



**MERCADOS &
ESTRATEGIA**
AGENCIA CONSULTORA

Río Negro – junio 2025

Ficha técnica



Fecha del estudio: del 07 al 15 de junio de 2025. **Método:** probabilístico. **Modalidad:** cuantitativo. Sistema CAWI. Reclutamiento en dispositivos geolocalizados. **Muestra:** 893 casos efectivos de personas de la provincia de Río Negro en condición de votar, seleccionadas aleatoriamente, ajustadas por cuotas de edad, sexo y localidad de residencia. **Procesamiento y análisis** desarrollado por Inteligencia Artificial **Margen error** +/- 3,5%. Nivel de confianza 95,5%. **Dirección:** Pablo Gustavo Díaz.



893



50% 50%

Centennials (17-24 años)

22%

Millennials (25-39 años)

32%

Gen X (40-59 años)

31%

Baby Boomers (+60 años)

15%



**MERCADOS &
ESTRATEGIA**
AGENCIA CONSULTORA

ISG Weretilneck, junio 2025

ISG del gobernador de Río Negro Alberto Weretilneck



- El Índice de Sustentabilidad General (ISG) del mes de junio de 2025, profundiza su debilidad: **2,39**.
- 0,30 puntos inferior al último ISG registrado en el mes de diciembre pasado



La imagen personal de Weretilneck es moderadamente valorada. Dentro de esta categoría:

Ítem más aprobado:

Carisma — *46,8% de aprobación*, con un promedio de **2,87**.

Es el atributo más destacado, sugiriendo una percepción positiva de cercanía y estilo personal.

Ítems más cuestionados:

Transparencia — *29,05% de aprobación*.

Honestidad y Credibilidad — ambas rondan entre *29% y 33%*, reflejando una falta de confianza significativa en su integridad moral.

Esta dimensión refleja la evaluación de sus acciones y políticas:

Ítem más aprobado:

Estabilidad política y social — 61,4%, con promedio 3,5.

La gobernabilidad es el punto más fuerte de su gestión, y es una narrativa potente para defenderse de acusaciones de ineficiencia.

Otros puntos moderados:

Se priorizó la obra pública — 44,4%.

Ha mejorado la educación y la salud pública — 38,4%.

Ítems más desaprobados:

Aprovechamiento de Vaca Muerta — solo 26,3% de aprobación.

Ha desarrollado poco el turismo — 28,6%.

Esta categoría mide el alineamiento emocional e identitario con su visión política:

Ítem más aprobado (por lejos):

"Vaca Muerta Sur debe dejar beneficios a los rionegrinos" — 72,8% de aprobación, promedio **3,91**.

Es un mensaje transversal que interpela a votantes de distintas corrientes, incluso a libertarios.

Otros ítems moderados:

La mayor parte de los impuestos se la queda Nación — 44,5%.

Las rutas están destruidas por desinversión nacional — 36,3%.

Ítems con menor afinidad:

Todo lo vinculado a un **"Estado activo"** o una defensa explícita del modelo rionegrino tienen menor aprobación (31-33%).



