



LXII LEGISLATURA  
CÁMARA DE DIPUTADOS

Centro de Estudios  
**CESOP**  
Sociales y de Opinión Pública



# ENCUESTA NACIONAL DE OPINIÓN PÚBLICA: LAS REDES SOCIALES EN LAS ELECCIONES

Julio 2015

# Contenido

---

Introducción

Resumen ejecutivo

Detalle de resultados:

I. Las redes sociales en las elecciones

Perfil del entrevistado

Anexo A

Metodología

# Introducción

---

A continuación se presentan los resultados de la encuesta telefónica realizada del 3 al 5 de julio de 2015.

En este estudio, se aplicaron **899 entrevistas** a ciudadanos mayores de 18 años distribuidas en todo el territorio nacional.

La encuesta se centró en el siguiente tema:

- Influencia de los medios en el voto
- Uso de redes sociales en elecciones
- Beneficios de las redes sociales
- Expresión en redes sociales

Al final de este reporte se describe con más detalle la metodología utilizada.

# Resumen ejecutivo

# Resumen ejecutivo

---

A continuación se presenta un resumen ejecutivo con los aspectos más relevantes de la encuesta telefónica nacional de opinión pública sobre redes sociales.

## Las redes sociales en las elecciones

En las pasadas elecciones, los medios de comunicación más efectivos para influir en la decisión de los ciudadano al momento de ejercer su voto, fueron las redes sociales (50%), el internet (45%), la televisión (34%), la radio (20%) y los periódicos (18%).

En particular, las redes sociales influenciaron positivamente en el 47% de la ciudadanía y negativamente en el 27%. Sin embargo, tres de cada cuatro ciudadanos considera que las redes sociales son una herramienta efectiva de publicidad, para posicionar a los candidatos. Además, la mitad (51%) afirma que utilizó mucho o algo las redes sociales para enterarse de noticias electorales, pero sólo uno de cada tres (30%) utilizó las redes para promover o expresarse en contra de algún candidato.

En la opinión ciudadana, las redes sociales son muy importantes y tienen un gran peso en el momento de la decisión, ya que la mayoría de los ciudadanos está muy o algo de acuerdo con la idea de que las redes sociales garantizan la libertad de expresión (79%), garantizan la libertad de organización para convocar a marchas, reuniones y protestas(70%) y garantizan la equidad, contrapeso y equilibrio con la información generada por medios tradicionales (69%).

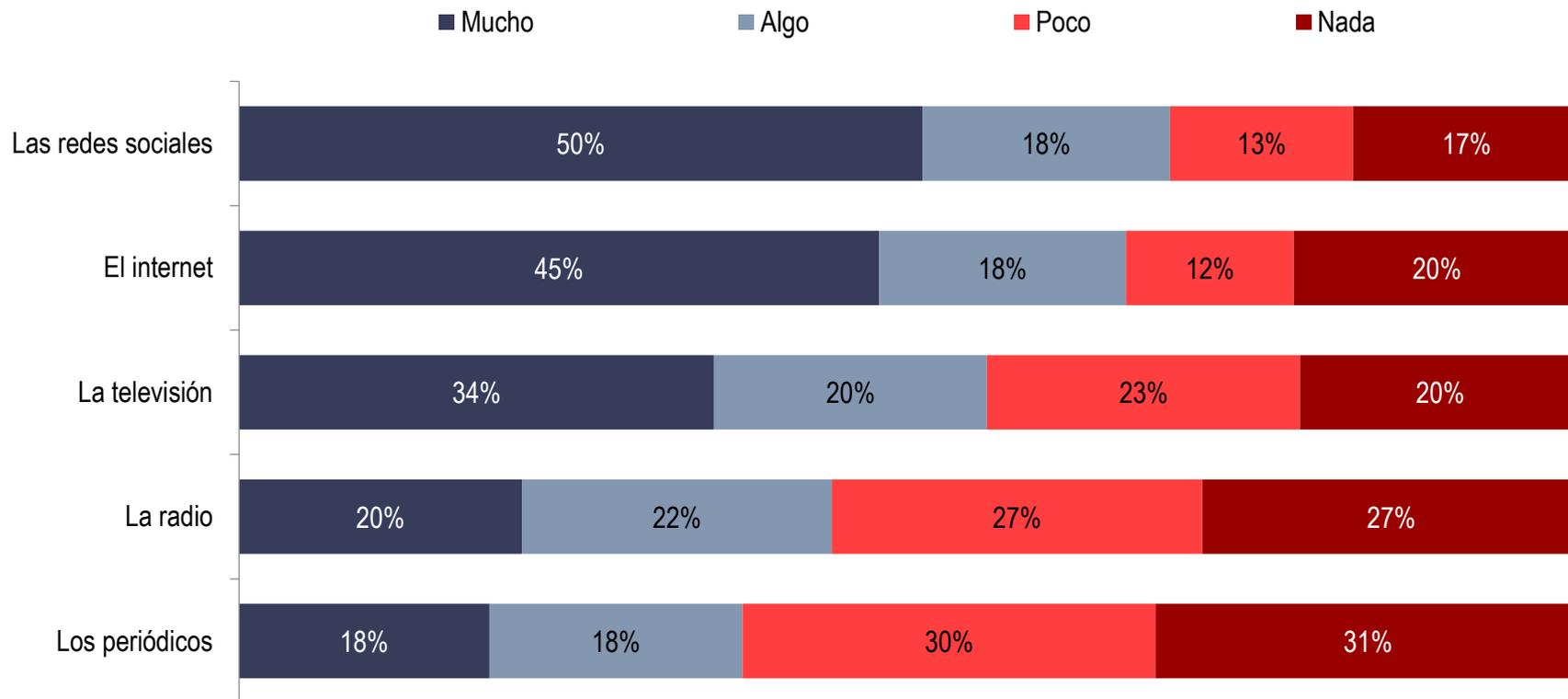
Finalmente, el 76% considera a este medio como un conducto de acercamiento con el gobierno para expresarse, mientras que el 60% piensa que con las redes sociales la ciudadanía tiene mayor poder político y el 59% opina que el gobierno no puede ocultar cosas.

