



INFORME

PERCEPCIÓN DE LA **CIUDADANÍA COSTARRICENSE** RESPECTO AL PROCESO ELECTORAL

2026

Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO-UNA)

Informe de encuesta: Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral

Recolección de datos de la encuesta: Del 3 al 10 de febrero de 2026

Publicación del informe de encuesta: 26 de febrero, 2026

Equipo Programa Umbral Político:

Dr. José Andrés Díaz González (coordinador)

Dra. Laura Solís Bastos

Dra. Sindy Mora Solano

Dr. Onésimo Rodríguez Aguilar

Dr. Norman Solórzano Alfaro

MRSS. Yirlania Margoth Solano Chaves

Apoyo en gestión del proceso de investigación

Tania Castillo Rodríguez

Equipo Centro Tecnológico de Investigación Social (CETIS):

Dra. Laura Solís Bastos, coordinadora

M.Sc. Stephanie Cordero Cordero, profesional en estadística

MRSS. Yirlania Margoth Solano Chaves, profesional de apoyo a la academia

MSc. Gisella Segura Espinoza, profesional de apoyo a la academia

Carlos Sánchez Rojas, técnico en informática

Livan Gómez Hernández, técnico en informática

Giancarlo Chinchilla Rodríguez, estudiante asistente para apoyo informático

Equipo de gestión metadatos y ciencia abierta IDESPO

Bach. Marianela González Varela, profesional de apoyo a la academia

Jennifer Vásquez Arias, estudiante asistente corrección de estilo documental

Nataly Alvarenga Vega, estudiante asistente Licenciamiento y apoyo para publicación en repositorio Institucional UNA

Diseño de portada:

Mco. Mónica Calderón Solano

Diseño de infografías:

Bach. Isabella Loría Quesada, estudiante asistente / Dra. Sindy Mora Solano

Contacto: idespo@una.ac.cr / cetis@una.cr

Personal estudiantil encuestador:

Ana Lucía Sánchez Sandoval
Ashley Chinchilla Calvo
Ashley Durán Calderón
Braylan Navarro Navarro
Camila Murillo Astorga
Carlos Sandí Azofeifa
Charlotte Pérez Mora
Dagely Llorens Fallas
Daniela Montiel Gómez
Emily Arce Blandón
Ericka Ureña Madrigal
Fabián Chavarría Zúñiga
Fabiola Granados Brenes
Fernanda Estefanía Osés Pitti
Fiorella Soto Granados
Fiorella Chavarría Vargas
Francisco Montero Flores
Genesis Robles Vargas
Jacqueline Zamora Mora
Jennifer Vásquez Arias
Jose Daniel Andino Castellanos
Joselyn Fernández Fallas
Juliana Blanco Maradiaga
Keilyn Daniela Porras Quirós

Kendal Solís Vargas
Keyla Madrigal Pérez
Keylor Ramírez Chaves
Linda Rosemery Mejía Hernández

Luis Rodríguez Espinoza
Marlene Rodríguez Tenorio
María Fernanda Sáenz Tacsan
María Guadalupe Salas Suárez
Melissa Jimena Gonzáles Cerda
Mónica Varela Sandoval
Nataly Alvarenga Vega
Nazareth Marchena Araya
Nicole Villalobos Espinoza
Pablo Fabián Loría Fernández
Randall Rodríguez Quirós
Rosaura Gómez Bustillos
Saray Gómez Solís
Sophia Núñez Vega
Tayren Carrillo Zamora
Tracey Calvo Gallardo
Valeria Mora Cordero
Valery Castro Lizano
Yendry Pamela Estrada Rivera
Yirlania Meléndez Aguilar

Personal estudiantil supervisor:

Ana Carolina Elizondo Hernández
Angelina Durán Calderón
Arleth Valentina Sánchez Solano
Carolain Guerrero Alvarado
Jefferson Moreno Calero
Sofía Delgado Hernández
Steisy Fiorella Madriz Jiménez
Alejandro Mora Meza
Tiffany Rodríguez Vargas
María Fernanda Sáenz Tacsan

Contenido

Descripción	5
Metodología	6
Principales hallazgos	8
Participación electoral en las elecciones nacionales	8
Socialización política.....	10
Medios por los que se informa sobre el proceso electoral	13
Valoración de la campaña electoral 2026	15
Principales Hallazgos.....	18
Referencias bibliográficas	20

Descripción

El Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO), a través del Programa Umbral Político, ha dado seguimiento al proceso electoral 2026 y, al igual que en las elecciones anteriores, en esta ocasión se presenta la denominada encuesta post electoral 2026, titulada “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”. En este sentido, el momento de recolección de datos buscó captar las percepciones inmediatas de la población encuestada respecto al proceso electoral.

