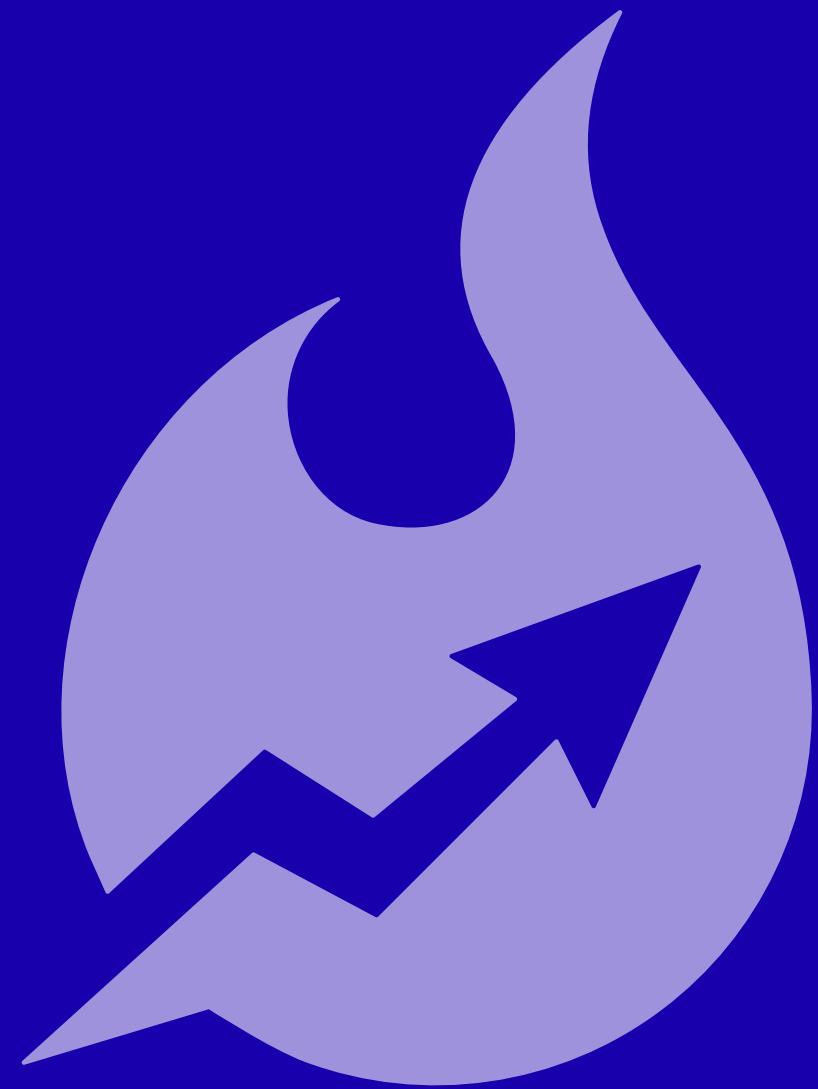


# ConsultAR Estrategias



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:**

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

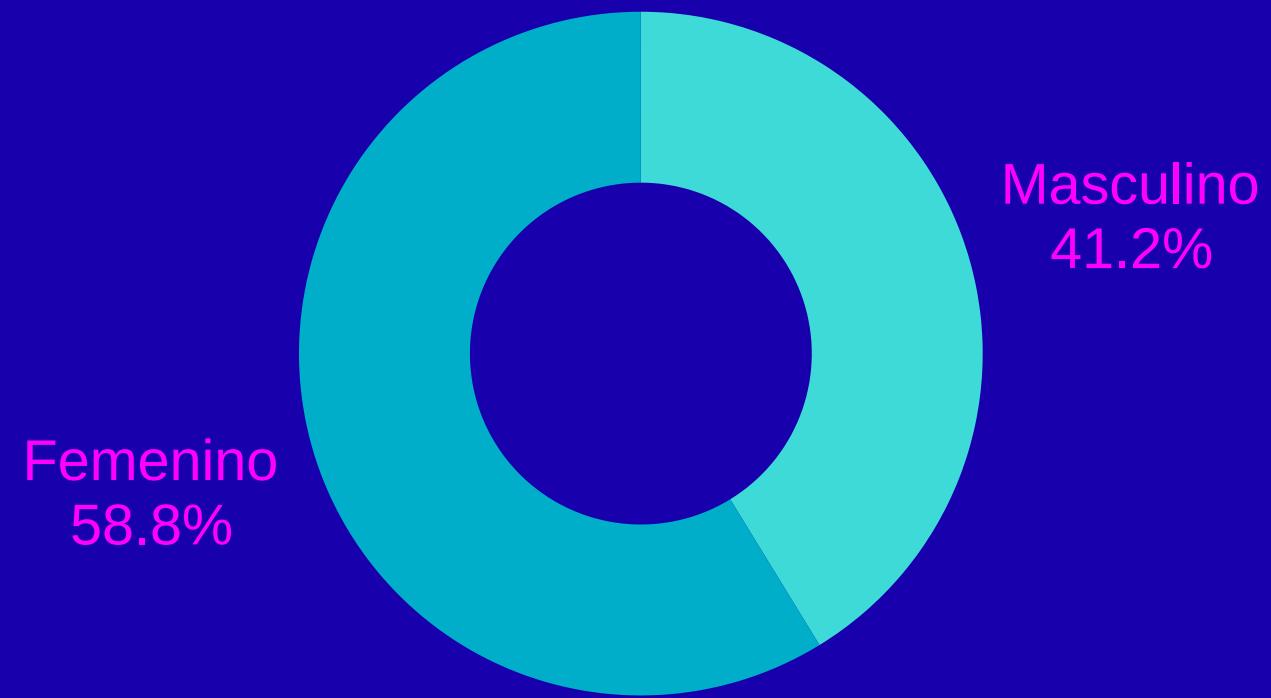