Conclusión descriptiva

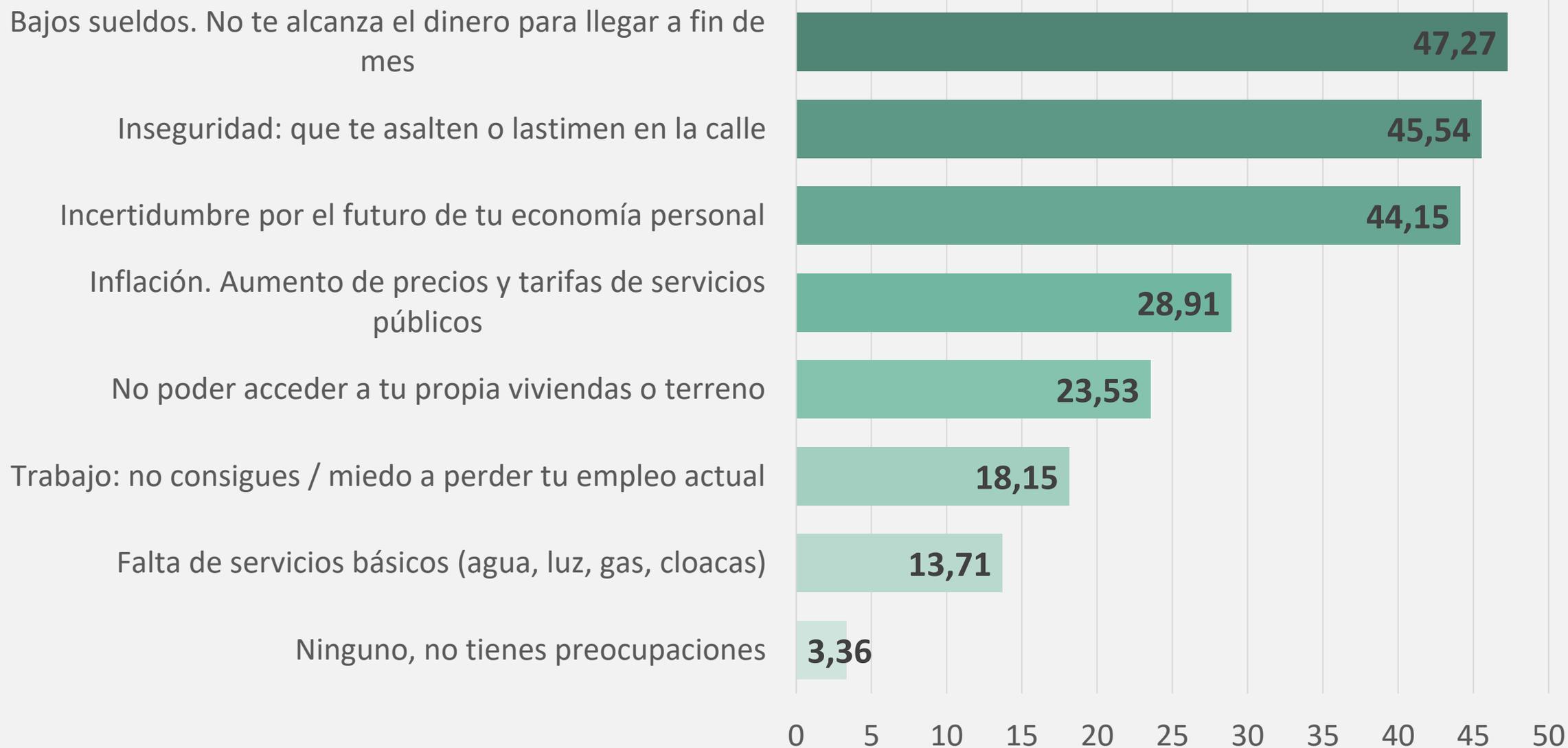
La figura de Weretilneck combina **alta identificación ideológica provincialista, mediano reconocimiento a su gestión institucional**, y una **imagen personal en descenso**, especialmente en los planos de confianza y ética. Esta configuración sugiere una autoridad que conserva legitimidad en su rol estructural, pero cuya conexión subjetiva con la ciudadanía se ha visto afectada en el último semestre.



