



La referencia ineludible de Panamá



9 al 10 de enero, 2009

www.dichter-neira.com

Ficha Técnica

Universo: Hombres y Mujeres, mayores de 18 años, residentes de la República de Panamá.

Ámbito: Nacional (Áreas urbanas y rurales). Se excluye Darién y Comarcas.

Técnica de estudio: Entrevista personal en hogares.

Tamaño Muestral: 1238 entrevistas.

Tipo de muestreo: Muestreo polietápico.

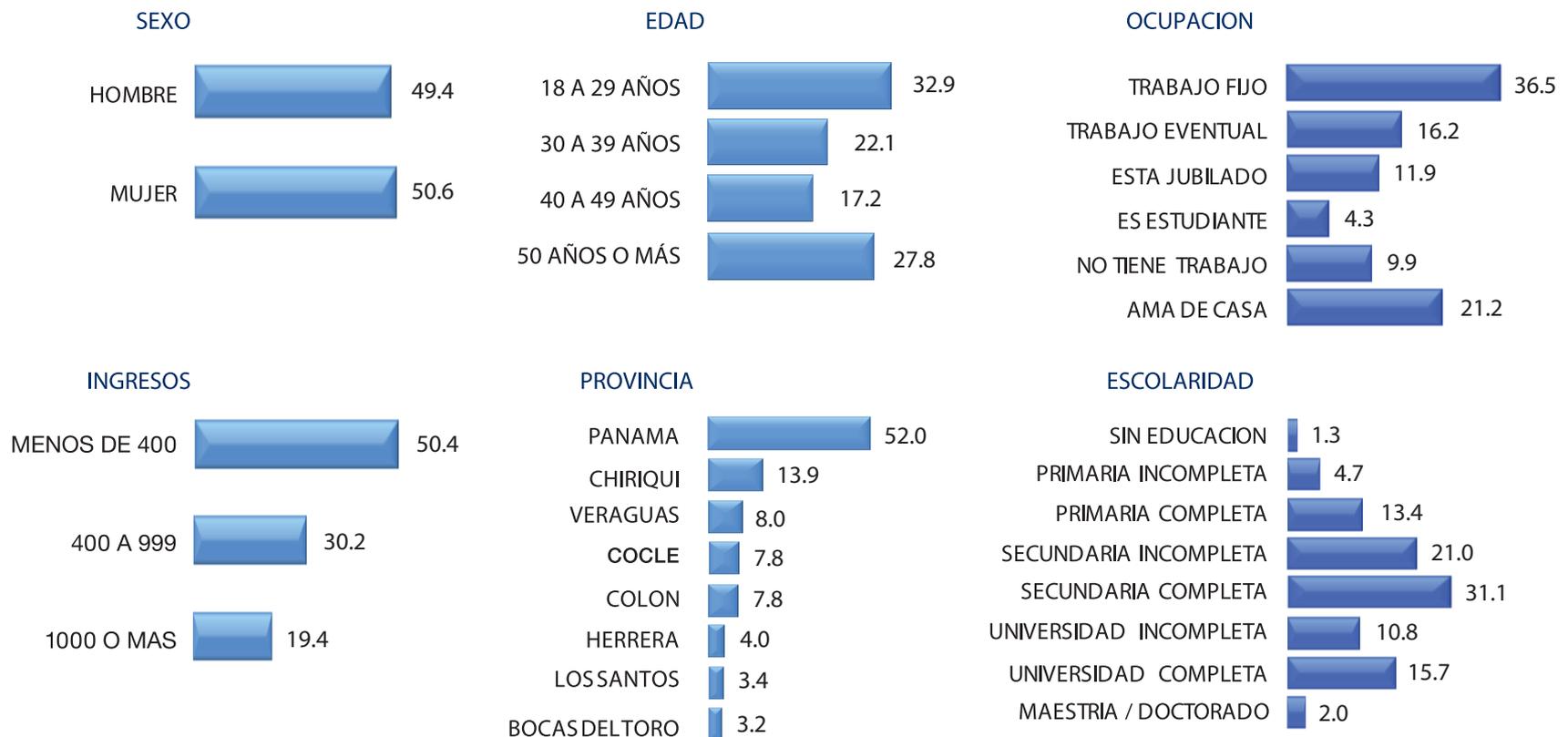
Primera etapa: Distribución de la muestra total según el peso poblacional por provincia, área rural/urbana y corregimiento.

Segunda etapa: Selección aleatoria de cuadras, con inicio aleatorio y selección sistemática de hogares. Se entrevistará dentro de cada hogar a una persona seleccionada aleatoriamente.