Nota: los porcentajes presentados en este resumen son estimaciones puntuales del verdadero porcentaje de la población, y vienen acompañadas de un margen de error.

# Detalle de resultados

# I. Influencia de los medios en el voto

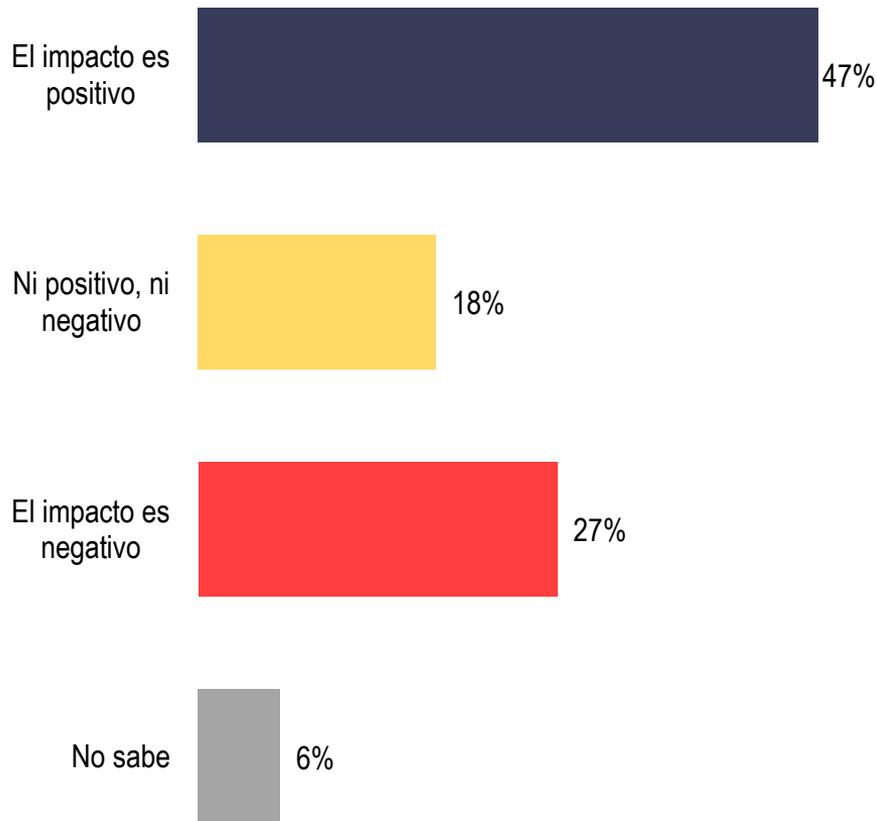
Se dice que en las pasadas elecciones la información de internet y redes sociales influyó más en la decisión que la información de periódicos, radio y televisión. En su opinión, ¿Qué tanto cree que influyeron... para guiar su voto:



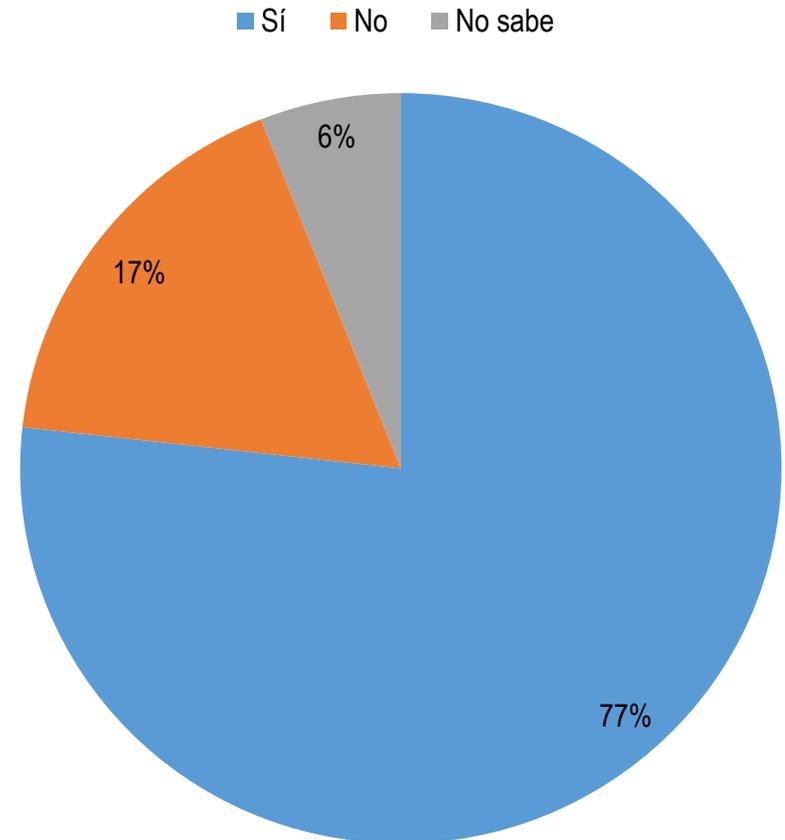
No se muestra el porcentaje de "no sabe, no contestó"; sumando esta categoría se obtiene el 100%.

# I. Influencia de las redes sociales

¿El impacto de la información que circula en las redes sociales, en general, es más positivo o más negativo para qué usted decida ir o no a votar?



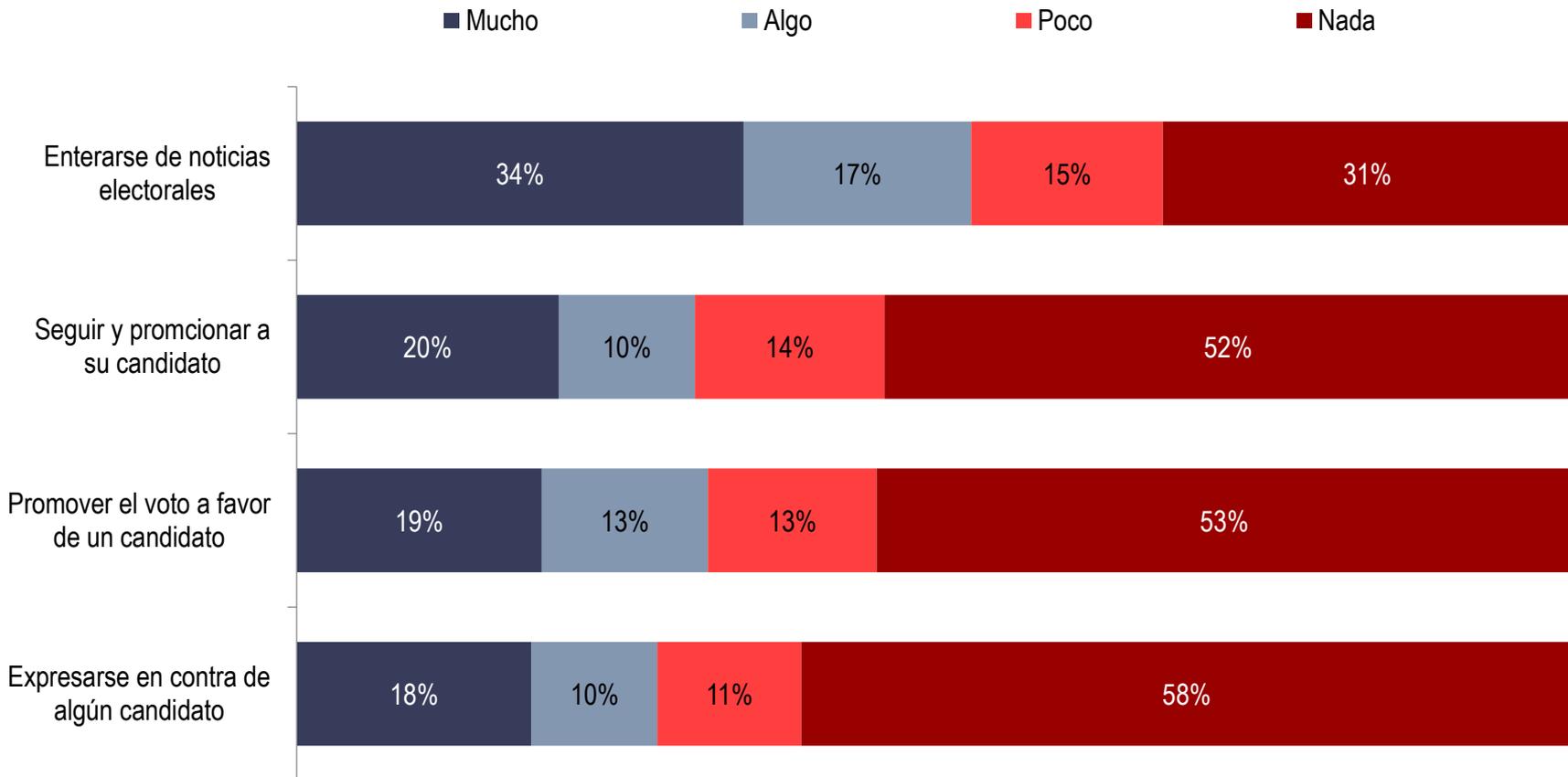
¿Considera usted que las redes sociales son una herramienta efectiva de publicidad para posicionar a los candidatos?



