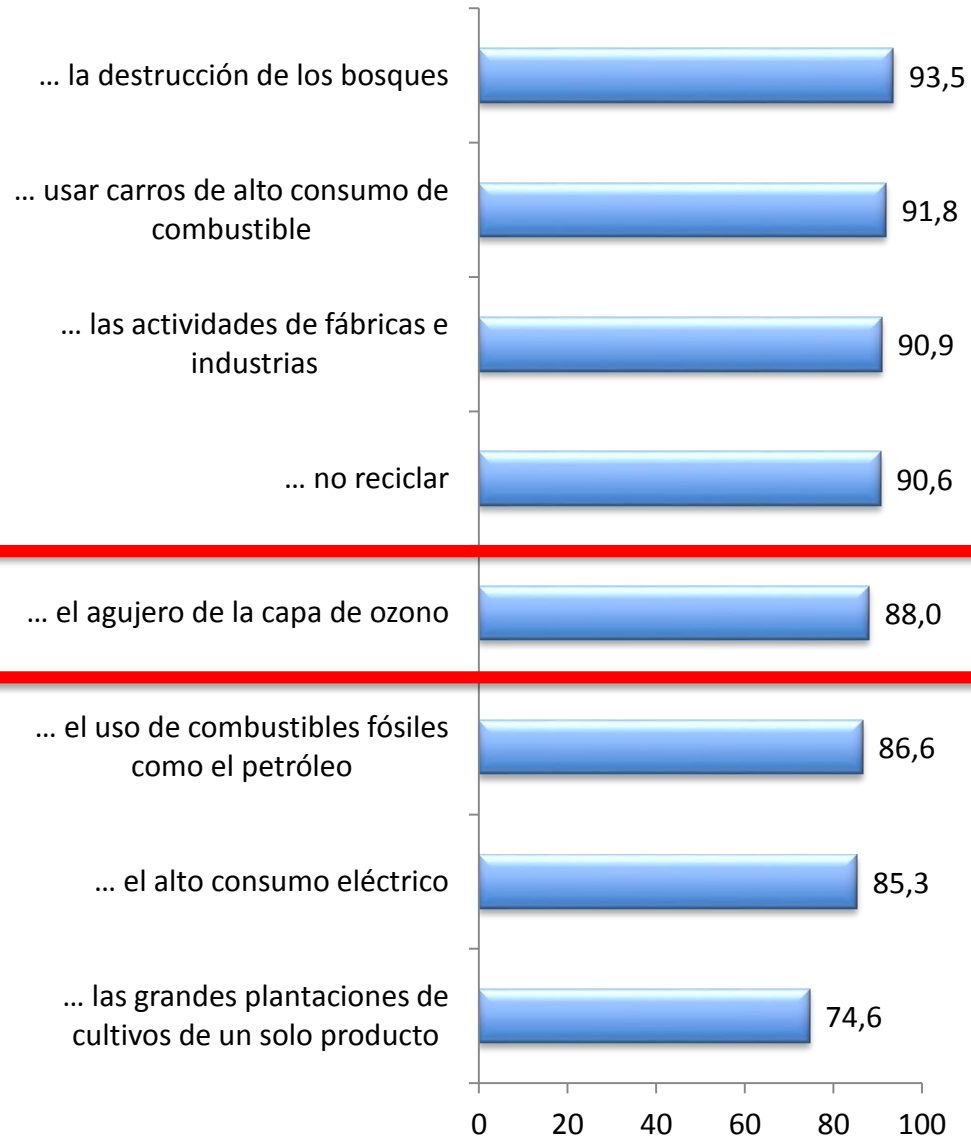
Razones por las cuales considera que el clima ha cambiado



1/ Calculado sobre la base de 905 respuestas
Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



