

ESTUDIO STORM-UDP Municipales 2008 en la red

**Uso de Herramientas Online
en las Elecciones Municipales 2008**

Storm

 **udp**
UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

MAGÍSTER EN OPINIÓN PÚBLICA

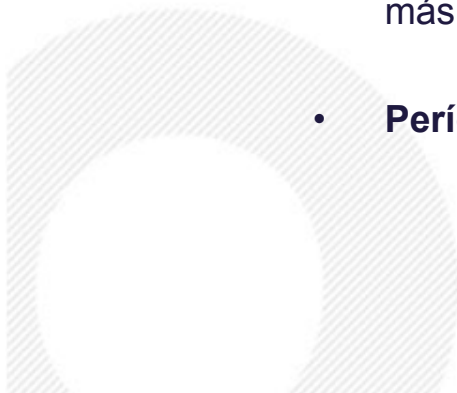
Con la colaboración de

 **ciudadanos & consumidores**



Ficha Metodológica

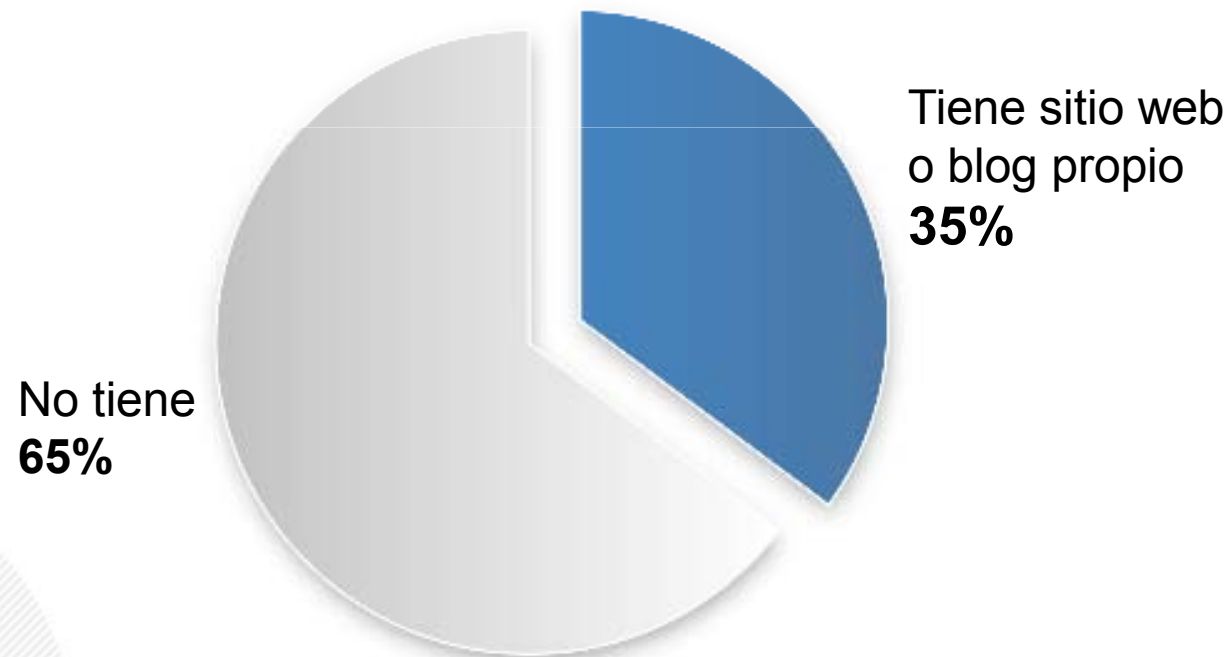
- **Descripción:** el primer estudio acerca de campañas y uso de herramientas online en campañas electorales en Chile, aplicado a la campaña de los candidatos a alcaldes en las elecciones municipales 2008.
- **Técnica:** revisión y análisis de contenidos de la presencia online de los candidatos a alcaldes en sitios web propios, redes sociales y plataforma TúEliges.cl
- **Total muestra:** 153 candidatos a alcalde.
- **Criterio selección de la muestra:** candidatos a alcalde de las 44 comunas más grandes de Chile. Representan el 50% de la fuerza electoral del país.
- **Período de Campo:** 11 al 13 de Octubre de 2008.