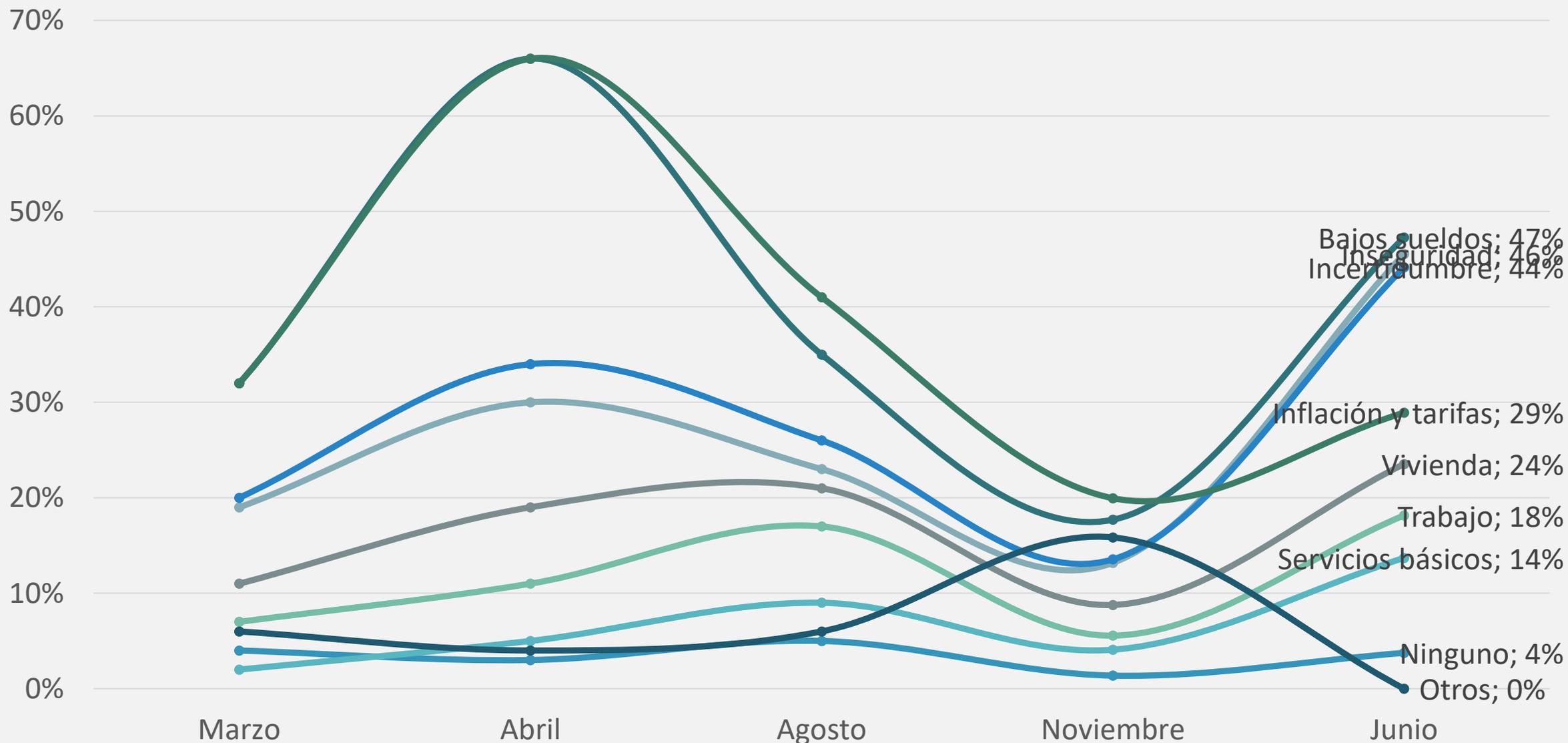
**MERCADOS &
ESTRATEGIA**
AGENCIA CONSULTORA

ANALISIS POLITICO

Principales preocupaciones personales (respuestas múltiples, en %)



Principales preocupaciones personales (serie histórica)



En conjunto, los datos reflejan un contexto social donde conviven inquietudes estructurales de largo plazo con una creciente percepción de problemas cotidianos y urgentes, en un clima generalizado de malestar y vulnerabilidad.

La inseguridad se posiciona como el tema que más creció en centralidad, pasando de representar el 19% de las menciones en marzo 24 a superar el 45% en junio 25. Este aumento sostenido convierte a la inseguridad en la principal preocupación social en la actualidad.

la falta de vivienda y el empleo muestran una presencia estable, con una tendencia al alza que sugiere que siguen siendo dimensiones centrales del malestar cotidiano.