**Donde:**

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

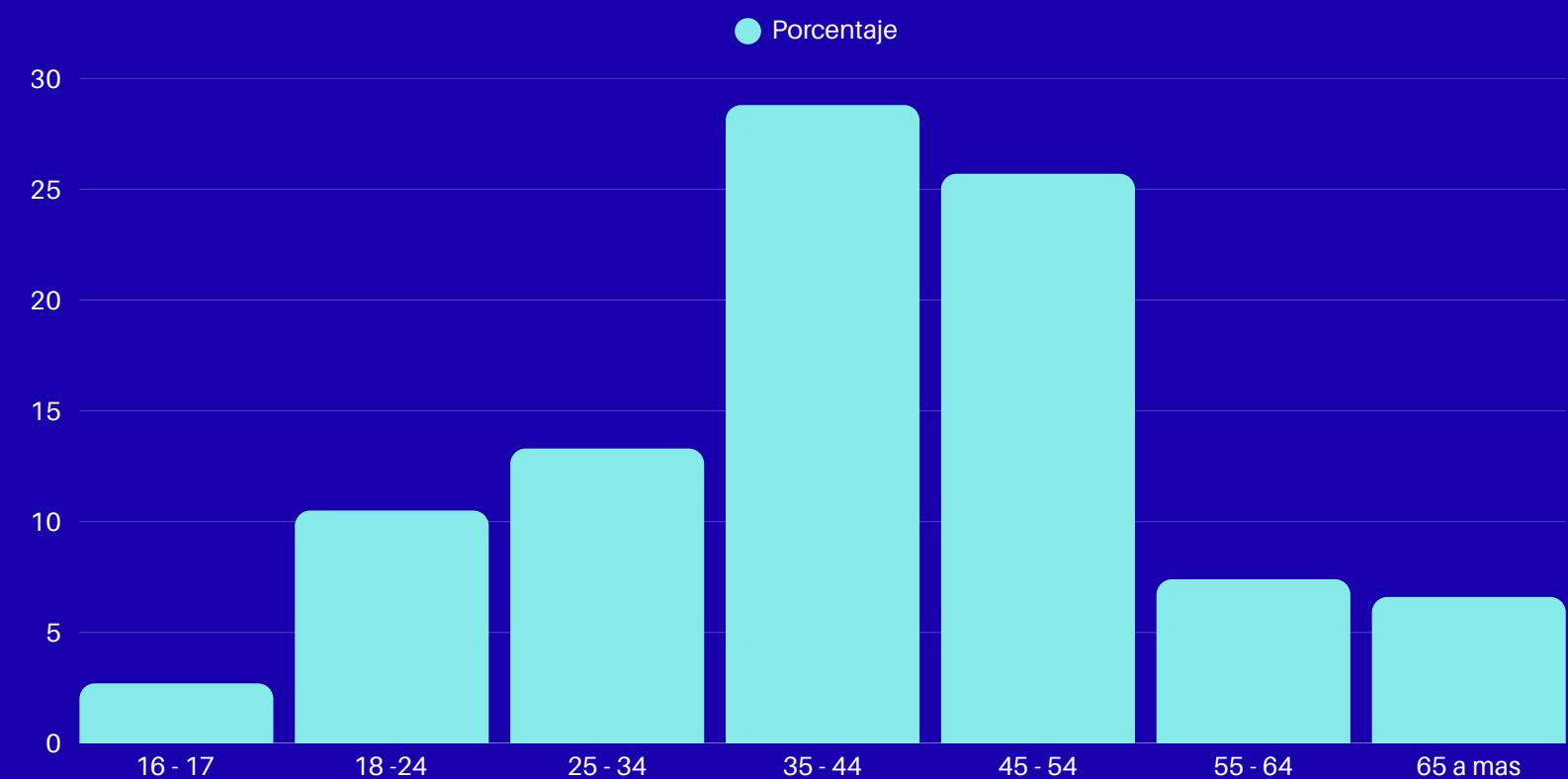
**Ponderación:** Los resultados fueron ajustados por cuotas de sexo, edad y departamento.