Esta encuesta se realizó del 3 al 10 de febrero de 2026, fue coordinada por el equipo investigador del Programa Umbral Político, del IDESPO, de la Universidad Nacional (UNA), y se ejecutó presencialmente en el laboratorio del Centro Tecnológico de Investigación Social (CETIS) del IDESPO.

La recolección de datos se realizó vía telefónica, a cargo de un equipo de estudiantes encuestadores que laboró en las estaciones de trabajo del laboratorio CETIS, con el apoyo de personal de supervisión técnica y académica del CETIS y del Programa Umbral Político.

El objetivo de esta encuesta fue describir las percepciones de la población costarricense de dieciocho años o más, inscrita en el Padrón Electoral del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), sobre la cultura y participación electoral en Costa Rica, en el contexto de las elecciones nacionales de 2026.

El cuestionario empleado para este estudio estuvo conformado por veintitrés preguntas, asociadas a las variables temáticas que incluye participación electoral, abstencionismo, socialización política, valoración del proceso electoral, así como variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel educativo, estado conyugal y percepción de la condición económica del hogar), que permiten caracterizar a la población entrevistada y realizar desagregaciones analíticas.

Metodología

La Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral” se realizó del 3 al 10 de febrero de 2026, mediante entrevistas telefónicas a personas costarricenses o extranjeras nacionalizadas, de 18 años o más, usuarias de telefonía celular dentro del territorio nacional. Este tipo de marco de cobertura abarca aproximadamente el 97,8% de la población, por lo que los resultados representan exclusivamente las opiniones de la población entrevistada con acceso a telefonía celular y no del total de habitantes del país.

El marco muestral se conformó a partir de los cuatro dígitos finales activos de los teléfonos celulares de las distintas operadoras registradas ante la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL). Se aplicó un muestreo aleatorio de bancos telefónicos celulares activos, utilizando el procedimiento de Waksberg, que garantiza la aleatoriedad en la selección de los números y la elegibilidad de las unidades de análisis.

En total se realizaron 1291 entrevistas completas, lo que corresponde a un error de muestreo estimado de $\pm 2,7$ puntos porcentuales, con un nivel de confianza del 95%, bajo el supuesto de máxima variabilidad ($p=q=0,5$). La muestra se ajustó por no respuesta utilizando información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG 2025) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), considerando la distribución de la población por sexo, edad y nivel educativo.

Es importante considerar que, dado que la encuesta se realizó exclusivamente mediante telefonía celular, las personas sin acceso a este medio no estuvieron representadas en la muestra. Los resultados reflejan las percepciones al momento de la entrevista, por lo que pueden variar con el tiempo en función de cambios en el contexto político o social. Asimismo, como en toda encuesta por muestreo, los datos están sujetos a errores de muestreo y no muestreo, que incluyen posibles sesgos de

no respuesta, cobertura y de recuerdo¹ o deseabilidad social²³. Las ponderaciones aplicadas buscan reducir los efectos del sesgo de no respuesta, mejorando la representatividad de los resultados. No obstante, se recomienda interpretar los hallazgos considerando los intervalos de confianza asociados a las estimaciones y las posibles limitaciones inherentes a las encuestas de opinión pública.

Tabla 1. Características sociodemográficas de la población y muestra, según ENAHO 2025 y Encuesta “Cultura política y participación electoral 2026”, enero 2026

Característica	ENAHO 2025	Encuesta Percepción	
		Sin ponderar	Ponderada
Sexo			
Hombre	47,8	50,0	47,8
Mujer	52,2	50,0	52,2
Grupo de edad			
De 18 a 34 años	29,9	33,3	29,9
De 35 a 49 años	24,7	33,5	24,7
50 años y más	45,4	33,2	45,4
Nivel educativo			
Primaria o menos	34,2	17,3	34,2
Secundaria	40,4	37,6	40,4
Universitaria	25,4	45,2	25,4

Fuente: INEC, Encuesta Nacional de Hogares (2025) e IDESPO, Universidad Nacional. Encuesta sobre cultura política y participación electoral 2026, (enero, 2026).

¹ Balaguer de la Riva, J. (2019). El recuerdo de voto en las encuestas: Factores individuales y contextuales. Condicionantes de sus desajustes [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio Institucional UAM. <https://repositorio.uam.es/server/api/core/bitstreams/e01736ae-d151-46a6-b831-f2f89f4cf13b/content>

² ATLAS.ti. (2024). Sesgo de deseabilidad social: Definición y mitigación. En Guía del análisis de entrevistas. ATLAS.ti. <https://atlasti.com/es/guias/guia-del-analisis-de-entrevistas/sesgo-de-deseabilidad-social>

³ Campos, M. I. de. (2017). Sesgo de deseabilidad social en medidas de valores. Universitas Psychologica, 16(2), 206-216. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672017000200206