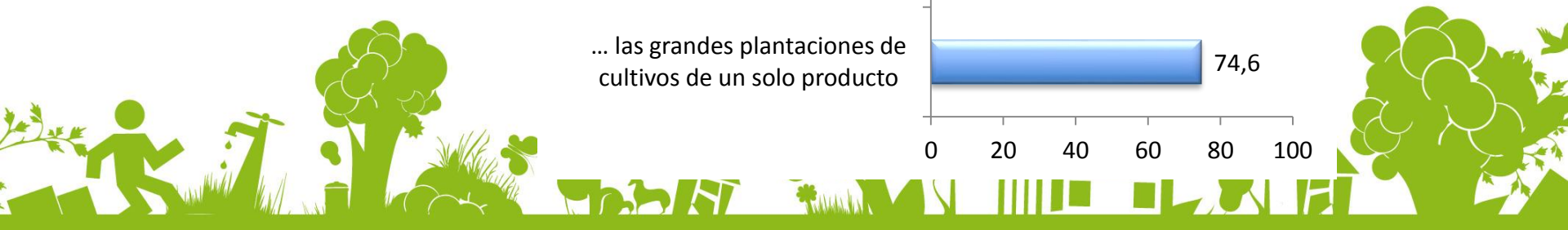
Posibles causas que contribuyen al cambio climático (% algo y mucho)



