

# Estudio de Opinión Pública

## EVALUACION CAMPAÑA ELECTORAL Y MEDIOS DE COMUNICACION

INFORME DE RESULTADOS

Junio, 2009

# **"CAMPAÑA ELECTORAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN"**

**FORO organizado por la Misión de  
Observación electoral de la Unión  
Europea. FLACSO**

**Intervención del Dr. Ángel Polibio  
Córdova, Presidente de CEDATOS  
Junio 19, 2009.**

## **La exposición se fundamenta en la opinión de la población consultada a nivel nacional antes y después de las elecciones del 26 de abril de 2009.**

**Primero se destacan los mayores problemas mencionados por los electores con relación al proceso electoral, iniciando por el alto desconocimiento sobre la campaña y los candidatos, observándose que es menor en cuanto a la elección de Presidente de la República, alcaldes y prefectos, pero es muy alto respecto de los asambleístas nacionales y provinciales. Se tiene que, en cuanto a asambleístas, 4.5 millones de electores de los 7.5 millones que votaron se acercaron a sufragar sin saber cómo proceder, y 5.3 millones lo hicieron sin saber todavía por quién votar.**

# **Desconocimiento de los electores de cómo votar y cómo decidir por quién votar**

# Desconocimiento

	Desconocimiento %		ELECTORES QUE NO SABÍAN COMO VOTAR (En miles de electores)	
	25-Mar	20-Apr	25-Mar	20-Apr
<b>NO sabe cómo votar para:</b>				
<b>Presidente de la República</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>2,775</b>	<b>825</b>
<b>Asambleístas nacionales</b>	<b>79%</b>	<b>59%</b>	<b>5,925</b>	<b>4,425</b>
<b>Asambleístas provinciales</b>	<b>67%</b>	<b>57%</b>	<b>5,025</b>	<b>4,275</b>
<b>Alcaldes y prefectos</b>	<b>57%</b>	<b>21%</b>	<b>4,275</b>	<b>1,575</b>

# Indecisos

	Indecisos %		ELECTORES INDECISOS (miles)	
	25-mar	20-abr	25-mar	20-abr
<b>NO ha decidido por quién votar para:</b>				
<b>Presidente de la República</b>	<b>38%</b>	<b>26%</b>	<b>2.850</b>	<b>1.950</b>
<b>Asambleístas nacionales</b>	<b>79%</b>	<b>71%</b>	<b>5.925</b>	<b>5.325</b>
<b>Asambleístas provinciales</b>	<b>74%</b>	<b>53%</b>	<b>5.550</b>	<b>3.975</b>
<b>Alcaldes y prefectos</b>	<b>58%</b>	<b>32%</b>	<b>4.350</b>	<b>2.400</b>

# Razones de indecisión

<b>Por qué no ha decidido aún por quién votar?</b>	<b>Marzo 25</b>	<b>Abril 20</b>
<b>Desconocimiento de los candidatos</b>	<b>27%</b>	<b>22%</b>
<b>Desconocimiento de los mensajes y propuestas</b>	<b>23%</b>	<b>21%</b>
<b>Tiene otras preocupaciones</b>	<b>16%</b>	<b>19%</b>
<b>Desinterés por las elecciones</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>
<b>Desidia por la política</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>
<b>Aún falta tiempo</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

# A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO SE ENTERÓ SOBRE LA CAMPAÑA Y LOS CANDIDATOS

	<b>Marzo 25</b>	<b>Abril 20</b>
Televisión	60%	62%
Radio	20%	20%
Prensa escrita	14%	14%
Propaganda abierta	4%	2%
Comités y otros	2%	2%
	100%	100%

# QUIÉN CONTRIBUYE MÁS A SU INFORMACIÓN DE LA CAMPAÑA Y CANDIDATOS

	<b>Marzo 25</b>	<b>Abril 20</b>
El Consejo Nacional Electoral	36%	38%
Los medios de comunicación	42%	41%
Los propios candidatos	17%	19%
Otros (comités, propaganda, etc.)	5%	2%
	100%	100%

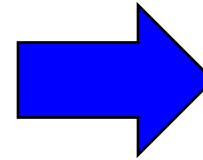
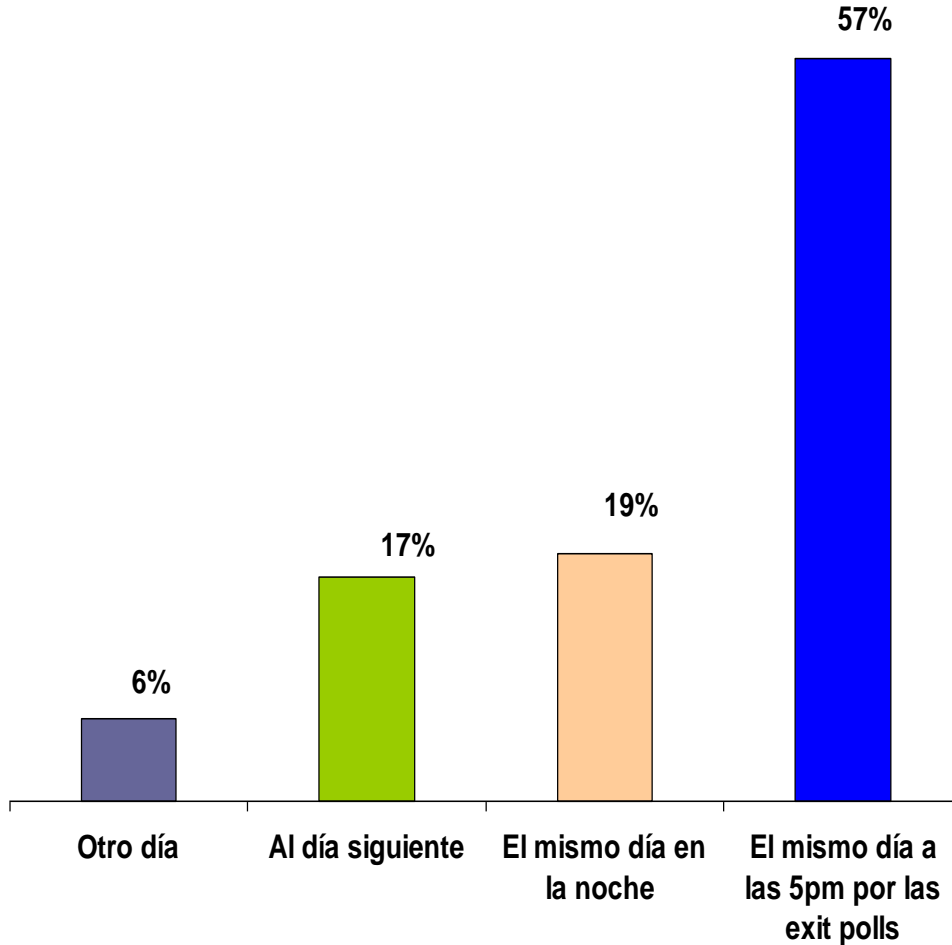
# FICHA TECNICA