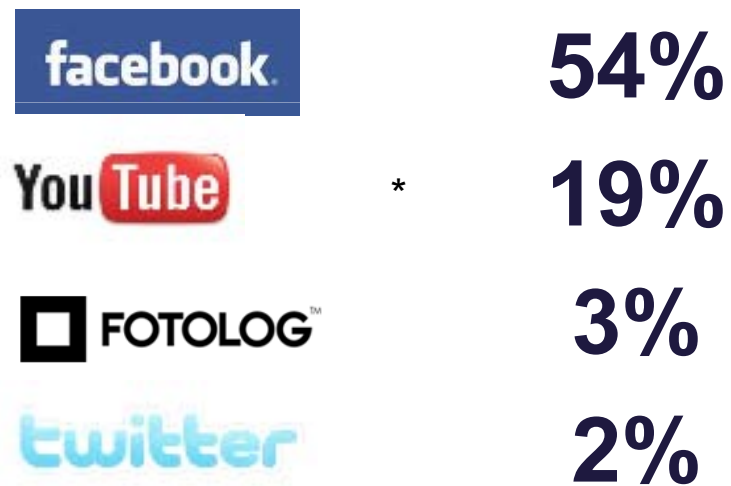
RESULTADOS

I.
Presencia online de los candidatos

Sólo 1 de cada 3 candidatos a alcalde creó un sitio o web propio

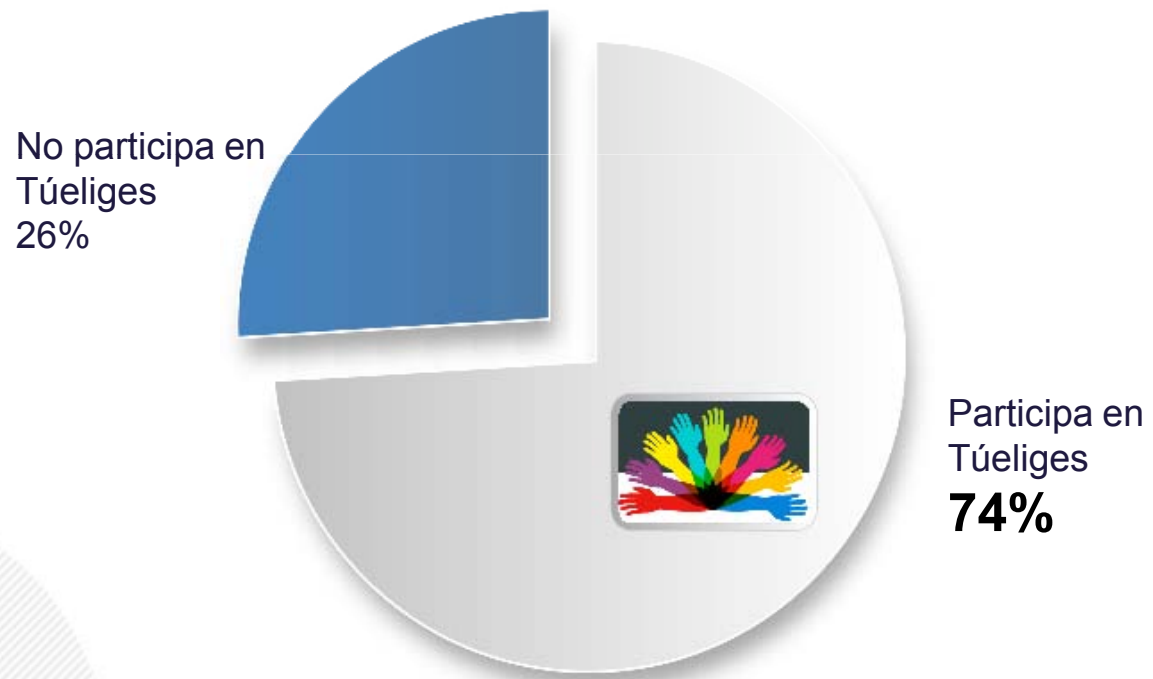


Facebook es de lejos la red social más usada por los candidatos



Base: muestra total de candidatos al alcalde.
*YouTube: candidatos con canal propio.

Portal TúEliges.cl fue la plataforma online más usada por los candidatos...



Base: muestra total de candidatos al alcalde.

...pero quienes realmente aprovecharon la plataforma de TúEliges.cl fueron la minoría



¿Respondió preguntas de los electores?

46%

¿Posteó más de 4 artículos en su blog de TúEliges.cl?

17%

Base: muestra total de candidatos al alcalde.

II. Ranking de las mejores campañas online

Top 20: Las Mejores Campañas Online

#	Puntaje (Max: 100)	Nombre	Comuna	Partido	Conglomerado	Reelección
1	75,4	Claudio Orrego	Peñalolén	DC	Concertación	SÍ
2	65,9	Jaime Ravinet	Santiago	DC	Concertación	NO
3	63,3	Danae Mlynarz	Ñuñoa	PS	Concertación	NO
4	60,1	Claudina Núñez	Pedro Aguirre Cerda	PC	Juntos Podemos Más	NO
5	57,6	Daniela Donoso	Providencia	DC	Concertación	NO
6	56,7	Sadi Melo	El Bosque	PS	Concertación	SÍ
7	55,1	Pedro Sabat	Ñuñoa	RN	Alianza	SÍ
8	54,7	Abel Contreras	Talcahuano	DC	Concertación	SÍ
9	52,3	Daniel Jadue	Recoleta	PC	Juntos Podemos Más	SÍ
10	51,7	Rabindranath Quinteros	Puerto Montt	PS	Concertación	SÍ
11	50,3	Pablo Zalaquett	Santiago	UDI	Alianza	NO
12	49,6	Julio Palestro	San Miguel	PS	Concertación	SÍ
13	46,8	Aldo Cornejo	Valparaíso	DC	Concertación	SÍ
14	45,9	Waldo Sankan	Arica	IND	Sin pacto	NO
15	45,1	Maglio Cicardini	Copiapó	IND	Sin pacto	NO
16	42,9	Hugo Gutiérrez	Estación Central	PC	Juntos Podemos Más	NO
17	42,8	Eugenio González	Macul	IND	Sin pacto	NO
18	40,1	Yuri Olivares	La Serena	IND	Sin pacto	NO
19	39,8	Jorge Gajardo	La Florida	PS	Concertación	NO
20	39,8	Iván Vuskovic	Valparaíso	IND	Sin pacto	NO

Subcategoría Posicionamiento y Performance en Sitios Web
Sitio web y blog propios, plataforma TúEliges.cl

#	Puntaje (Max: 100)	Nombre	Comuna	Partido
1	50,6	Jaime Ravinet	Santiago	DC
2	48,7	Claudio Orrego	Peñalolén	DC
3	46,8	Danae Mlynarz	Ñuñoa	PS
4	46,8	Daniela Donoso	Providencia	DC
5	37,2	Raúl Romero	Concepción	IND
6	34,3	Abel Contreras	Talcahuano	DC
7	34,3	Pablo Zalaquett	Santiago	UDI
8	33,4	Pedro Sabat	Ñuñoa	RN
9	32,4	Daniel Jadue	Recoleta	PC
10	32,4	Julio Palestro	San Miguel	PS

Se evalúa posicionamiento en Google; multiplicidad de plataformas; volumen y completitud de contenidos; variedad de formatos; alternativas de participación; interacción con la ciudadanía; estrategias de movilización y recaudación, entre otros.