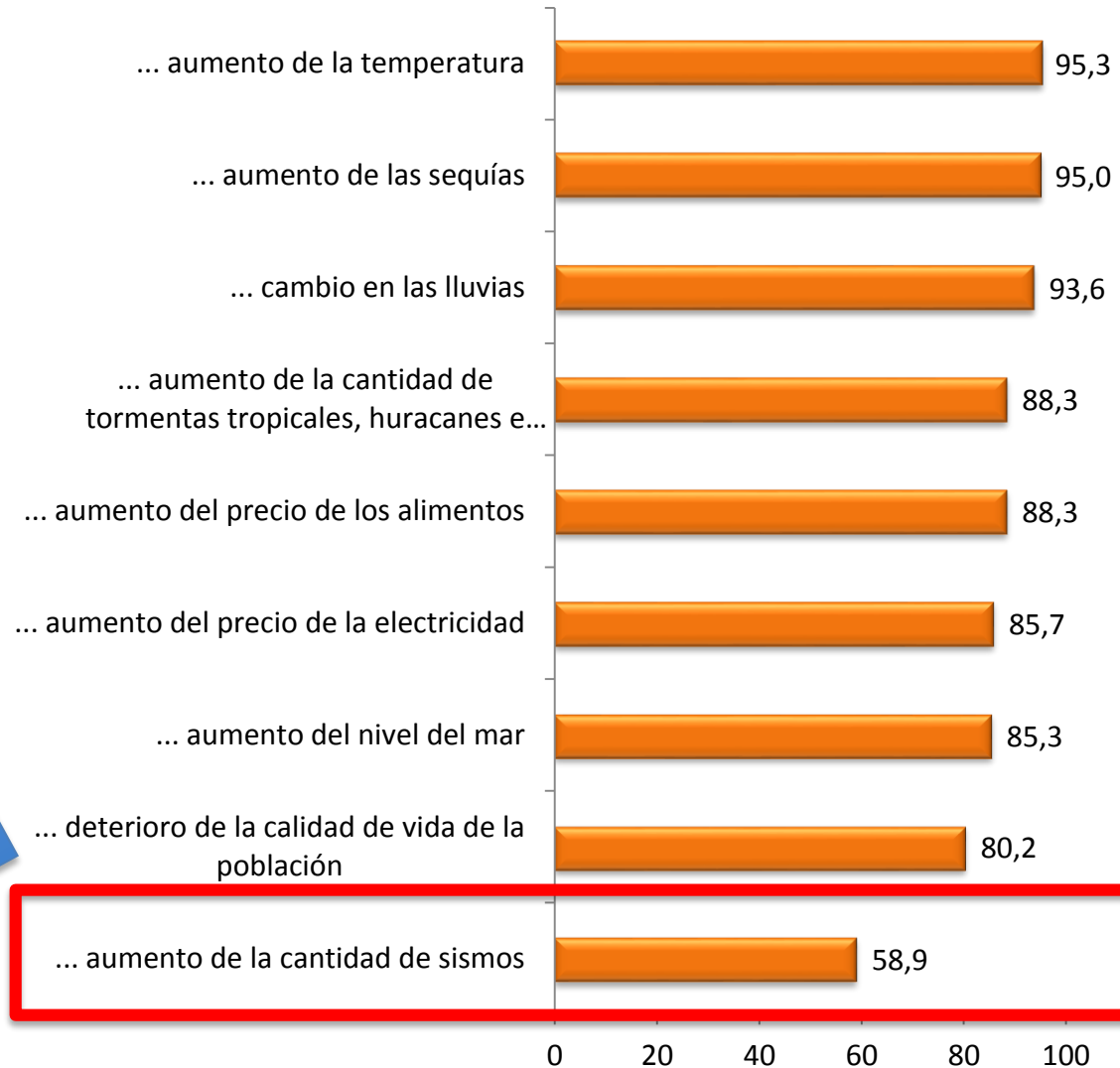
**Fortalecer
educación
en CC**



Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Posibles consecuencias del cambio climático (% algo y mucho)



**Fortalecer
educación
en CC**

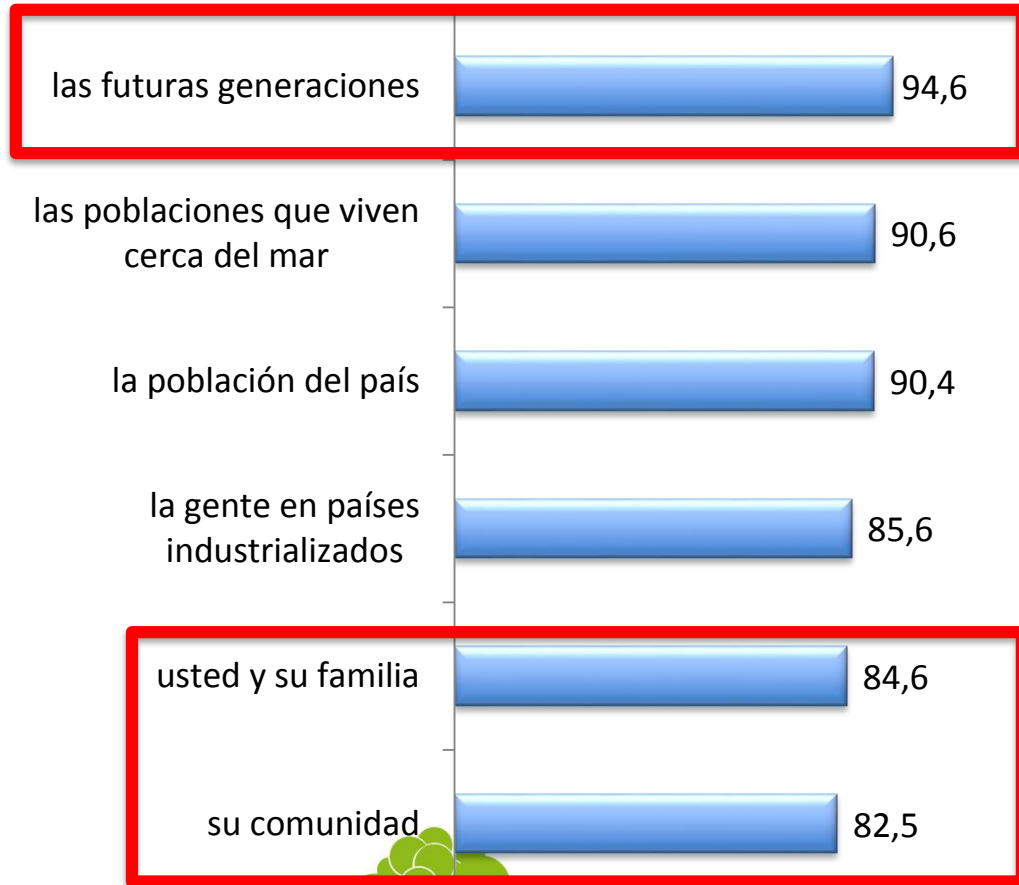


Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.

