

ConsultAR

Estrategias



Encuesta de Opinión Política
Provincia de San Juan
Legislativas 2025

19 - 23 de Septiembre

Ficha Técnica

Consultora: ConsultAR Estrategias

Universo de estudio: Población mayor de 16 años con domicilio en la provincia de San Juan.

Ámbito: Provincia de San Juan, 19 departamentos.

Tamaño de la muestra: 400 casos efectivos.

Muestreo: Estratificado por departamento, sexo y edad.

- **Sexo:** 50% femenino / 50% masculino

- **Edad:**

- 18–24 años: 15%
- 25–34 años: 20%
- 35–44 años: 20%
- 45–54 años: 20%
- 55 años y más: 25%

- **Departamento:** Distribución proporcional a la población según último Censo.

Instrumento: Cuestionario estructurado aplicado mediante encuestadores presenciales y formulario digital.

Variables principales:

- Evaluación de la gestión del Presidente Javier Milei.
- Evaluación de la gestión del Gobernador Marcelo Orrego.
- Imagen de dirigentes políticos provinciales.
- Intención de voto por partido político y candidatos a Diputados Nacionales.
- Consumo de redes sociales, radios y canales de TV locales.
- Identificación de encuestador/a.

Fecha de relevamiento: 19 al 25 de septiembre de 2025.

Margen de error: $\pm 4,9\%$ para un nivel de confianza del 95%, $p=q=0,5$.

Fórmula aplicada:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

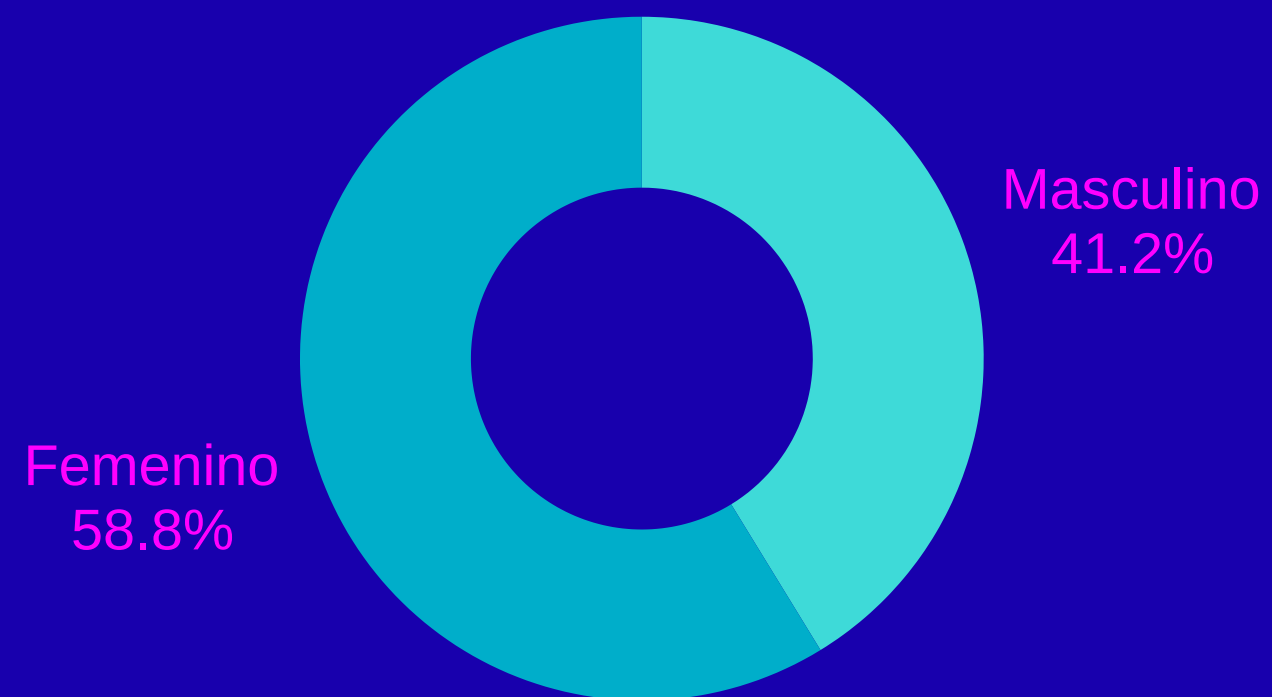
Donde:

- n = tamaño de muestra
- $Z = 1,96$ (nivel de confianza 95%)
- $p=q=0,5$
- $e=0,049$ (error muestral)