La falta de servicios básicos (agua, luz, gas, cloacas) comenzó como una preocupación marginal (2%) y llega al 13,7% en junio. Puede reflejar problemáticas puntuales de infraestructura en localidades específicas o sensibilidad creciente frente a tarifas y cortes.

Temas coyunturales (del debate publico)



Aprobación a la reforma migratoria para deportar e impedir el ingreso de extranjeros con antecedentes penales.

 **80,8%**

73,3% 

Aprobación a la eliminación de la barrera sanitaria y permitir el ingreso a Río Negro de carne con hueso para bajar los precios de la carne.

Los empresarios son culpables que argentina esté cara porque abusaron al calcular que el dólar se iría a \$3.000 y no a \$1.200 como está actualmente.

 **65,3%**

56,9% 

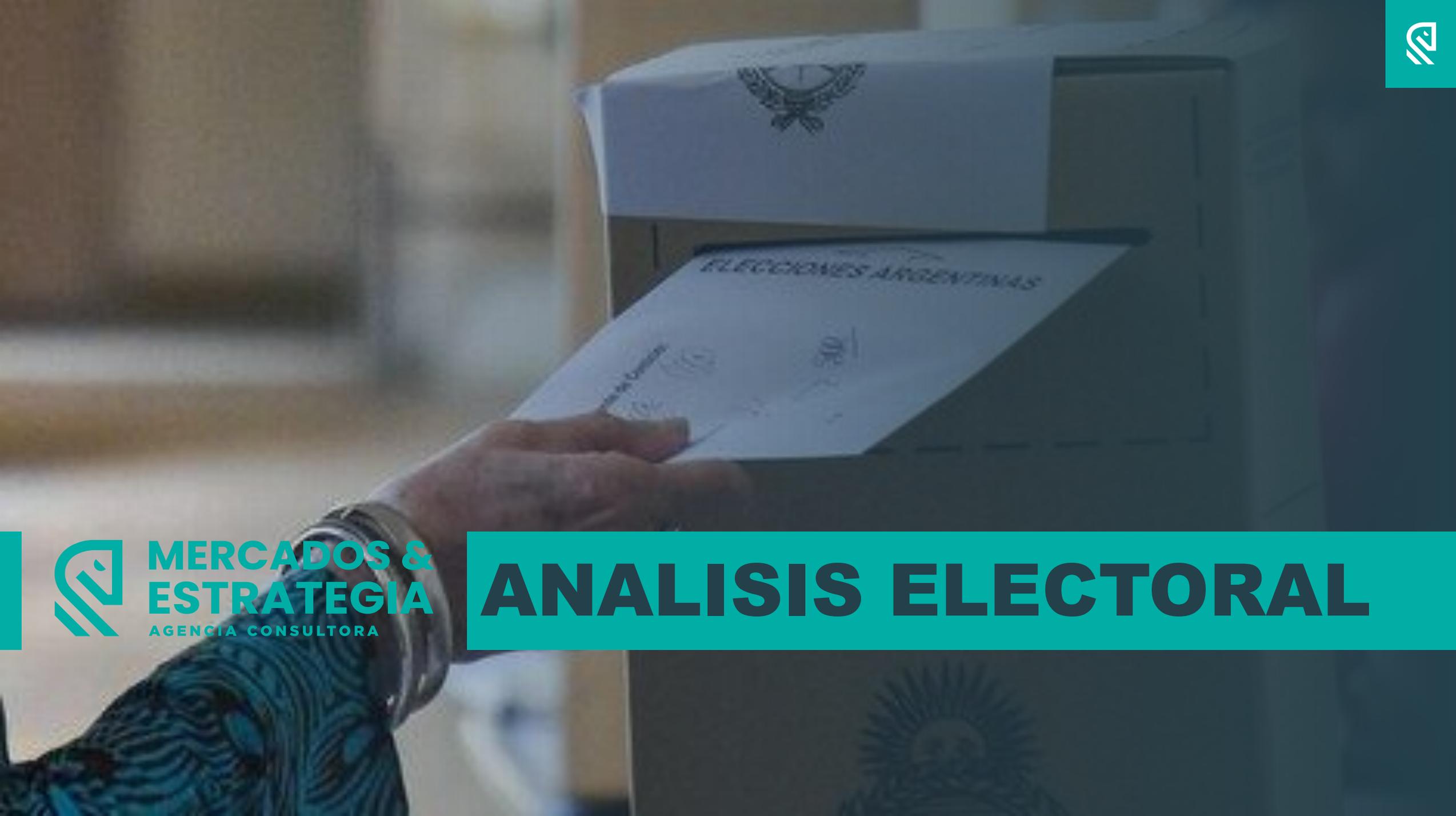
Aprobación a la eliminación de la moratoria previsional, porque la jubilación debe ser solo para los que trabajaron y aportaron.