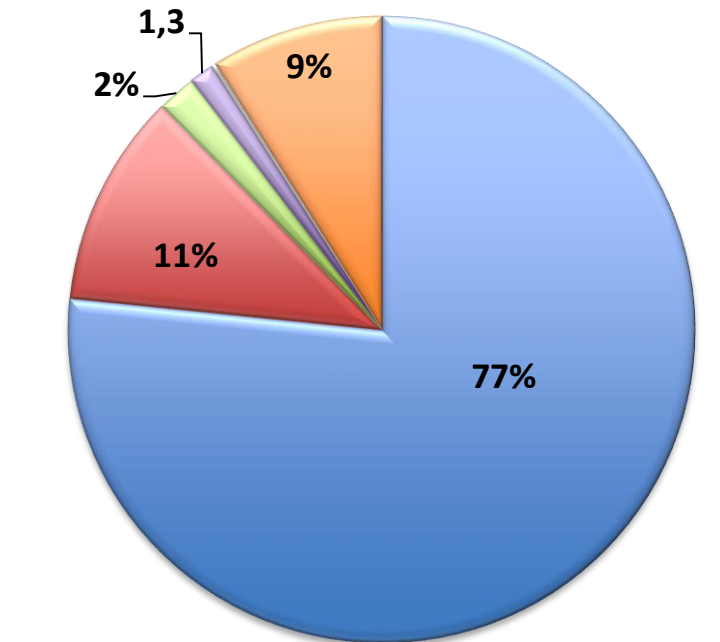


Los afectados por el cambio climático

Población (% mucho)



¿Cuándo?



- Ya me afecta
- En 15 años (promedio)
- Más de 100 años
- Nunca
- No existe
- NS/NR

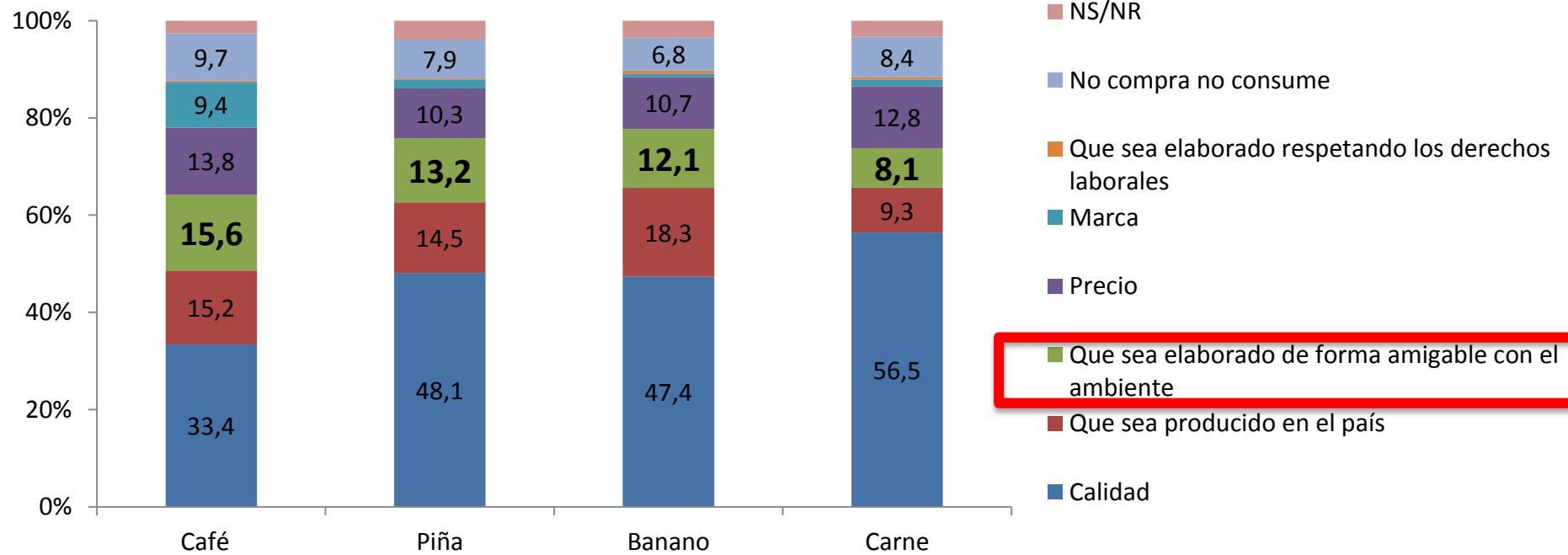
III.