Principales hallazgos

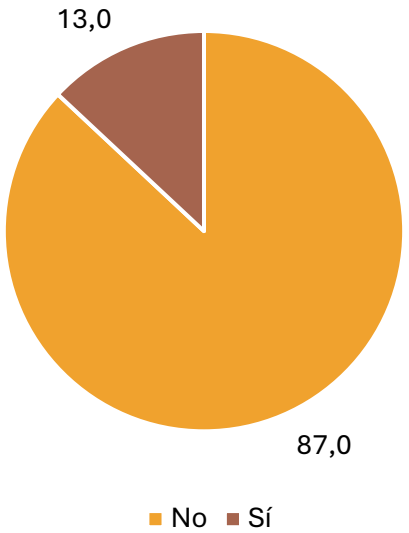
A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos en esta encuesta, según las opiniones emitidas por la población participante, sobre diversos aspectos relacionados con su percepción sobre aspectos de la cultura y participación electoral en Costa Rica en el marco de las elecciones nacionales 2026.

Participación electoral en las elecciones nacionales

En primer lugar, a las personas encuestadas se les consultó si asistieron a votar en las elecciones nacionales del 1 de febrero del 2026. El gráfico 1 muestra que el 87% de las personas encuestadas indicaron que sí asistieron a votar, mientras que un 13% se abstuvo. Estos datos son distintos respecto a los niveles de participación reportados por el Tribunal Supremo de Elecciones. La diferencia podría corresponder a que las personas abstencionistas suelen rechazar contestar encuestas de carácter político-electoral, por lo que existe la probabilidad de que queden subrepresentadas en este tipo de encuestas.

A partir de lo anterior, se identifican las principales razones por las cuales la población que se abstuvo de votar decidió no asistir a las urnas. El 26,3% indicó que no hizo cambio de domicilio electoral y le quedaba lejos el lugar de votación, el 22,4% señaló que motivos laborales le impidieron asistir, un 17,9% indicó tener condiciones de salud que le impidieron ir a votar. Un 6,1% no fue a votar porque no le interesa la política y un 5,6% argumentó que no le gustaba ningún partido o candidatura. Si bien se presentaron otras razones, estas no superaron el 2% de la población que se abstuvo de ir a votar (ver Tabla 2)

Gráfico 1. Porcentaje de la población encuestada según fue a votar en las elecciones nacionales del 1 de febrero. Costa Rica, febrero 2026 (n=1291)



Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

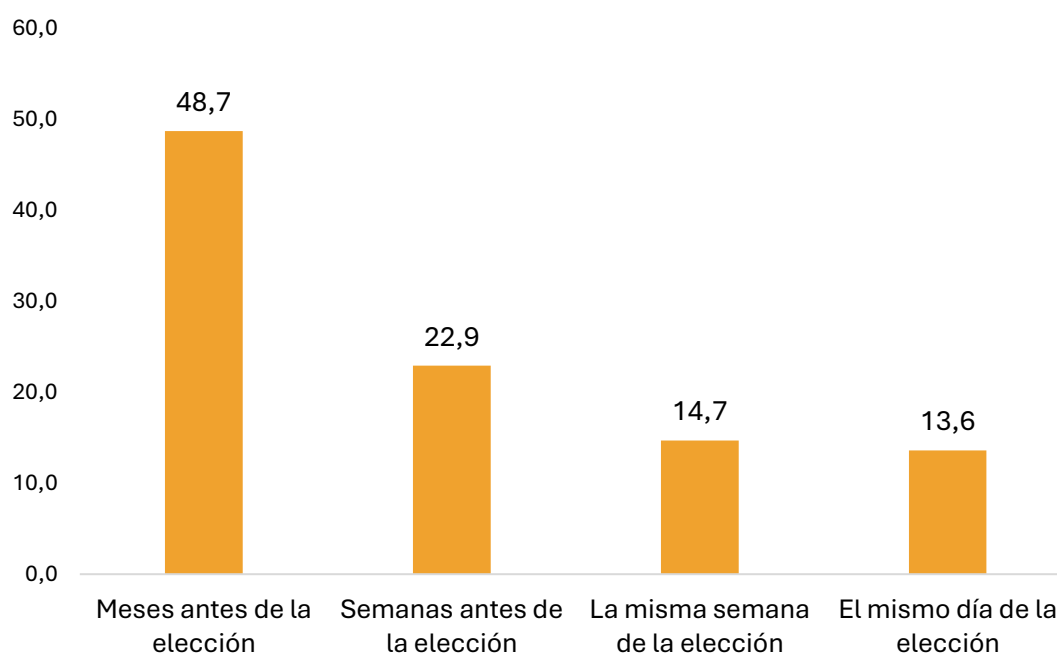
Tabla 2. Porcentaje de población según razón para no ir a votar en las elecciones nacionales de febrero. Costa Rica, febrero 2026 (n= 166)