No se muestra el porcentaje de “no contestó”; sumando esta categoría se obtiene el 100%.

# I. Uso de redes sociales en elecciones

En estas elecciones ¿qué tanto utilizó las redes sociales para...?

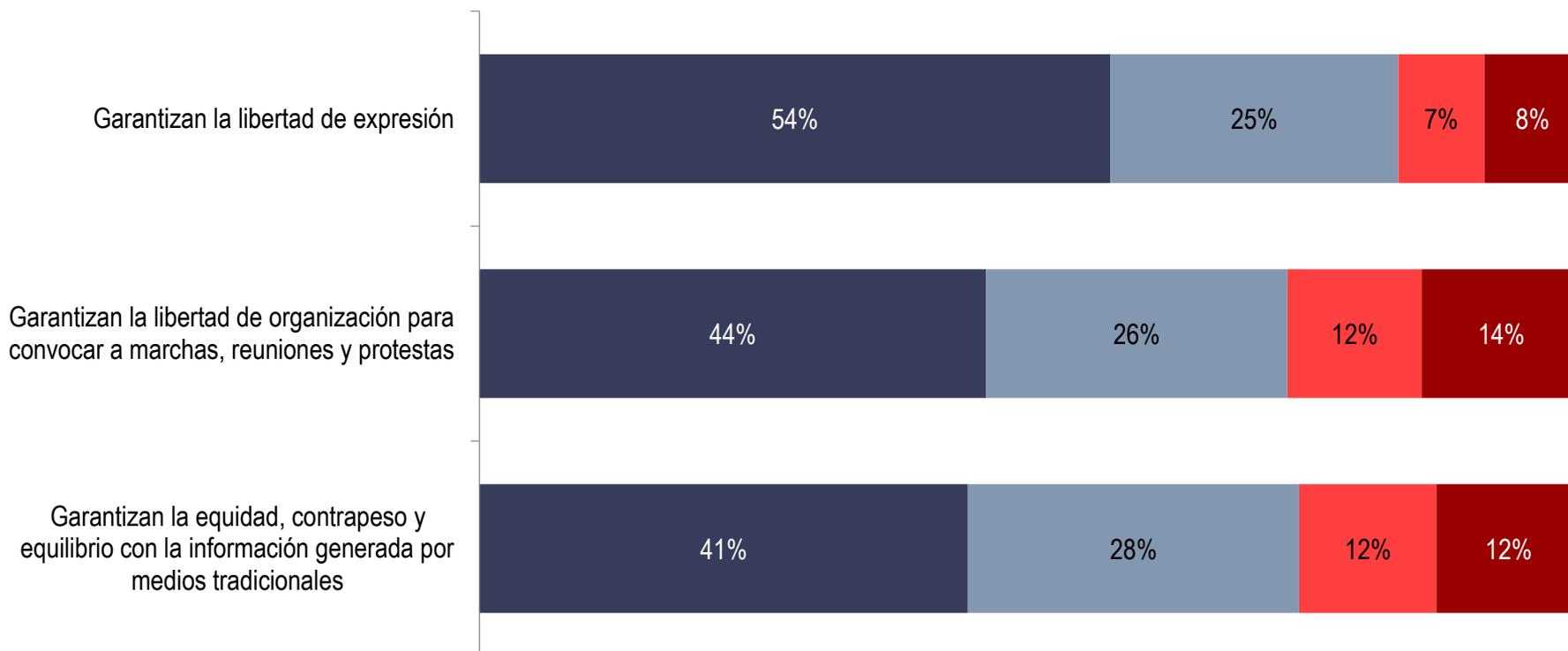


No se muestra el porcentaje de "no sabe, no contestó"; sumando esta categoría se obtiene el 100%.