**CEDATOS / GALLUP International. Encuestas nacionales, áreas urbanas y rurales. Entrevista directa a 2,276 ciudadanos el 25 de marzo y a 2,984 ciudadanos el 20 de abril de 2009. Nivel de confianza, 95%; margen de error + / - 4.2%.**

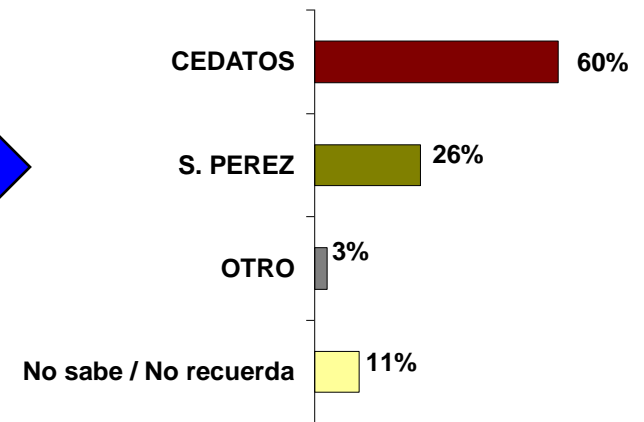
# **RESULTADOS DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES del 26 de abril de 2009**

- **¿Cuándo y por qué medio se enteró la población de los resultados de las elecciones?**
- **El papel de los medios y de las agencias de encuestas**
- **El papel del Consejo Nacional Electoral, CNE.**
- **Cómo evalúa la forma en que se desarrolló la campaña**
- **Grado de satisfacción con el rol del CNE**

1. ¿Cuándo se enteró usted de los resultados de las últimas elecciones para Presidente de la República?
2. ¿Si se enteró a las 5pm, por el Exit Poll de qué empresa se enteró usted?

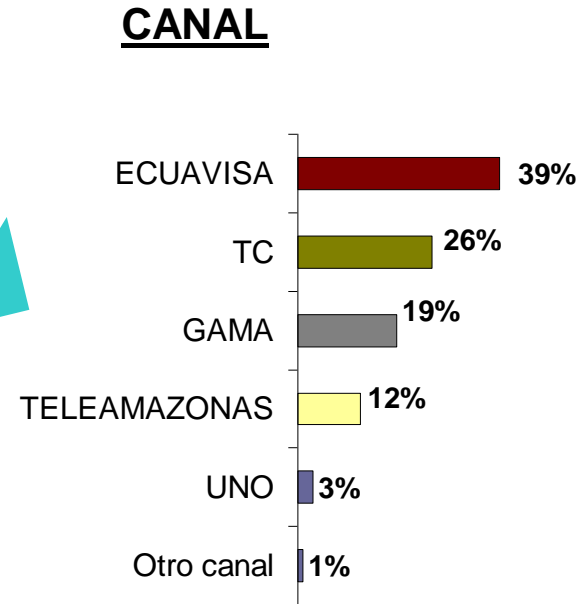
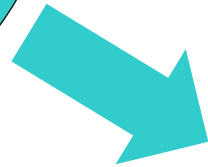
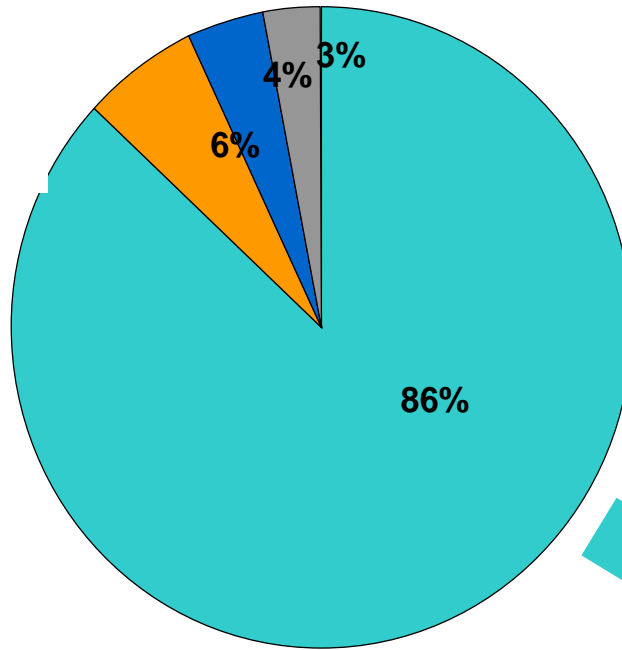


**EXIT POLL DE:**



**3. A través de que medio se enteró usted de los resultados de las elecciones para Presidente?**  
**4. Si fue por Televisión... ¿Qué canal era?**