# Datos de la encuesta

## DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO

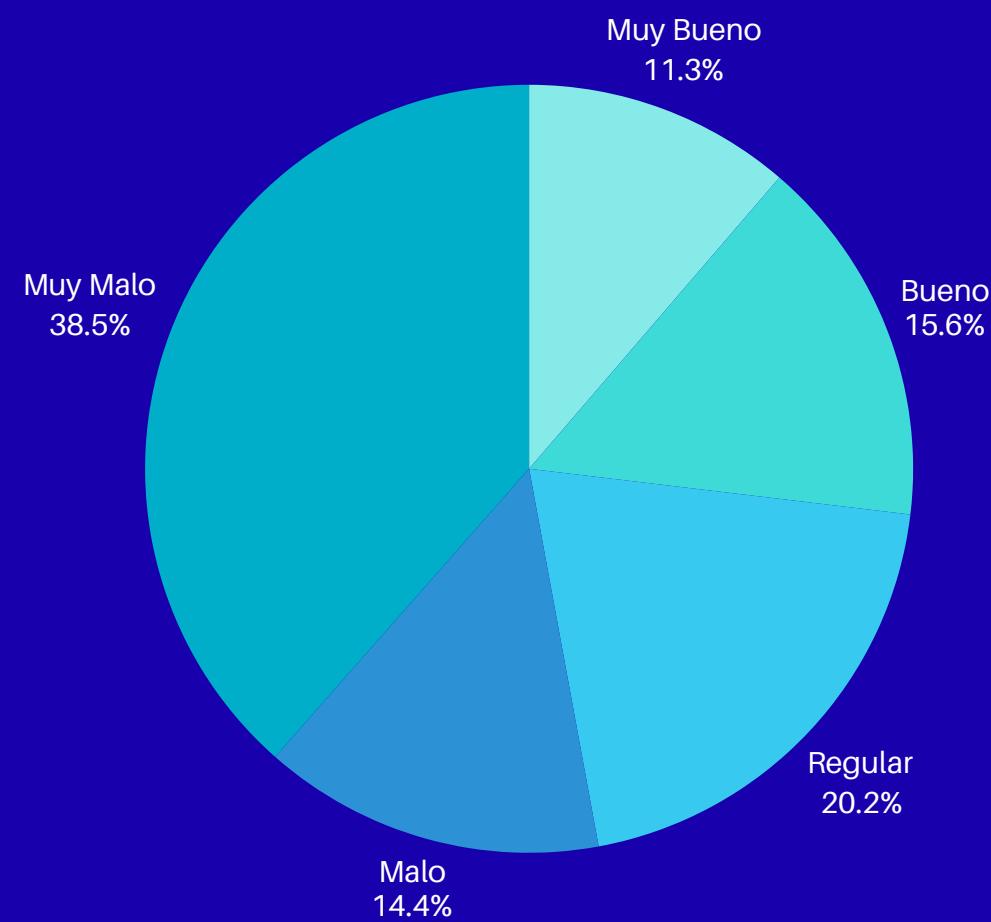


## DISTRIBUCIÓN POR EDAD