Error Muestral: ±2.8 % con un nivel de confianza del 95%

Trabajo de Campo: Del viernes 9 al sábado 10 de Enero de 2009

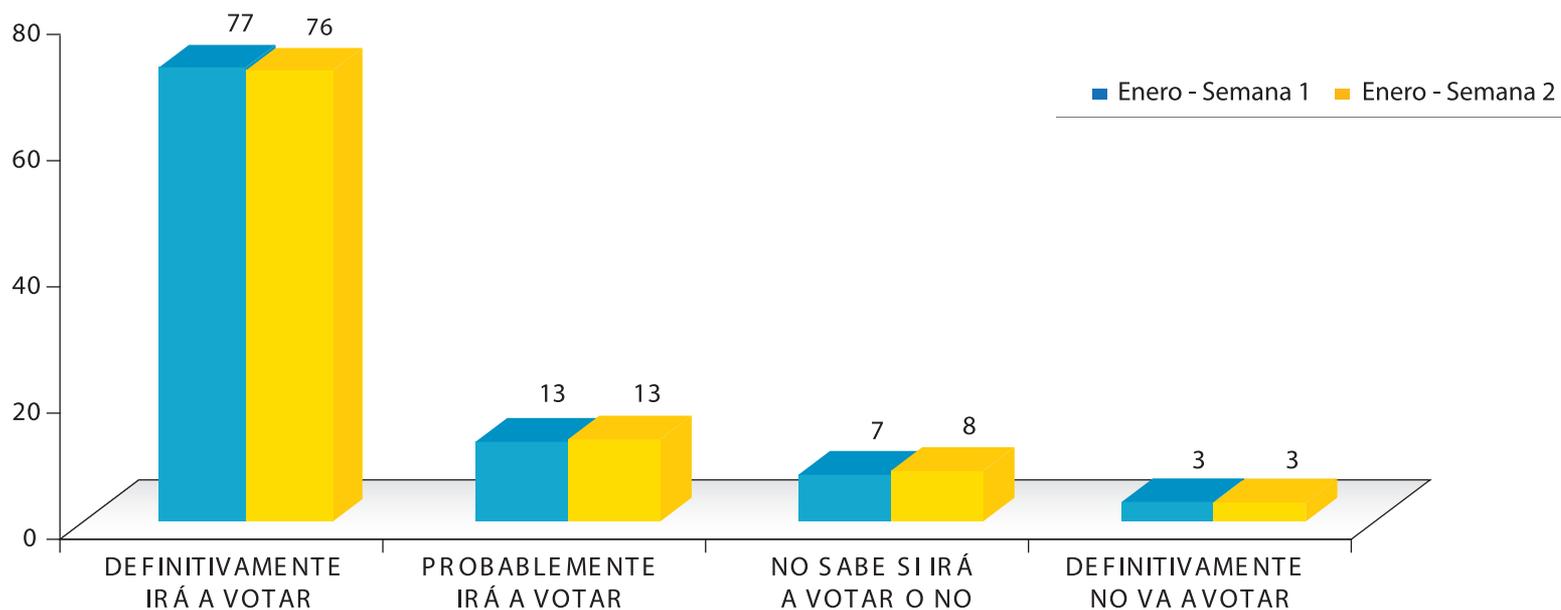
Distribución de la Muestra



Unidad: Porcentajes
 Base: Total (n=1238)
 Error Muestral: ± 2.8%

Proporción de Muestra Urbana/Rural: 69.1 % urbana / 30.9 % rural

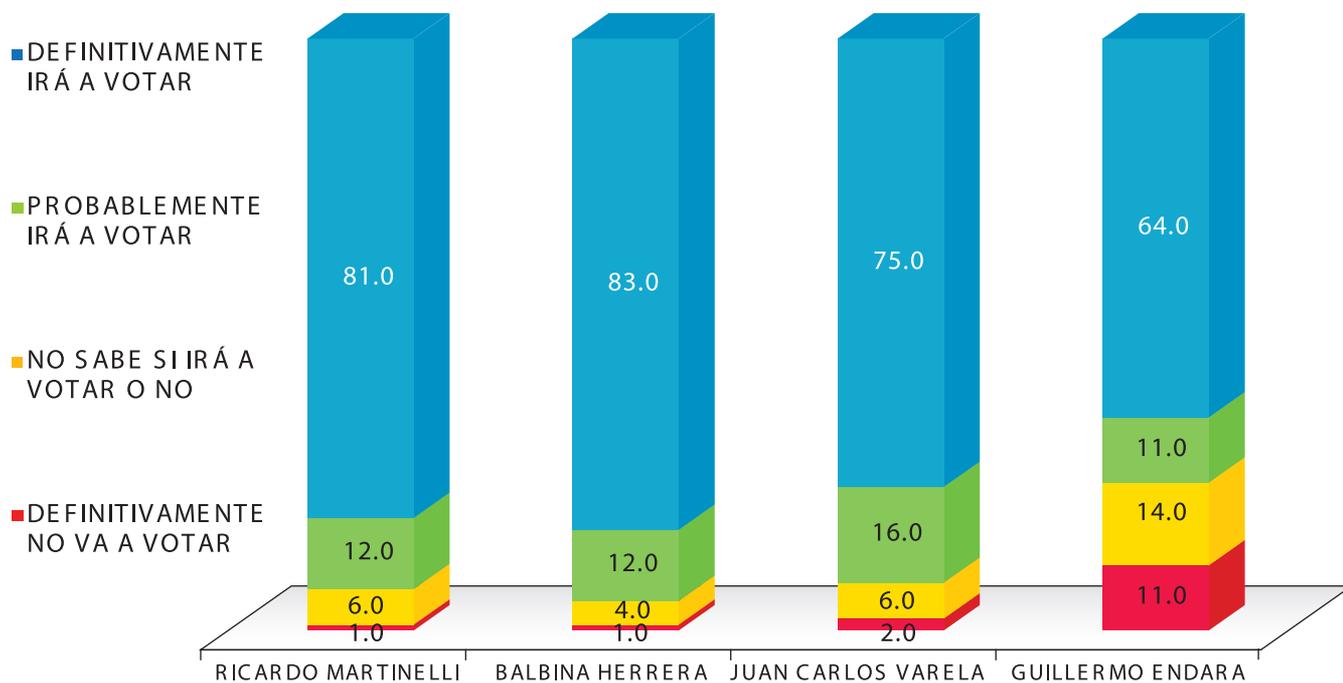
Intención de ejercer el voto



Unidad: Porcentajes
 Base: Total
 Enero Semana 1 (n=1243) EM: ± 2.8%
 Enero Semana 2 (n=1238) EM: ± 2.8%

Pensando en las elecciones para Presidente del 2009, ¿usted definitivamente irá a votar, probablemente irá a votar, no sabe si irá a votar o no o definitivamente no irá a votar?

Intención de ejercer el voto por candidatos



Unidades: Porcentajes Redondeados.
 Base: Entre quienes votarían por
 Ricardo Martinelli (n= 573) EM: ± 4.2%
 Balbina Herrera (n= 360) EM: ± 5.3%
 Juan Carlos Varela (n= 154) EM: ± 8.1%
 Guillermo Endara(n= 28) EM: ± 18.9%

Pensando en las elecciones para Presidente del 2009, ¿usted definitivamente irá a votar, probablemente irá a votar, no sabe si irá a votar o no o definitivamente no irá a votar? (Por Candidato)

Una campaña atípica

Por: Rubén Murgas Torrazza



El primer reflejo de lo acontecido hasta ahora en el torneo electoral más largo de los últimos años, es que las encuestas están jugando un rol casi

determinante en la percepción general de la balanza a favor o en contra de los candidatos.

Para muchos es importante, y hasta sano, que los políticos consulten a la opinión pública a través de mediciones científicas.