Razón	Porcentaje
No hice el cambio de domicilio electoral y me quedaba lejos el lugar de votación	26,3
Por motivos laborales no pude ir	22,4
Por condiciones de salud	17,9
No me interesa la política	6,1
No me gusta ningún partido o candidatura	5,6
No tuvo tiempo	4,5
Estoy cansado/a o decepcionado/a de la política	3,4
Considero que mi voto no hace la diferencia	3,3
Estaba fuera del país	2,6
No logré decidir por quién votar	1,9
Problemas con la cédula	1,7
No creo en la democracia	1,1
No gestioné la inscripción en el padrón electoral	1,0
Desconfío del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE)	0,4
Otra razón	2,0

Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

A las personas que indicaron que asistieron a las urnas el 1 de febrero del 2026, se les consultó por el momento en que decidieron su voto. El 48,7% señaló que decidió su voto meses antes de la elección, casi un 23% lo hizo semanas antes de la elección y, por último, un poco más del 28% indicó que decidió su voto en la última semana o el propio día de la elección (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Distribución porcentual del momento de decisión del voto para la votación de febrero de 2022. Costa Rica, febrero de 2026 (n= 1120)



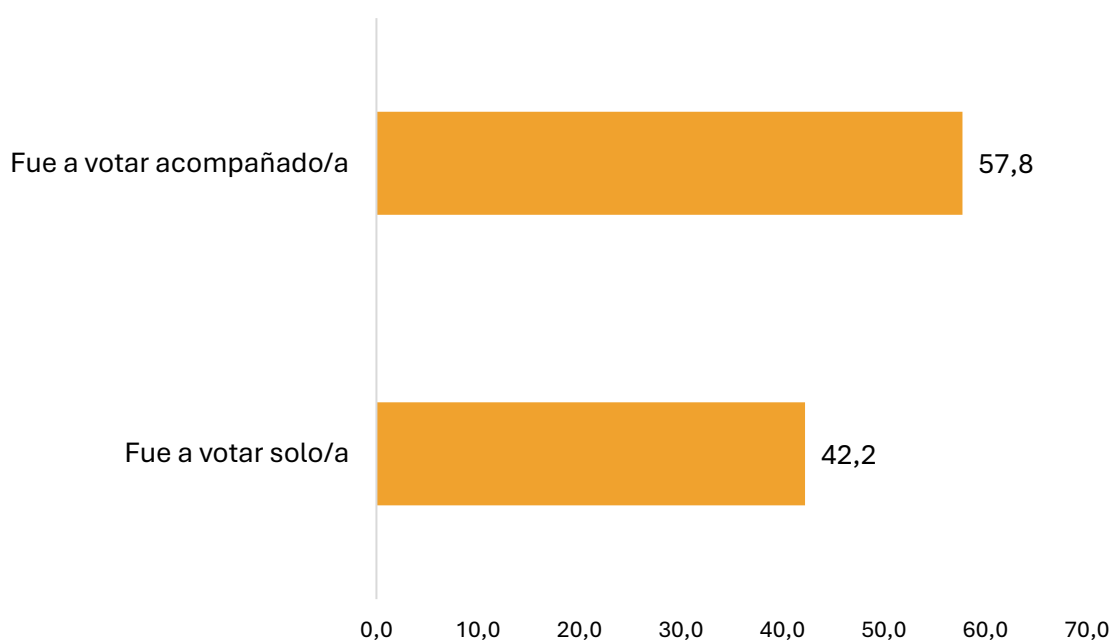
Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Socialización política

La socialización política constituye un componente central de la cultura política costarricense, por lo que en esta encuesta se analizaron diversos aspectos orientados a comprender cómo se vinculó la socialización política primaria y secundaria en el contexto de la campaña electoral 2026.

A este grupo también se le consultó si fue a votar solo o acompañado. Este dato es importante ya que permite acercarnos a la comprensión de si la participación electoral se practica como una actividad colectiva o individual por parte de la ciudadanía costarricense. El gráfico 3 indica que el 57,8% fue acompañado a emitir su voto, mientras que el 42,2% lo hizo de manera individual.

