



PRESENTACIÓN MEDICIÓN SEMANAL 2° SEMANA DICIEMBRE:  
CAMPAÑA PRESIDENCIAL

## MONITOR DE AGENDA

INDICADORES PARA LA GESTIÓN DE LA AGENDA CIUDADANA

**Preparado para:**

**Secretaría de Comunicaciones**

Diciembre de 2009



*The Sixth Sense of* Business

# Aspectos Técnicos: Objetivos y Metodología



# Objetivos y metodología

## OBJETIVO GENERAL

Monitorear diariamente la agenda pública, identificando los temas de relevancia para la ciudadanía, levantando también indicadores estructurales que den cuenta de la gestión del gobierno.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Noticias más importantes de la última semana de septiembre.
- ✓ Aprobación y atributos de la Presidenta.
- ✓ Propuesta más interesante de la campaña.
- ✓ Interés en la elección presidencial.
- ✓ Evaluación de la campaña presidencial.
- ✓ Participación de Ministros en la campaña.

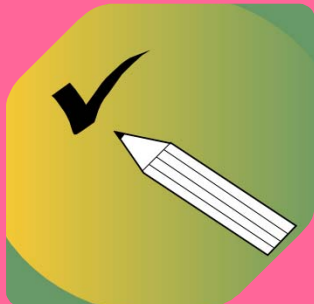
## FICHA TÉCNICA

- ✓ **Cobertura:** Arica, Iquique, Antofagasta, Copiapó, La Serena, Valparaíso, Rancagua, Talca, Concepción, Temuco, Valdivia, Puerto Montt, Coyhaique, Punta Arenas y Región Metropolitana.
- ✓ **Target:** Hombres y Mujeres entre 18 y más de 66 años.  
Correspondientes a los segmentos BC1, C2, C3 y D.
- ✓ **Tamaño Muestral:** 264 entrevistas.
- ✓ **Margen Error:** En caso de ser probabilístico, el margen de error del estudio sería de  $\pm 5,3\%$  semanal a nivel total calculados con un nivel de confianza del 95%.
- ✓ **Técnica de Medición:** Entrevistas Telefónicas.
- ✓ **Fecha de Campo:** 07 al 11 de diciembre.
- ✓ **Diseño Muestral:** El diseño de la muestra se aprecia en el siguiente cuadro:

	BC1	C2	C3	D	Total
18 a 25 años	17	11	19	16	63
26 a 40 años	19	13	20	17	69
41 a 65 años	19	12	20	15	66
66 o más	13	15	20	18	66
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>51</b>	<b>79</b>	<b>66</b>	<b>264</b>

**Ponderación:** Los resultados fueron ponderados por el peso real de los individuos en la población, considerando edad, sexo, GSE y tendencia política.

# Aprobación de la Presidenta

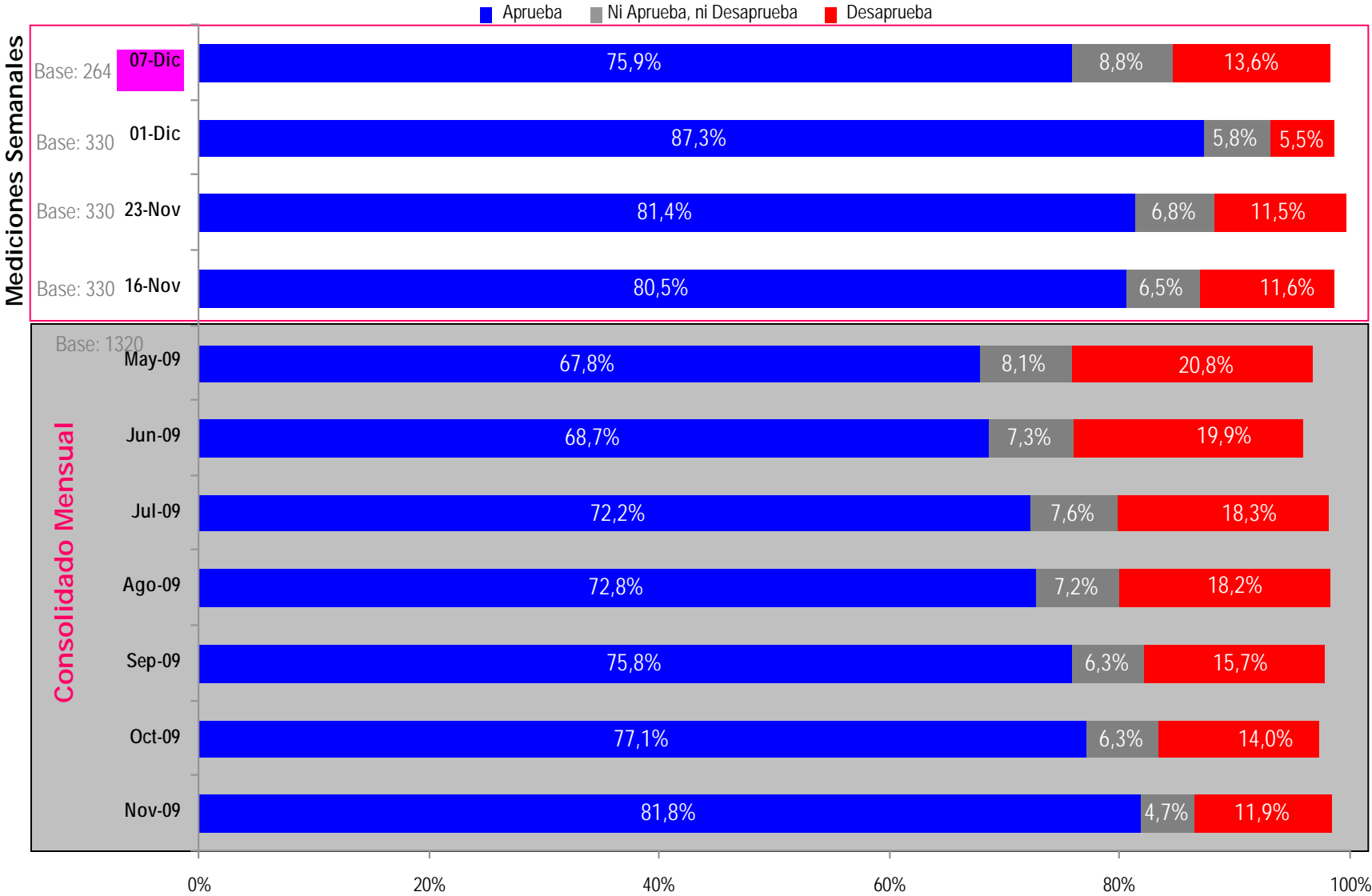


# Aprobación de la Presidenta

## Total Mensual y por Semanas



P2. Independientemente de su posición política, ¿Ud. aprueba o desaprueba la forma como Michelle Bachelet está conduciendo su gobierno?