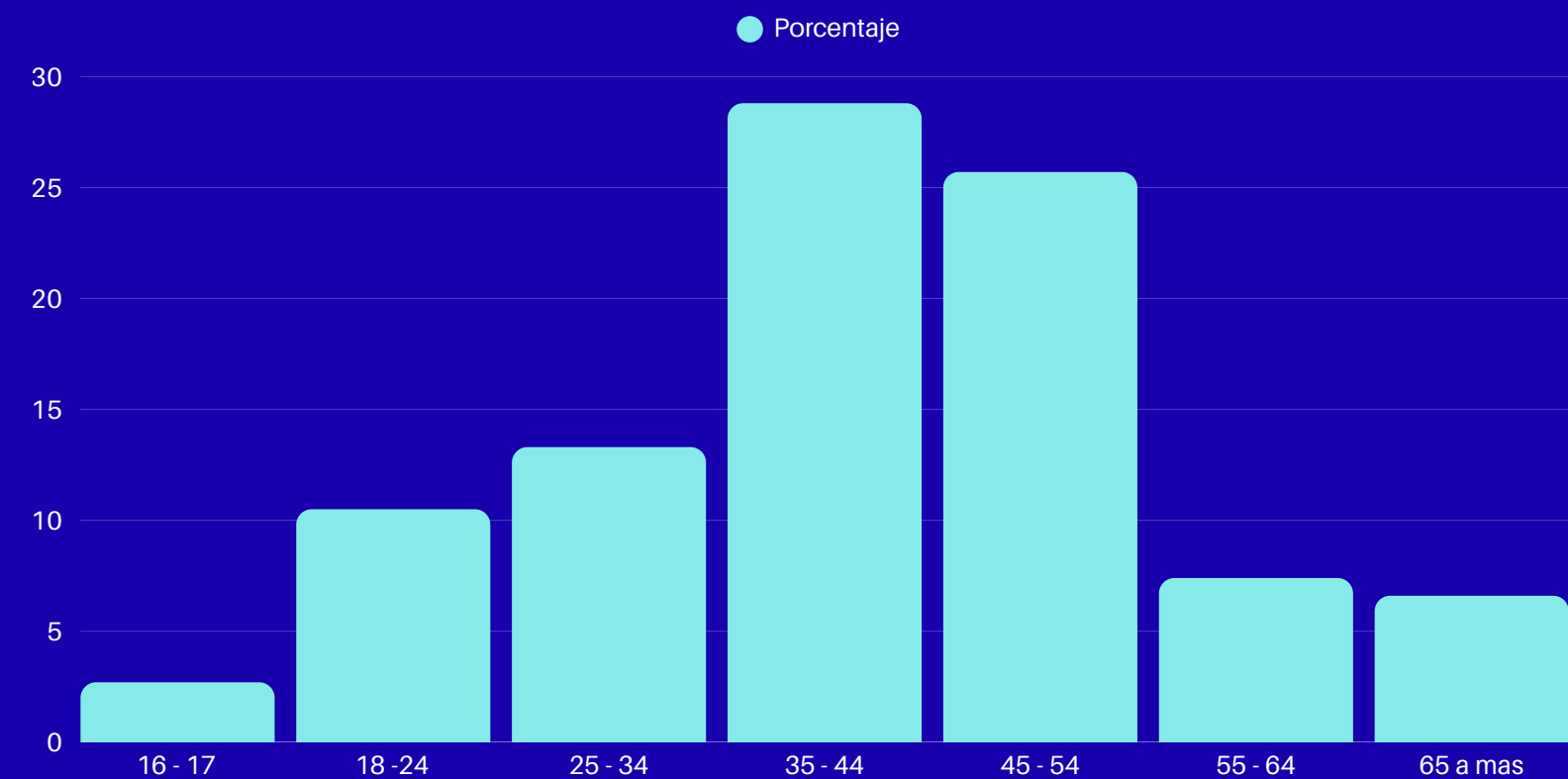
Ponderación: Los resultados fueron ajustados por cuotas de sexo, edad y departamento.