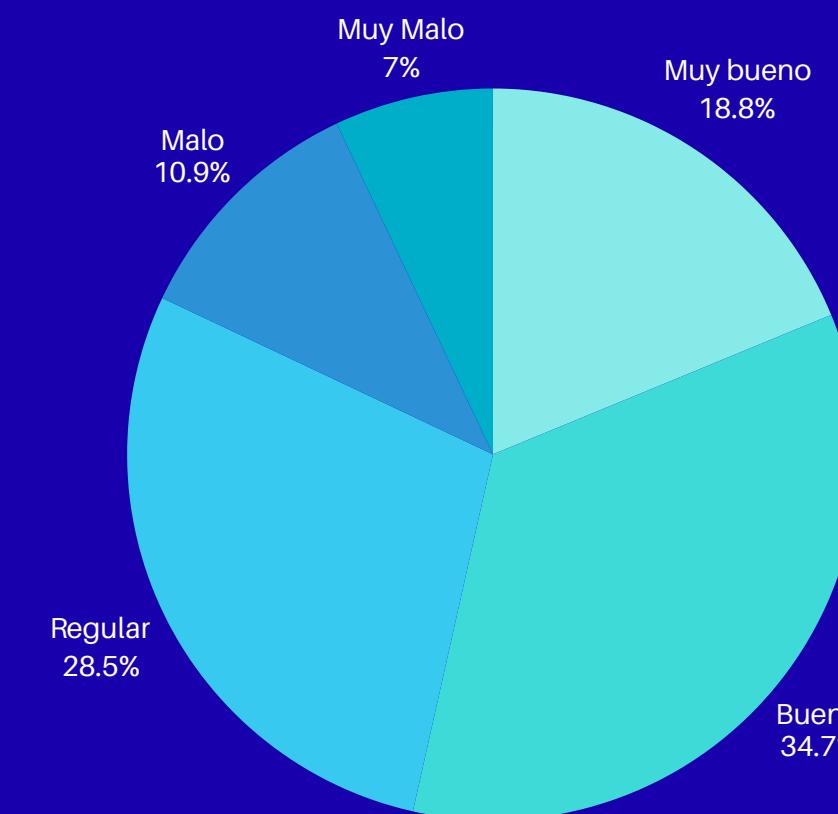


# Gestión nacional y Provincial

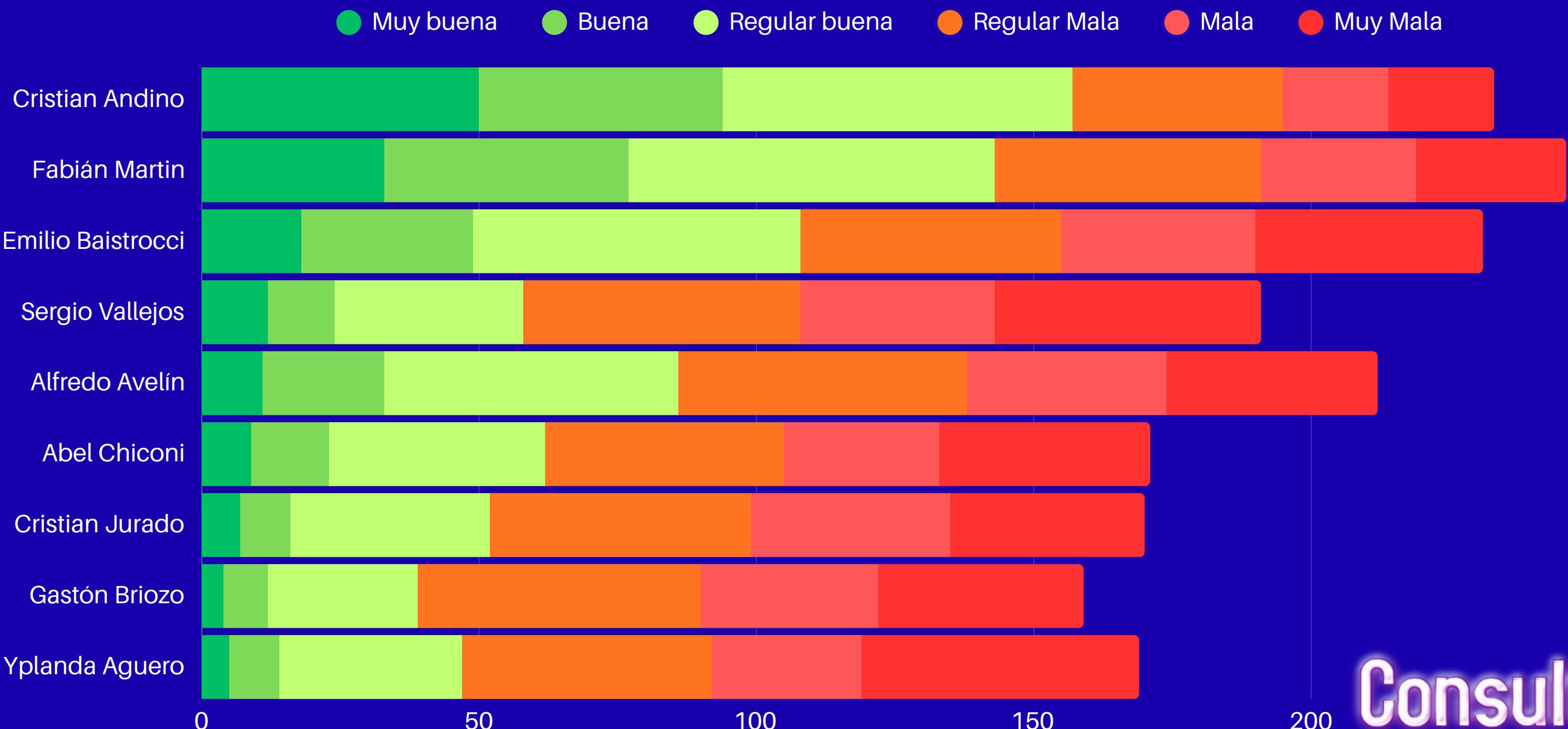
## GESTIÓN DEL PRESIDENTE JAVIER MILEI



## GESTIÓN