# Aprobación de la Presidenta

## Indicador Nacional por segmentos

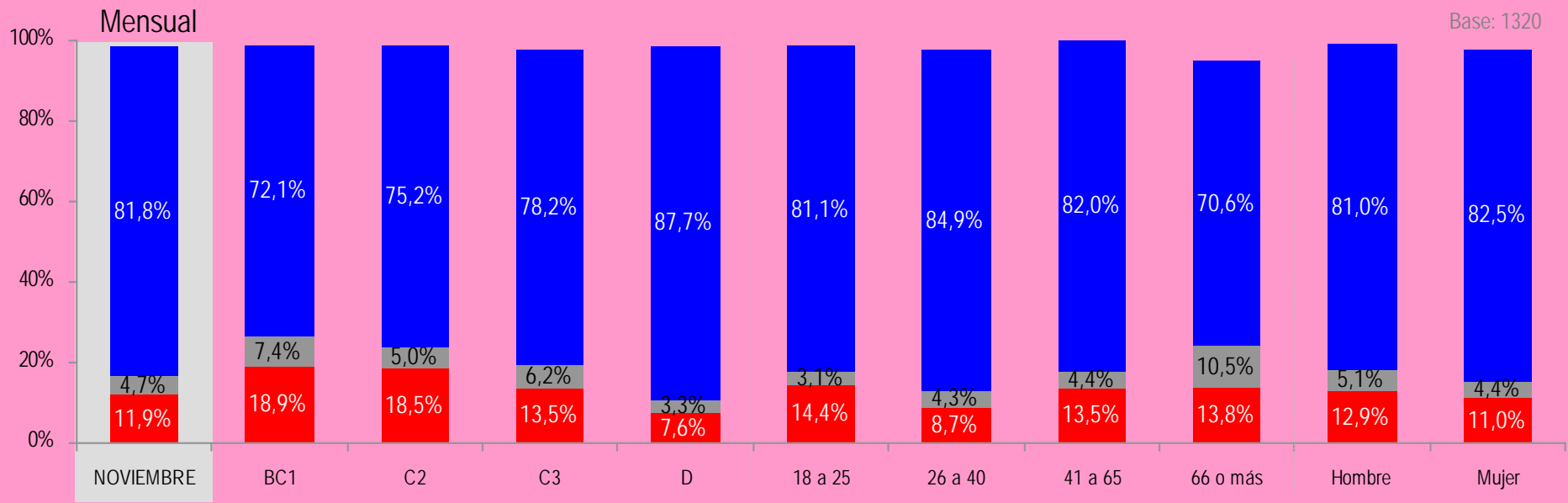
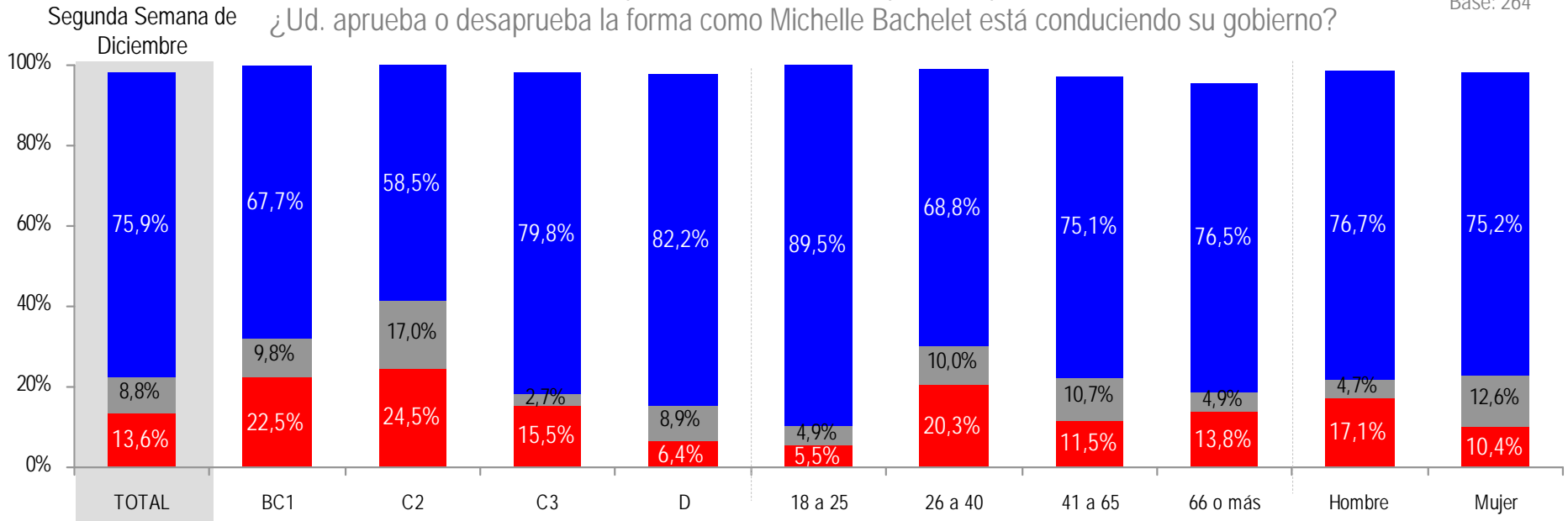
- Aprueba
- Ni aprueba, ni Desaprueba
- Desaprueba



P2. Independientemente de su posición política,

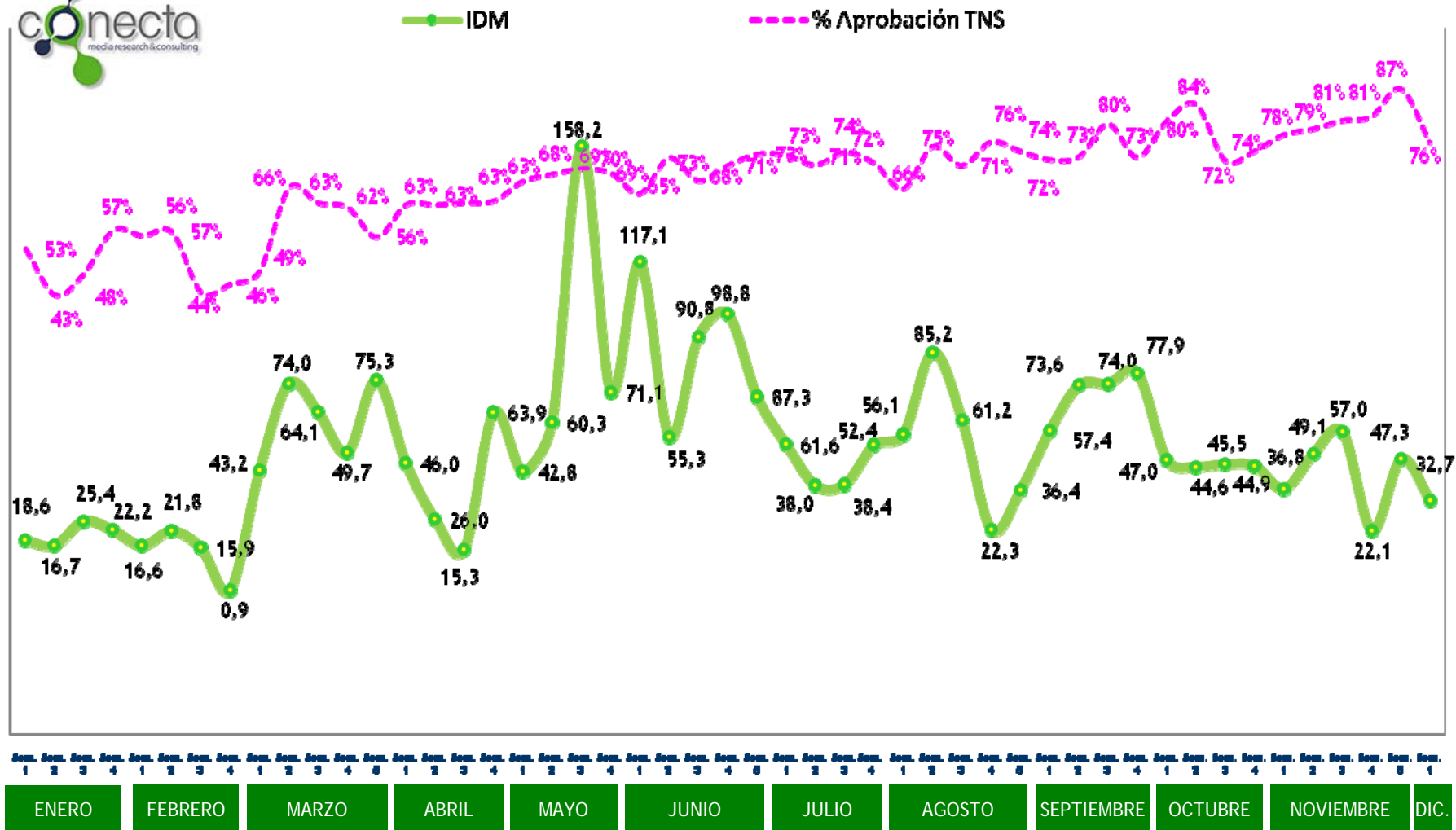
¿Ud. aprueba o desaprueba la forma como Michelle Bachelet está conduciendo su gobierno?