Datos de la encuesta

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



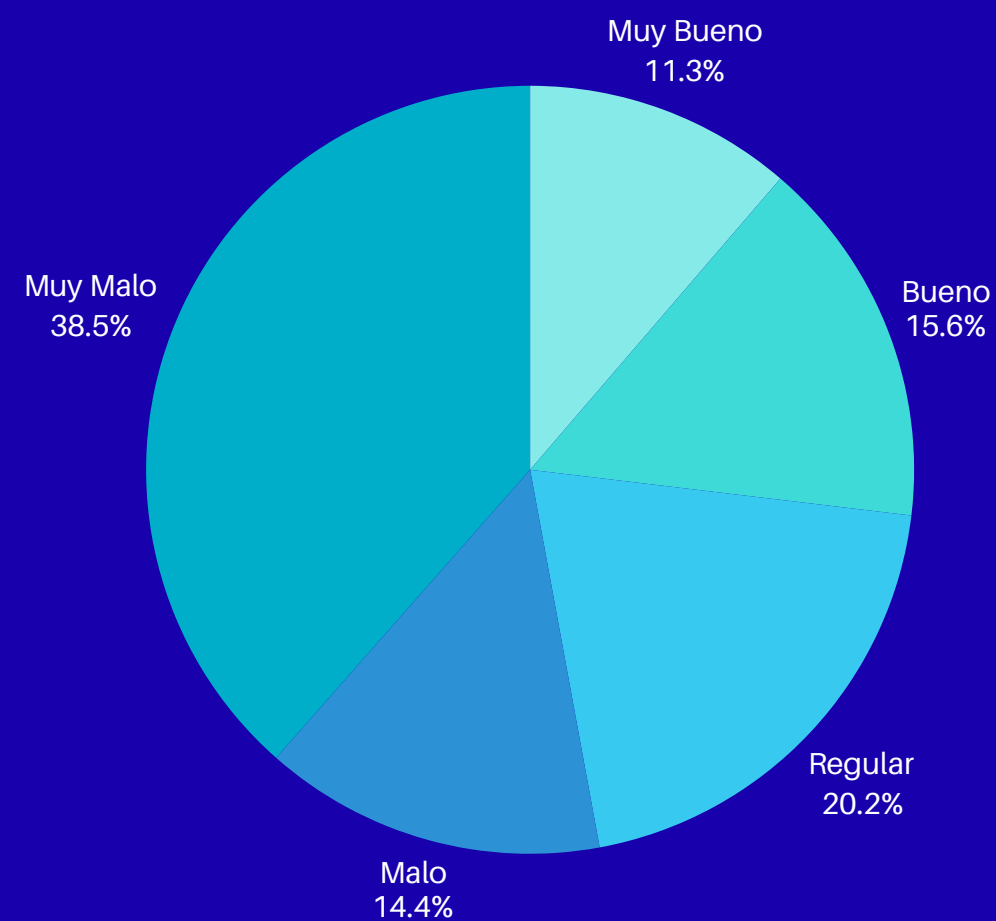
DISTRIBUCIÓN POR EDAD



ConsultAR
Estrategias

Gestión nacional y Provincial