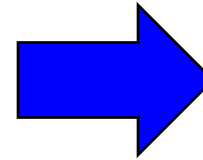
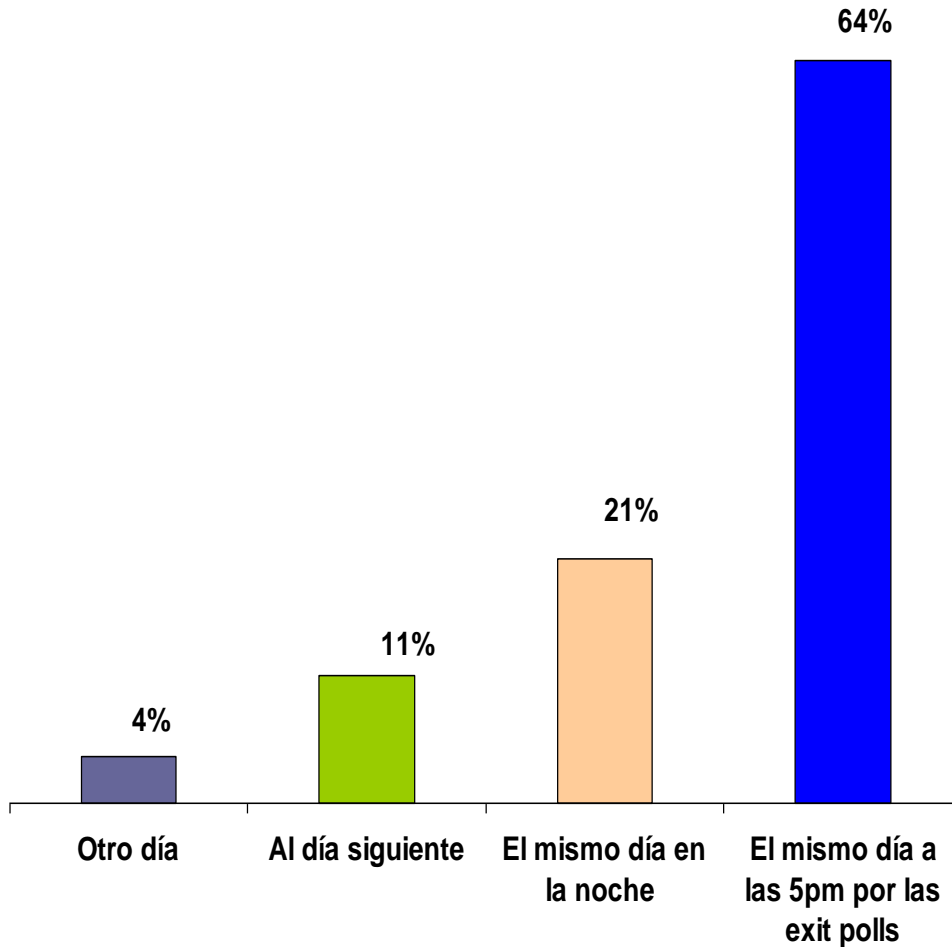
- Televisión
- Radio
- Prensa escrita
- Internet
- Otro medio



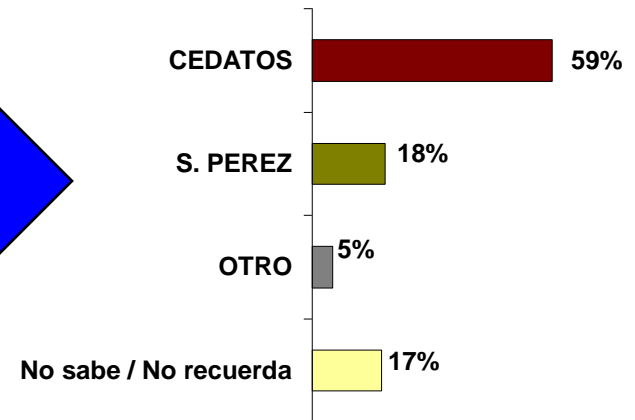
## ELECCIONES ANTERIORES

5. ¿Cuándo se enteró usted de los resultados de las elecciones pasadas para Presidente de la República?

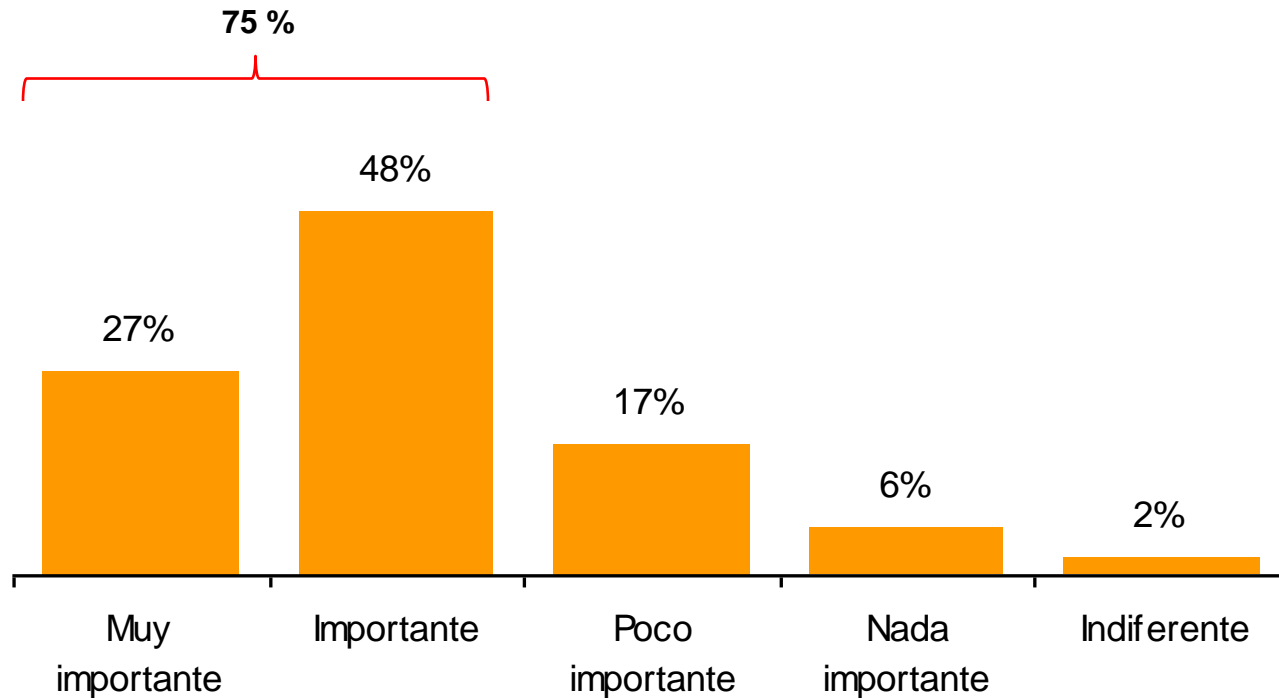
6. ¿Cuál fue la empresa que hizo el Exit Poll?