DEL GOBERNADOR MARCELO ORREGO

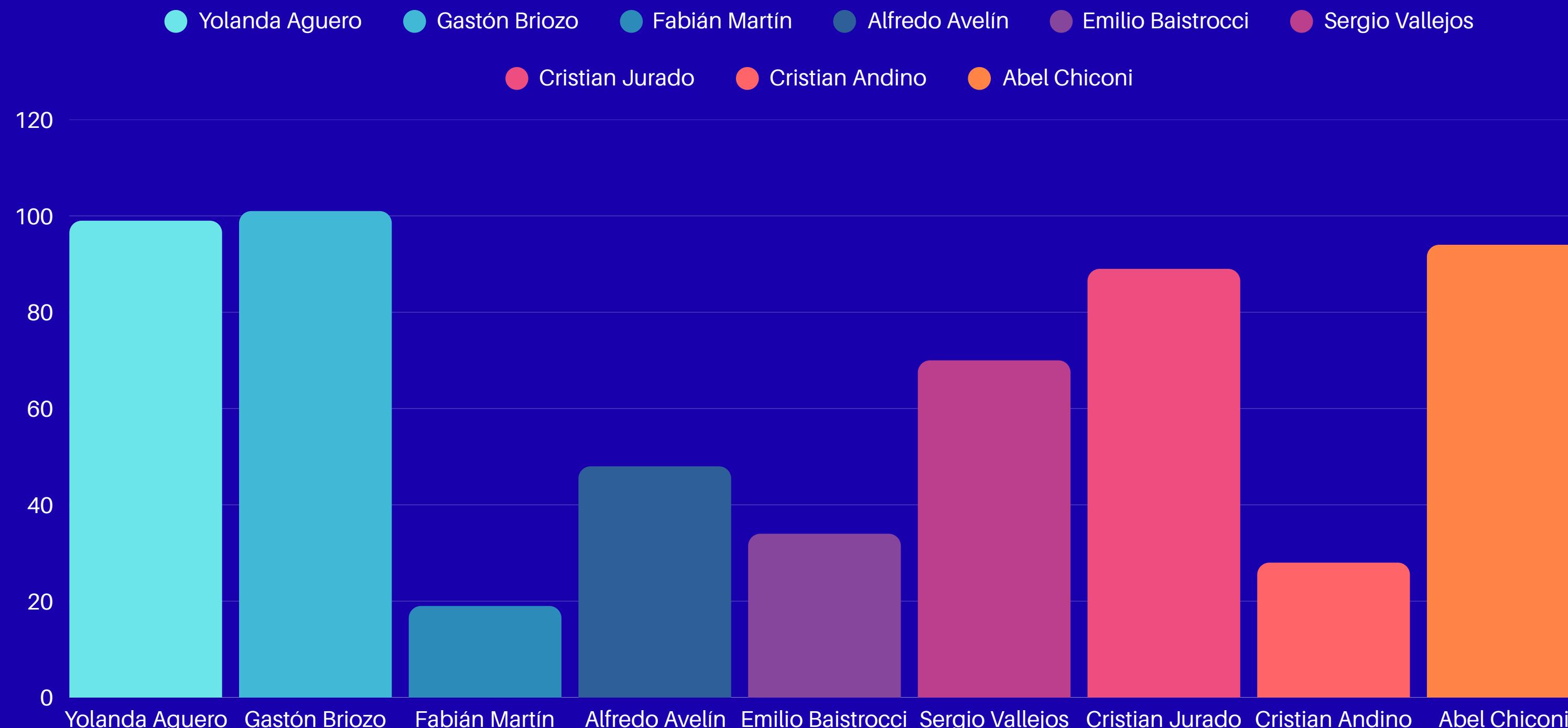


# Imagen de los Principales Candidatos

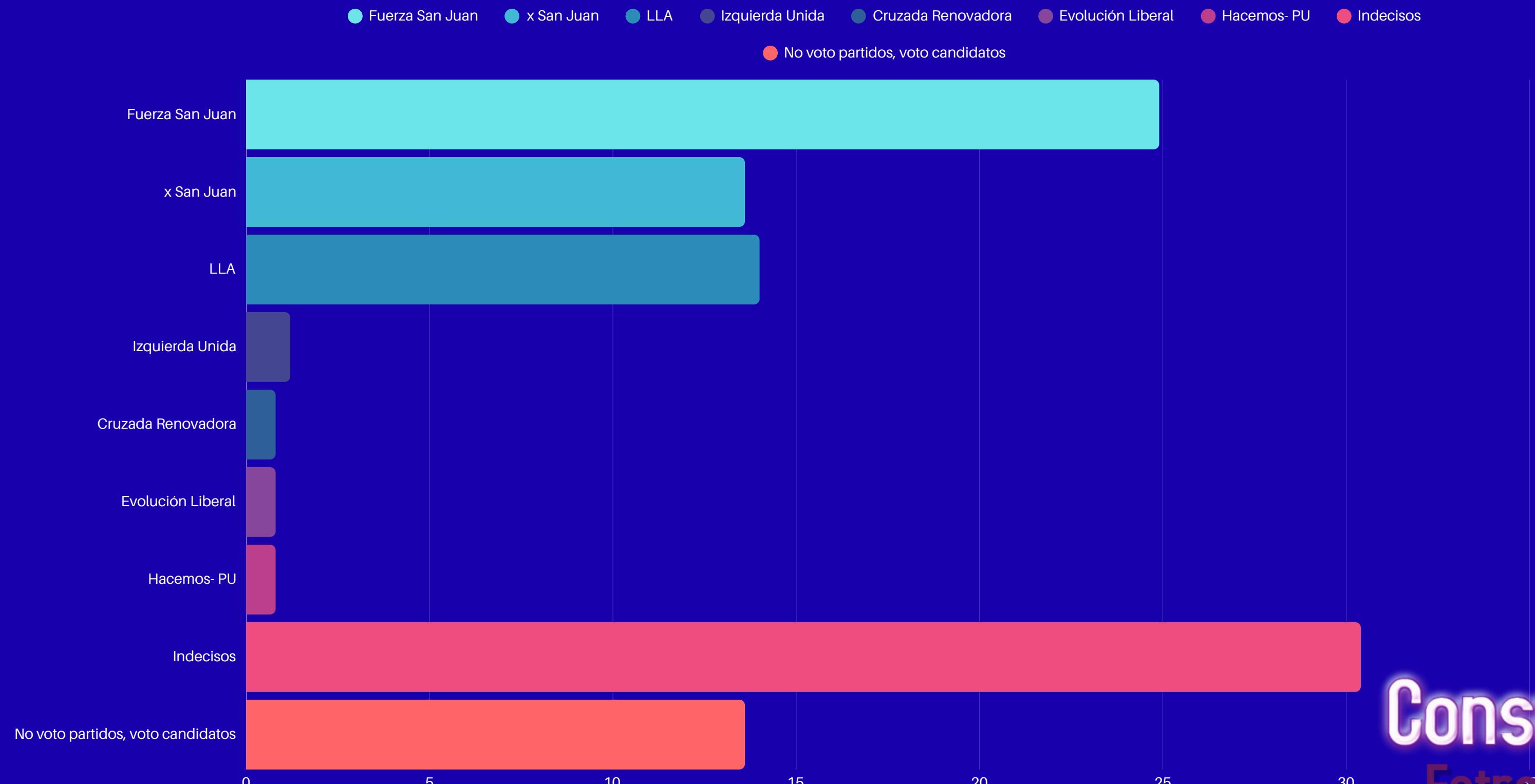