GESTIÓN DEL PRESIDENTE JAVIER MILEI



GESTIÓN DEL GOBERNADOR MARCELO ORREGO

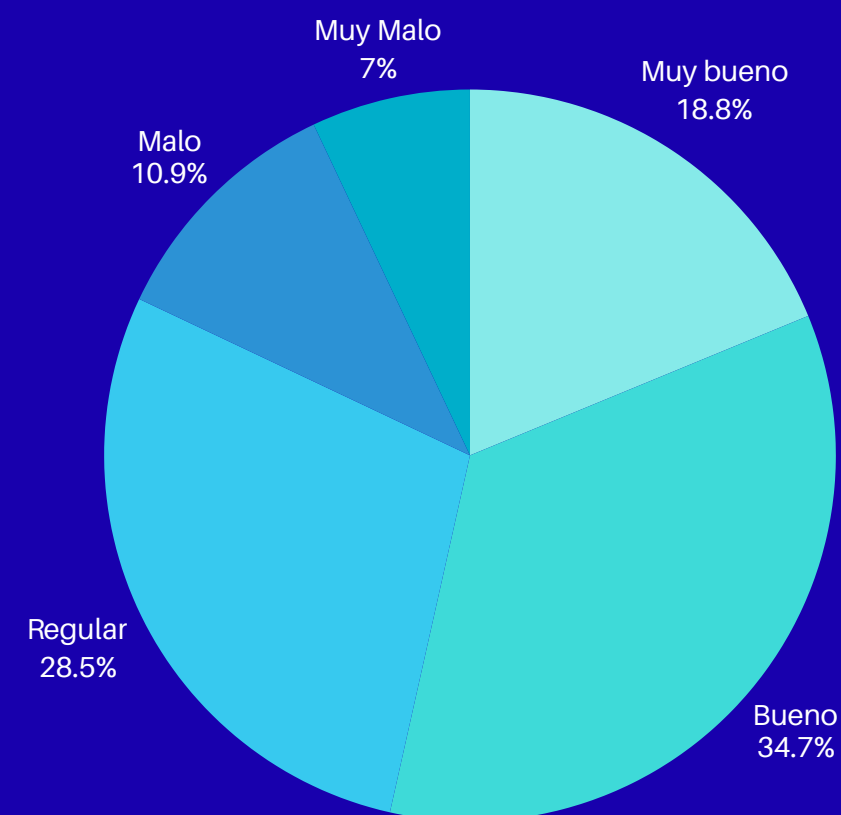
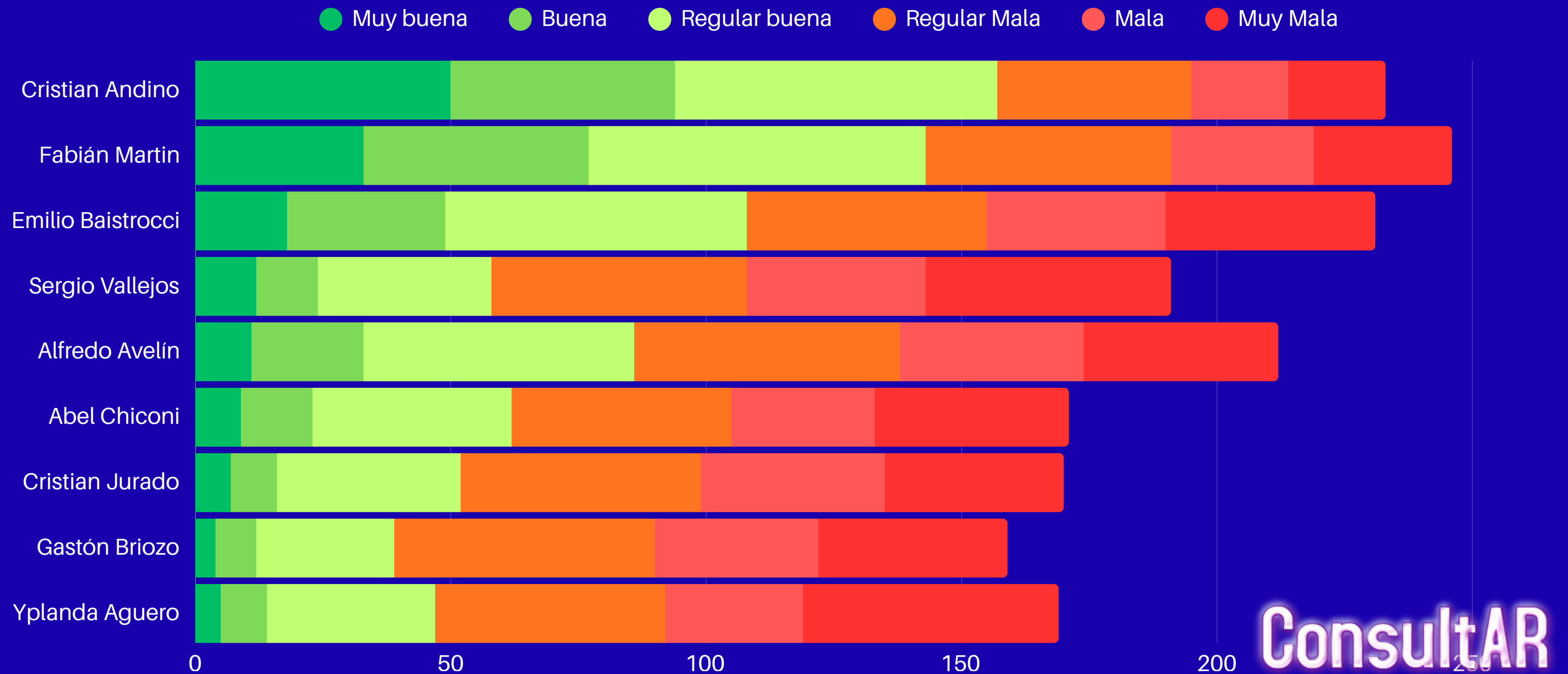
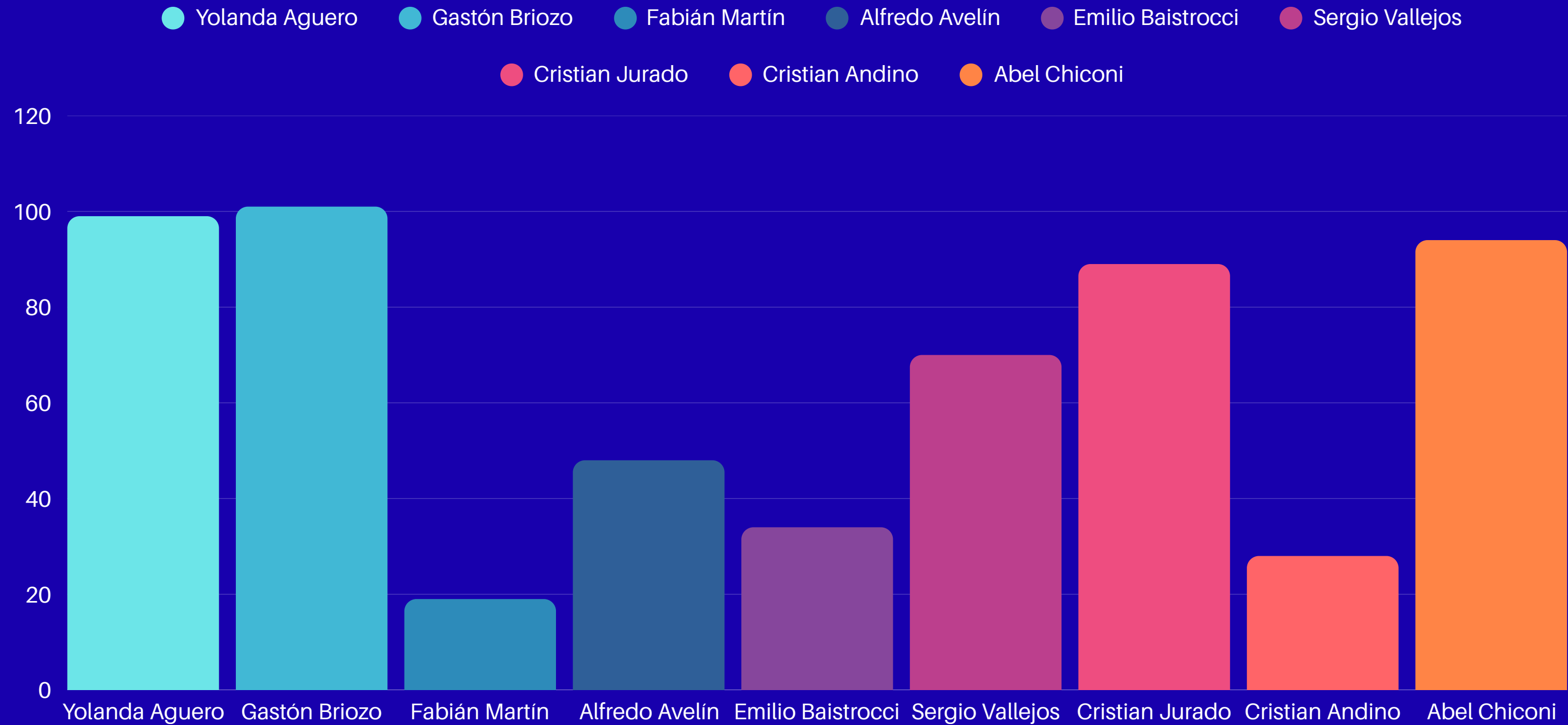