### EXIT POLL DE:

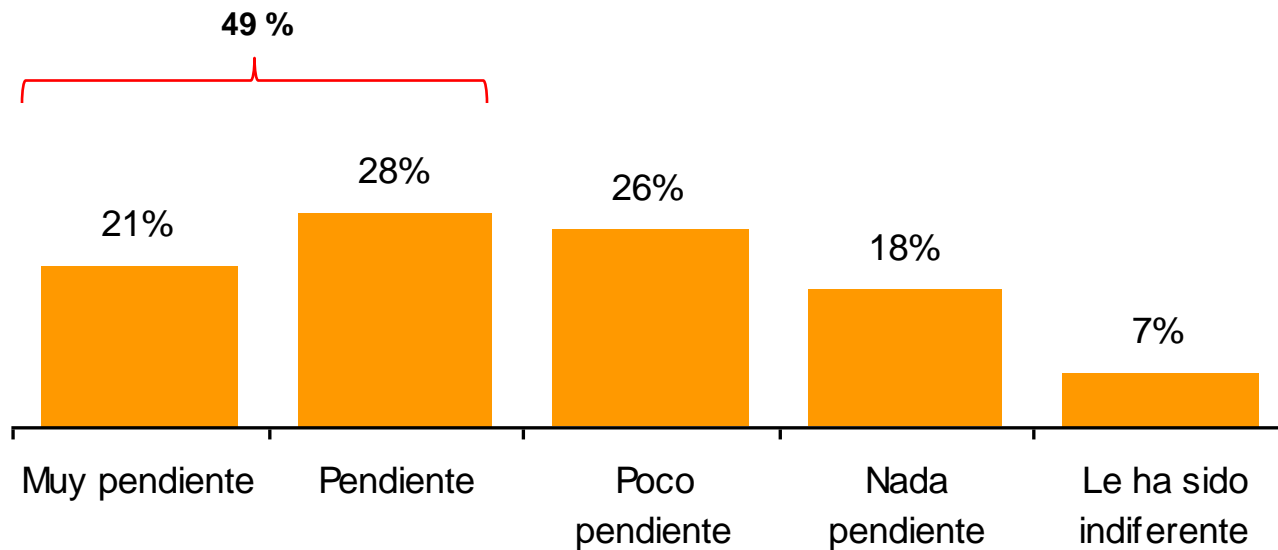


## 7. Para usted la información entregada por las EXIT POLLS a las 5pm del mismo día de las elecciones, ha sido...



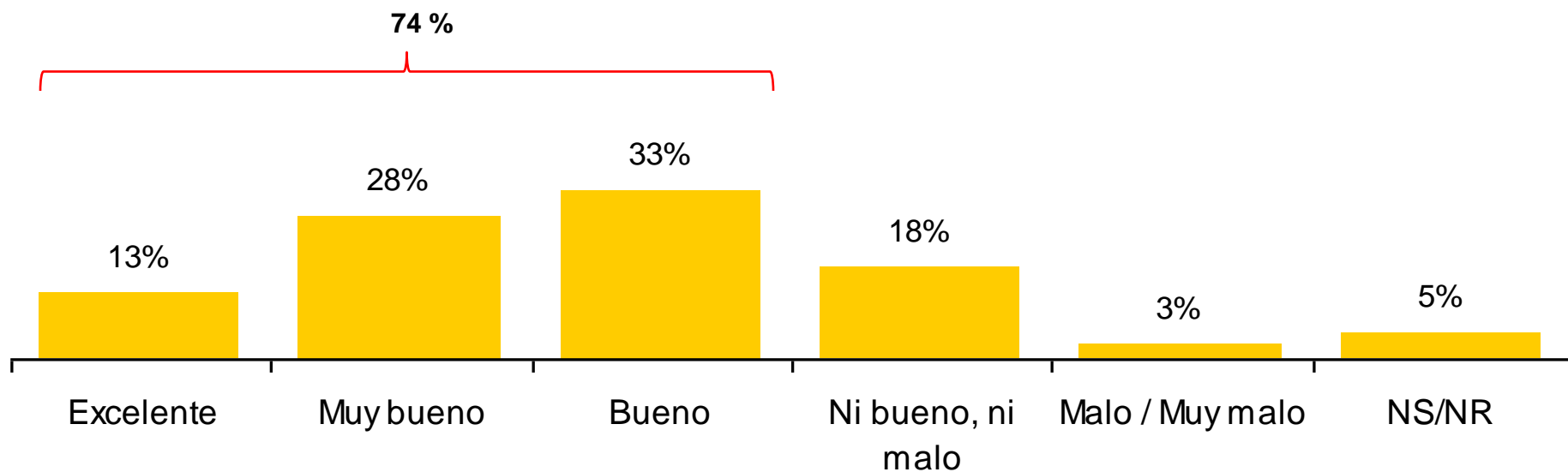
**Promedio (sobre 5 puntos): 3.73**

## 8. Después de conocer los resultados de las EXIT POLLS, ¿Ha estado usted pendiente de los resultados oficiales y en qué medida?