# I. Beneficios de las redes sociales

Le voy a leer unas ideas sobre las redes sociales en las elecciones. ¿Dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la idea de que las redes sociales...?

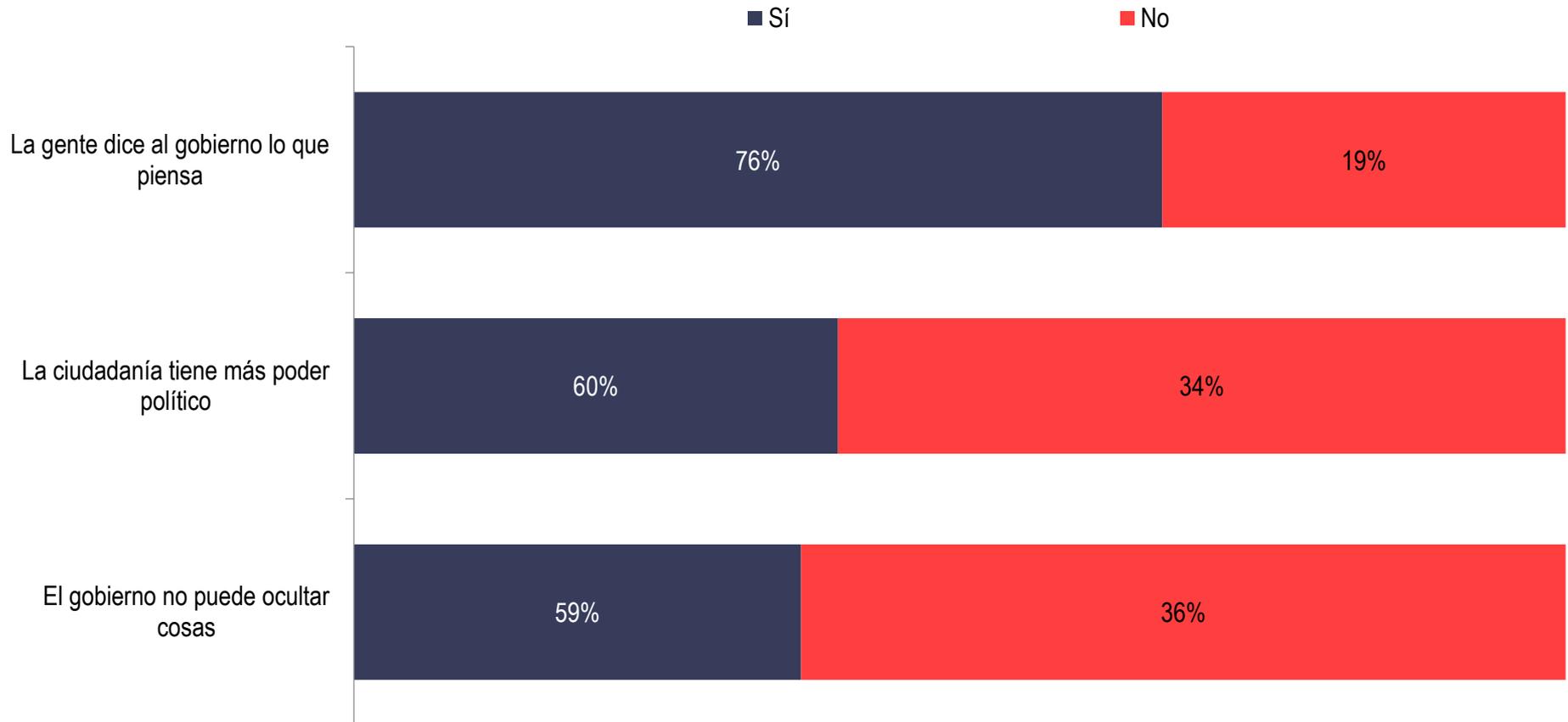
■ Muy de acuerdo    ■ Algo de acuerdo    ■ Algo en desacuerdo    ■ Muy en desacuerdo



No se muestra el porcentaje de "no sabe, no contestó"; sumando esta categoría se obtiene el 100%.