Subcategoría Performance en Redes Sociales



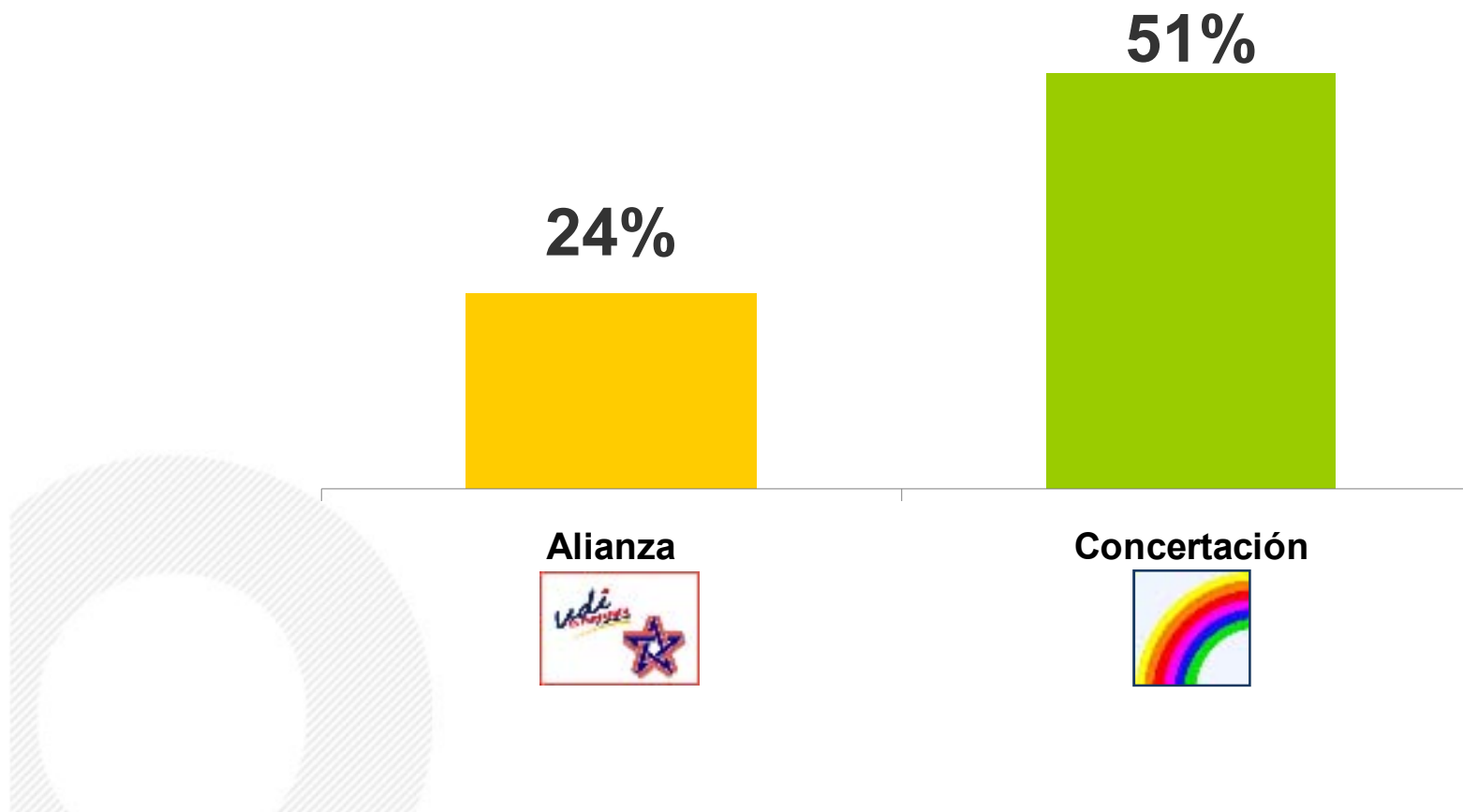
#	Puntaje (Max: 100)	Nombre	Comuna	Partido
1	33,6	Sadi Melo	El Bosque	PS
2	30,5	Maglio Cicardini	Copiapó	IND
3	28,6	Christian Huaquimilla	La Serena	PC
4	28,0	Claudina Núñez	Pedro Aguirre C.	PC
5	27,3	Eugenio González	Macul	IND
6	26,7	Claudio Orrego	Peñalolén	DC
7	25,4	Aldo Cornejo	Valparaíso	DC
8	24,8	Guillermo Flores	Estación Central	PRI
9	22,2	Iván Vuskovic	Valparaíso	IND
10	21,6	Pedro Sabat	Ñuñoa	RN

Se evalúa multiplicidad de redes; volumen de la red en cuanto a seguidores; atributos de presencia en cada red; nivel de actividad y uso de funcionalidades y aplicaciones. Especial foco en desempeño en Facebook.