Hasta qué punto es válido renunciar a la ideología, a los valores y a la herencia histórica por estar a la caza de un voto que no te pertenece, es la pregunta de fondo sobre lo que pareciera ser el panorama actual de las batallas que cada equipo de campaña libra en función de sus ungidos. Lo programático no es lo visible, a menos que se entienda por programa una frase ingeniosa o una intervención encendida.

La devoción de Ricardo Martinelli por el poder, lo ha tenido en acción desde el día siguiente de la posesión de Martín Torrijos como Presidente de los panameños, y de su reciente estrategia podría consignarse su apoderamiento del discurso de Balbina Herrera, perceptible en el lenguaje con que empezó a hablar en las cuñas audiovisuales y que sin duda cautivaron a los televidentes.

La observación de un publicista al declarar que jamás aceptaría manejar la campaña del PRD "porque en este partido mandan como trescientas personas, y todas creen que saben de todo y quieren hacer de todo", se vuelve diagnóstico para el Partido de Gobierno, que hoy, a

menos de cuatro meses de la contienda final electoral, está en un distante segundo lugar.

En las huestes del Panameñismo, además de las deserciones destempladas propias de nuestra cultura política y que impactaron el corazón de su campaña, se vislumbran rebeliones en todas las provincias, que están escuchando los cantos de sirena provenientes del cuartel general de Ricardo Martinelli.