# I. Expresión en redes sociales

¿Con el uso de las redes sociales usted cree que ...?

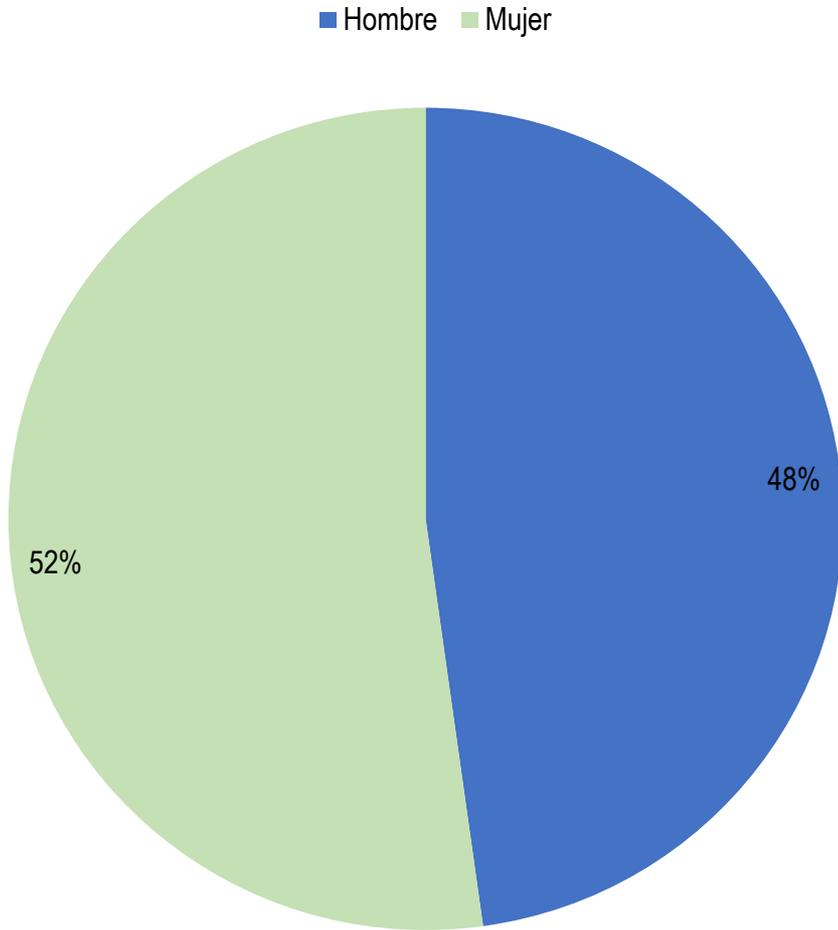


No se muestra el porcentaje de "no sabe, no contestó"; sumando esta categoría se obtiene el 100%.