III.
**Perfil de presencia y desempeño
de las campañas online**

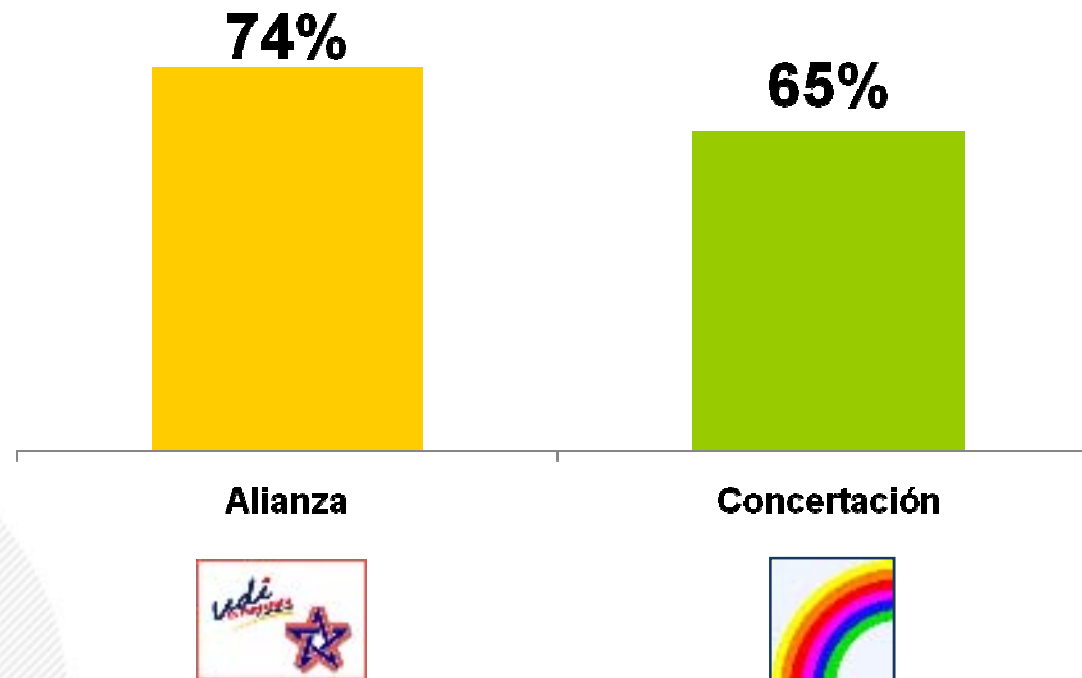
La Concertación dobla a la Alianza en candidatos con sitio web propio

% de candidatos a alcalde con sitio web o blog propios



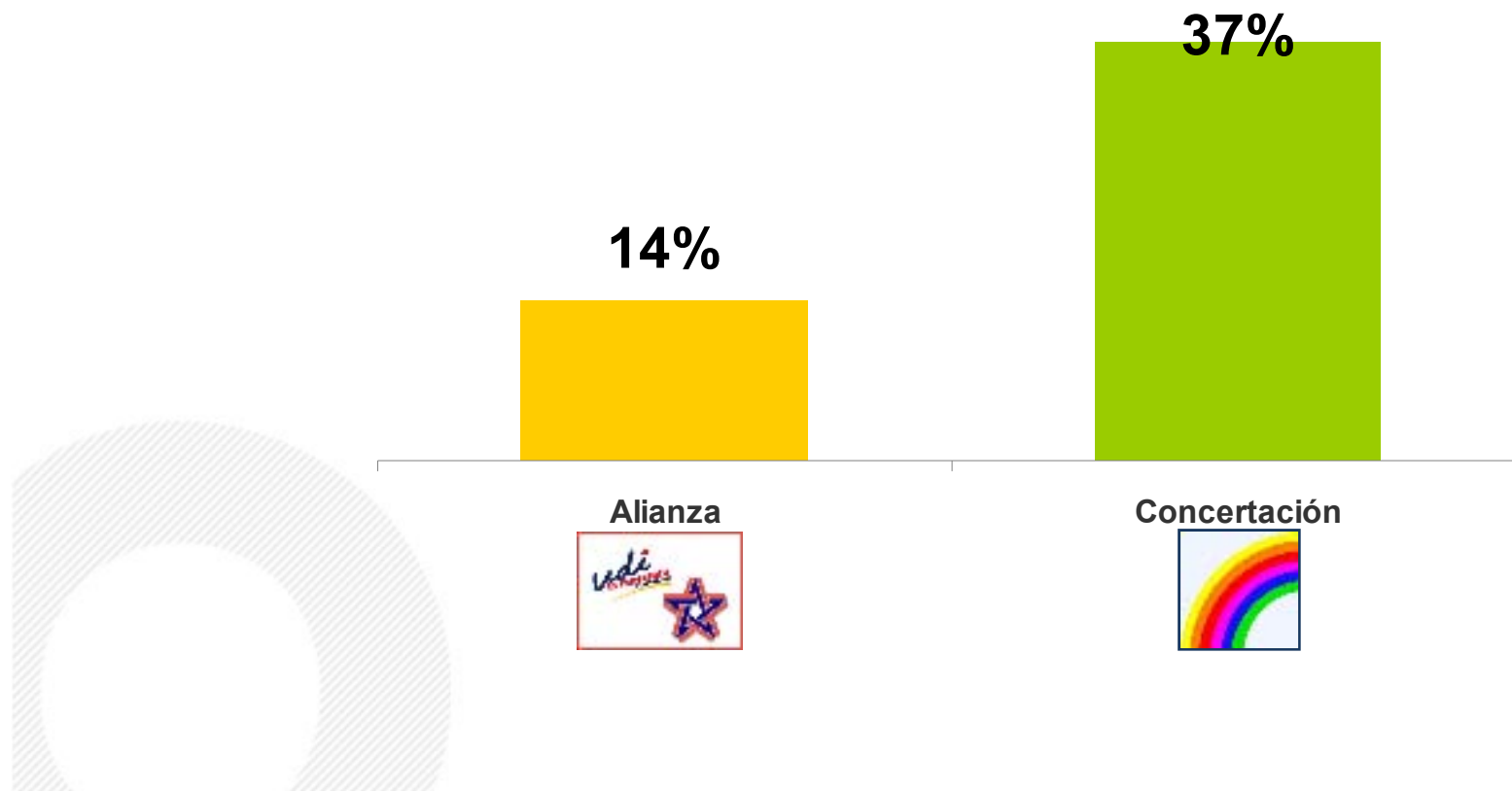
...pero hay más candidatos de la Alianza que de la Concertación en Facebook