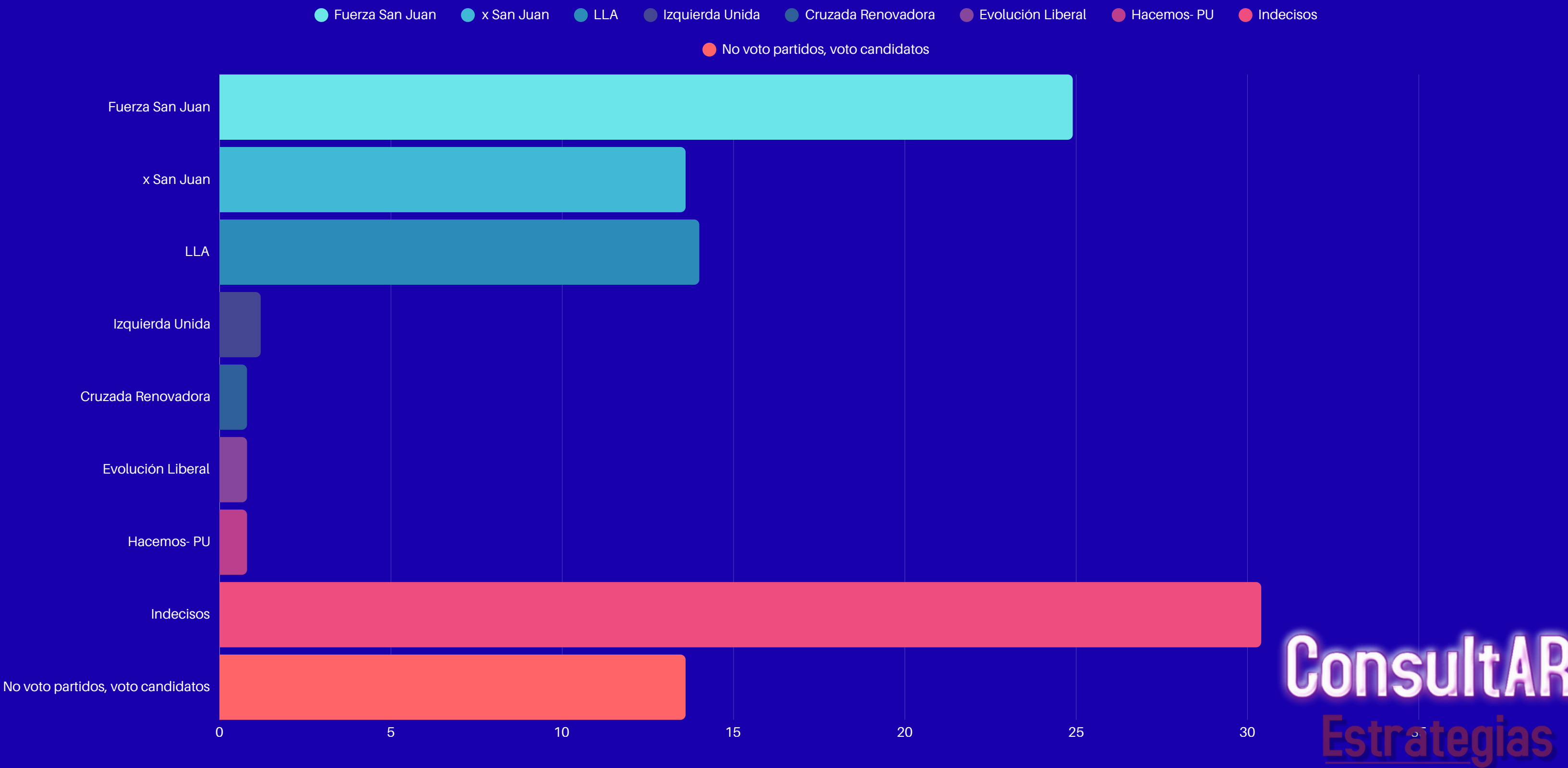
Imagen de los Principales Candidatos



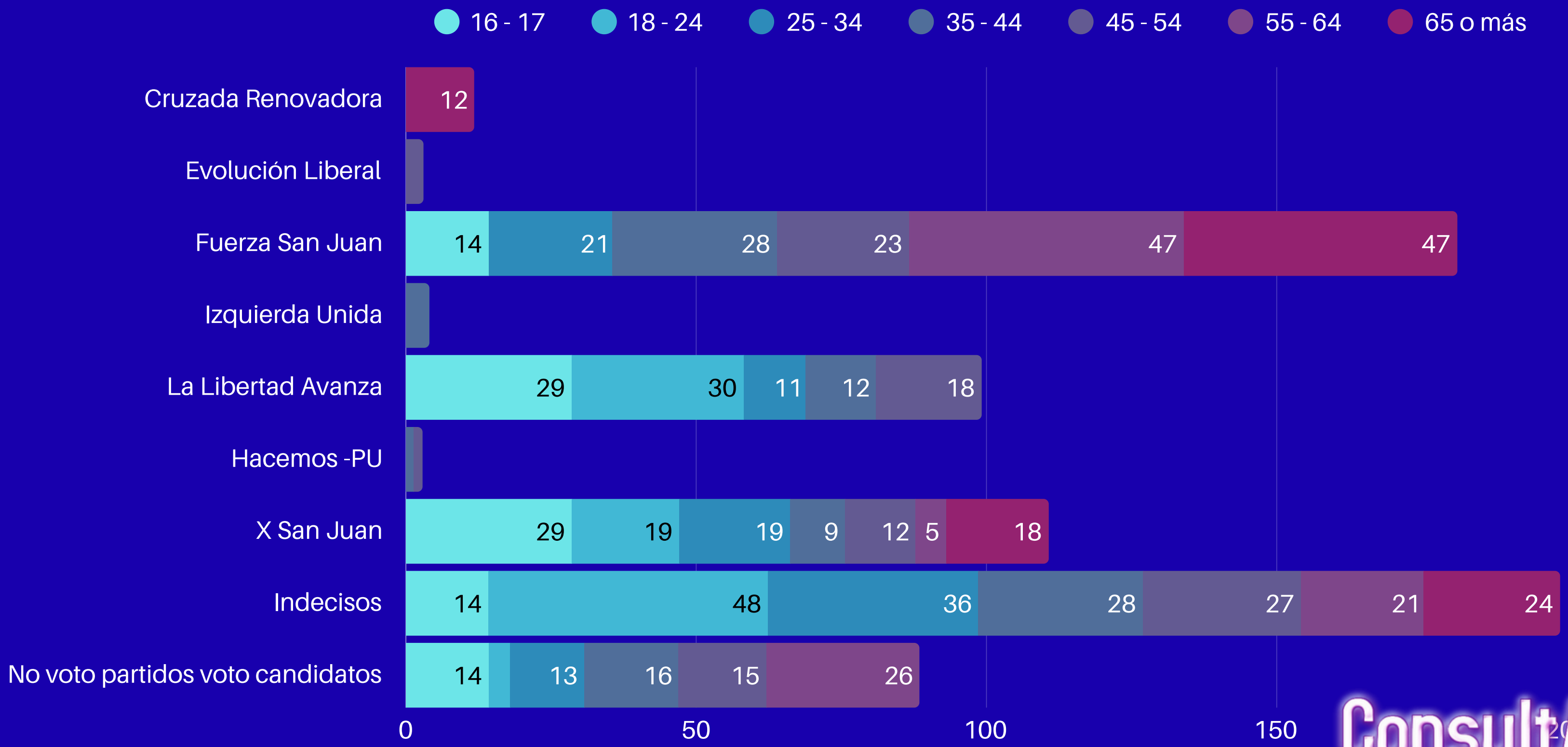
Nivel de desconocimiento de candidatos