ConsultAR  
Estrategias

# Nivel de desconocimiento de candidatos

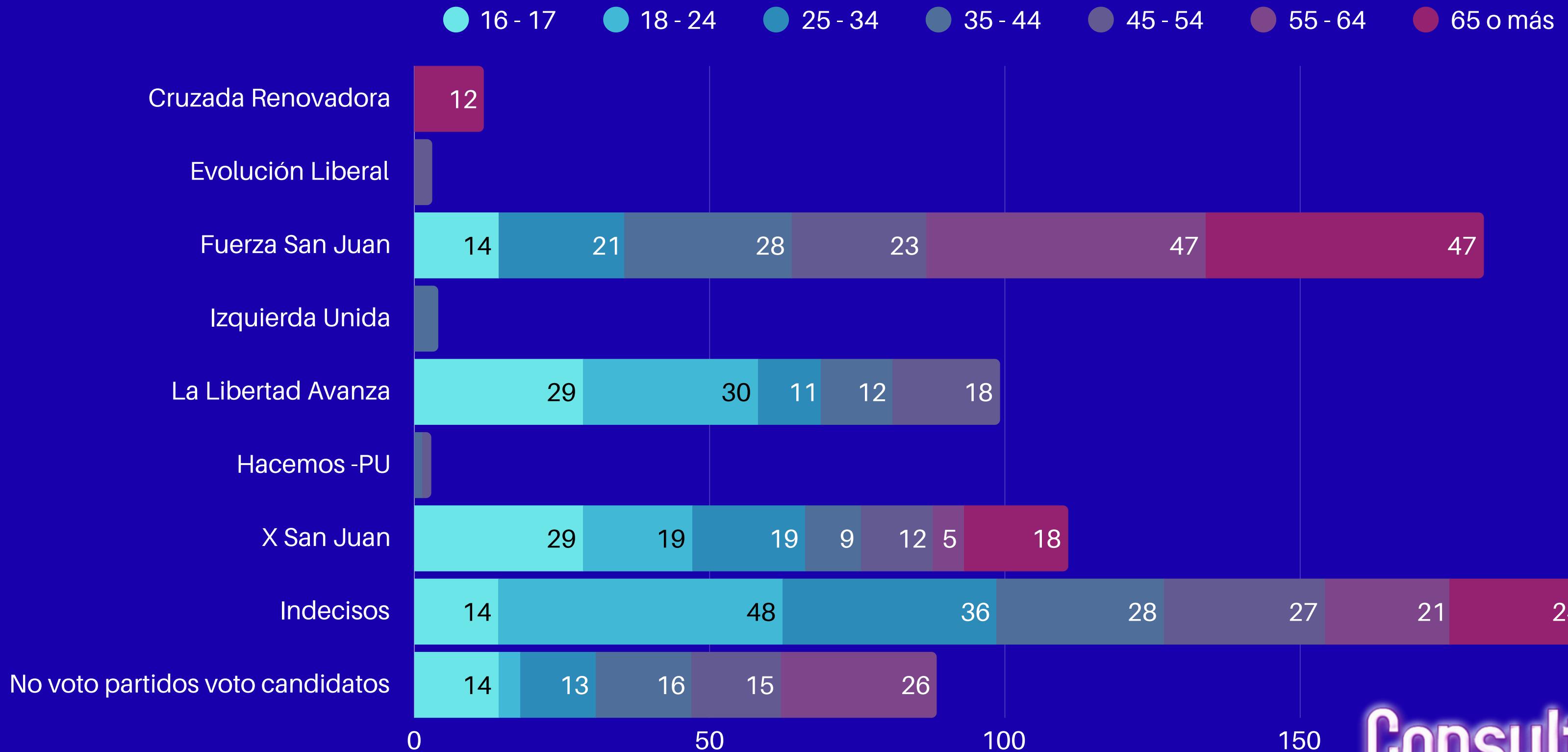


# Intención de Voto por Partido o Fuerza