% de candidatos a alcalde presentes en Facebook



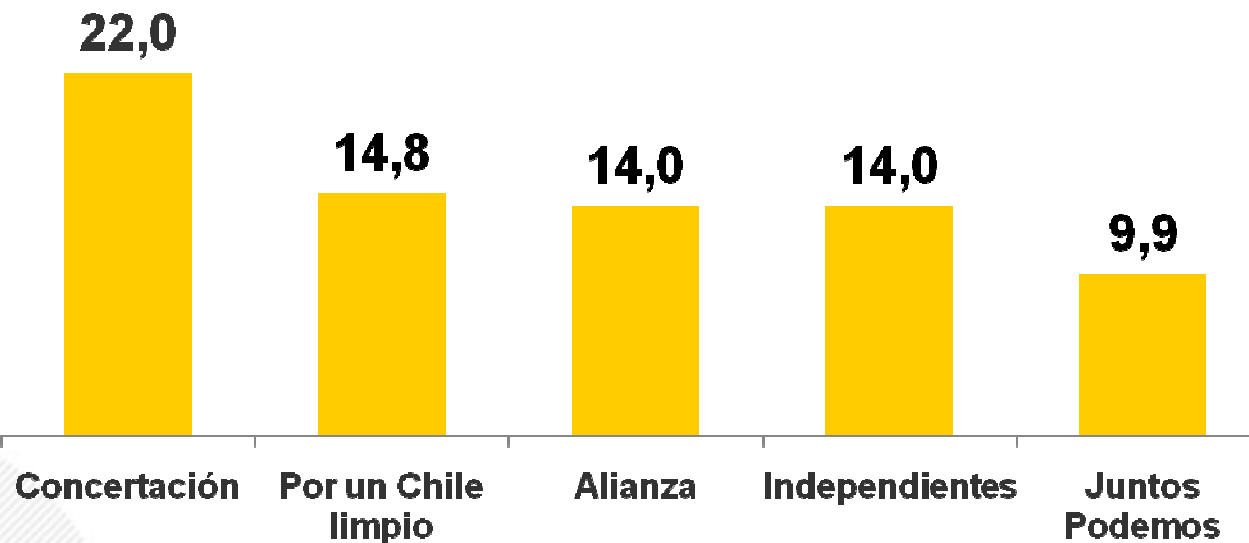
Aunque son menos, los candidatos de la Concertación tienen más amigos en Facebook

% de candidatos con más de 400 amigos o adherentes en Facebook



En promedio, los candidatos de la Concertación son los que tienen mejores campañas online

Puntaje promedio de los candidatos de cada conglomerado
(Puntaje máx= 100)



En general, los candidatos que van a la reelección hacen mejores campañas que los desafiantes

Puntaje promedio de los candidatos de cada grupo
(Puntaje máx= 100)