Así las cosas, la debilidad del Panameñismo se transforma en un problema central para el PRD y viceversa, configurando un fenómeno simbiótico, lejano de imaginar hace escasos meses.

Es concluyente que tres candidatos que no tienen el don de la palabra, han dejado en manos de sus publicistas toda su estrategia. El más audaz y, lo mejor, el más afortunado en fortuna, ha cobrado dividendos hasta el momento; una declaración suya, característica de su personalidad locuaz y emotiva en el sentido de que "la designación de Leopoldo Benedetti como Vicepresidente no está escrita en piedra", empieza a despertar fuertes inquietudes en quienes, desde su cultura política independiente o su opinión no partidista, no les gusta sentirse en manos de un Presidente que actuará por capricho y no por razonamiento.

La candidata Balbina Herrera, y su fórmula vicepresidencial, Juan Carlos Navarro, celebraron por primera vez en muchos meses una reunión almuerzo con Ernesto Pérez Balladares. Un paso en firme dirigido a reunificar un PRD que no da señales de entusiasmo.

No hay discursos, cero propuestas, los

candidatos se niegan a participar en debates. Ante ese panorama sombrío estamos en manos de publicistas y encuestadoras.

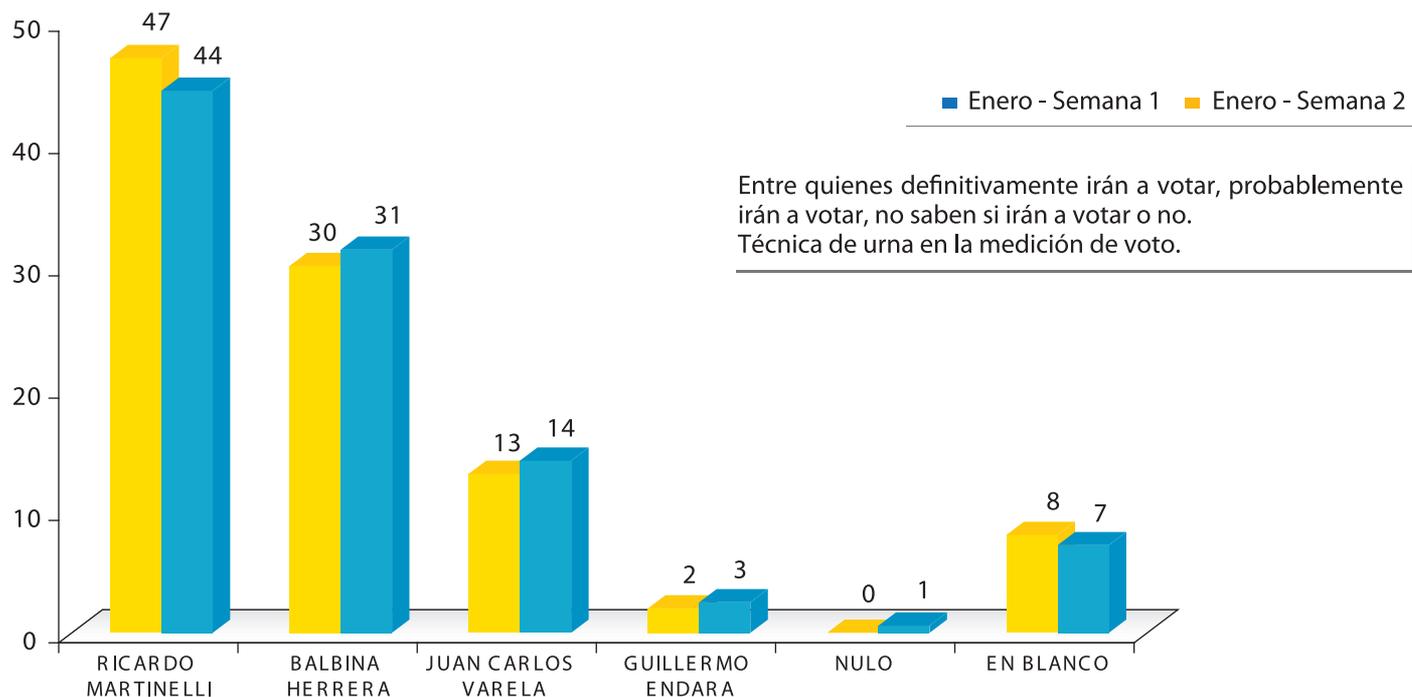
Ningún candidato se ha proyectado como estadista y eso el electorado lo resiente. Ricardo Martinelli está donde está, más que por virtudes de estadista, por errores tácticos y estratégicos de sus oponentes.