Los periodistas están todos ensobrados.
Las redes sociales son mas confiables

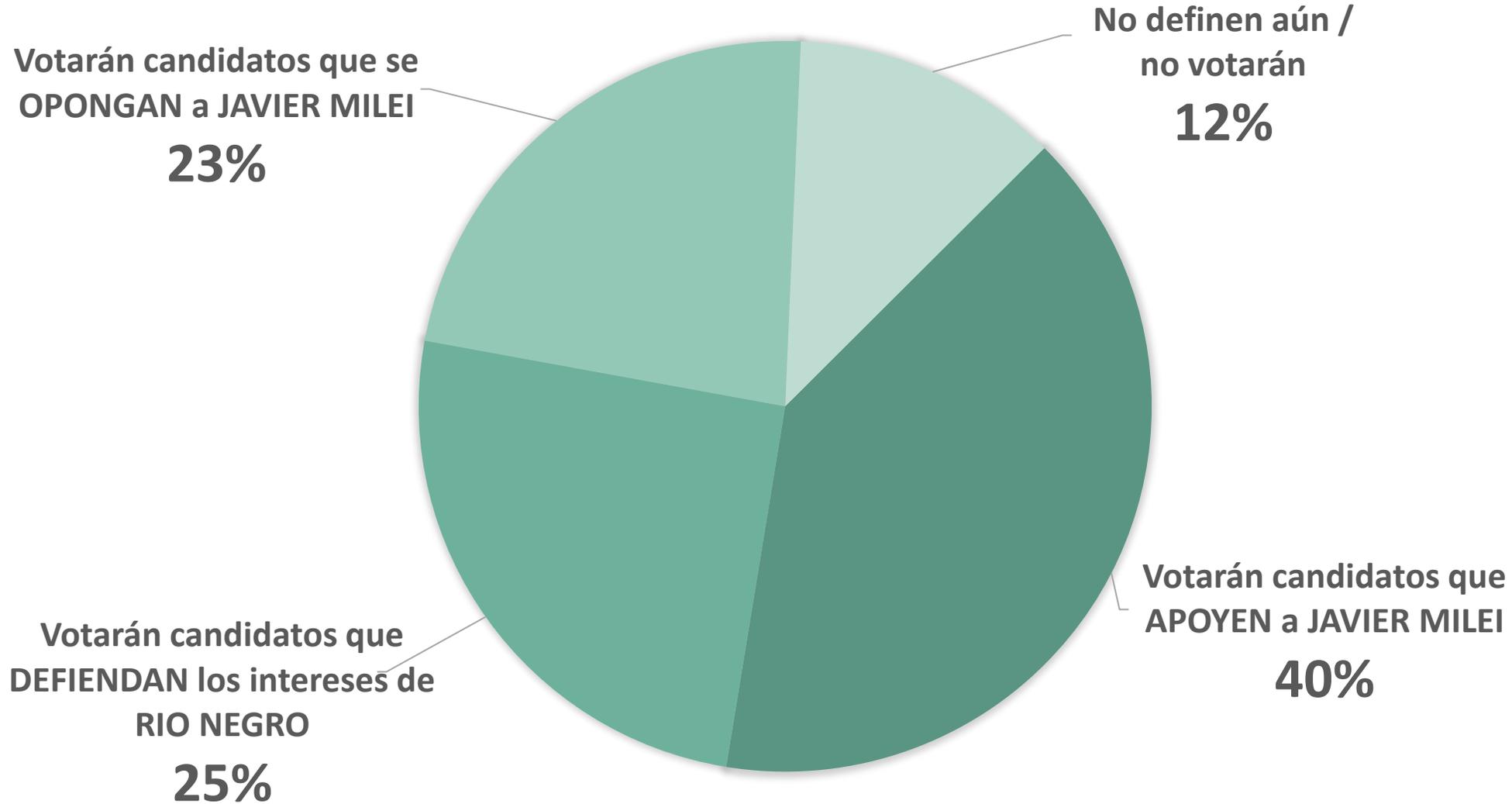
 **55,9%**



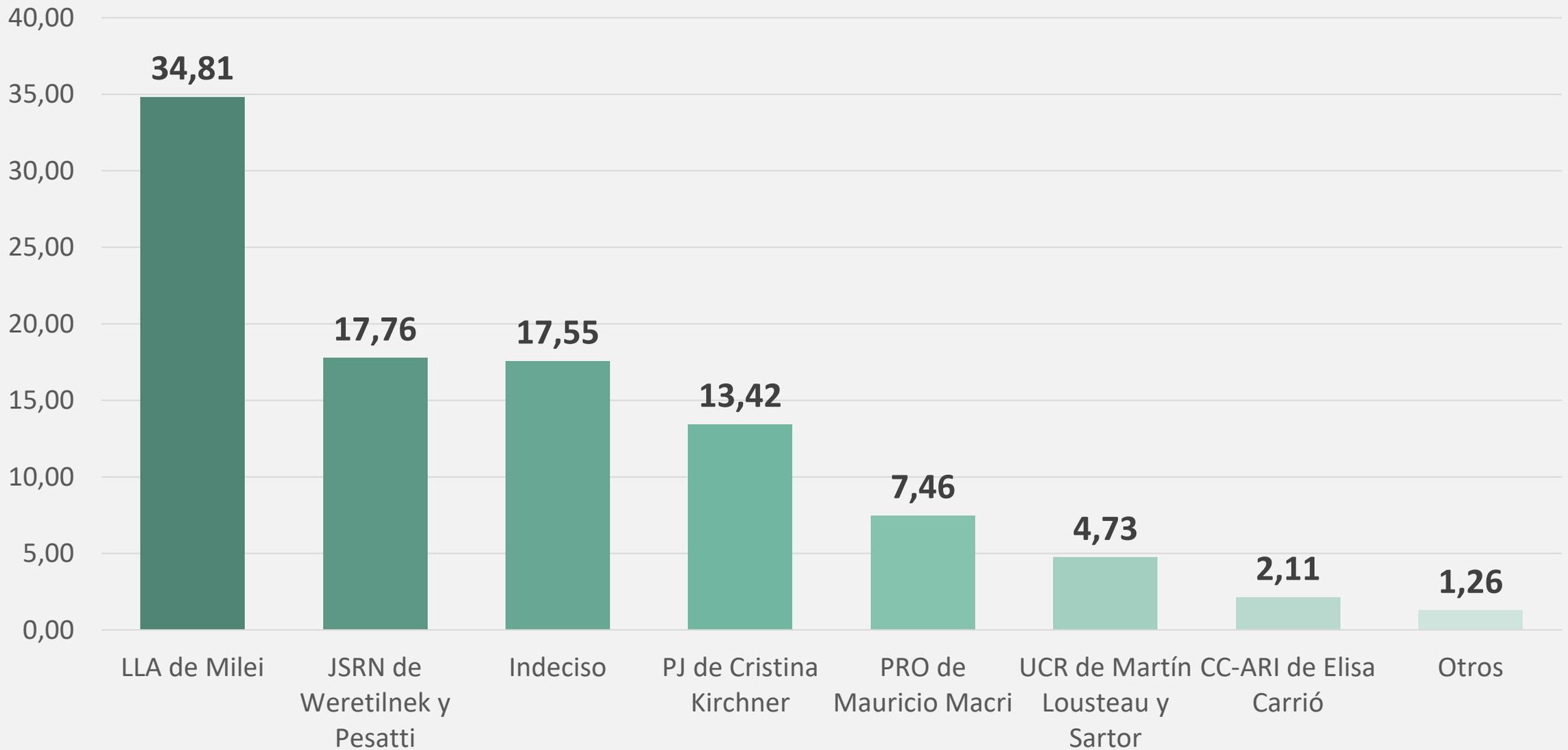
ANALISIS ELECTORAL



Clivajes ideológicos (posicionamiento del votante)



Intención de voto por partido (solo de distrito y habilitados, en %)



Se analizaron comparativamente las respuestas entre clivaje ideológico e intención de voto por partido:

1. Clivaje de APOYO a JAVIER MILEI - 40.1% del electorado. Vota a La Libertad Avanza: 78%, se reparte el 22% restante entre otras opciones donde predomina el PRO con el 10%. **Análisis:** Alta concentración del voto en LLA. Este segmento muestra la mayor cohesión partidaria.