20,4



A la reelección

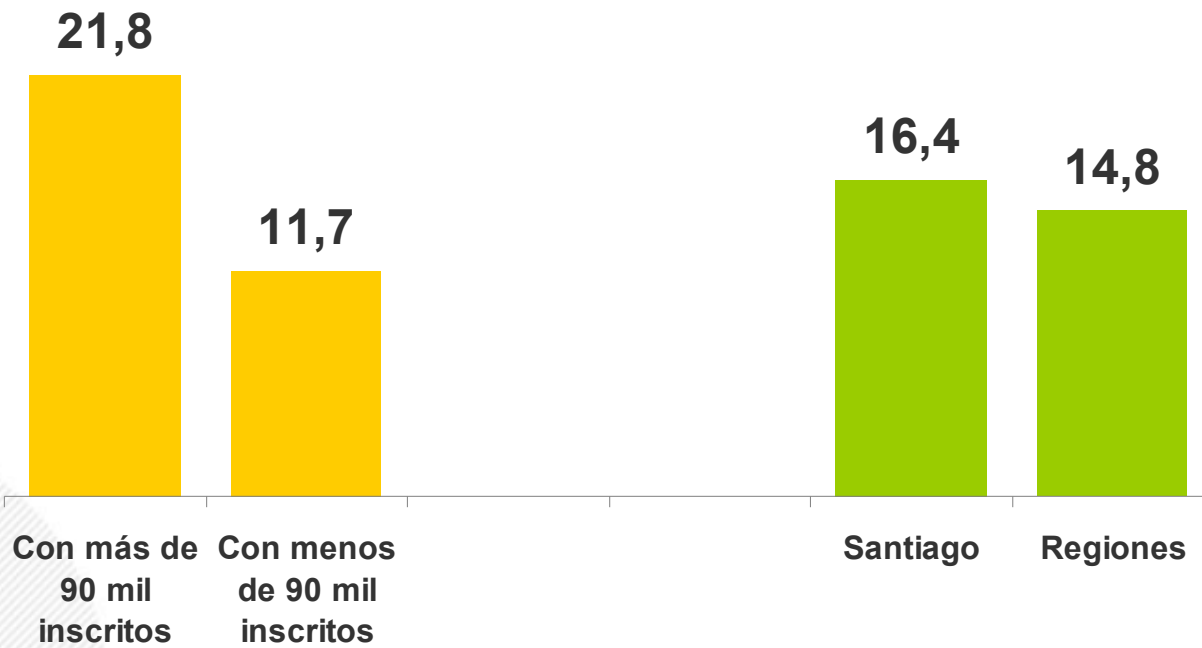
14,2



Desafiante

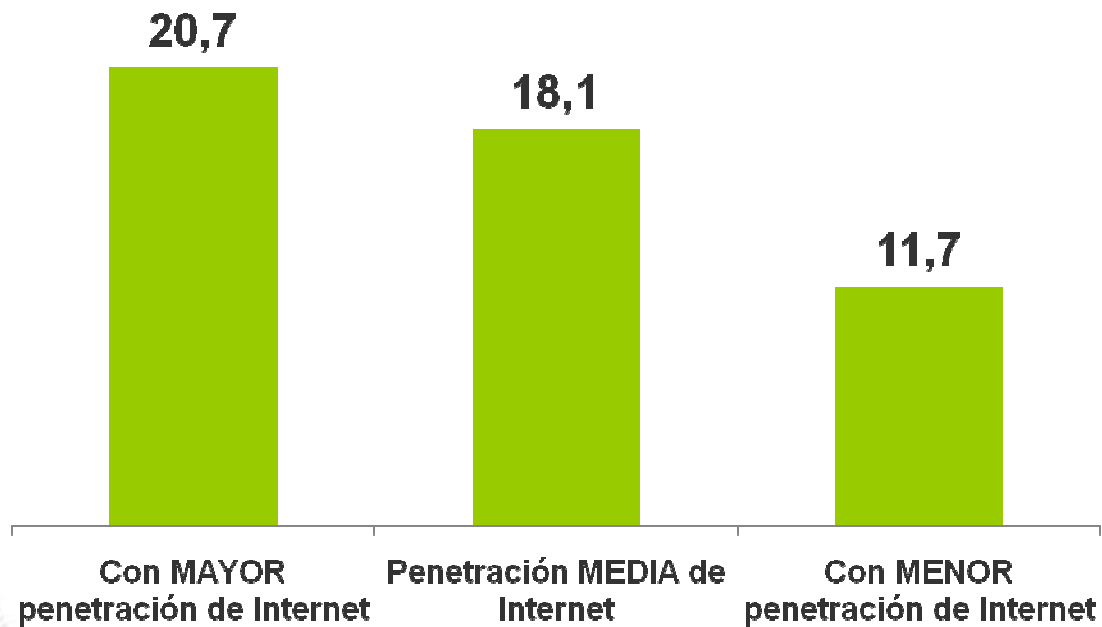
Las mejores campañas se concentran en comunas grandes... y no sólo en Santiago

Puntaje promedio de los candidatos de cada grupo de comunas
(Puntaje máx= 100)



Aunque la penetración de Internet influye, las buenas campañas no sólo están en las comunas más conectadas

Puntaje promedio de los candidatos de cada grupo de comunas
(Puntaje máx= 100)



*Se agruparon las comunas en función de la proporción de los distintos grupos socioeconómicos (GSE) en cada una, en tanto el nivel de penetración de Internet se relaciona directamente con la distribución de GSE al interior de ellas.

IV.
Atributos de las Campañas
en Sitios web propios y Redes Sociales

¿Qué tipo de contenidos muestran los candidatos en sus sitios web?

Base: candidatos que tienen sitio web propio.

Noticias	72%
Datos personales	68%
Agenda de campaña	60%
Programa o plan de gobierno comunal	59%
Videos	53%
Partido al que pertenece	49%
Declaración patrimonial	2%



La posibilidad de contacto con los electores está sub-utilizada en sus sitios web

Base: candidatos que tienen sitio web propio.