Intención de compra de productos carbono neutral y ambientalmente sostenibles



Característica que más valora al momento de hacer una compra

Entre **8% y 15% de la población** valora la producción amigable con el ambiente como principal característica al comprar café, piña, banano y carne

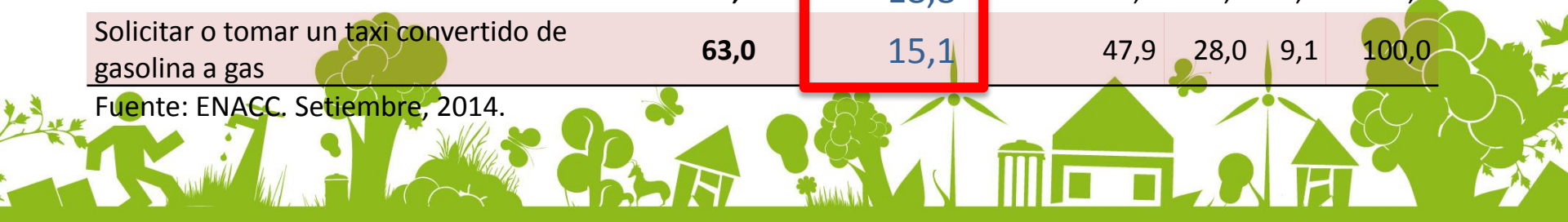


Porcentaje amplio sí pagaría más por un producto o servicio amigable con el ambiente

Preferencia para seleccionar un producto o servicio amigable con el ambiente

Producto/servicio	Total	Sí			NS/ NR	Total
		Aún si tiene un precio mayor	Siempre que no tenga un precio mayor	No		
Carne de res producida de manera amigable con el ambiente	79,4	34,3	45,1	12,8	7,8	100,0
Café con sello de carbono neutralidad	68,3	26,4	41,9	19,3	12,4	100,0
Café orgánico	78,1	31,0	47,1	13,3	8,6	100,0
Café elaborado respetando los derechos laborales	76,8	24,8	52,0	13,5	9,6	100,0
Comprar alimentos que no sean transgénicos	73,3	27,6	45,7	16,8	9,9	100,0
Comprar un refrigerador que sea eficiente en el uso de la electricidad	87,0	39,3	47,7	9,6	3,4	100,0
Solicitar o tomar un taxi híbrido	74,8	18,8	56,1	16,2	9,0	100,0
Solicitar o tomar un taxi convertido de gasolina a gas	63,0	15,1	47,9	28,0	9,1	100,0

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Disposición a pagar por un producto o servicio amigable con el ambiente

Producto/servicio	Total		¿Cuánto más estaría dispuesto?			
	n 1/	%	Menos de 10%	Entre un 10% y 20%	Más del 20%	NS/NR
Carne de res producida de manera amigable con el ambiente	413	100	57,8	30,5	5,2	6,5
Café con sello de carbono neutralidad	318	100	50,9	38,4	5,6	5,1
Café orgánico	372	100	51,4	34,2	9	5,4
Café elaborado respetando los derechos laborales	299	100	56,3	31,9	6,3	5,5
Comprar alimentos que no sean transgénicos	332	100	47,5	38,2	8,9	5,4
Comprar un refrigerador que sea eficiente en el uso de la electricidad	473	100	31,1	33,3	28,8	6,9
Solicitar o tomar un taxi híbrido	226	100	58,8	27,6	9,3	4,3
Solicitar o tomar un taxi convertido de gasolina a gas	181	100	59,2	25,3	6,7	8,8