2. Clivaje de DEFENSA los intereses de RIO NEGRO - 25.3% del electorado. Vota a Juntos Somos Río Negro: 51.7%, se reparte el 48,3% restante entre otras opciones donde predomina La Libertad Avanza con 13%. **Análisis:** Mayor fragmentación. JSRN captura solo la mitad de este segmento "provincialista".
3. Clivaje OPOSITOR a JAVIER MILEI" - 22.8% del electorado. Vota al Partido Justicialista: 48.9%, se reparte el 51,1% restante entre otras opciones donde predomina JSRN en la figura de Pedro Pesatti con el 29%. **Análisis:** El PJ lidera, pero no monopoliza el voto opositor. Alta indecisión.
4. No se define por ningún clivaje- 11.8% del electorado. No define aún/No votaría. **Análisis:** Más de la mitad permanece indefinida. Entre quienes se inclinan, JSRN lidera.



**MERCADOS &
ESTRATEGIA**
AGENCIA CONSULTORA

SOBRE NOSOTROS

Mercados y Estrategia es una agencia consultora que se organiza en el año 2024, como resultado de la experiencia profesional acumulada por Pablo Gustavo Díaz en el mercado político patagónico entre 2011 y 2023, para potenciar su *Know how* y expandir sus servicios a todo el país.

- Ayudamos a los dirigentes políticos y sus partidos a llegar al gobierno de sus distritos.
- Construimos, posicionamos e instalamos marcas políticas en el mercado electoral.
- Diseñamos y gestionamos campañas electorales.
- Analizamos mercados y estudiamos la opinión pública.
- Proveemos a gobiernos, instituciones y empresas privadas de información confiable y privilegiada para la toma de mejores decisiones.
- Hacemos marketing municipal.