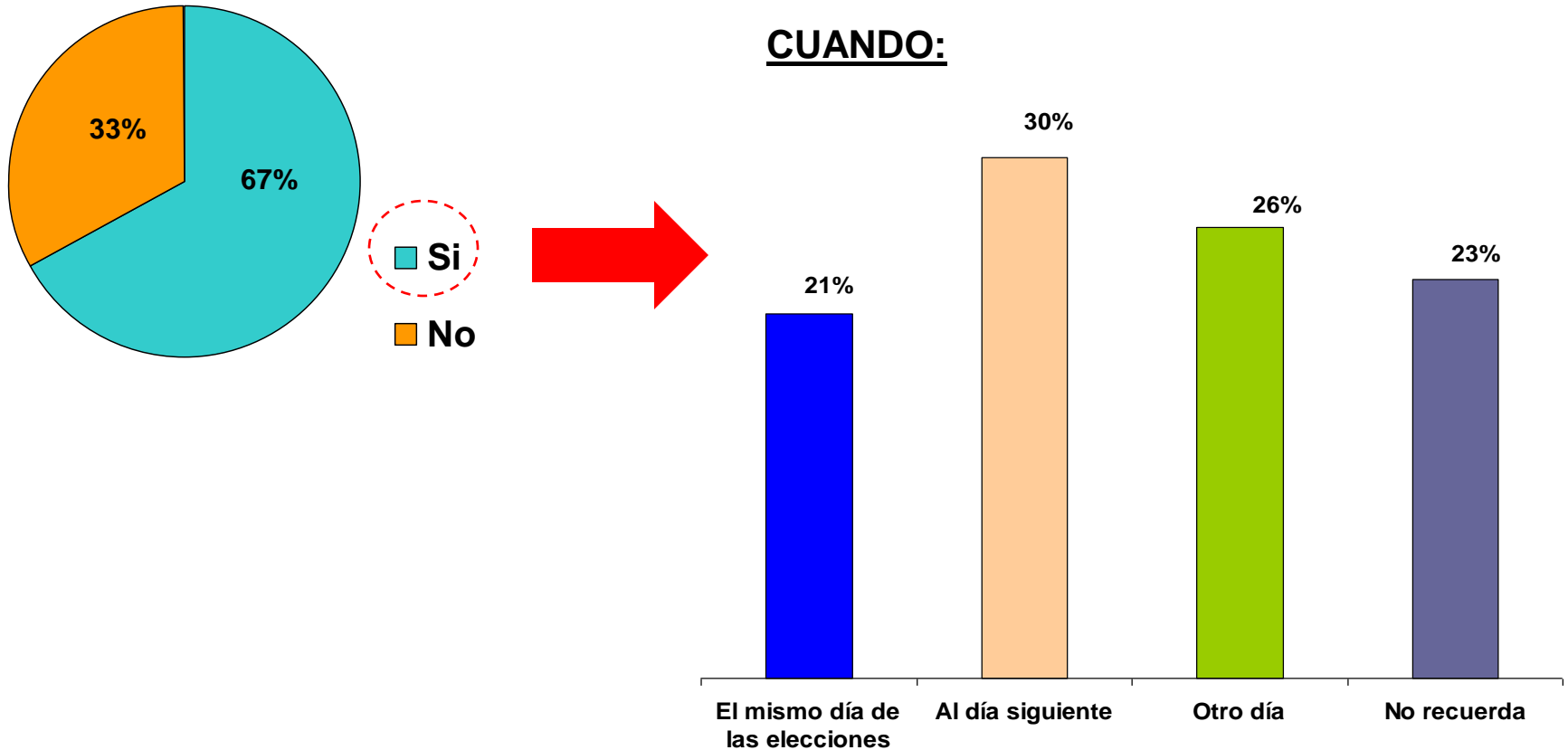
**Promedio (sobre 5 puntos): 3.09**

## 9. ¿Cómo califica usted el trabajo desarrollado por CEDATOS en las EXIT POLLS?

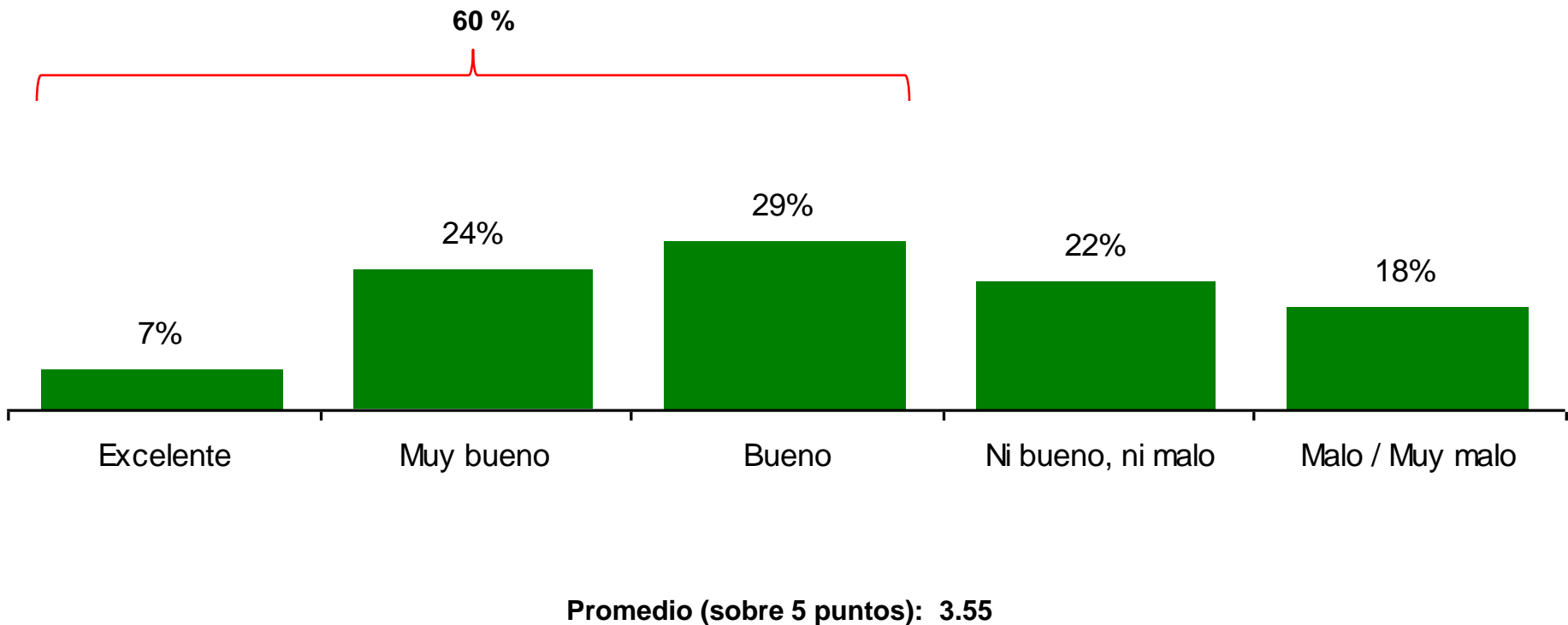


