

A Pesar de la Falta de Familiaridad, 54% de los Americanos Apoya la Confirmación de Sotomayor

Hispanos Respaldan la Nominación



Ipsos Public Affairs

Fecha de Divulgación al Público: Junio 12, 2009, 6:00 am EST

Ipsos Public Affairs es una organización de prácticas de investigación basadas en encuestas, sin afiliación política y objetiva formada por profesionales con experiencia.

Llevamos a cabo iniciativas de investigación estratégica para una variedad de organizaciones estadounidenses e internacionales basadas no solamente en la investigación de la opinión pública sino también en la investigación de la opinión de interesados de elite, de empresas y de medios de comunicación.

Ipsos Public Affairs realiza sondeos de opinión pública nacionales e internacionales para The McClatchy Company, la tercera compañía de periódicos más grande en los Estados Unidos. Una editorial líder de periódicos e Internet, dedicada a los valores de periodismo de calidad, libre expresión y servicio a la comunidad. Construyendo sobre un legado de independencia de 151 años, los periódicos y páginas Web de la compañía son firmes defensores de los valores de la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos y de las comunidades a las que sirven.

Ipsos Public Affairs es miembro de Ipsos Group, una compañía de investigación de mercados basada en encuestas líder a nivel mundial. Brindamos servicios personalizados a clientes y trabajamos conjuntamente con ellos, a la vez que realizamos estudios globales.

Para obtener más información, visite: www.ipsos-pa.com

Para obtener copias de otras publicaciones de noticias, visite: www.ipsos-na.com/news/.

A Pesar de la Falta de Familiaridad, 54% de los Americanos Apoya la Confirmación de Sotomayor

Hispanos Respaldan la Nominación

Washington, DC – A pesar que la mayoría de los americanos todavía se están formando una idea acerca de la nominada del presidente Obama, la mayoría (54%) dice que el senado debe votar para confirmar a Sonia Sotomayor como jueza del Tribunal Supremo, incluyendo 40% que está firmemente convencido. Solo uno en cinco americanos (21%) dice que el senado no debería votar para confirmar su nominación. Un cuarto de los adultos esta no está seguro (26%).

- Entre los hispanos, tres cuartos (74%) dice que el senado debe votar para confirmar a Sotomayor, incluyendo 64% que está firmemente convencido. Solo 9% cree que ella no debe ser confirmada como jueza del Tribunal Supremo, y 18% no está seguro.
- Cerca de tres cuartos de los demócratas dice que el senado debe votar para confirmarla como jueza del Tribunal Supremo (74% vs. 8% que está en contra y 18% que no está seguro). Mas independientes están a favor de su confirmación que en contra (41% vs. 19%), pero 40% no se ha decidido. Entre los republicanos, solo cuatro de cada diez (41%) se opone a su confirmación mientras 29% la respalda y 30% no está seguro.

Mientras la mayoría de los americanos (55%) dice que hasta ahora no ha escuchado suficiente acerca de Sonia Sotomayor (la nominada del Presidente Obama el Tribunal Supremo) para haber formado una opinión acerca de ella, aquellos que tienen una impresión favorable duplican a los que tienen una impresión desfavorable (29% vs. 14%).

- Entre los hispanos, 51% tiene una impresión favorable de Sonia Sotomayor y solo 4% una impresión desfavorable, mientras 44% todavía necesita más información antes de formarse una opinión.
- Existen claras diferencias entre los partidos. Mientras 42% de los demócratas ve la nominada del presidente Obama favorablemente, solo 22% de los independientes y 11% de los republicanos está de acuerdo.
- Aquellos con mayor probabilidad de tener una impresión favorable de Sotomayor incluyen personas con título universitario (41% vs. 17% con una impresión desfavorable), y adultos de 55 años o mas (36% vs. 13% con una impresión desfavorable).
- A pesar que es menos probable que los adultos menores de 35 años vean a Sotomayor de forma favorable a los adultos mayores de 35 (23% vs. 31%), es *mas* probable que digan que ella debe ser confirmada como jueza del Tribunal Supremo (62% vs. 50%).

