

La Aprobación del Presidente Obama entre los Hispanos Cae Seis Puntos desde Junio

***La Tasa de Aprobación del 56% Entre los Hispanos es Solo
Nueve Puntos Mayor que la Tasa de Aprobación Entre la
Población General***



Ipsos Public Affairs

Fecha de Divulgación al Publico: Diciembre 22, 2011 6:00 am EST

Ipsos Public Affairs es una organización de prácticas de investigación basadas en encuestas, sin afiliación política, objetiva, y 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 entre los Hispanos que habitan en los Estados Unidos para Telemundo. 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, mientras realizamos estudios a escala global.

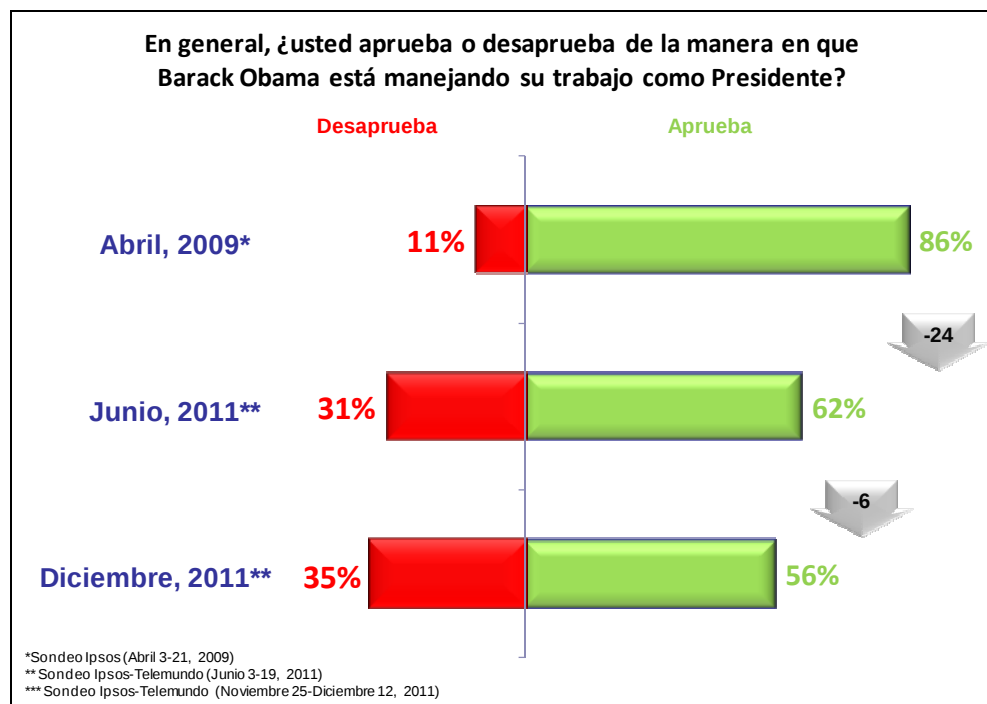
Para obtener más información, visite: www.ipsos-pa.com

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

La Aprobación del Presidente Obama entre los Hispanos Cae Seis Puntos desde Junio

La Tasa de Aprobación del 56% Entre los Hispanos es Solo Nueve Puntos Mayor que la Tasa de Aprobación Entre la Población General – Una Reducción de Tres Puntos desde Junio

New York, NY – Los resultados de un reciente sondeo Ipsos-Telemundo indican que un poco más de la mitad de los adultos hispanos en los Estados Unidos (56%) aprueba de la forma en que Barak Obama está haciendo su trabajo como presidente, mientras que el 35% desaprueba. Aunque todavía representan una mayoría, la proporción de hispanos que aprueben como el presidente Obama está haciendo su trabajo sigue reduciéndose. En el sondeo previo de Ipsos-Telemundo, publicado en Junio de 2011, la aprobación del presidente Obama era del 62%. Los resultados de la medición de Junio ya representaban una caída considerable desde Abril de 2009, cuando la aprobación del presidente entre los hispanos era del 86%. Desde Abril 2009, cuando el presidente marcó sus primeros 100 días en el cargo, su aprobación entre los hispanos ha caído 30 puntos porcentuales.



Los Hispanos Parecen estar más Desilusionados que el Público en General

Si bien la tasa de aprobación del presidente Obama entre los hispanos continúa siendo más alta que entre el público en general de los EE.UU. (56% vs 47%), la diferencia entre ambos grupos se redujo en tres puntos porcentuales desde junio de 2011 (62% vs 50%, respectivamente), y en 14 puntos porcentuales en comparación con abril de 2009 (86% vs 72%). La diferencia entre los



hispanos y los adultos de la población en general que aprueban el desempeño del presidente Obama se ha reducido de 23 puntos en abril de 2009, a 12 puntos en junio de 2011, a sólo nueve puntos en diciembre de 2011. Estos resultados sugieren que mientras que la aprobación del presidente Obama ha estado disminuyendo desde que asumió el cargo, la desilusión entre los hispanos es más pronunciada que entre el público en general.

Sin embargo, diferencias interesantes surgen al comparar a quienes aprueban y desaprueban *fuertemente* el desempeño del presidente. Mientras que la proporción de los hispanos y los adultos de la población en general que aprueba *fuertemente* de la forma como el presidente Obama está haciendo su trabajo es similar (20% vs 21% respectivamente), existe una diferencia significativa entre ambas audiencias cuando se trata de aquellos que desaprueban *fuertemente*. Mientras que sólo el 14% de los hispanos desaprueban *fuertemente* la forma como el presidente Obama está realizando su trabajo, 32% de los adultos de la población en general lo hace, una diferencia de 18 puntos.

Estos son algunos de los resultados de un sondeo Ipsos-Telemundo realizado entre Noviembre 25 y Diciembre 12 de 2011 a una muestra representativa nacional de 519 Hispanos de 18 años en adelante, entrevistados telefónicamente a través de una encuesta del U.S. Hispanic Omnibus de Ipsos. Los resultados de la población general están basados en un sondeo Ipsos-Reuters realizado entre Diciembre 8 y Diciembre 12 de 2011 con una muestra representativa nacional de 1,102 adultos de 18 años en adelante, entrevistados telefónicamente a través de una encuesta del U.S. Express Telephone Omnibus de Ipsos.

Con muestras de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de ± 4 y 3 puntos porcentuales respectivamente, 19 de cada 20 veces, de lo que hubiese sido si se hubieran encuestado todos los Hispanos adultos y todos los adultos de la población general 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 las muestras refleje la composición de la población de los Estados Unidos de acuerdo con información del U.S. Census Bureau. Para esta encuesta, los encuestados tuvieron la opción de ser entrevistados en inglés o en español.

###

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

***Julio Franco
Senior Research Manager
Ipsos Public Affairs
646-313-6117
Julio.Franco@ipsos.com***

Publicaciones 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, omnibus, 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 2010, Ipsos tuvo un ingreso global de €1,140.8 millones (USD \$ 1.6 mil millones). Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.

Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.