Base: 264



# Aprobación de la Presidenta

## Índice de Desempeño en Medios (IDM)



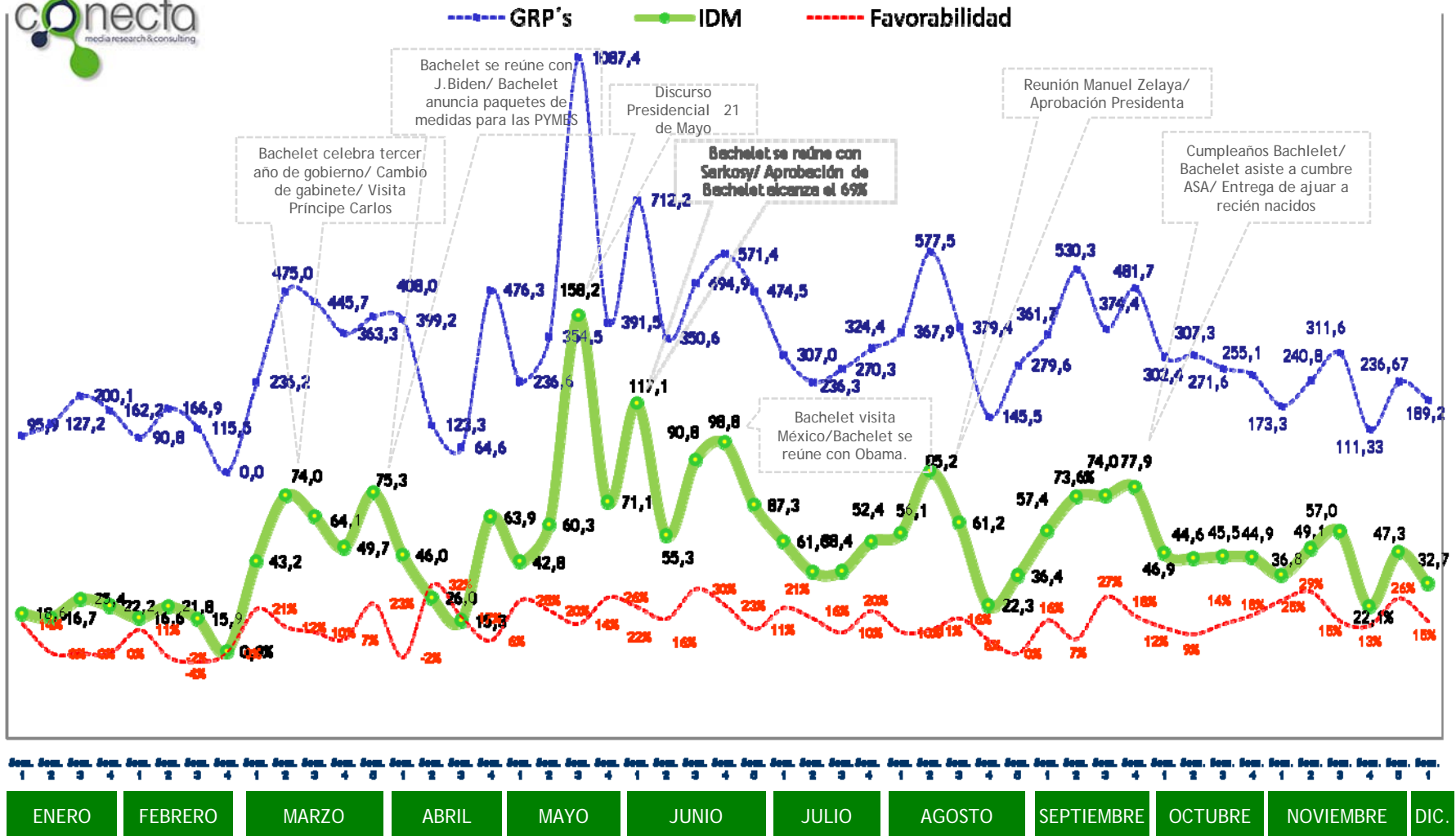
Aprobación en Región Metropolitana de la Presidenta

Aprobación Nacional de la Presidenta

Indicador elaborado con noticieros centrales y mediodía. La cronología utilizada en el indicador corresponde a la "semana SECOM" (de Viernes a Jueves).

\* Para explicación del gráfico ver anexo en lámina 23.

## Índice de Desempeño en Medios (IDM)



Indicador elaborado con noticieros centrales y mediodía. La cronología utilizada en el indicador corresponde a la "semana SECOM" (de Viernes a Jueves).

\* Para explicación del gráfico ver anexo en lámina 23.

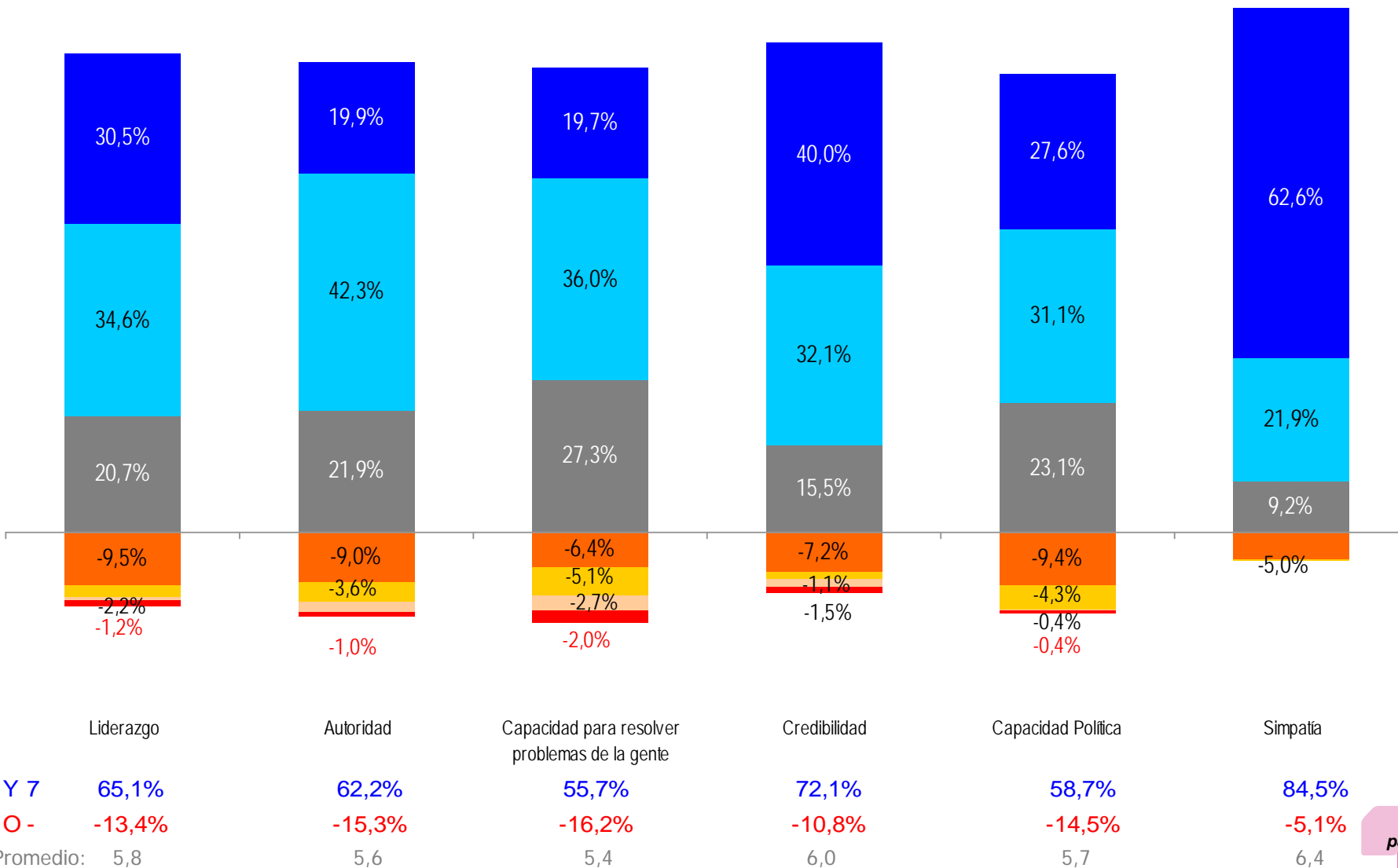
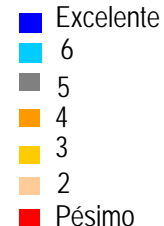