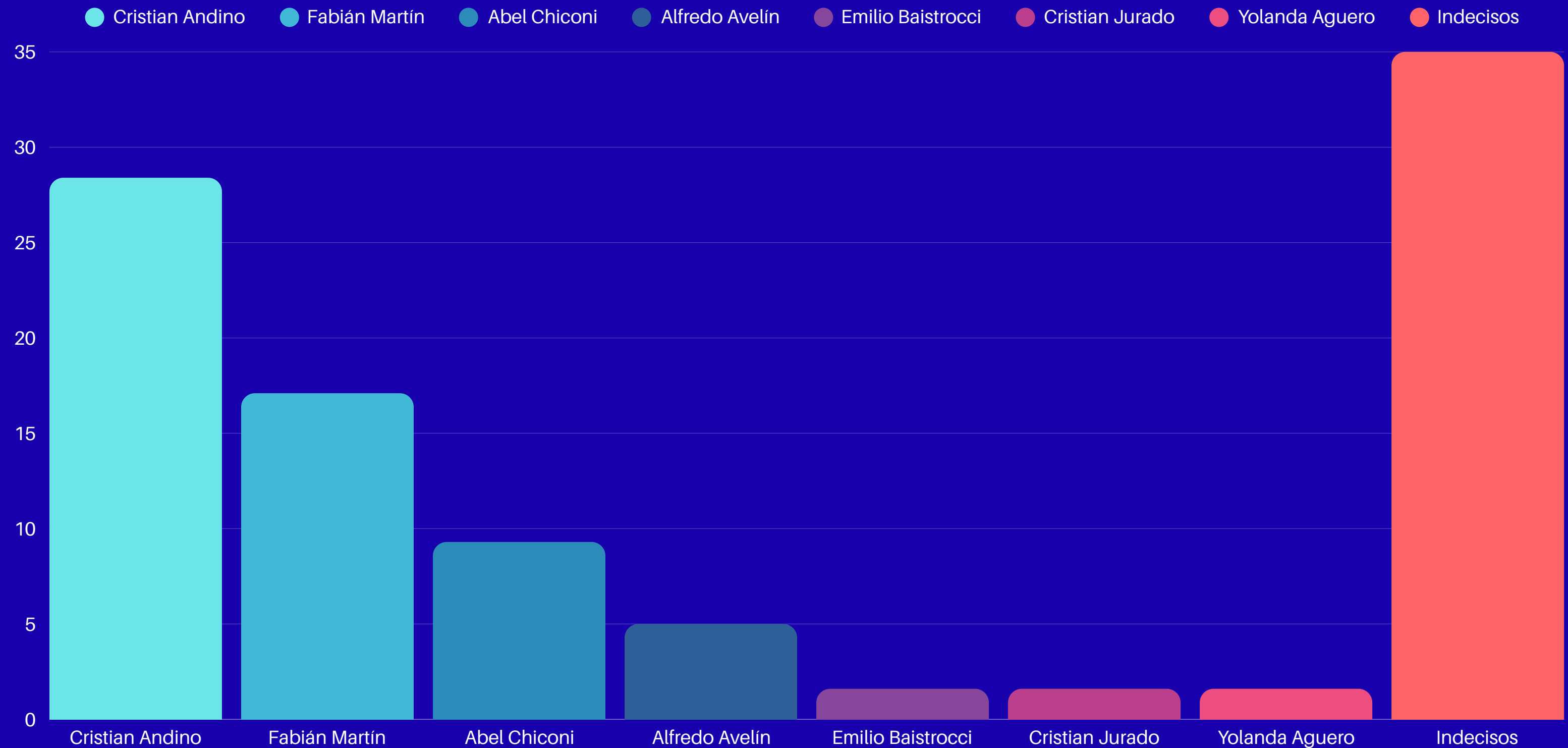
Intención de Voto por Partido o Fuerza



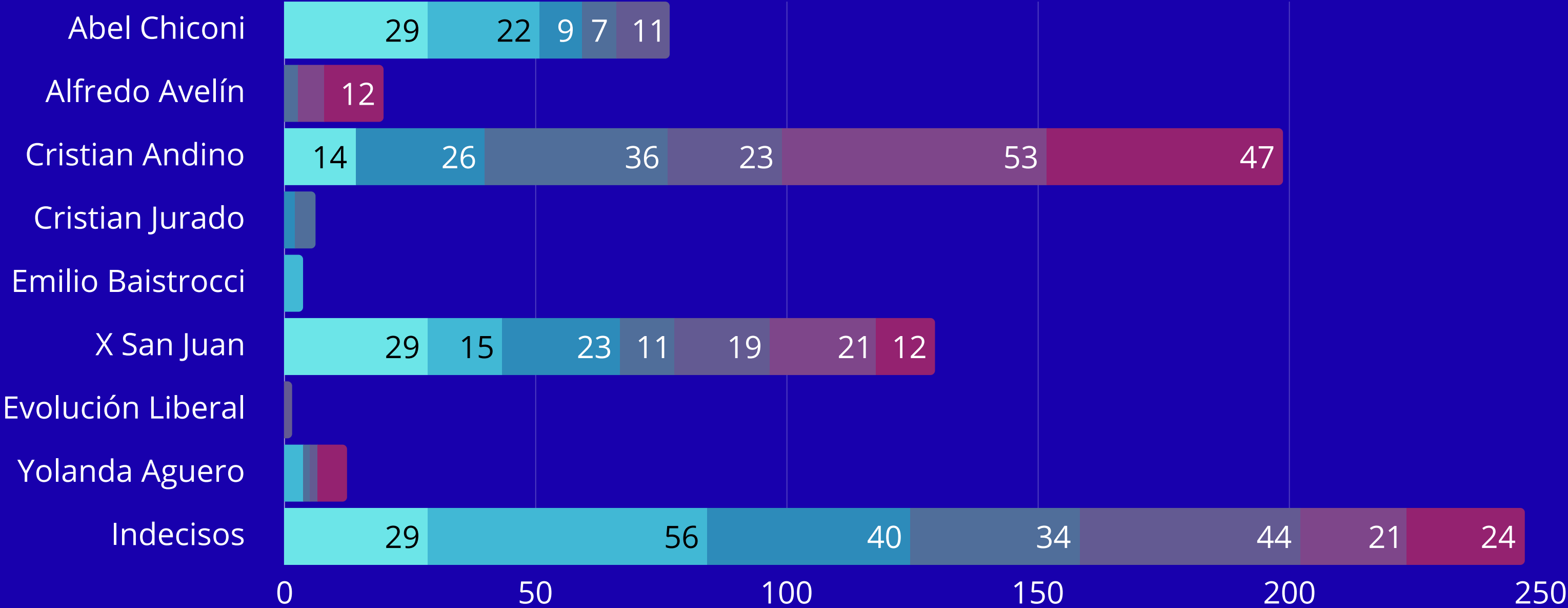
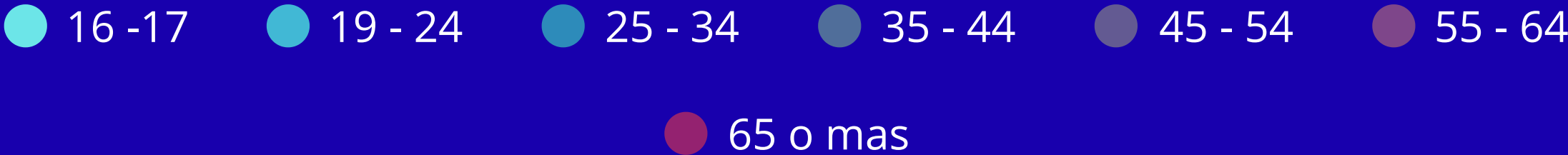