El PRD lleva contratada en lo que va de campaña a cuatro publicitarias y Juan Carlos Varela todavía están pensando si se reúne con Mireya Moscoso.

El PRD y el Panameñismo están pagando el precio de haber participado en unas primarias casi sanguinolentas que al final, después de los abrazos de protocolo, desembocaron en una campaña con grietas internas, en donde los perdedores se sintieron, o los hicieron sentir, excluidos. Mientras, Martinelli navegó en un primaria amigable y viene desarrollando una campaña de acuerdos o inclusión de dirigentes de todos los partidos. De este último, podría decirse que es el candidato estimulador por excelencia de las migraciones grupistas, partidistas, o personalistas. La imagen de su campaña se fortalece. No se sabe a mediano plazo si la de sus recién llegados aliados.

Si el PRD despierta, puede hacer la pelea a pesar de las encuestas, y el fervor de Martinelli tiene que cuidarse de las decisiones que tome porque no debe olvidar que en política, el que se define, se limita ???

Intención de voto para Presidencia

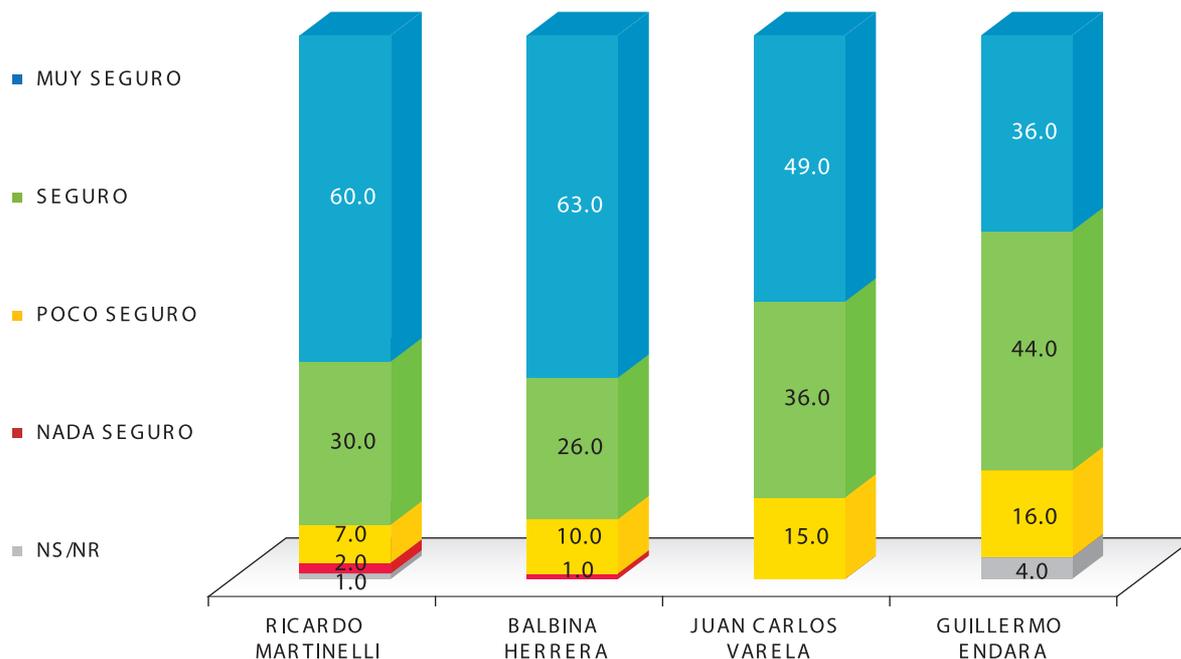


Entre quienes definitivamente irán a votar, probablemente irán a votar, no saben si irán a votar o no. Técnica de urna en la medición de voto.

Unidades: Porcentajes Redondeados.
 Base: Entre quienes definitivamente irán a votar, probablemente irán a votar o no saben si irán a votar.
 Semana 1 (n=1200) EM: ± 2.9%
 Semana 2 (n=1200) EM: ± 2.9%

¿Si las elecciones del 2009 fueran hoy, por quién votaría usted para Presidente de la República?