# Atributos de la Presidenta

## Características Personales (Semanal)

Base: 264

P3. Considerando una escala de 1 a 7, ¿Cómo evaluaría usted a la Presidenta en cuanto a su...?

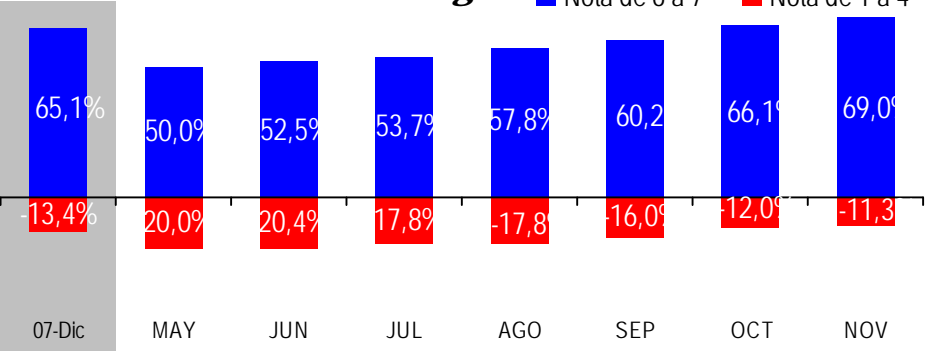


# Atributos de la Presidenta

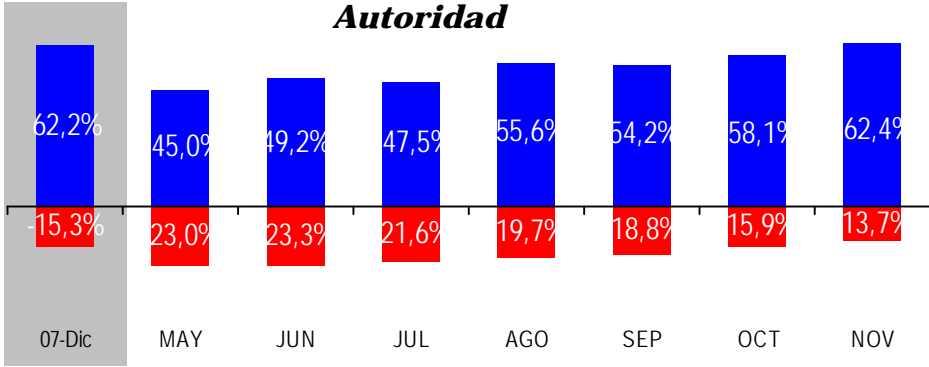
## Total Mensual y Semanal



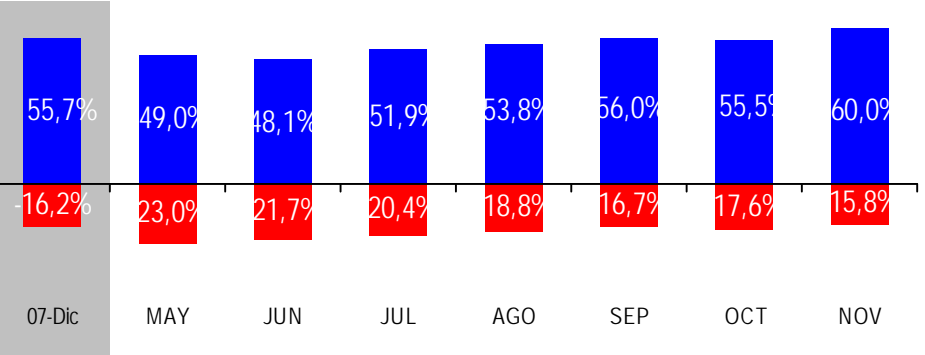
**Liderazgo**    ■ Nota de 6 a 7    ■ Nota de 1 a 4



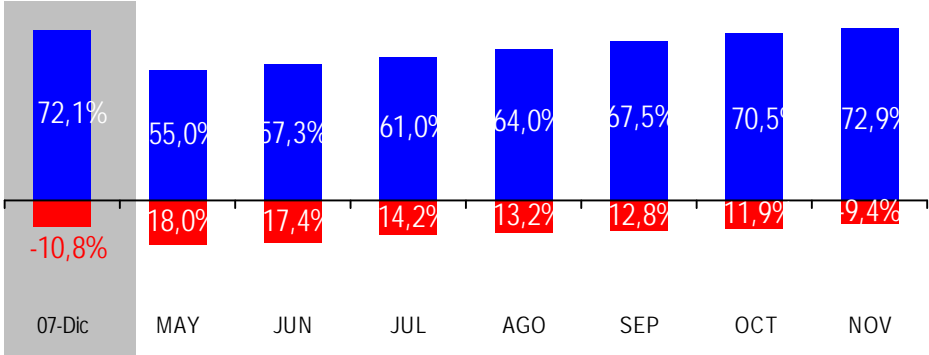
**Autoridad**



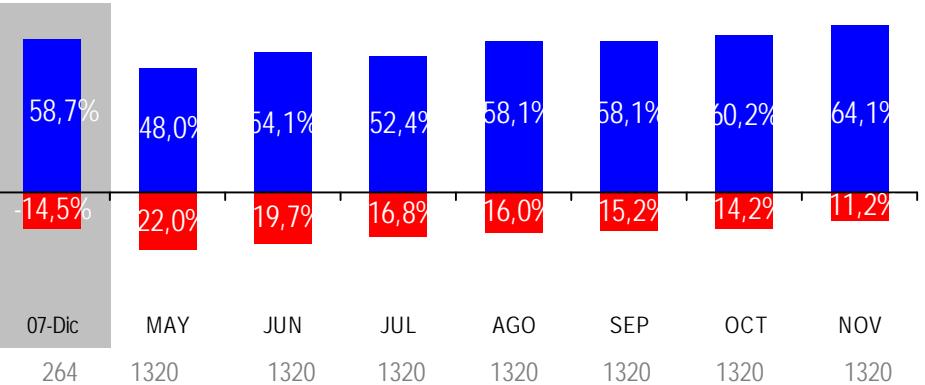
**Capacidad para resolver problemas de la gente**