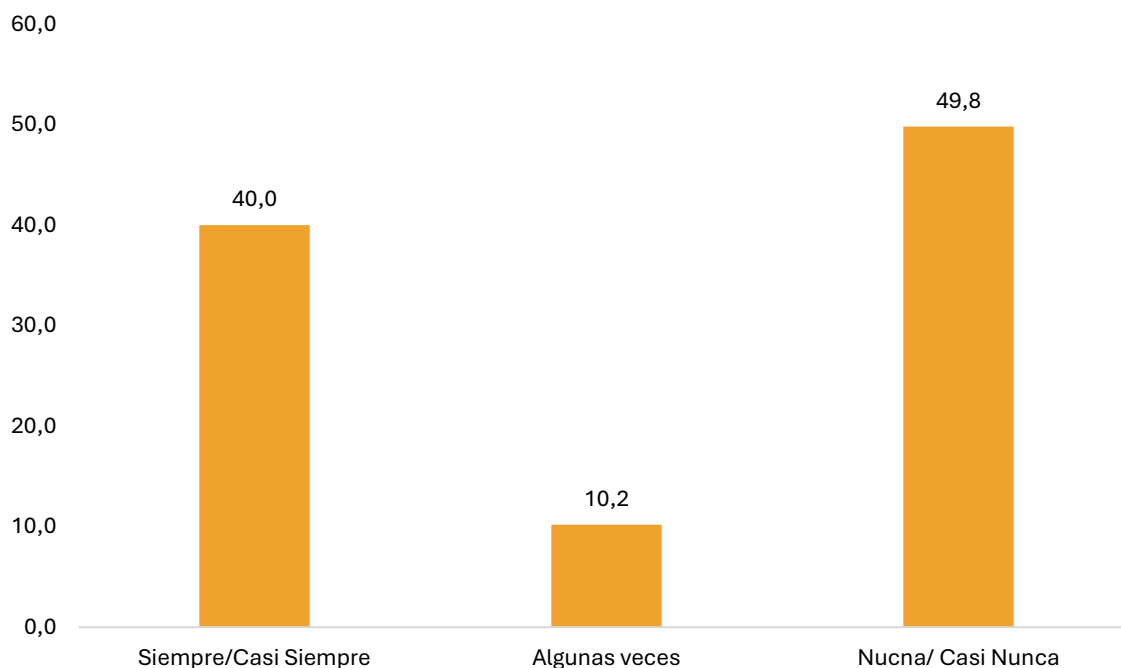
Gráfico 3. Distribución porcentual según si asistió a votar solo o acompañado.
Costa Rica, febrero de 2026 (n= 1120)



Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Asimismo, a la población encuestada se le consultó con qué frecuencia habla de política con las personas cercanas. Casi el 50% indicó que nunca o casi nunca conversan sobre política con personas cercanas, en cambio, un 40% dijo que siempre o casi siempre conversan sobre política con personas cercanas.

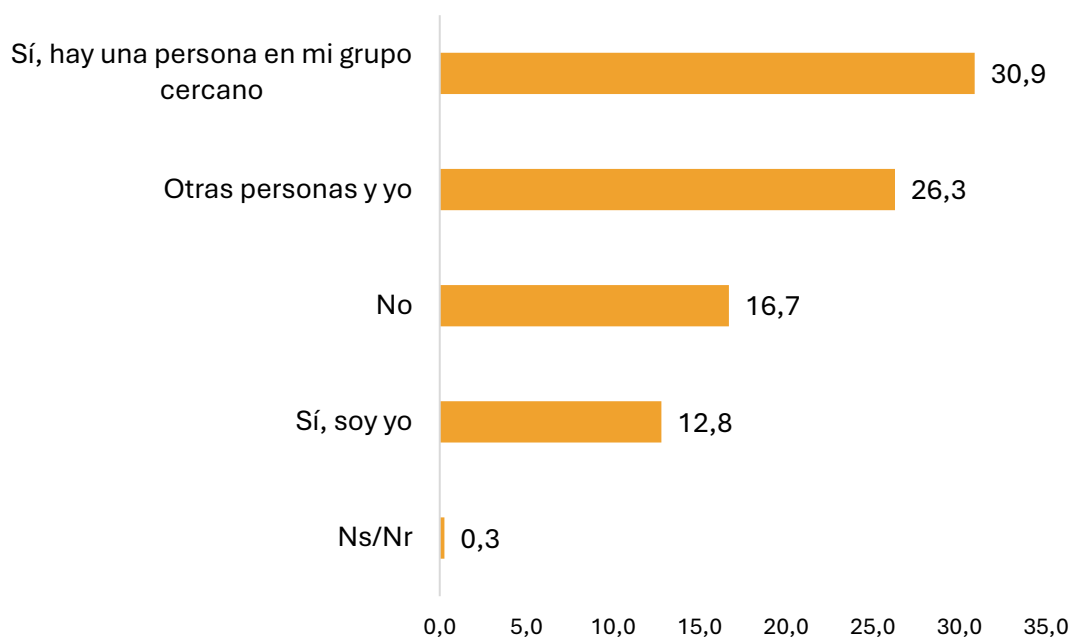
Gráfico 4. Distribución porcentual de la frecuencia con que la persona encuestada habla sobre política con personas cercanas. Costa Rica, febrero 2026 (n= 1291)



Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Bajo esa misma línea, a quienes participaron en el estudio se les consultó si en su entorno cercano existe una persona que motive a los demás a ir a votar. Casi un 31% indicó que sí hay una persona cercana que motiva a otros a ir a votar, un 26% manifestó que ellos y otras personas cercanas motivan a los demás ir a votar, un 16,7% señaló que no hay nadie cercano que motive a ir a votar y, finalmente, un 12,8% expresó que ellos son las que motivan a otros a votar.