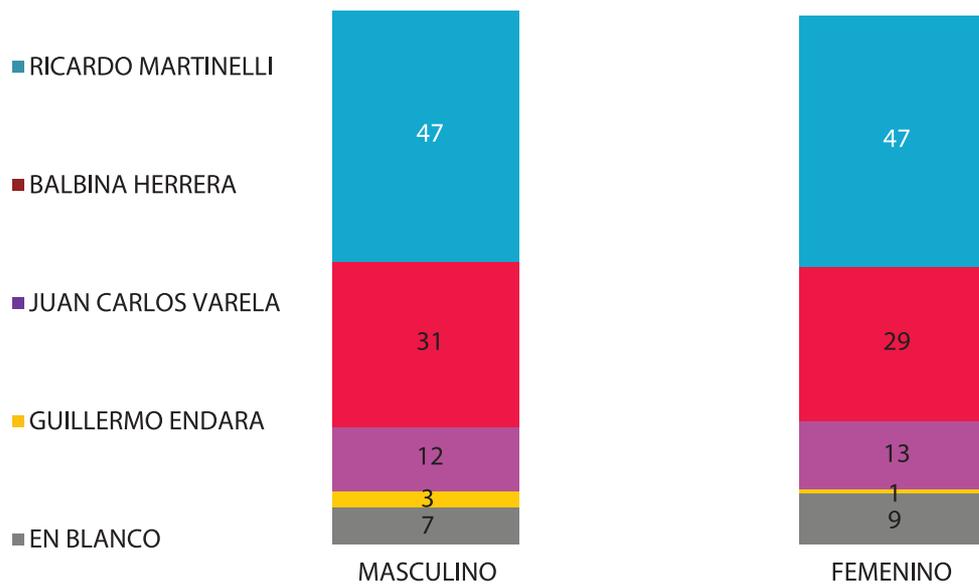
Seguridad en la intención de voto por candidato



Unidades: Porcentajes Redondeados.
 Base: Entre quienes votarían por
 Ricardo Martinelli (n= 568) EM: ± 4.2%
 Balbina Herrera (n= 357) EM: ± 5.3%
 Juan Carlos Varela (n= 151) EM: ± 8.1%
 Guillermo Endara(n= 25) EM: ± 20.0%

¿Qué tan seguro está usted de votar por el candidato que acaba de marcar en la papeleta una vez llegado el momento de las elecciones en el 2009, diría usted que está muy seguro, seguro, poco seguro o nada seguro?

Intención de voto para Presidencia - Por género -

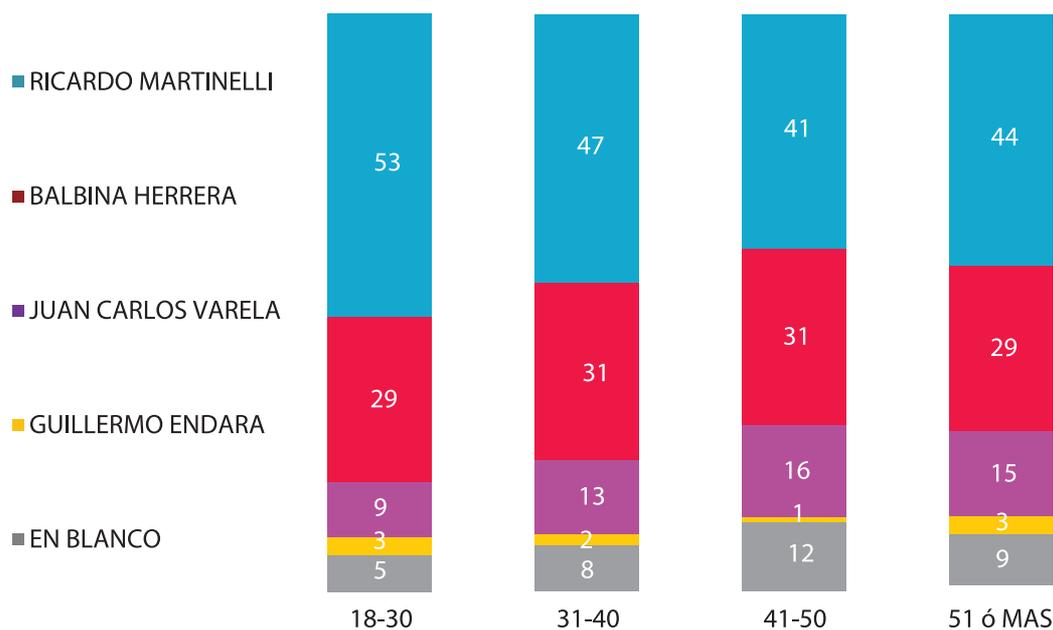


Entre quienes definitivamente irán votar, probablemente irán a votar o no saben si irán a votar
Técnica de urna en la medición de voto.

Unidades: Porcentajes Redondeados.
Base: Entre quienes tienen intención de acudir a votar
Hombres (n = 591) EM: ± 4.1%
Mujeres (n = 609) EM: ± 4.1%

¿Si las elecciones del 2009 fueran hoy, por quién votaría usted para Presidente de la República?