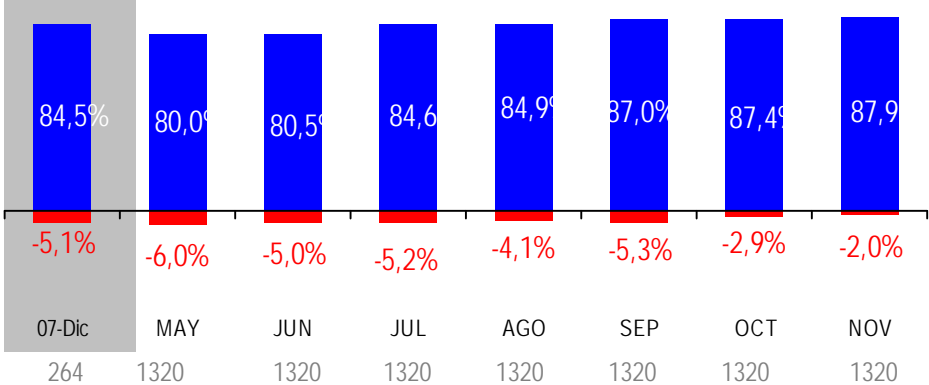
**Credibilidad**



**Capacidad Política**



**Simpatía**



# Contingencia: Campaña presidencial



# Campaña presidencial

## Propuesta más interesante

P4. Con respecto a la campaña electoral, ¿Qué propuesta le parece más interesante?

Base: 264

	TOTAL	C1	C2	C3	D	18 a 25	26 a 40	41 a 65	Más de 66	Hombre	Mujer	Aprueba	Inscrito
Ninguna	34,7%	45,8%	43,9%	33,1%	29,9%	31,5%	37,0%	31,9%	43,5%	35,0%	34,4%	33,2%	36,1%
Las propuestas de Marco Enríquez Ominami	10,1%	4,3%	11,1%	3,2%	15,1%	16,2%	14,3%	4,9%	-	11,7%	8,7%	11,5%	8,0%
Las propuestas de Sebastián Piñera	4,9%	15,3%	11,4%	5,1%	0,3%	12,8%	1,7%	2,7%	8,3%	5,7%	4,2%	3,4%	5,5%
Propuesta de Piñera para acabar con la delincuencia	4,5%	2,6%	2,1%	3,5%	6,4%	-	10,3%	1,7%	1,9%	1,6%	7,2%	1,4%	2,0%
Terminar con la delincuencia	3,3%	0,5%	8,8%	0,0%	3,5%	-	0,1%	9,2%	1,0%	0,0%	6,4%	2,2%	4,6%
Las propuestas de Eduardo Frei	2,9%	0,1%	5,0%	4,1%	1,9%	-	1,5%	4,5%	9,3%	5,2%	0,8%	3,9%	4,1%
Que habrá más trabajo	2,8%	1,1%	-	7,4%	1,4%	-	0,1%	6,7%	5,3%	1,9%	3,7%	2,5%	3,9%
Continuación de los proyectos del Gobierno	2,7%	1,4%	0,3%	0,1%	5,6%	0,3%	-	6,9%	3,2%	0,4%	5,0%	3,6%	3,7%
Las propuestas de Arrate	2,6%	4,7%	-	7,7%	-	4,8%	3,0%	1,4%	-	5,3%	0,0%	3,4%	3,6%
Ominami plantea la igualdad de sexo	2,3%	-	-	-	5,2%	-	-	6,8%	-	-	4,6%	3,1%	3,3%
La disminución del 7% a los jubilados	2,1%	1,4%	1,3%	6,2%	-	0,1%	3,6%	0,3%	7,5%	3,1%	1,2%	2,5%	2,9%
Más hospitales, atención de urgencia más rápida en salud	1,6%	0,6%	3,4%	2,3%	0,5%	3,2%	1,3%	0,8%	2,0%	0,6%	2,5%	2,1%	1,3%
Despenalizar el aborto que propuso Ominami	1,5%	-	-	-	3,2%	7,1%	-	-	-	-	2,8%	1,9%	-

En la tabla se muestra primera mención espontánea y porcentajes de 1,5% hacia arriba