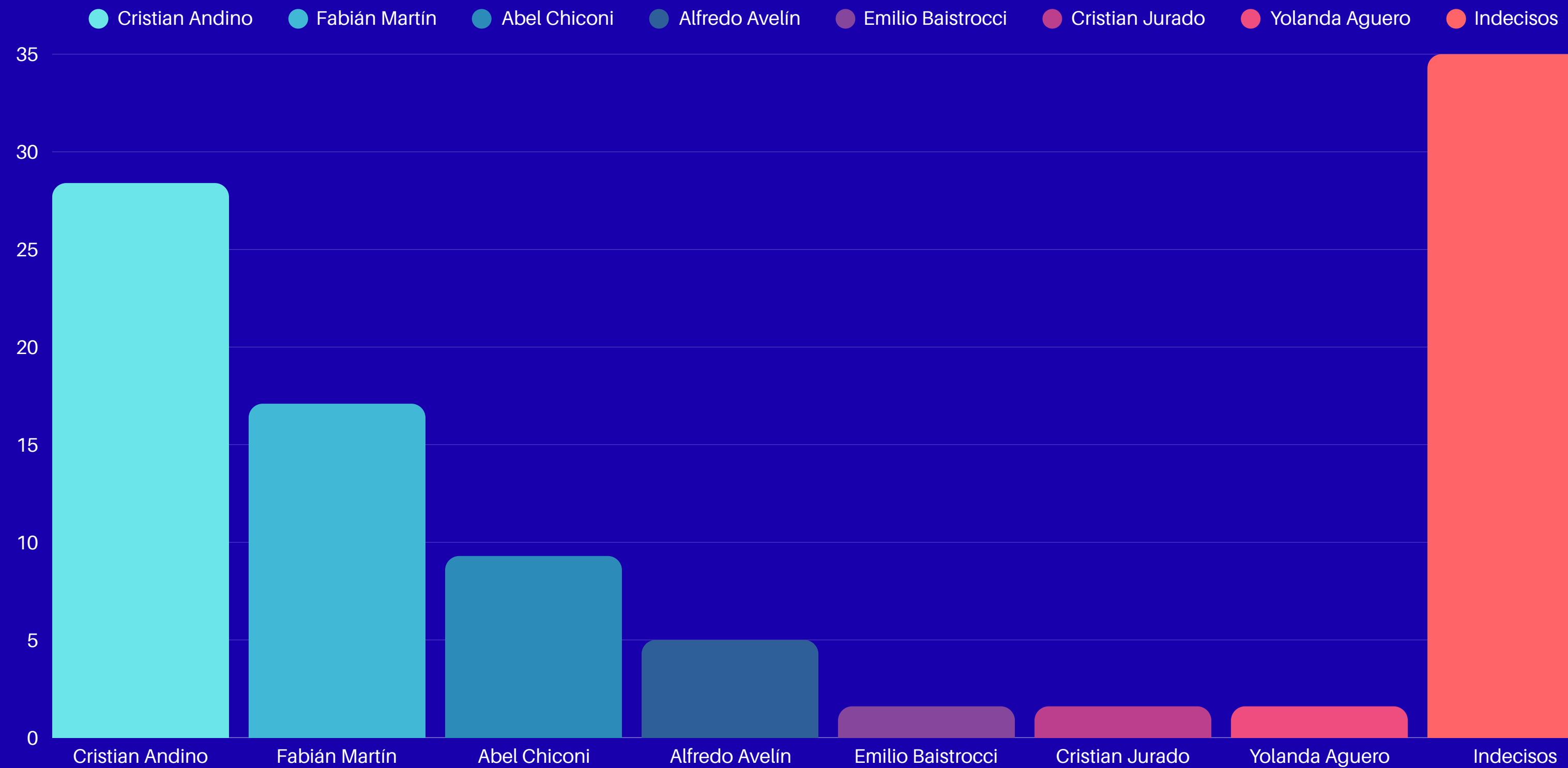


ConsultAR  
Estrategias

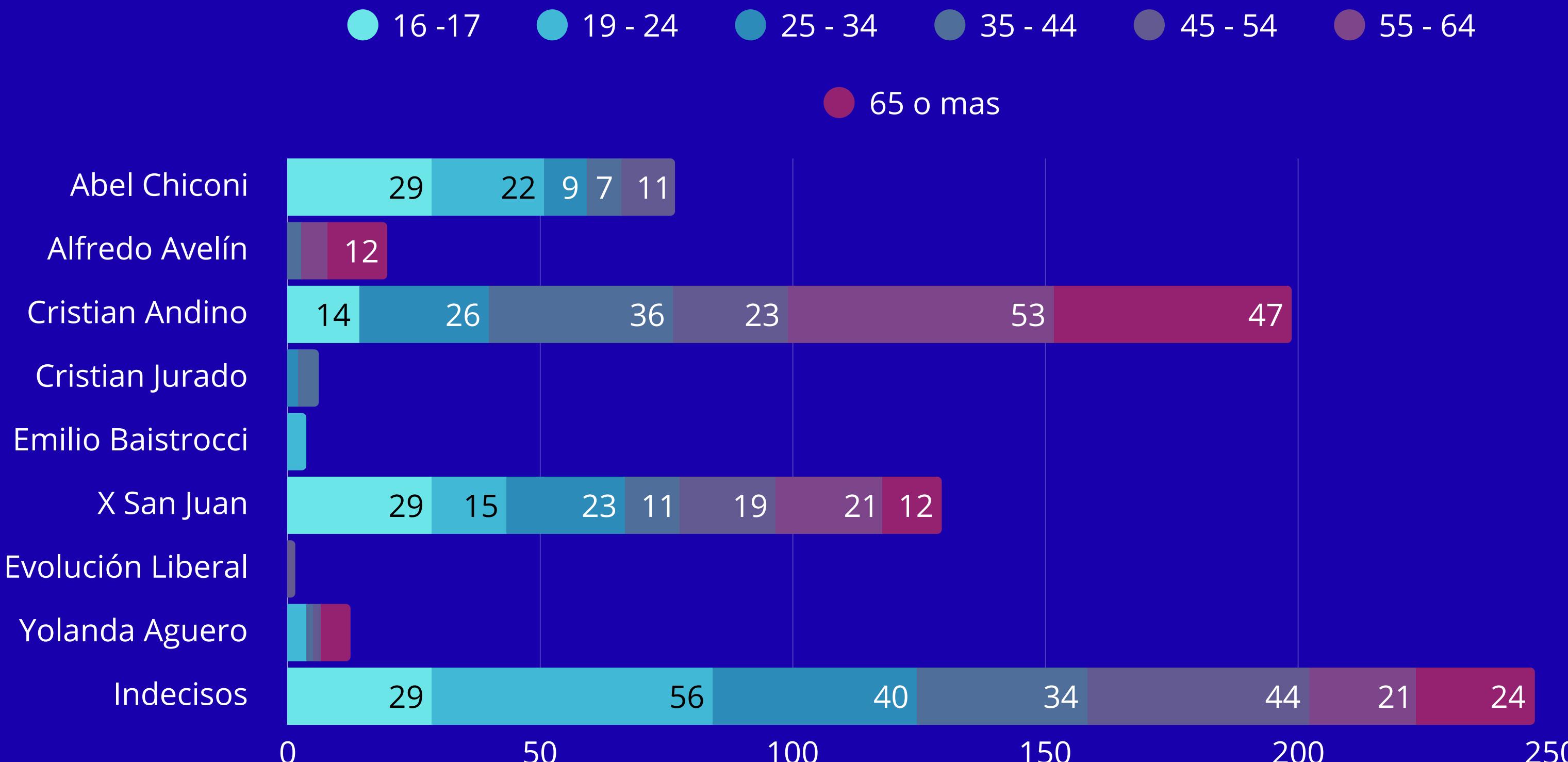
# Intención de Voto por Partido o Fuerza según edades