Intención de voto para Presidencia - Por edad -

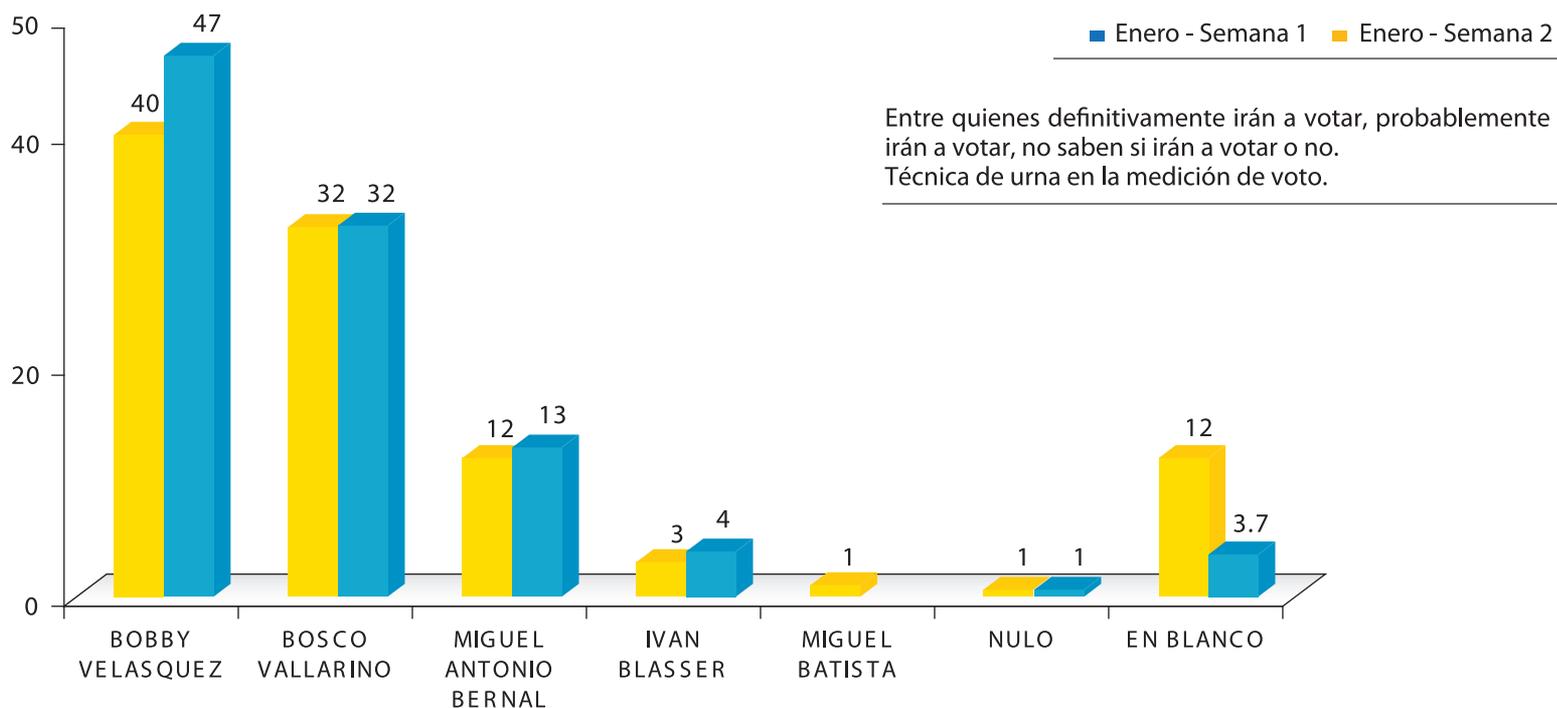


Entre quienes definitivamente irán votar, probablemente irán a votar o no saben si irán a votar
Técnica de urna en la medición de voto.

Unidades: Porcentajes Redondeados.
Base: Entre quienes tienen intención de acudir a votar
18-30 años (n=425) EM: ± 4.9%
31-40 años (n=261) EM: ± 6.2%
41 -50 años (n=200) EM: ± 7.1%
51 años o más (n=314) EM: ± 5.6%

¿Si las elecciones del 2009 fueran hoy, por quién votaría usted para Presidente de la República?