**16%**

**Propuestas de Piñera**

**16%**

**Propuestas de Enríquez-Ominami**

**6%**

**Propuestas de Arrate**

**4%**

**Propuestas de Frei**

UNDUP: Códigos no duplicados agrupados por categorías

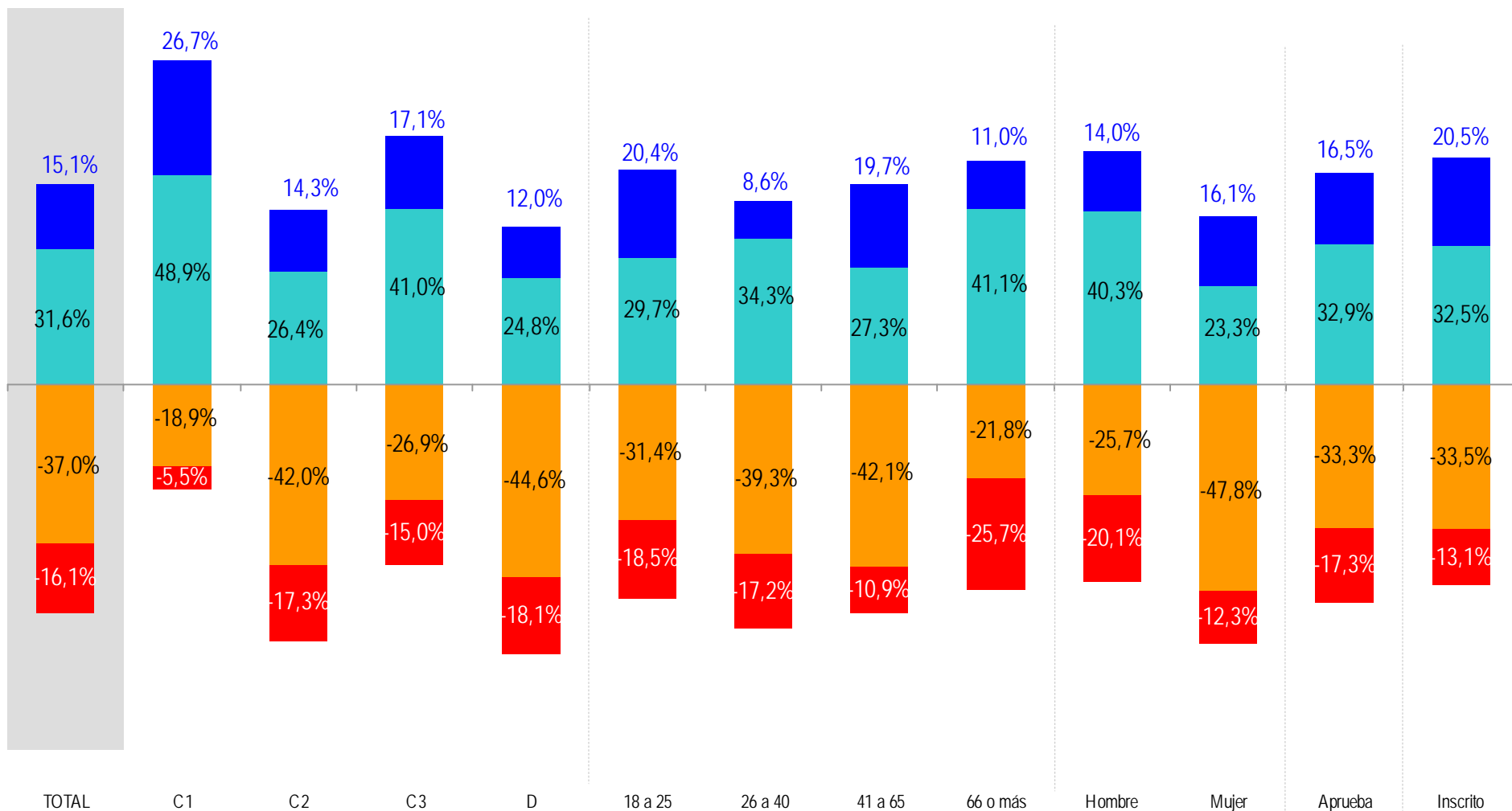
# Campaña presidencial

## Interés en la elección

- Muy interesado
- Interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

Base: 264

P5. ¿Qué tan interesado está en la elección presidencial?



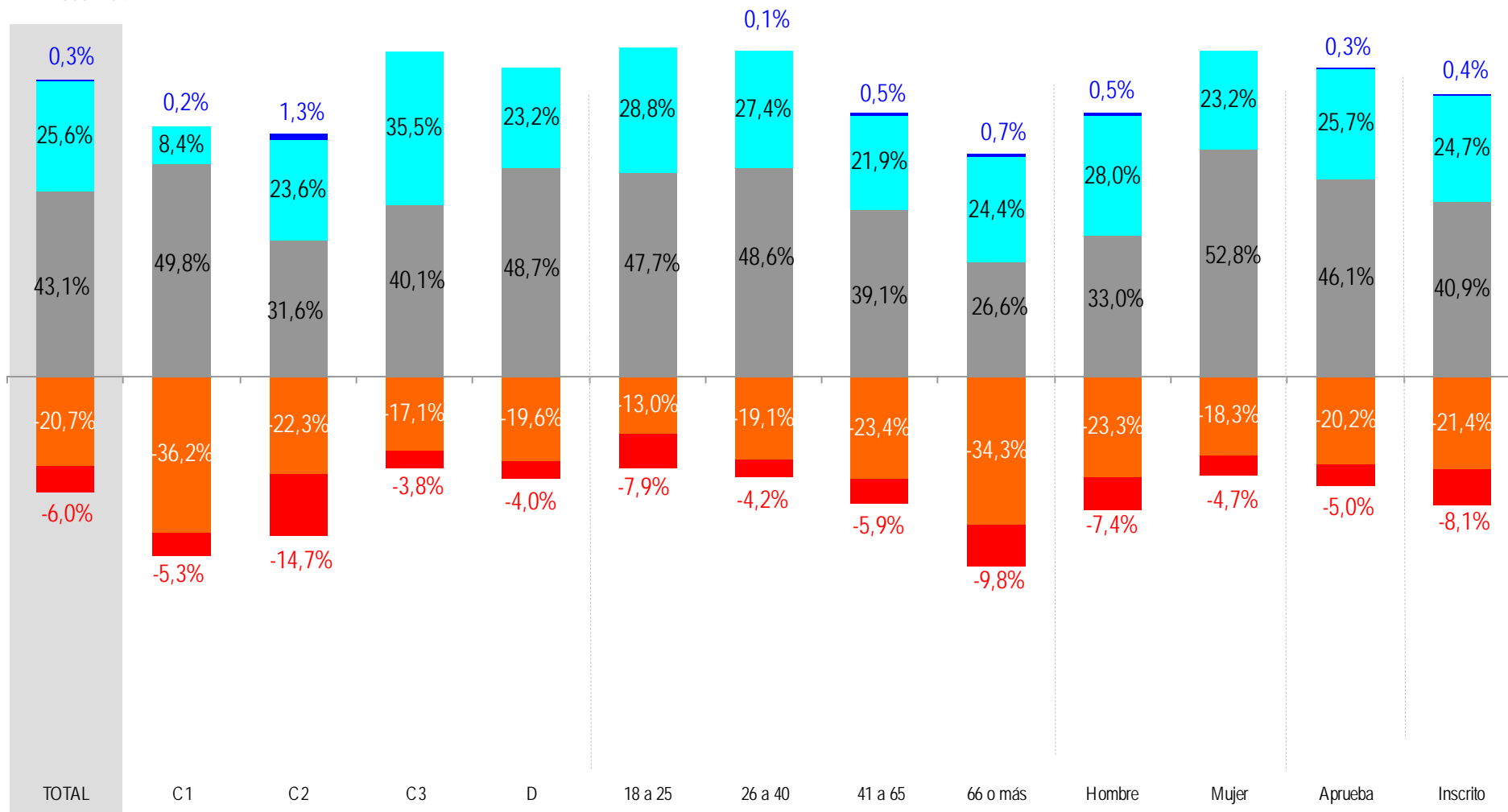
# Campaña presidencial

## *Evaluación de la campaña*

■ Muy bien  
■ Bien  
■ Ni bien ni mal  
■ Mal  
■ Muy mal

P6. ¿Y cómo evalúa de manera general, el nivel de la campaña electoral?