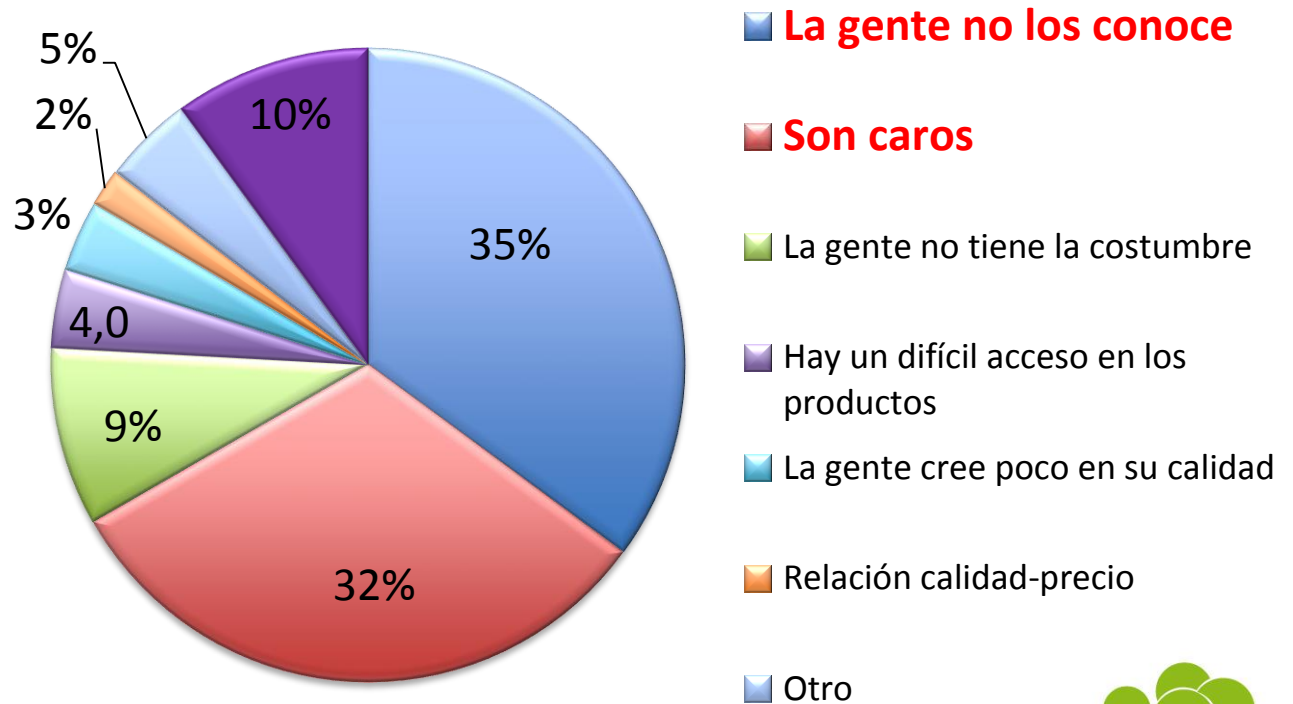
1/ Corresponde al total de respuestas que indicaron estar dispuestos a pagar, aún si el precio era mayor

Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Necesidad de promocionar e informar más sobre estos productos

*¿Por qué los productos amigables con el ambiente
no se venden lo suficiente en el país?*



Fuente: ENACC. Setiembre, 2014.



Ficha técnica

Población Meta	Personas mayores de 18 años de edad residentes en hogares con teléfono residencial en todo el territorio nacional
Diseño de la muestra	Corresponde a un muestreo aleatorio probabilísticos utilizando para la selección de los teléfonos la técnica de Waksberg.
Tamaño de la muestra	1203 hogares con teléfono fijo. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 2,8% sobre las principales variables
Selección del informante	<ul style="list-style-type: none">• Por medio de la aplicación de una hoja de ruta.• Se realizan hasta cuatro intentos para concretar la entrevista.
Cuestionario	A cargo del PNUD en conjunto con investigadores de la Escuela de Ciencias Políticas y de la Escuela de Estadística de la UCR.
Trabajo de campo	Se realizó entre el 21 de agosto y el 30 de setiembre de 2014
Instancia responsable de la aplicación del trabajo de campo	Unidad de Servicios Estadísticos (USES), Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica.





Muchas gracias !!!!