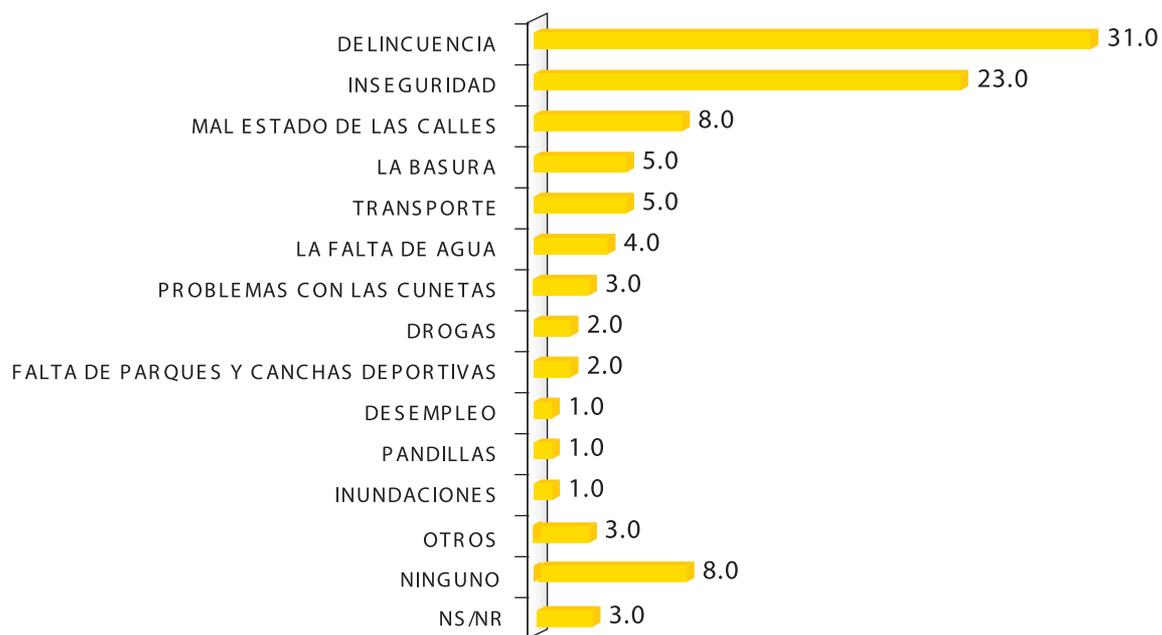
Intención de voto para la Alcaldía de Panamá



Unidades: Porcentajes Redondeados.
 Base: Entre residentes del Distrito de Panamá que tienen intención de votar
 Enero Semana 1 (n=333) EM: ± 5.5%
 Enero Semana 2 (n=313) EM: ± 5.7%

En las próximas elecciones, ¿Por quién votaría usted para la Alcaldía de Panamá?

Principal problema en los barrios del Distrito Panamá



Unidades: Porcentajes Redondeados.
 Base: Entre residentes del Distrito de Panamá
 Enero Semana 2 (n=326)
 Error Muestral: ± 5.5%

¿Cuál es el principal problema que existe actualmente en su barrio que deba ser atendido con prontitud?

Ganadores del Premio Mundial John and Mary Goodyear Award.

DICHTER & NEIRA

Latin Research Network

Deeper Insights for Clear Decisions



> PANAMA

Avenida Ricardo J. Alfaro, Edificio The Century Tower,
Piso 21, oficina 2103, Ciudad de Panamá.
Tel. (507) 236.4000 Fax. (507) 236.2233



> GUATEMALA

Edif. Europlaza World Business Center,
Torre 1, Piso 18, Ciudad de Guatemala.
Tel. (502) 2387.6900 Fax. (502) 2387.6909

EL SALVADOR <

Alameda Dr. Manuel E. Araujo, Colonia Escalón,
Edificio PALIC, Piso 4, San Salvador.
TTel. (503) 2298.4800 Fax. (503) 2298.4811



> COSTA RICA

Del Mall San Pedro, 200 mts norte,
Edificio Lachner, Piso 3, San José.
Tel. (506) 2234.9575 Fax. (506) 2225.1915

HONDURAS <

Col. Palmira, frente al Hotel Honduras Maya
Edificio Palmira, 2 Piso, Tegucigalpa.
Tel. (504) 235.8156 Fax. (504) 235.8135



> NICARAGUA

Banpro Altamira, 1 Cuadra Sur, ½ Cuadra Oeste.
Casa No. 111, Altamira Oeste, Managua.
Tel. (505) 278.3201 Fax. (505) 252.5951

REPUBLICA DOMINICANA <

Edificio Antonio Barletta, Local De 50 Mt2, 4to Piso
Av. John F. Kenedy No. 12, Santo Domingo.
Tel. (1 809) 788.9808 Fax. (1 809) 788.1688

*La compañía líder de investigación de mercados y opinión de Centro América
y el Caribe.*