E-mail	51%
Formulario	45%
Comentarios	43%
Encuestas	19%
Foros	4%
Chat	2%
Mensajes de texto	0%



Aún es baja la cantidad de candidatos que usan un sitio web propio como plataforma de movilización

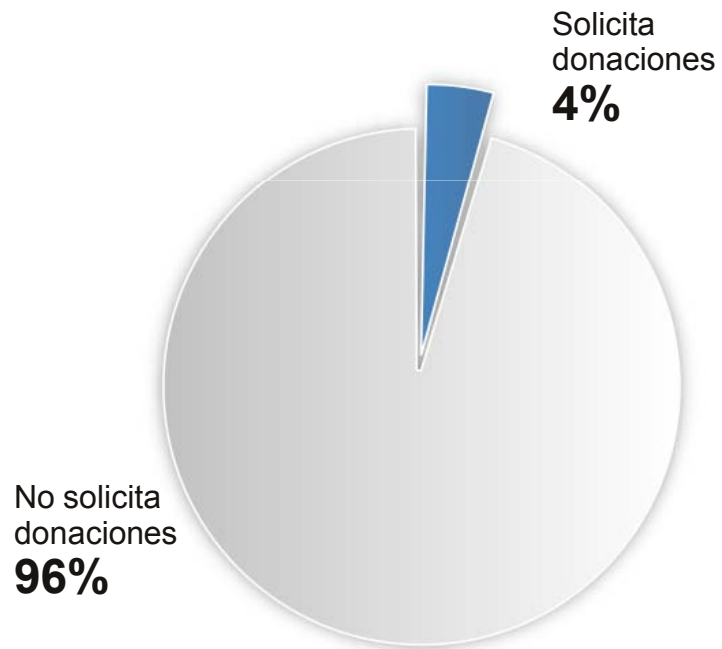
Candidatos que invitan a participar activamente en la campaña a través de su sitio web

14%



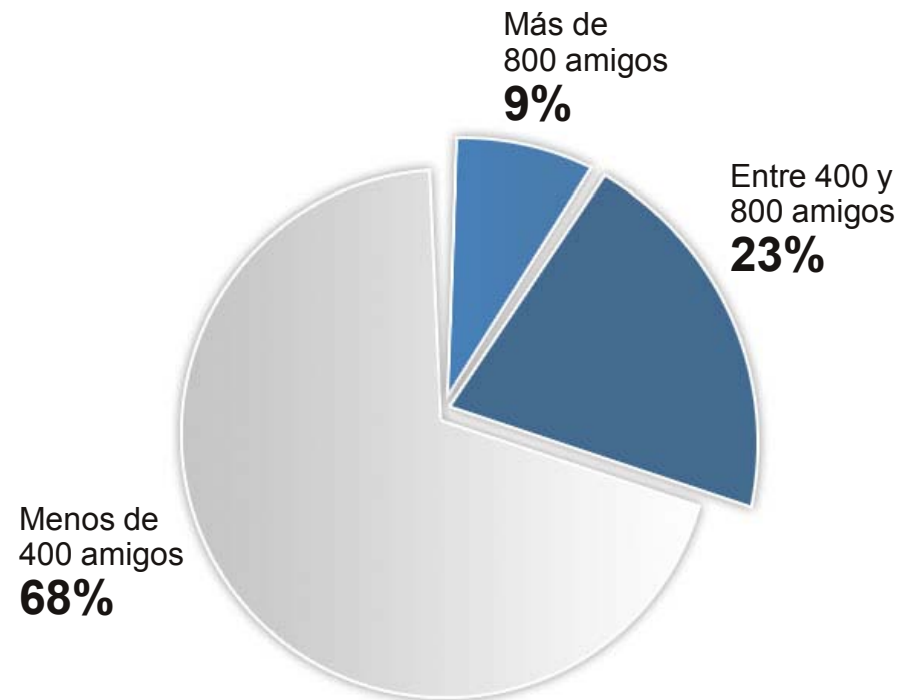
Base: muestra total de candidatos al alcalde.

Muy pocos candidatos utilizan la web como plataforma para recaudar fondos



Base: muestra total de candidatos al alcalde.

Facebook : aún son pocos los candidatos que logran agrupar un volumen considerable de adherentes



Base: candidatos a alcalde en Facebook.
Agrupa "amigos" y adherentes en perfil, páginas y grupos.

¿Qué tipo de información personal publican los candidatos en Facebook?

Email	55%
Sexo	51%
Cumpleaños	43%
Ciudad de Origen	34%
Ideología política	34%
Estado civil	26%
Religión	26%
Universidad	25%
Dirección	25%
Intereses	19%
Teléfono móvil/fijo	9%

Base: candidatos con perfil en Facebook



Síntesis de Principales Resultados y Conclusiones

La red, una herramienta aún subutilizada por los candidatos

Sólo 1 de cada 3 candidatos tiene sitio web o blog propio. La gran mayoría de los candidatos en esta elección municipal no ve aún en Internet un espacio útil de comunicación electoral: se limita a la mera presencia y difusión online, por sobre el uso intensivo de las herramientas interactivas para involucrar al electorado.

Baja interacción y movilización

Las posibilidades de movilización que ofrece la red no son plenamente aprovechadas por los candidatos. Muy pocos buscan incentivar la participación activa (14%) y la donación de recursos (4%).

Una oportunidad perdida para la transparencia

Las posibilidades que entrega Internet para transparentar información son desaprovechadas por los candidatos: muy baja presencia de declaraciones de patrimonio (2%) y donaciones recibidas durante la campaña (0%).

Alianza vs Concertación

A nivel global, la Concertación muestra un desempeño claramente superior a la Alianza en cuanto a campañas online: en promedio, 22 vs 14 puntos respectivamente (de un total máximo de 100). Aún así, la Alianza destacó por su mayor presencia en la red social Facebook.



Candidatos a reelección vs desafiantes

En general, los candidatos que postulan a la reelección presentaron campañas online mejores y más completas que los aspirantes: en promedio, 20,4 vs 14,2 puntos respectivamente.