Gráfico 5. Distribución porcentual según si hay una persona cercana que motive el asistir a votar. Costa Rica, febrero de 2026 (n= 1119)



Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

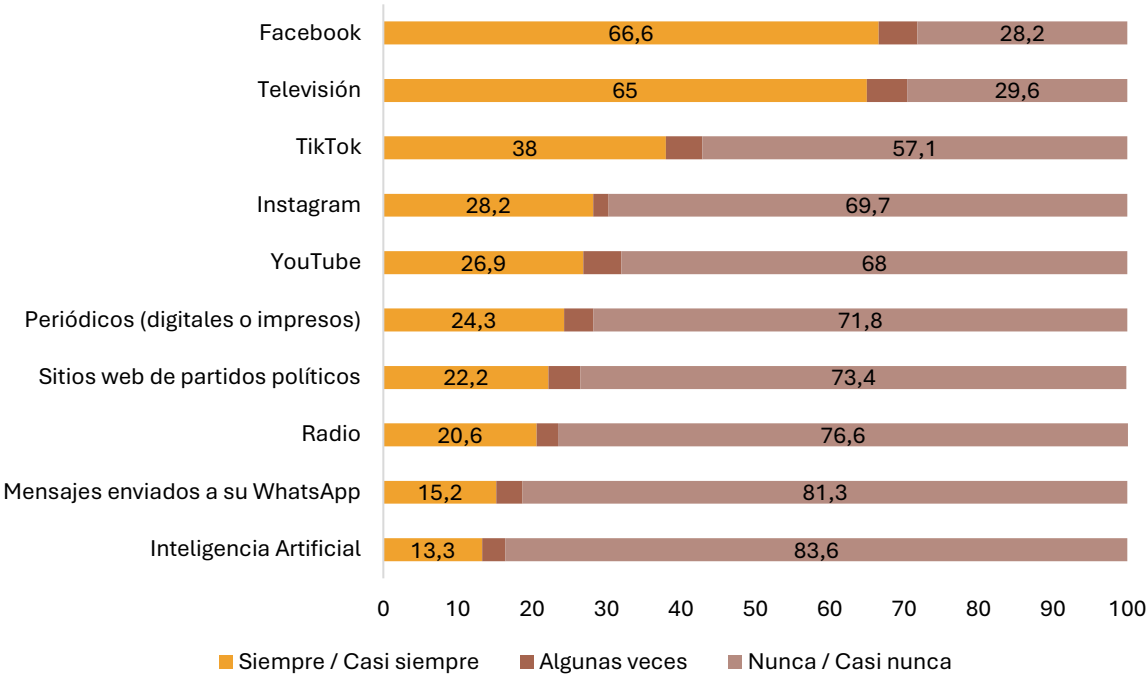
Medios por los que se informa sobre el proceso electoral

Durante los procesos electorales, los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, juegan un papel de relevancia para la difusión de información acerca de la campaña electoral, por lo que surge el interés de identificar cuáles fuentes fueron de mayor consulta por parte de la población encuestada para informarse acerca de la campaña electoral.

De acuerdo con lo anterior, a la población encuestada se le consultó con qué frecuencia utilizó distintos medios para informarse sobre la campaña electoral. Al considerar específicamente a quienes señalan hacerlo siempre o casi siempre, Facebook se posiciona como el principal medio de consulta, con un 66,6%, seguido por la televisión (65%). En un nivel intermedio se ubican TikTok (38%), Instagram

(28,2%) y YouTube (26,9%), lo que evidencia un uso relevante de plataformas digitales para el seguimiento de la campaña. En contraste, los periódicos, tanto digitales como impresos (24,3%), así como los sitios web de los partidos políticos (22,2%), la radio (20,6%) y los mensajes enviados por WhatsApp (15,2%) y la Inteligencia Artificial (13,3%), registran menores niveles de consulta frecuente para informarse sobre el proceso electoral.

Gráfico 6. Porcentaje de la población encuestada según que tanto utiliza diversos medios para informarse respecto a las elecciones nacionales de febrero del 2026. Costa Rica, febrero 2026 (n= 1291)



Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Valoración de la campaña electoral 2026

En esta encuesta se examinó cómo la ciudadanía evaluó el desarrollo del proceso electoral y cuáles factores influyeron en su decisión de voto, dimensiones que permiten comprender el comportamiento electoral en el contexto de la campaña 2026.