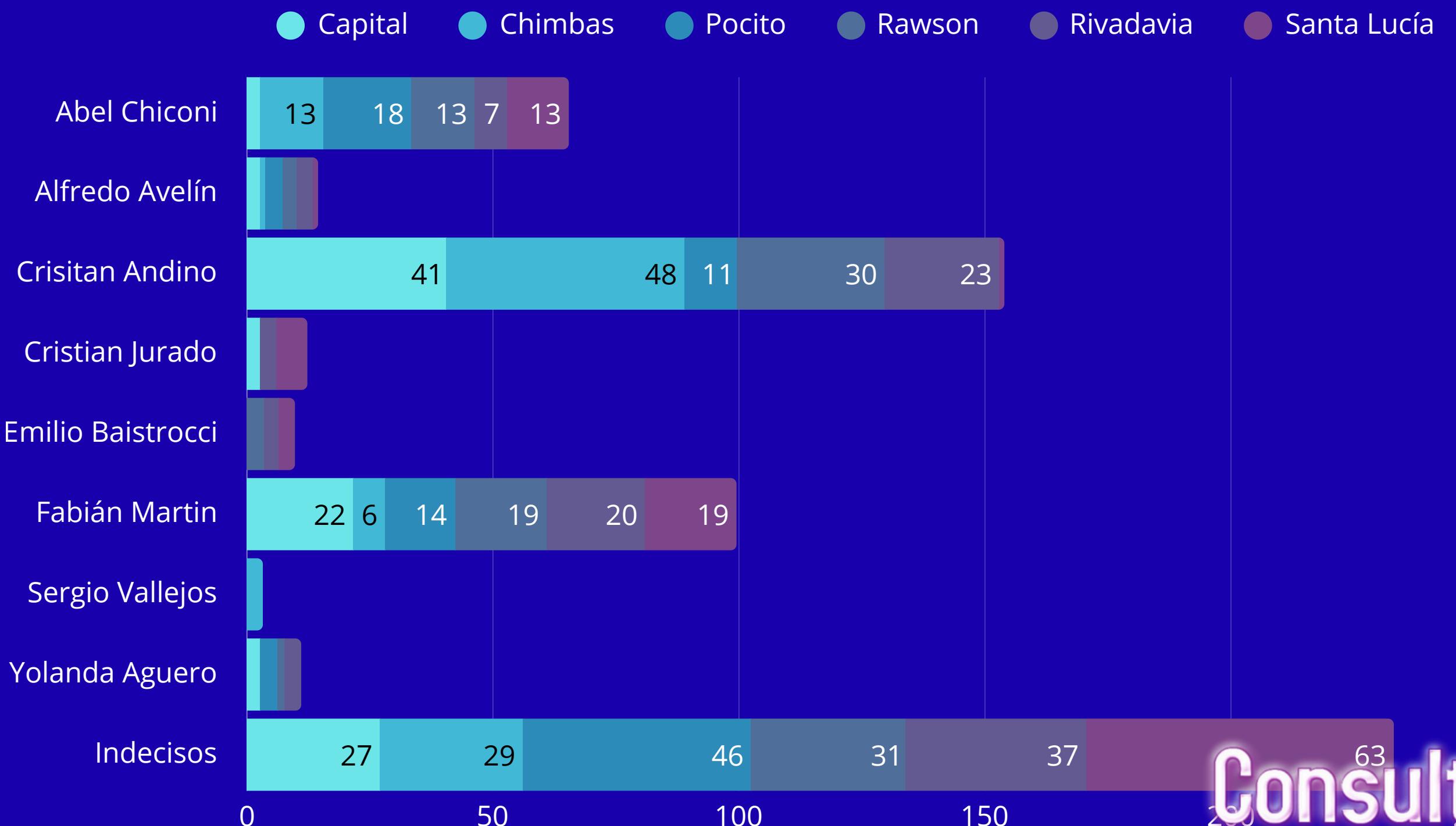
# Intención de Voto por Candidatos cabeza de fórmulas



# 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 ±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.

## **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 Chibas 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.