De forma consistente con el apoyo a su confirmación, mas americanos dicen que si los senadores republicanos se oponen masivamente a la nominación de Sonia Sotomayor a la Corte Suprema de los Estados Unidos, tendrían una opinión menos favorable acerca del partido republicano (37%) que aquellos que dicen que tendrían una opinión mas favorable (24%). Más de un tercio dice que no impactaría su opinión (31%) o no estar seguro (8%).

- Entre los republicanos, solo 36% tendría una mejor opinión de su propio partido si los senadores republicanos se movilizan para bloquear la confirmación de Sotomayor, mientras 20% dice que de hecho esto haría que vieran su propio partido de forma menos favorable.

Otros dicen que esto no impactaría la forma en la que ven a su partido (36%) o no estar seguros (7%).

- Entre los independientes, 33% vería el partido republicano de forma menos favorable mientras 19% lo vería de forma más favorable. Casi la mitad dice que no impactaría de ninguna forma (35%) o no estar seguro (13%).
- Entre los hispanos, 42% dice que tendría una opinión *menos* favorable del partido republicano si los senadores de este partido se opusieran a la nominación de Sotomayor y 20% dice que tendrían una opinión *mas* favorable del partido republicano en caso de oponerse a su nominación. Otros dicen que esto no impactaría su opinión acerca del partido republicano (28%) o que no están seguros (10%).

Estos son algunos de los resultados de dos encuestas realizada por Ipsos. La encuesta principal fue realizada entre el 4 y el 8 de Junio de 2009 a una muestra representativa a nivel nacional de 1,000 adultos de 18 años de edad en adelante, seleccionados de manera aleatoria en los Estados Unidos y entrevistados por Ipsos. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de ± 3.1 puntos porcentuales, 19 de cada 20 veces, de lo que hubiese sido si se hubieran encuestado todos los adultos en los Estados Unidos.

Los resultados entre los hispanos están basados en una encuesta realizada entre Mayo 28 y Junio 8 a una muestra representativa nacional de 505 hispanos de 18 años de edad en adelante, entrevistados telefónicamente a través de una encuesta del U.S. Hispanic Omnibus de Ipsos. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de ± 4.36 puntos porcentuales, 19 de cada 20 veces, de lo que hubiese sido si se hubieran encuestado todos los hispanos adultos en los Estados Unidos.

Todas las encuestas y sondeos de opinión pueden estar sujetos a fuentes de error adicionales, incluyendo, pero no limitándose a errores en cubrimiento y medición. Estos datos fueron ponderados para asegurar que la composición de la muestra refleje la composición de la población de los Estados Unidos de acuerdo con información del Censo de los Estados Unidos. En ambos sondeos, los encuestados tuvieron la opción de ser entrevistados en ingles o en español.



###

Para obtener más información acerca de esta publicación, contáctese con:

Clifford Young
Senior Vice President
Ipsos Public Affairs
312.777.3911

Clifford.Young@Ipsos.com

Las publicaciones están disponibles en: <http://www.ipsos-na.com/news/>

Acerca de Ipsos

Ipsos es una compañía líder a nivel mundial en el sector de investigación de mercados basada en encuestas, de propiedad y dirigida por profesionales de la investigación que ayuda a interpretar, simular y anticipar las necesidades y respuestas de los consumidores, clientes y ciudadanos de todo el mundo. Las compañías miembro evalúan el potencial e interpretan las tendencias del mercado para desarrollar y probar productos o servicios, existentes o emergentes, y para desarrollar marcas. También prueban distintas formas de publicidad y estudian las respuestas de la audiencia en diferentes medios de comunicación, y miden la opinión pública en todo el mundo. Ayudan a los clientes a construir relaciones a largo plazo con sus clientes, interesados u otras comunidades de usuarios. Las compañías miembro de Ipsos ofrecen experiencia en publicidad, fidelización de clientes, marketing, medios de comunicación e investigación en relaciones públicas, así como también en pronósticos, planificaciones y asesoramiento, y ofrecen una línea completa de productos y servicios personalizados, distribuidos, ómnibus, de panel y en línea liderados por expertos en la industria y avalados por análisis y metodologías de avanzada. La compañía se fundó en 1975 y cotiza en bolsa desde 1999. En el año 2008, Ipsos tuvo un ingreso global de € 979.3 millones (USD \$ 1.34 mil millones). Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.