Base: 264



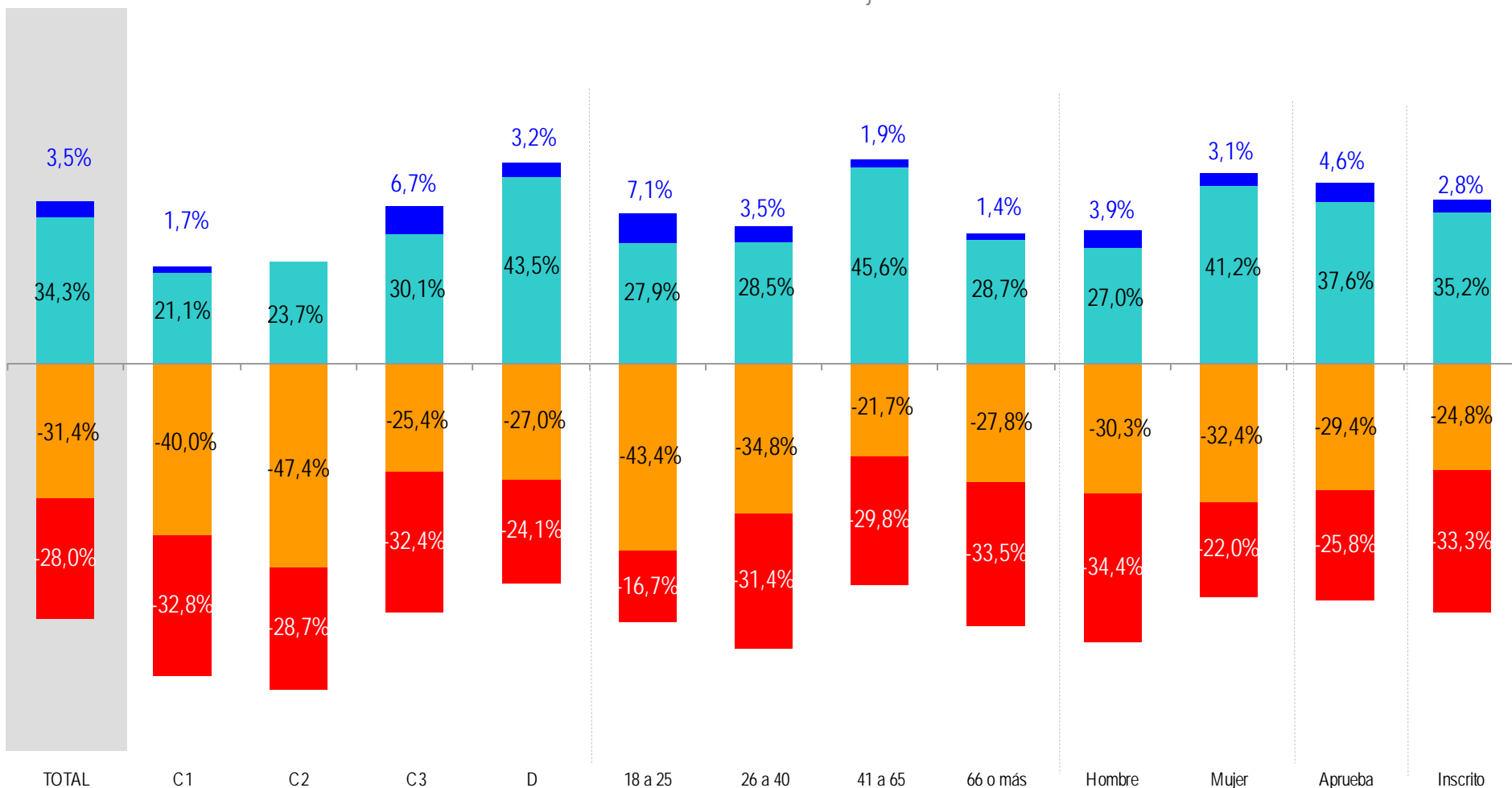
# Ministros en Campaña

## Evaluación participación de Ministros

- Muy adecuada
- Adecuada
- Inadecuada
- Muy inadecuada

P6. Pasando a otro tema, ¿Podría decirme, cómo evalúa la participación de los ministros en campaña fuera de sus horarios de trabajo?

Base: 264



Aprueba: aprobación de la gestión de la Presidenta Bachelet.

Inscrito: Cruce de inscritos en los registros electorales.

# Impacto Noticioso

## Segunda Semana de Diciembre

P1. ¿Podría decirme qué noticias, en general, han llamado su atención durante estas últimas semanas? ¿Alguna otra?

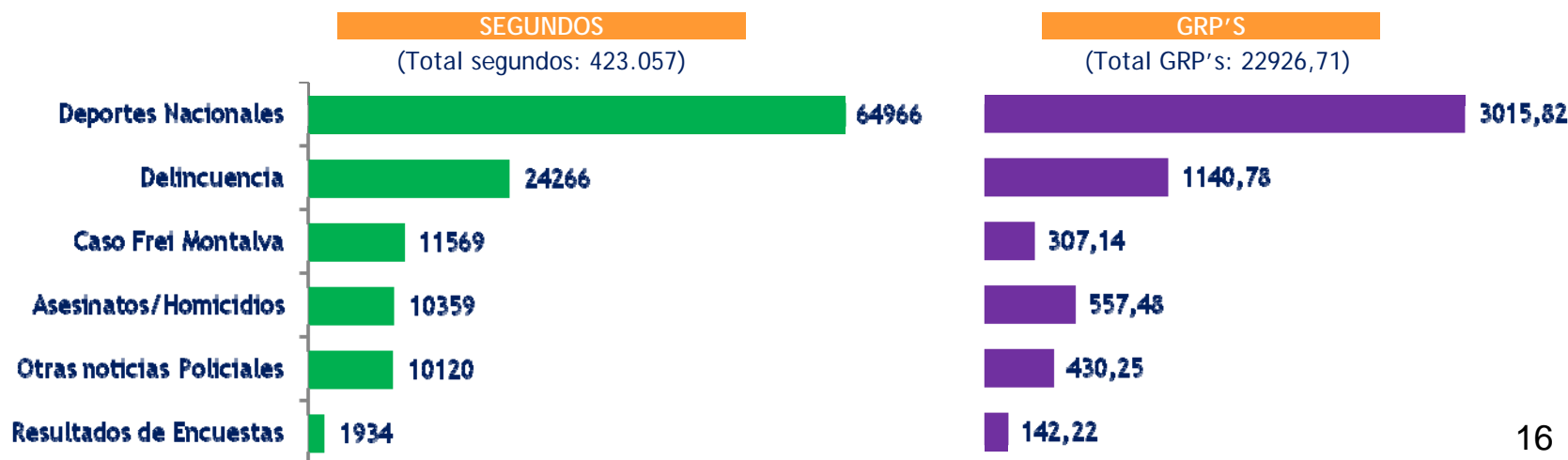
Base: 330

	Total	C1	C2	C3	D	18-25	26-40	41-65	66 o más
Anuncios de planes de gobierno	23,6%	5,5%	34,2%	26,6%	20,5%	16,2%	37,0%	15,1%	19,4%
Procesamiento por asesinato de Eduardo Frei Montalva	19,8%	28,9%	17,1%	25,8%	15,5%	14,2%	11,9%	32,3%	16,4%
Ninguna	17,2%	12,7%	17,4%	22,4%	14,7%	32,1%	6,6%	17,4%	24,7%
Delincuencia	6,4%	2,2%	0,8%	0,9%	12,9%	0,1%	11,5%	4,0%	9,4%
Deportes nacionales	5,7%	4,1%	3,0%	4,0%	8,2%	9,9%	7,0%	3,1%	1,1%
Otras noticias internacionales	3,7%	1,1%	1,4%	-	7,5%	0,1%	8,1%	1,4%	3,3%
Resultado de encuestas políticas	2,1%	2,4%	5,0%	-	2,2%	4,7%	0,5%	2,7%	-
Otras noticias policiales	2,0%	-	0,6%	3,5%	2,0%	4,9%	2,7%	-	0,3%
Asesinatos/homicidios de personas	2,0%	2,4%	8,4%	-	0,4%	0,9%	-	5,2%	-
No recuerda	3,4%	7,0%	-	-	6,4%	4,3%	0,6%	5,6%	4,8%

(En color porcentajes que se encuentran por sobre el nivel de error para la muestra)

## Cobertura y Audiencia Noticias

Duración en segundos y Puntos de rating acumulado (GRP's) de noticias con alta recordación según encuesta TNS - Time. Noticiarios matinales, tarde y centrales. 29 de Noviembre al 11 de Diciembre 2009.