**Promedio (sobre 5 puntos): 3.93**

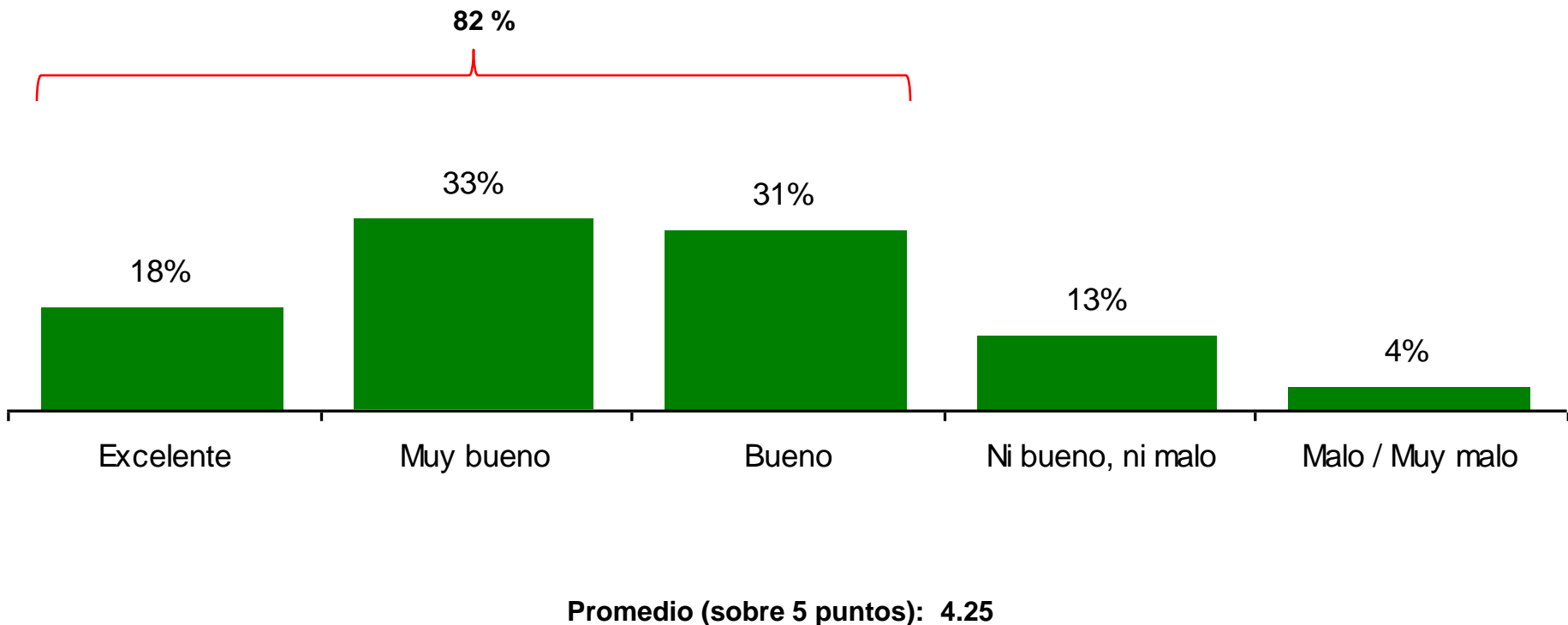
# 10. ¿Se enteró usted de los resultados para la elección de Presidente de la República que proporcionó el Consejo Nacional Electoral? ¿Cuándo?