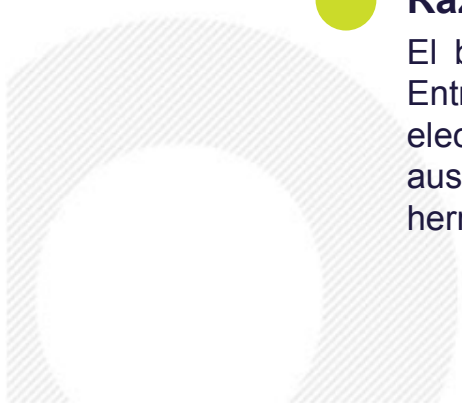
Tamaño de las comunas y acceso a internet

El volumen de población por comuna sí resultó un incentivo a mejorar la campaña en las comunas más grandes: los candidatos de comunas de más de 90 mil electores mostraron mejor desempeño e intensidad que los demás (21,8 puntos vs 11,7, en promedio).

En cuanto a nivel de acceso, la calidad de campaña es más baja en comunas más pobres y con menores tasas de penetración de Internet. Sin embargo, en comunas con niveles de acceso alto y medio, la calidad de las campañas online no mostró diferencias significativas.

Razones del uso insuficiente de la red

El bajo uso de internet en campañas podría explicarse por varios motivos. Entre los más importantes, la baja proporción de población joven en el padrón electoral chileno, la aún limitada penetración de Internet en el país y la ausencia de casos de éxito que demuestren en los hechos el poder de la herramienta, tal como Barack Obama lo está haciendo en EEUU.



Responsables del Estudio

El estudio **Storm-UDP** "Municipales 2008 en la red" es el resultado de un trabajo conjunto entre la empresa de marketing digital Storm y el Magister de Opinión Pública de la Universidad Diego Portales. El estudio contó además con la colaboración de los especialistas en Comunicación Política de la comunidad "Ciudadanos y Consumidores": Luis Argandoña, Rodrigo Frey, Arturo Arriagada y Hernán Larraín.



Storm es una empresa de marketing digital con presencia en España y Chile. Con más de diez años de experiencia, se destaca por una oferta de servicios integrados de consultoría estratégica, creatividad, diseño y producción web. Storm es parte del grupo de comunicación español RNL.

www.storm.es



MAGÍSTER EN OPINIÓN PÚBLICA

El Magister de Opinión Pública de la Universidad Diego Portales, dependiente del Instituto de Ciencias Sociales UDP, se inicia el año 2009 y es el primero de su categoría en nuestro país. Es impartido por académicos y profesionales del más alto nivel y su director es Patricio Navia.

www.opinionpublica.udp.cl



C&C es una comunidad independiente y abierta de académicos y profesionales especialistas en comunicación política. Su campo de interés es amplio e incorpora la discusión sobre el impacto de tendencias en opinión pública, marketing político, campañas electorales, medios masivos y nuevas tecnologías en la democracia y la sociedad.

www.ciudadanosyconsumidores.cl

ANEXOS

Anexo 1: Criterios de Elaboración del ranking

Se asignó un puntaje a la campaña online de cada candidato. El puntaje se construyó en base a la sumatoria (presencia/ausencia) de más de 50 items o atributos, en dos grandes categorías:

a. Posicionamiento y Performance en sitios web

Evalúa posicionamiento en Google; multiplicidad de plataformas (sitio web, blog, TúEliges); volumen y completitud de contenidos; variedad de formatos; alternativas de participación; interacción con la ciudadanía; estrategias de movilización y recaudación, entre otros.

b. Performance en redes sociales

Evalúa multiplicidad de redes; volumen de la red en cuanto a seguidores; atributos de presencia en cada red; nivel de actividad y uso de funcionalidades y aplicaciones. Especial foco en desempeño en Facebook, la red social más masiva en Chile.

La ponderación de los atributos premió en mayor medida aquellos que generan un vínculo con la ciudadanía (interacción, participación, movilización, otros), por sobre los que implican meramente poner información a disposición del público. El rango de puntaje va de 0 a 100 puntos, donde 100 es una campaña con el máximo de atributos posibles.

Anexo 2: Listado de comunas

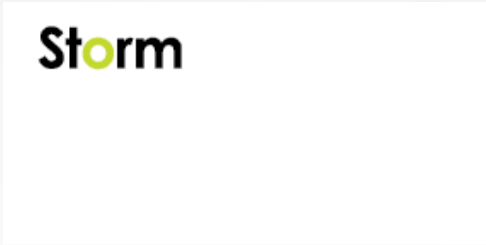
Comunas de Santiago

Conchalí	Peñalolén
El Bosque	Providencia
Estación Central	Puente Alto
La Florida	Quinta Normal
La Cisterna	Recoleta
La Granja	Renca
Las Condes	San Bernardo
Lo Espejo	San Joaquín
Lo Prado	San Miguel
Macul	San Ramón
Maipú	Santiago
Ñuñoa	Vitacura
Pedro Aguirre Cerda	

Comunas de Regiones

Antofagasta	Punta Arenas
Arica	Quilpué
Chillán	Rancagua
Concepción	Talca
Copiapó	Talcahuano
Iquique	Temuco
La Serena	Valdivia
Los Ángeles	Valparaíso
Osorno	Viña del Mar
Puerto Montt	

Contacto



Hernán Larraín M.
Director de Estrategia

hlarrain@ruiznicolilineas.com
Rosario norte 555. Oficina 802
Santiago de Chile
Telf +56 2 5717900

www.ciudadanosyconsumidores.cl
lastfm.es/user/stormradio
storm.es/facebook
es.youtube.com/stormdigitallife

www.storm.es