La Tabla 3 muestra que la población encuestada tiene, en general, valoraciones positivas sobre el proceso electoral nacional del 2026. En primer lugar, el mayor nivel de acuerdo se registra en la premisa *Se garantizó la igualdad de condiciones para que todos los partidos políticos pudieran exponer sus ideas*, ya que un 81,5% de personas declararon estar totalmente de acuerdo o de acuerdo. Este dato sugiere una percepción ampliamente favorable sobre la equidad formal de la contienda electoral.

En segundo lugar, un 78,2% considera que *la actuación del Tribunal Supremo de Elecciones fue adecuada para gestionar la campaña electoral*, lo que refleja altos niveles de confianza en la autoridad electoral y en su desempeño institucional durante el proceso. Asimismo, el 70,4% está de acuerdo con la frase *La cobertura mediática del proceso electoral fue adecuada*, lo que indica una valoración mayoritariamente positiva del rol de los medios de comunicación en la campaña.

Por otra parte, el 67,1% coincide con la expresión *La ciudadanía acudió a votar de manera informada*, lo cual sugiere que una mayoría percibe un electorado con cierto nivel de información al momento de ejercer el sufragio. En cuanto al comportamiento de los actores políticos, un 63,7% considera que *el actuar de los partidos políticos contribuyó a fortalecer la democracia del país*, lo que evidencia una evaluación predominantemente favorable, aunque con menor intensidad que en los aspectos institucionales. Finalmente, el menor nivel de acuerdo se observa en la afirmación *La campaña electoral se basó en la discusión de ideas y propuestas*, con un 59,1%. Aunque sigue siendo una mayoría, este porcentaje revela que la percepción sobre la calidad deliberativa de la campaña es comparativamente más moderada.

Tabla 3. Porcentaje de la población según qué tan de acuerdo está con diversas premisas sobre el proceso electoral. Costa Rica, febrero 2026

Enunciado	Totalmente de acuerdo / De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo / En desacuerdo
Se garantizó la igualdad de condiciones para que todos los partidos políticos pudieran exponer sus ideas a la ciudadanía	81,5	2,7	15,7
La actuación del Tribunal Supremo de Elecciones fue adecuada para gestionar la campaña electoral	78,2	6,4	15,4
La cobertura que los medios dieron a todo el proceso electoral fue adecuada	70,4	8,2	21,4
La ciudadanía acudió a emitir su voto de manera informada	67,1	8	25
Considera que el actuar de los partidos políticos durante el proceso electoral contribuyó a fortalecer la democracia del país	63,7	11,2	25,2
La campaña electoral se basó en la discusión de ideas y propuestas	59,1	9,9	31

Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Por último, a las personas encuestadas se les consultó sobre distintos elementos o razones que pudieron incidir en su decisión de voto (ver Tabla 4). Los elementos vinculados a factores coyunturales parecen haber tenido la mayor incidencia, siendo el principal la situación económica del país (3,94), seguido por la situación de seguridad (3,82), la situación de la Caja Costarricense de Seguro Social (3,79) y la situación del sistema educativo (3,78). Por su parte, las investigaciones

judiciales contra el gobierno tuvieron una menor incidencia (3,42). En un segundo nivel incidieron factores relacionados con la campaña, tales como las noticias sobre la campaña electoral (3,46), los debates entre candidatos/as (3,39), las campañas realizadas por los partidos (3,28) y los comentarios de analistas políticos (3,15).

También algunos elementos relacionados con la sociabilidad política tuvieron una incidencia entre moderada y baja, siendo el factor que más influyó las conversaciones con familiares y amigos (3,43), seguida de las conversaciones con compañeros/as de trabajo (2,87), las opiniones de los superiores en el lugar de trabajo (2,15) y los comentarios realizados por líderes religiosos (1,74).

Tabla 4. Promedio de incidencia de siguientes razones sobre su influencia en la decisión de voto. Costa Rica, febrero 2026

Razón	n	Media
La situación económica por la que atraviesa el país	1271	3,94
La situación de seguridad que atraviesa el país	1272	3,82
La atención en salud que brinda la CCSS	1281	3,79
La situación actual del sistema educativo en Costa Rica	1271	3,78
Las noticias que informaron sobre la campaña electoral	1278	3,46
Las conversaciones que sostuvo con familiares, amigos o vecinos	1266	3,43
Las investigaciones judiciales contra el gobierno	1260	3,42
Los debates entre los candidatos/as a la Presidencia	1247	3,39
Las campañas realizadas por los Partidos Políticos	1267	3,28
Los comentarios realizados por analistas políticos	1259	3,15
Las conversaciones que tuvo con compañeros/as de trabajo	977	2,87
Los comentarios en redes sociales sobre la Campaña Electoral	1228	2,79
Las opiniones dadas por los superiores de su lugar de trabajo	929	2,15
Los comentarios realizados por líderes religiosos	1209	1,74

**Se les solicitó a las personas encuestadas que valoraran la incidencia de cada una de las razones en una escala del 1 (valor menor) al 5 (valor mayor)*

Fuente: IDESPO-UNA (2026). Encuesta “Percepción de la Ciudadanía Costarricense respecto al Proceso Electoral”.