Intención de Voto por Partido o Fuerza según edades



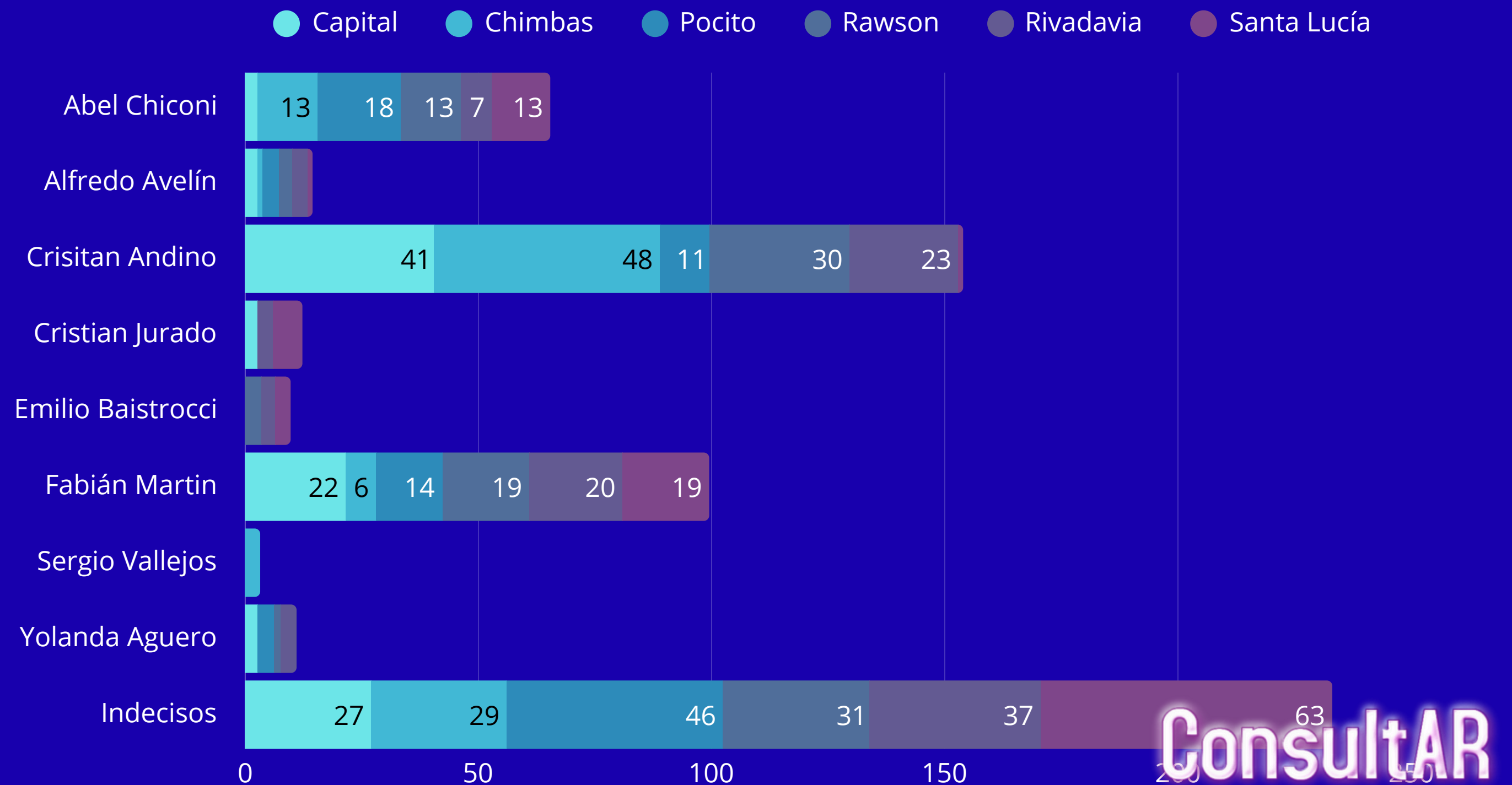
Intención de Voto por Candidatos cabeza de fórmulas