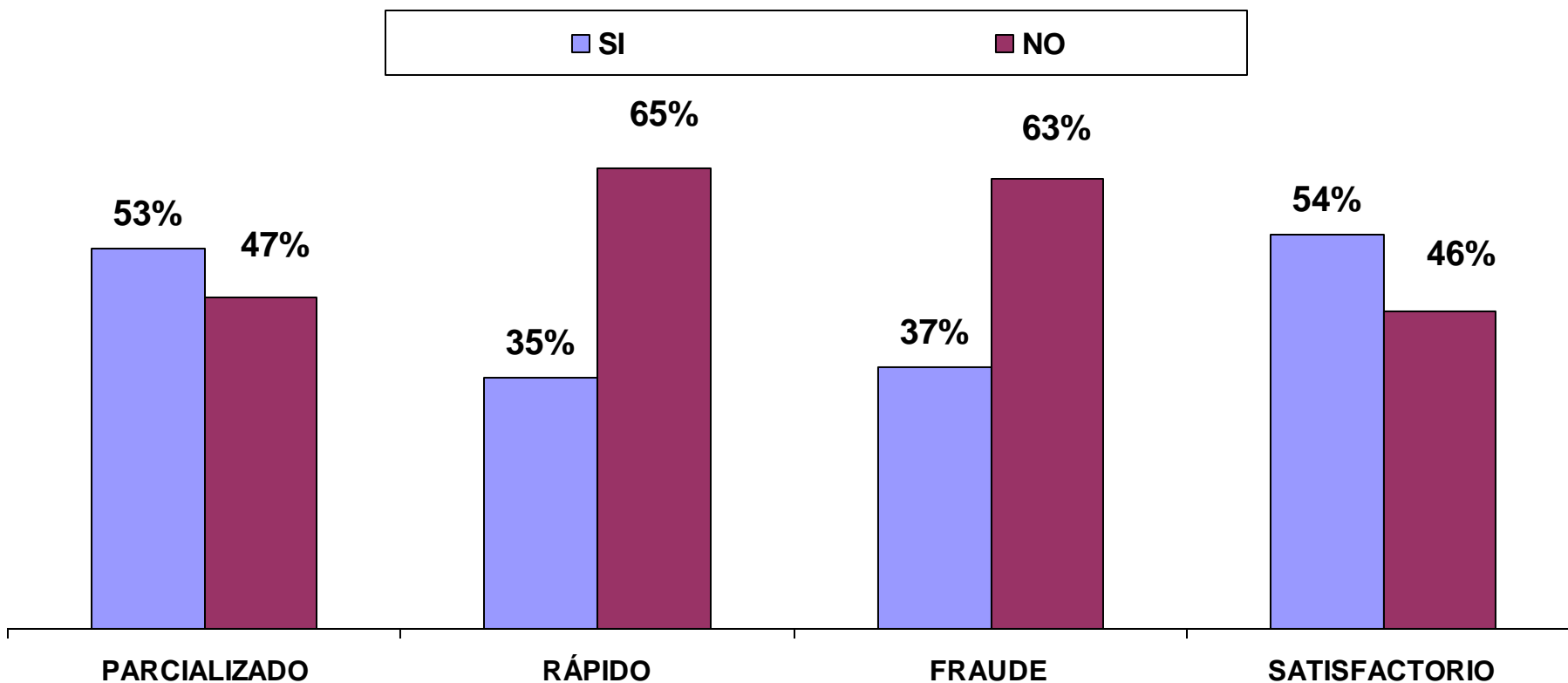
# 11. ¿Cómo califica usted el trabajo que desarrolló el Consejo Nacional Electoral en las últimas elecciones presidenciales?



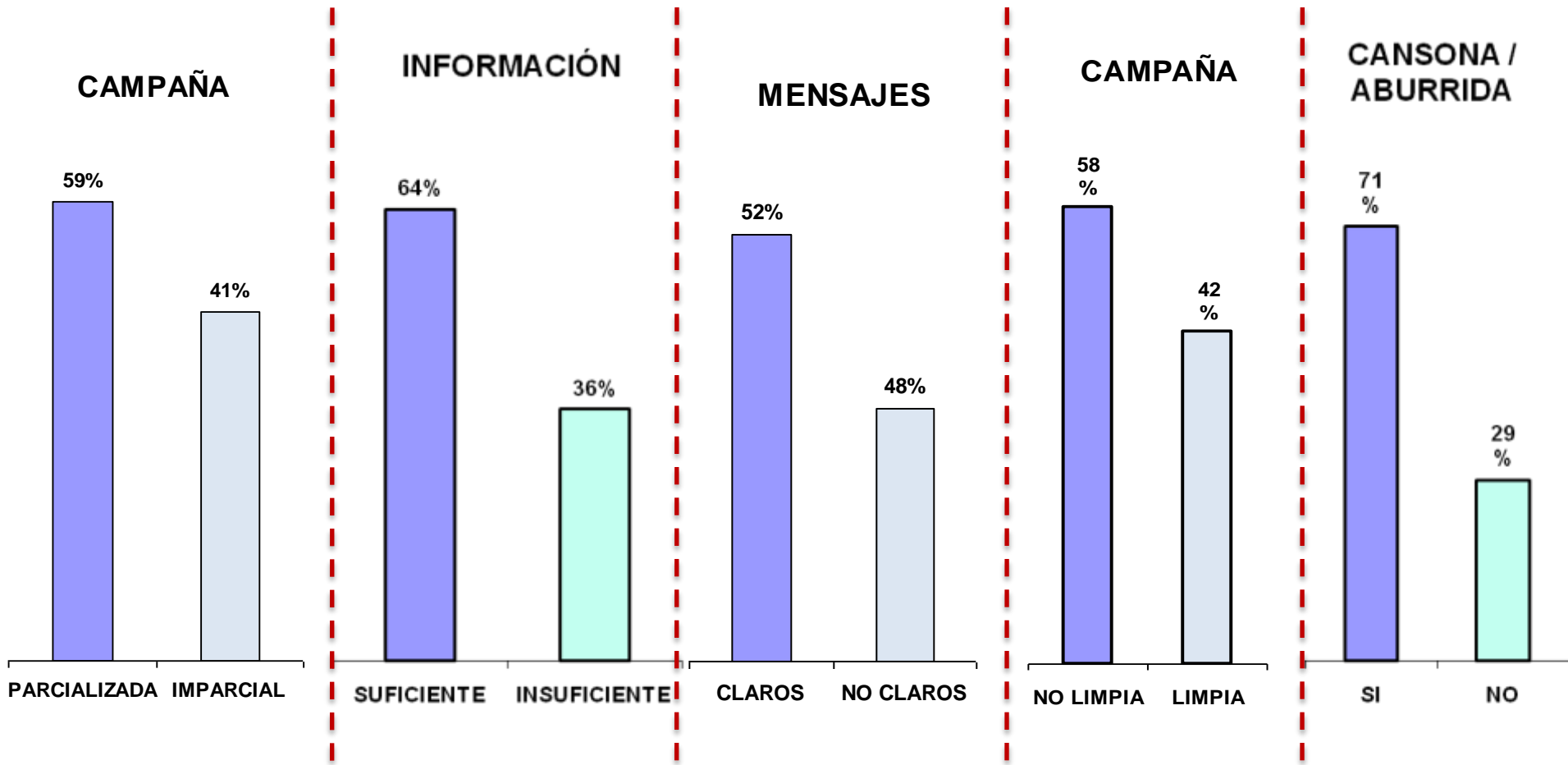
## 12. ¿Cómo califica usted el trabajo que desarrollaron los medios de comunicación en las últimas elecciones presidenciales para informar a la población?