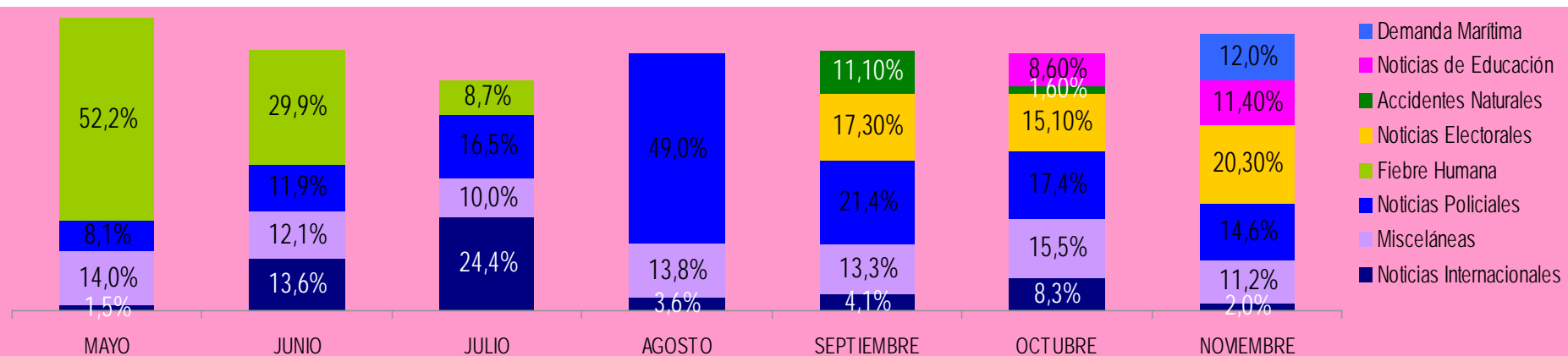
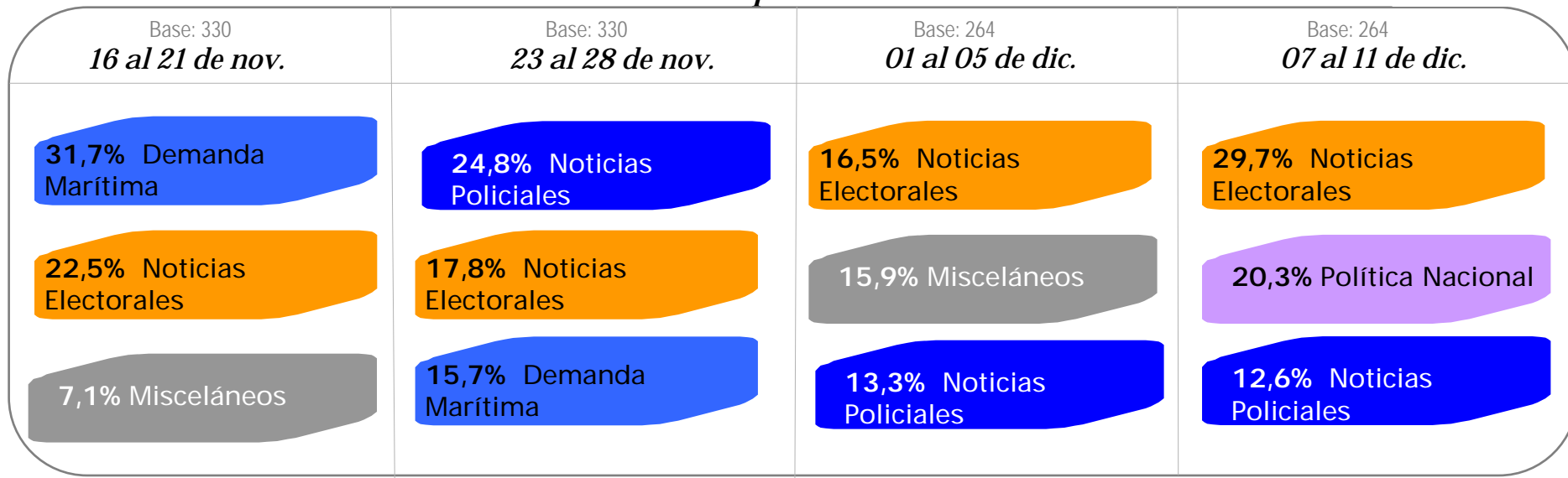


# Impacto Noticioso

## Noticias en General



### UNDUP por semana



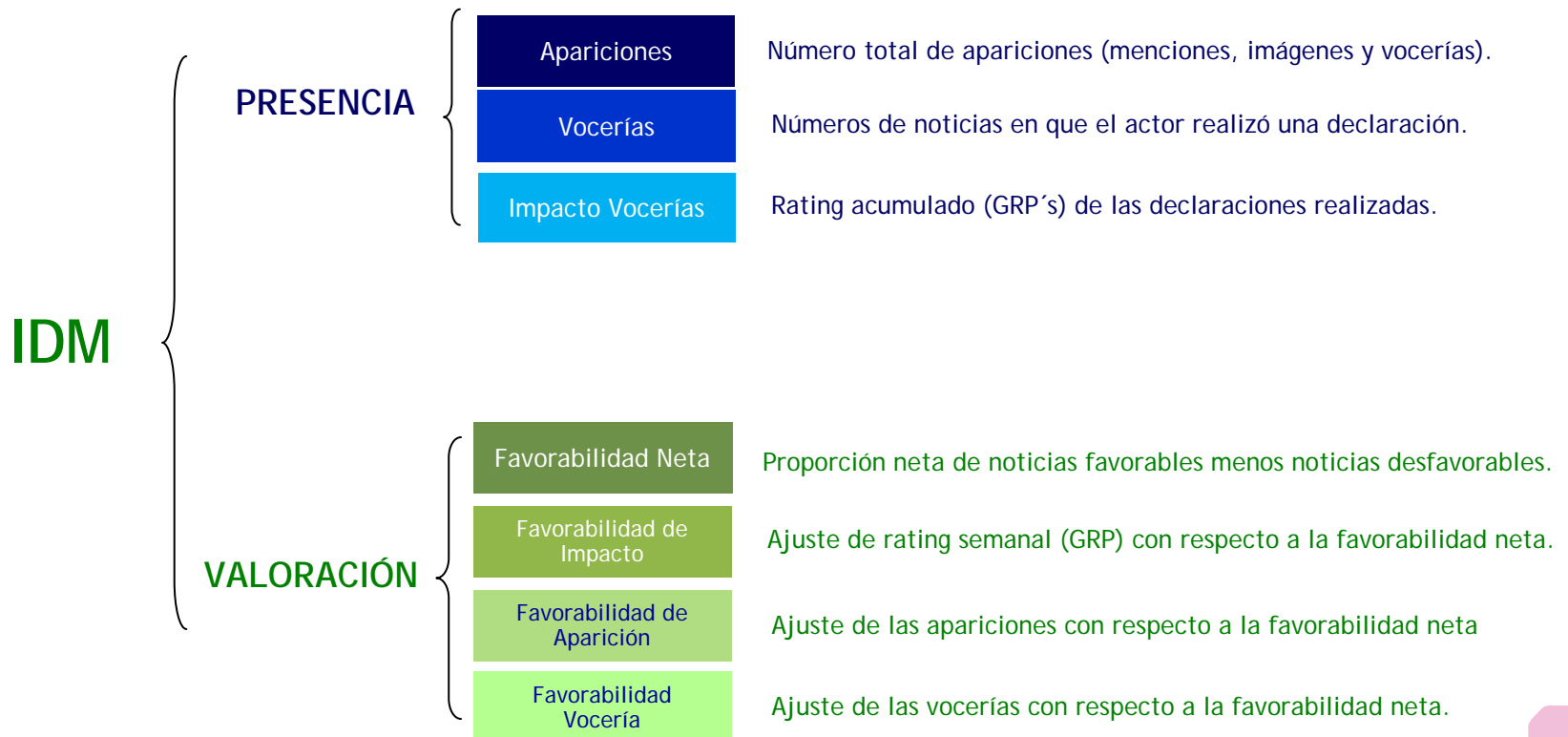
# Anexo



# Indice de Desempeño en Medios (IDM)

Resume el comportamiento de una marca o personaje en los medios, sintetizando variables de cobertura, calidad de apariciones, favorabilidad e impacto (rating).

El modelo factorial dos agrupa de variables: Presencia y Valoración.



# Gracias

*por su atención*



Queda expresamente prohibida la publicación y/o reproducción total o parcial por algún medio, del contenido del Informe Final con los resultados del estudio y la invocación o utilización del nombre **TNS TIME** sin el consentimiento escrito previo de TNS TIME CHILE.