Intención de Voto por Candidatos cabeza de fórmulas según edades



Intención de Voto por Candidatos cabeza de fórmulas según departamento



Conclusiones

El relevamiento de ConsultAR Estrategias ofrece una fotografía precisa del escenario político sanjuanino.

Con un margen de error de $\pm 4,9$ % y un muestreo estratificado por sexo, edad y departamento, los resultados reflejan tendencias sólidas en torno a tres ejes: evaluación de gestiones, imagen de dirigentes e intención de voto.

1. Evaluación de las gestiones Nacionales y provinciales

La gestión del presidente Javier Milei presenta una imagen predominantemente negativa:

- 38,5 % la califica como muy mala
- 14,4 % como mala
- → En conjunto, más del 50 % expresa desaprobación.
- Solo el 26,9 % la evalúa entre buena y muy buena.
- Esta tendencia indica un desgaste temprano del oficialismo nacional, especialmente en provincias del interior con base productiva y dependencia del gasto público.

La gestión del gobernador Marcelo Orrego, en cambio, obtiene una valoración más equilibrada:

- 34,7 % la considera buena,
- 28,5 % regular,
- y un 18,8 % muy buena,
- mientras que apenas 17,9 % la evalúa negativamente (mala o muy mala).

En términos netos, la gestión provincial muestra saldo positivo, con mayor aceptación que rechazo.

Esto consolida a Orrego como actor con capital político propio, desligado de la dinámica nacional.

El contraste entre ambas gestiones señala una brecha creciente entre la valoración nacional y la provincial.

El electorado sanjuanino diferencia claramente la administración local de la nacional, lo que abre margen para que las fuerzas provinciales construyan identidad y discurso propio sin arrastre negativo del gobierno central.

ConsultAR
Estrategias

2. Imagen de los principales candidatos

El bajo nivel de conocimiento de gran parte de los dirigentes sugiere que la elección aún está abierta y que la construcción de visibilidad será clave en las próximas semanas.

Las campañas deberán priorizar reconocimiento y diferenciación por sobre el debate ideológico, especialmente fuera del Gran San Juan.

3. Intención de voto por partido o fuerza política

La dispersión de voto y el peso del electorado independiente refuerzan la idea de que no hay hegemonía partidaria, y que la decisión final dependerá de campañas de proximidad y conexión emocional.

La frase “no voto partidos, voto personas” señala un electorado desideologizado, pragmático y evaluador, más influido por la imagen individual y la confianza personal que por estructuras partidarias.

4. Intención de voto por candidato

En términos individuales, Cristian Andino lidera la preferencia con cerca de, seguido por Fabián Martín. En un segundo pelotón aparecen Abel Chiconi y Alfredo Avelín y los restantes por debajo del 2 %.

Los indecisos representan más de un tercio del electorado, reafirmando la necesidad de una comunicación dirigida y segmentada.

Por edades:

Los jóvenes (18–34) muestran mayor dispersión, con presencia de fuerzas libertarias e independientes.

Los adultos medios (35–54) se concentran en las opciones de Fuerza San Juan y Por San Juan.

Los mayores de 55 se inclinan más por candidaturas tradicionales y de arraigo provincial, como la Cruzada Renovadora.

Por territorio:

Rawson, Capital y Chimbass concentran la mayor densidad de casos y definen la tendencia general.

En departamentos periféricos predomina el desconocimiento y la ausencia de presencia territorial de las fuerzas menores.

Conclusiones Estratégicas

1. Desaprobación nacional y balance local positivo:

El contraste entre la gestión Milei (negativa) y la de Orrego (positiva) abre un escenario de provincialización del voto.

Las campañas que logren despegar su identidad de la coyuntura nacional tendrán ventaja.

2. Alta indecisión y personalización del voto:

El 30 % sin definición partidaria obliga a estrategias basadas en liderazgo, cercanía y confianza personal, más que en etiquetas políticas.

3. Espacio para crecimiento de figuras emergentes:

El alto desconocimiento de la mayoría de los candidatos permite crecer en intención de voto con buena comunicación y recorrido territorial.

4. Predominio de electorados medios urbanos:

Los segmentos de 25-54 años y los departamentos del Gran San Juan concentran la batalla electoral.

Las estrategias digitales y de contacto directo deben priorizar estos públicos.

5. La Cruzada Renovadora y otras fuerzas chicas conservan espacio en el voto identitario tradicional, aunque necesitan mayor visibilidad y mensaje diferenciado para captar electorado joven.

Síntesis final

El estudio muestra una provincia que diferencia gestión nacional y provincial, con una opinión pública fragmentada, demandante de cercanía y credibilidad personal.

Ninguna fuerza logra consolidar mayoría propia; la elección legislativa se definirá por la capacidad de cada espacio para construir identidad, empatía y presencia territorial efectiva en las próximas semanas.

ConsultAR
Estrategias