25

CAMPAÑAS
ELECTORALES

303

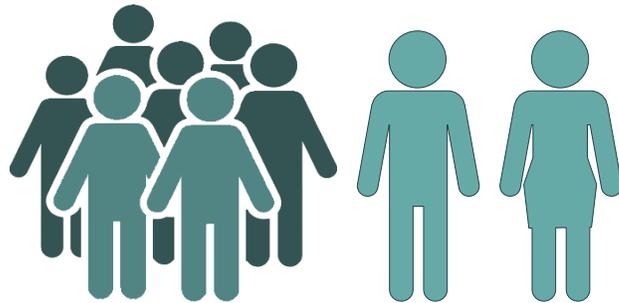
ESTUDIOS
DE MERCADOS

80%

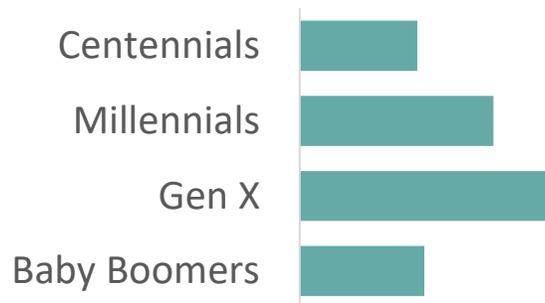
EFFECTIVIDAD



En encuestas y entrevistas a grupos focales nuestra metodología de investigación puede ser presencial o mediada por tecnologías, dependiendo de las necesidades específicas y disposición presupuestaria del cliente.



Utilizamos sistemas **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) basados en plataforma online propia con formularios de autogestión, con ubicación georreferenciada y selección aleatoria de respondientes que garantizan la calidad probabilística de la muestra. También sistemas de videoconferencias y videochats.



Los resultados son procesados por sistemas basados en **Inteligencia Artificial** y presentados en formato gráfico y de texto, con análisis segmentados por edad, sexo y ubicación geográfica, con márgenes de error estadístico inferiores al 3%, para niveles de confianza del 95,5%.

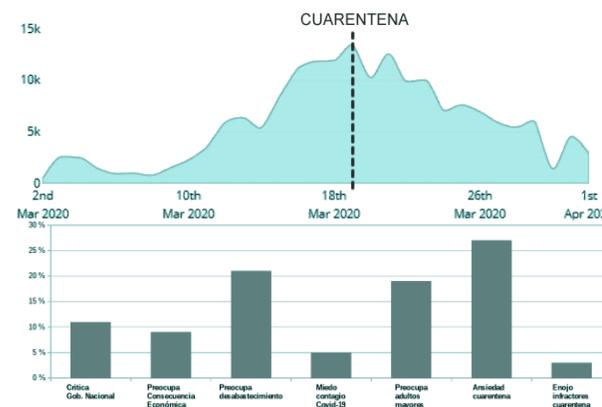
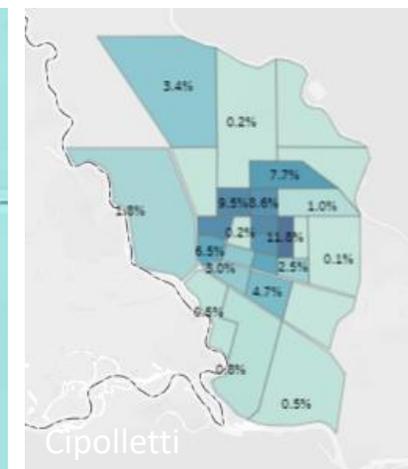
Big Data y escucha activa



El **Big Data** es la aplicación de tecnologías de captura, procesamiento y presentación de grandes volúmenes de información para la mejor toma de decisiones gubernamentales y empresariales.

La captura de la información puede ser a través de métodos cualitativos y cuantitativos detallados anteriormente; por diferentes técnicas de estudios de comportamientos sociales (desplazamientos, tráfico, mapas de calor, etc.); o por medio de tecnología de **social listening** o escucha social activa en redes sociales, donde hacemos análisis semánticos y sentimental de los usuarios.

El objetivo es poner a disposición de dirigentes gubernamentales y corporativos información de alta calidad y confiabilidad para una mejor toma de decisiones.





2920 366554



**MERCADOS &
ESTRATEGIA**
AGENCIA CONSULTORA

clientes@mercadosyestrategia.com