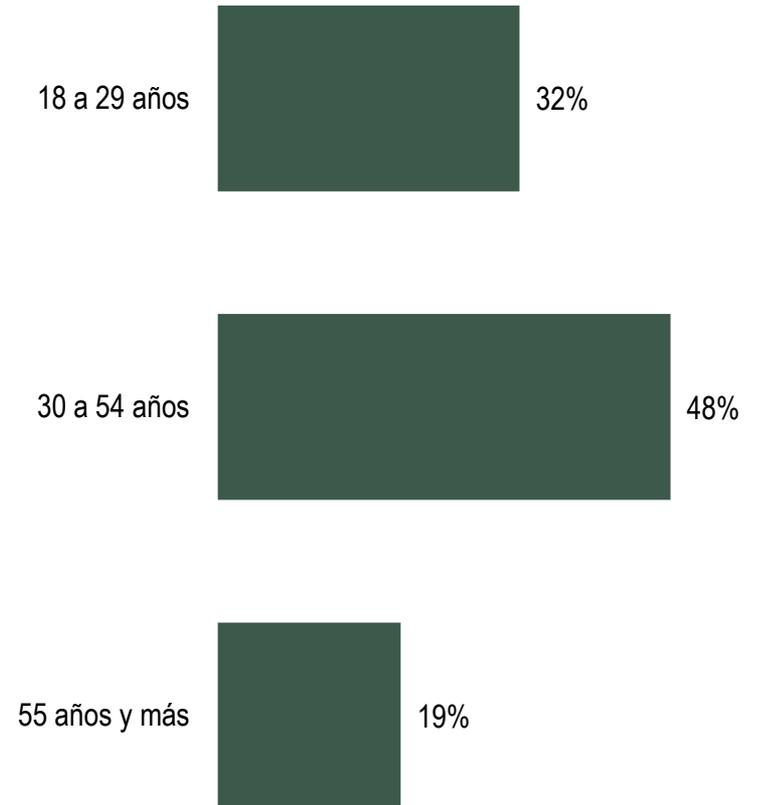
# Perfil del entrevistado

# Perfil del entrevistado

## Sexo

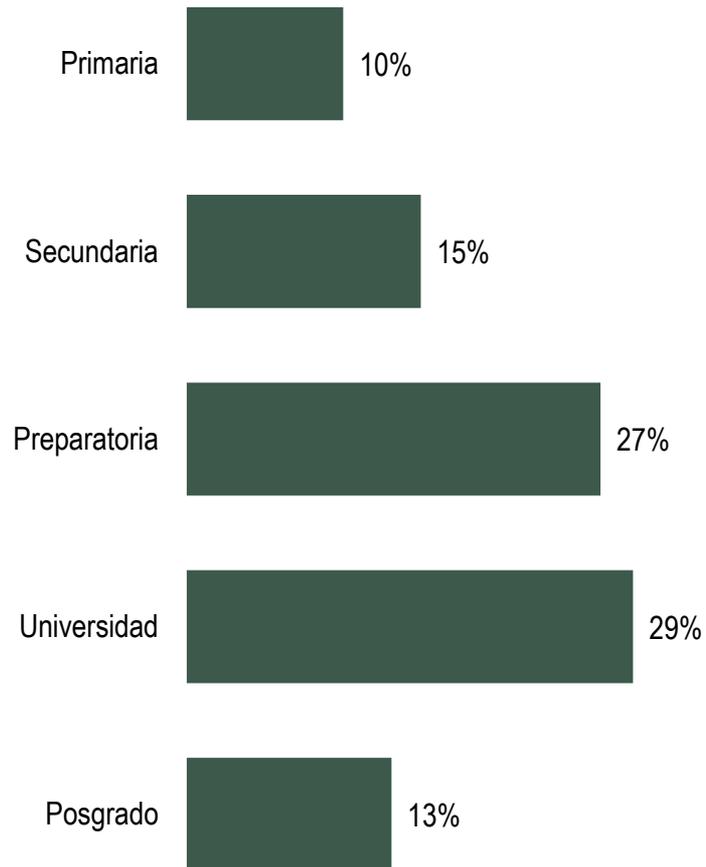


## Edad

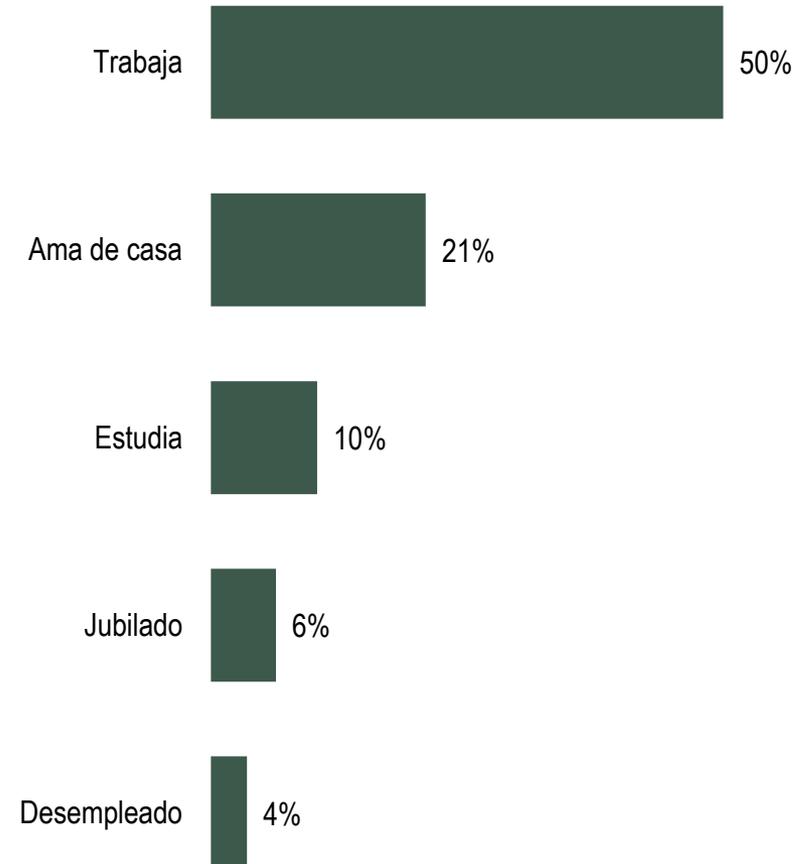


# Perfil del entrevistado

## Escolaridad



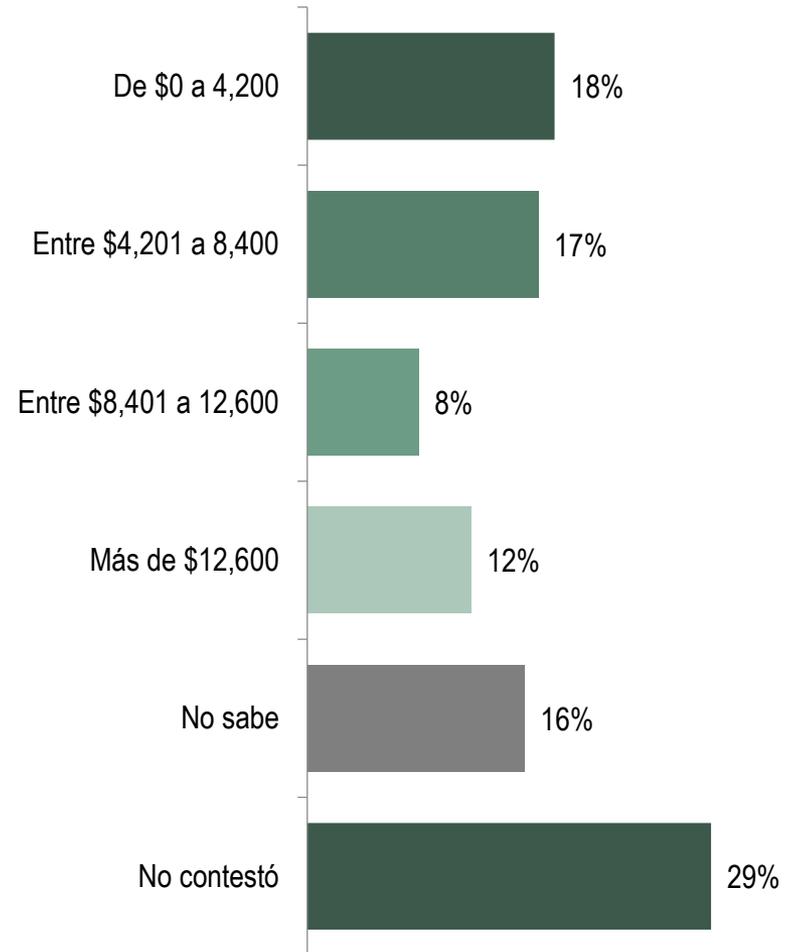
## Ocupación



No se consideran los porcentajes de las respuestas No sabe y No contestó, sumándolos se obtiene el 100%

# Perfil del entrevistado

## Ingreso mensual



# Anexo A

## Metodología

# Anexo A. Metodología

---

<b>Fecha de levantamiento</b>	Del 3 al 5 de julio de 2015.
<b>Población de estudio</b>	Personas mayores de 18 años con teléfono fijo en todo el país.
<b>Recolección de datos</b>	Entrevistas telefónicas a números fijos.
<b>Método de Muestreo</b>	Selección aleatoria sistemática con probabilidades proporcionales al número de líneas de teléfonos fijos en todo el país. Se aplicaron cuotas de edad y sexo representativas de la población.
<b>Tamaño de la muestra</b>	899 entrevistas efectivas en todo el país
<b>Margen de error y nivel de confianza</b>	Cada proporción tiene un error de estimación que depende de la variabilidad de la muestra. El error máximo permitido es de $\pm 3.2\%$ para el ámbito nacional. Los errores presentados en este reporte se estiman considerando un nivel de confianza del 95%.
<b>Diseño y análisis de la investigación</b>	Dirección de Opinión Pública, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
<b>Director del proyecto</b>	J. Guadalupe Cárdenas Sánchez, mercadólogo y maestrante en estadística aplicada.