Principales Hallazgos

- **Alta autodeclaración de participación electoral:** El 87% de las personas encuestadas indicó que asistió a votar, mientras que un 13% manifestó haberse abstenido. La diferencia con los datos oficiales podría estar asociada a la subrepresentación de personas abstencionistas en encuestas político-electorales.
- **Decisión de voto mayoritariamente anticipada:** Un 48,7% decidió su voto meses antes de la elección y cerca de un 23% lo hizo semanas antes. No obstante, un 28% tomó su decisión en la última semana o el propio día de la elección, lo que evidencia un segmento relevante de electorado tardío.
- **La votación como práctica social:** El 57,8% acudió a votar acompañado, frente a un 42,2% que lo hizo de manera individual, lo que sugiere que el acto electoral mantiene un componente colectivo significativo.
- **Conversación política limitada en el entorno cercano:** Casi la mitad de la población (alrededor del 50%) nunca o casi nunca conversa sobre política con personas cercanas, mientras que un 40% sí lo hace siempre o casi siempre, mostrando una sociedad dividida en cuanto a la frecuencia de interacción política cotidiana.
- **Existencia de figuras movilizadoras en el entorno cercano:** Más de la mitad señala la presencia de personas que motivan a otros a votar (31% identifica a alguien cercano y 26% indica que motivan junto con otros), lo que evidencia dinámicas informales de movilización electoral.
- **Abstención asociada principalmente a factores logísticos y laborales:** Entre quienes no votaron, las principales razones fueron no haber realizado el cambio de domicilio electoral (26,3%), motivos laborales (22,4%) y

condiciones de salud (17,9%). Las razones asociadas a desinterés político o desconfianza institucional registran porcentajes considerablemente menores.

- **Predominio de redes sociales y televisión como fuentes de información:** Facebook (66,6%) y la televisión (65%) se posicionan como los principales medios de consulta frecuente. Plataformas como TikTok (38%), Instagram (28,2%) y YouTube (26,9%) muestran un uso relevante, mientras que radio, periódicos, sitios web de partidos, WhatsApp e Inteligencia Artificial presentan menores niveles de consulta.
- **Valoración mayoritariamente positiva del proceso electoral:** Más del 70% considera que se garantizó la igualdad de condiciones (81,5%), que la actuación del TSE fue adecuada (78,2%) y que la cobertura mediática fue apropiada (70,4%). La percepción es también mayoritariamente favorable respecto a que la ciudadanía votó informada (67,1%).
- **Evaluación más moderada sobre la calidad deliberativa de la campaña:** Aunque una mayoría (59,1%) considera que la campaña se basó en la discusión de ideas y propuestas, este es el nivel de acuerdo más bajo entre las premisas evaluadas.
- **La coyuntura nacional como principal factor en la decisión de voto:** La situación económica (3,94), la seguridad (3,82), la situación de la CCSS (3,79) y el sistema educativo (3,78) fueron los factores de mayor incidencia promedio en la decisión de voto.
- **Influencia intermedia de factores de campaña:** Noticias sobre la campaña (3,46), conversaciones con familiares y amigos (3,43), investigaciones judiciales (3,42) y debates (3,39) muestran una incidencia relevante, aunque menor que los factores estructurales.
- **Baja incidencia de liderazgos religiosos y jerárquicos laborales:** Las opiniones de superiores en el trabajo (2,15) y los comentarios de líderes religiosos (1,74) registran los niveles más bajos de influencia en la decisión de voto.

Referencias bibliográficas

- ATLAS.ti. (2024). Sesgo de deseabilidad social: Definición y mitigación. En Guía del análisis de entrevistas. ATLAS.ti. <https://atlasti.com/es/guias/guia-del-analisis-de-entrevistas/sesgo-de-deseabilidad-social>
- Balaguer de la Riva, J. (2019). El recuerdo de voto en las encuestas: Factores individuales y contextuales. Condicionantes de sus desajustes [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio Institucional UAM. <https://repositorio.uam.es/server/api/core/bitstreams/e01736ae-d151-46a6-b831-f2f89f4cf13b/content>
- Campos, M. I. de. (2017). Sesgo de deseabilidad social en medidas de valores. *Universitas Psychologica*, 16(2), 206-216. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672017000200206