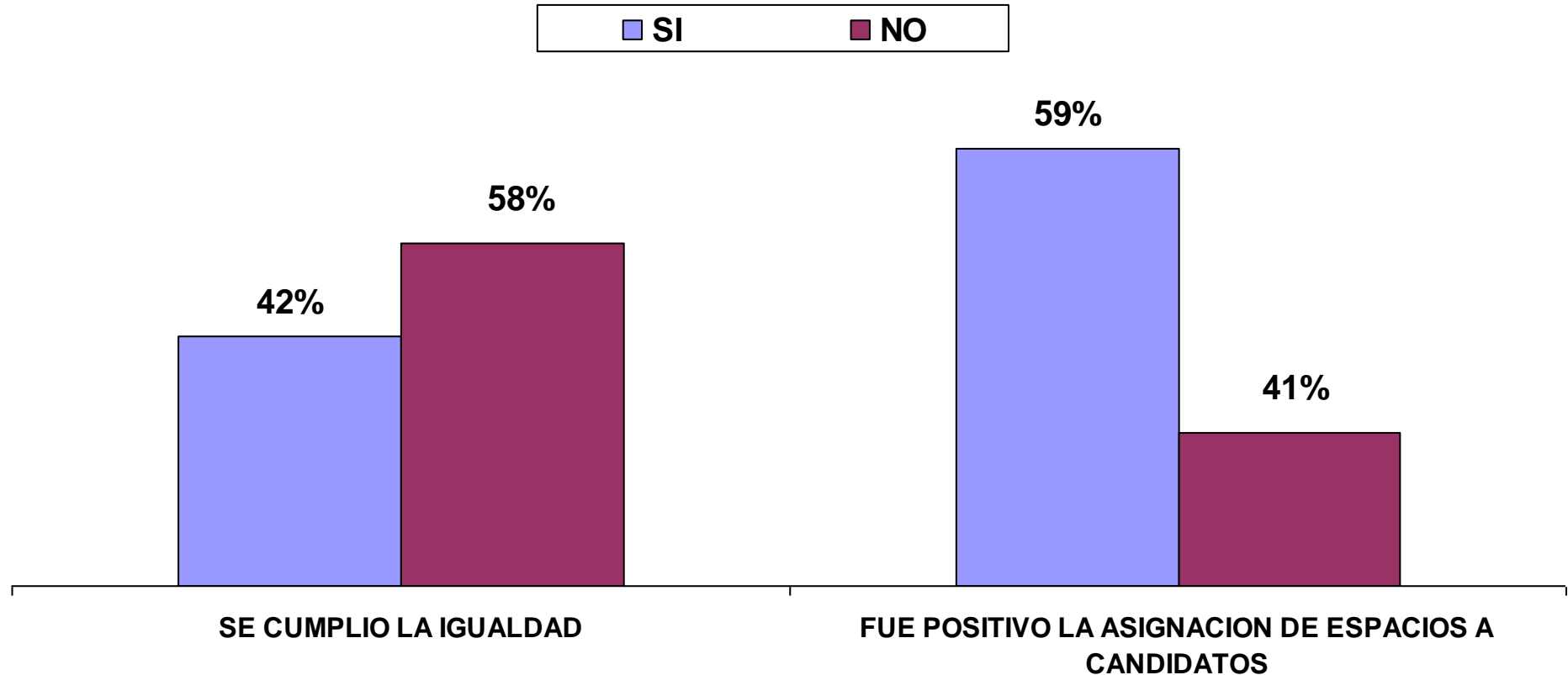
### 13. ¿Cómo califica usted el trabajo que desarrolló el Consejo Nacional Electoral en las últimas elecciones celebradas el 26 de abril?



# 14. Con relación a la campaña para Presidente de la República, ¿Usted considera que la campaña fue?



15. ¿Hubo igualdad en el manejo de la campaña por parte del Consejo Electoral y fue positiva la asignación de espacios publicitarios a todos los candidatos?



# Estudio de Opinión Pública después de las elecciones

## Ficha Técnica

- **METODOLOGÍA**

CEDATOS utilizó un sistema de investigación cuantitativo, a través de a hogares

- Se diseñó una muestra probabilística y aleatoria de hogares a nivel nacional con variables de clasificación por nivel socio-económico, sexo y edad.

- **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

- 1. 204 ciudadanos
- Area urbana

- **NIVEL DE CONFIANZA**

- El margen de error probable es de +/- 5%, con un nivel de confianza del 95%.

- **TRABAJO DE CAMPO**

- 16 al 17 de Junio del 2009