

# analogías

INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIA

## ESTUDIO NACIONAL SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL

**1 al 3 de noviembre de 2023**

[www.analogiasconsultora.com.ar](http://www.analogiasconsultora.com.ar)  
[contacto@analogiasconsultora.com.ar](mailto:contacto@analogiasconsultora.com.ar)

# INTRODUCCIÓN

Entre el 1 y 3 de noviembre realizamos un estudio de alcance nacional con el objetivo de relevar las preferencias electorales de cara al balotage presidencial del 19 de noviembre.

Como veníamos previendo a lo largo del año electoral, la tendencia paulatina y sostenida hacia la polarización de las preferencias determina un cuadro de paridad, que deja en el centro de la decisión a más de 17% de los eventuales electores, que se encuentran diariamente abordados por un debate público intenso, en distintos niveles de relación y formato.

La diferencia a favor de Sergio Massa se redujo de 8 a 3 puntos respecto de los primeros tres días posteriores a la elección general, en la que el impacto de su triunfo conmovió toda la escena.

En resumen, la adecuación de las preferencias luego de la primera semana provocó un desplazamiento de 5 puntos desde los indecisos a Milei, previsible en el marco del apoyo de una parte de Juntos (en especial su candidata a presidenta) a su candidatura.

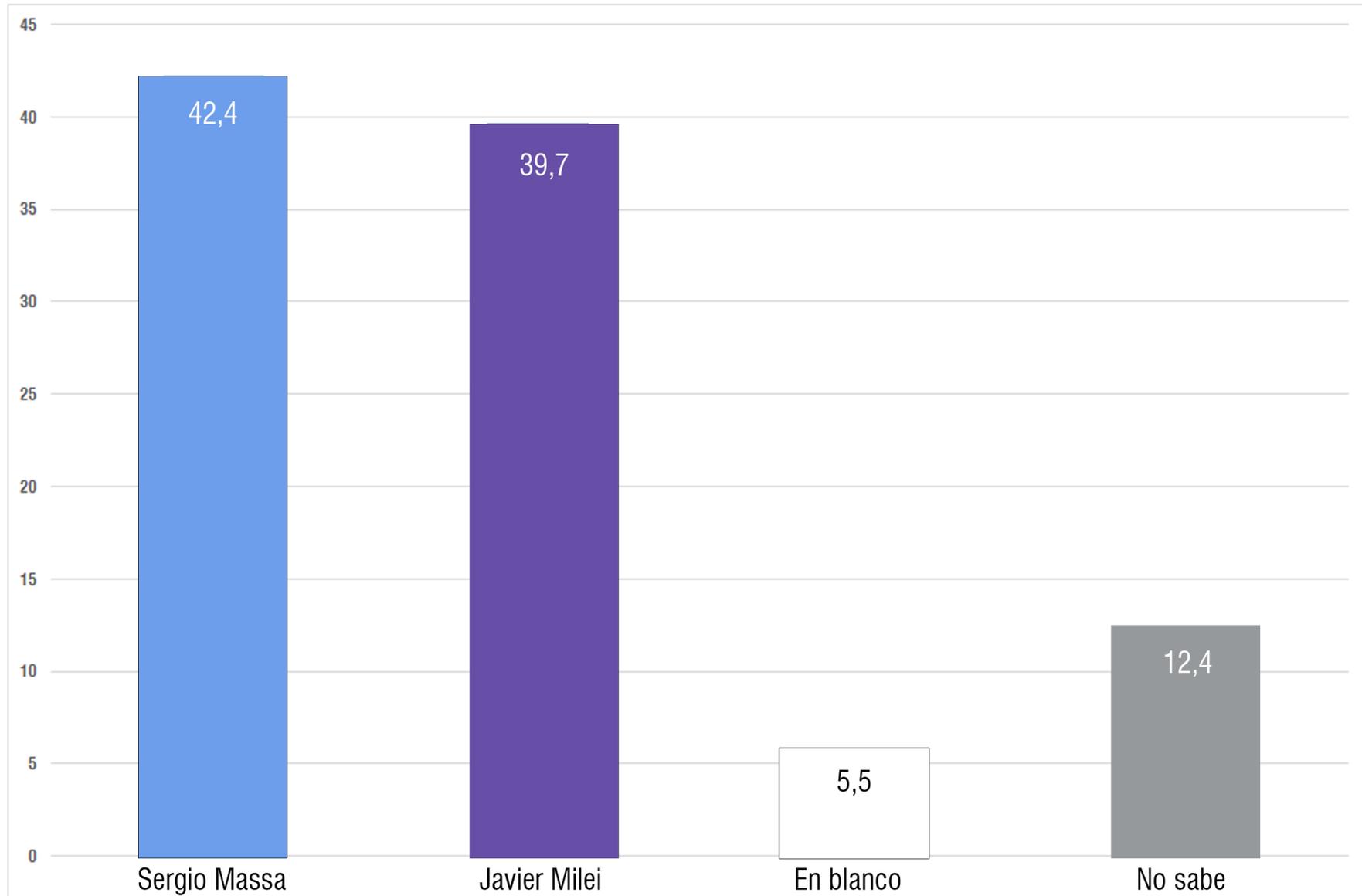
Como se puede ver en las aperturas sociodemográficas las mujeres de menor nivel de instrucción y mayores de 45 años presentan niveles de indecisos por sobre la media: si se activan en su participación y según los parámetros de las que efectivamente definieron el voto pueden ser decisivas.

Respecto de las respuestas optando por el voto en blanco, más de 5 puntos nacionales en este estudio, recordemos que en 2015 se redujo nominalmente a la mitad entre las generales y el balotaje y fue menor a 1,5 puntos nacionales. De esa manera, aunque se redujo levemente la cantidad de votos válidos creció también levemente la cantidad de votos afirmativos: es decir, que en 2015 la tendencia fue a participar y definir por una opción en el balotaje.

## ¿A QUIÉN CREE UD. QUE VA A VOTAR EN LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE NOVIEMBRE?

	TOTAL	GÉNERO		EDAD				NIVEL EDUCATIVO		
		MASC	FEM	16-29	30-44	45-59	60-74	HPC	HSC	HUC
<b>SERGIO MASSA</b>	<b>42,4</b>	39,7	44,6	38,6	41,9	45,8	44,8	49,2	37,8	38,6
<b>JAVIER MILEI</b>	<b>39,7</b>	43,8	35,8	42,5	43,6	38,0	31,0	31,8	44,2	44,4
<b>EN BLANCO</b>	<b>5,5</b>	5,5	5,5	7,7	3,6	5,2	6,2	4,7	6,9	5,2
<b>NO SABE</b>	<b>12,4</b>	10,9	13,8	11,3	10,9	11,1	18,0	14,3	11,0	11,7

# ¿A QUIÉN CREE UD. QUE VA A VOTAR EN LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE NOVIEMBRE?



# FICHA TÉCNICA

**Cantidad de casos:** 2.324 casos efectivos

**Forma de relevamiento:** entrevistas telefónicas, formato IVR

Fijo y Móvil

**Fecha de muestra:** 1, 2 y 3 noviembre de 2023

**Ámbito geográfico:** 24 Provincias de la Argentina.

Muestra compuesta en base a parámetros censales de sexo, edad, nivel educativo y distribución por localidad.

**Error muestral:** +/- 2,4 % en un nivel de confianza del 95%

## Diseño de la Muestra:

		TOTAL
GÉNERO	MASCULINO	48,7
	FEMENINO	51,3
EDAD	16-29	31,3
	30-44	28,8
	45-59	21,3
	60-74	18,6
NIVEL EDUCATIVO	HPC	38,1
	HSC	38,8
	HUC	23,0
REGIÓN	CABA	7,9
	CENTRO	19,8
	CUYO	7,8
	NEA	8,9
	NOA	11,3
	PATAGONIA	6,2
PBA	38,0	

## CONTACTO PRENSA:

**Dra. Marina Acosta, Directora de Comunicación Tel.:**

**11 3199 - 6060**

**Mail: [macosta@analogiasconsultora.com](mailto:macosta@analogiasconsultora.com)**