VoxPopuli
Estrategia & Comunicación

Estudio nacional de opinión pública
Malvinas: los anuncios del gobierno y el clima político

Informe de resultados · Septiembre 2026

DATOS

ÁMBITO

Nacional — 9 regiones

CASOS

802 entrevistas

METODOLOGÍA

IVR + presencial

PONDERACIÓN

Sexo, edad, región, estudios y voto balotaje 2023

CAMPO

Septiembre 2026

VoxPopuli
Estrategia & Comunicación

Ficha técnica

Aspecto	Detalle
Ámbito	Nacional (CABA, GBA Primera y Tercera, Interior PBA, Centro, Cuyo, NOA, NEA, Patagonia)
Universo	Población de 16 años y más
Casos	802 entrevistas efectivas
Metodología	Mixta: IVR (87,5% de los casos) y presencial (12,5%)
Ponderación	Calibración por sexo, edad, región, nivel educativo y voto en el balotaje presidencial 2023
Fecha de campo	Septiembre de 2026

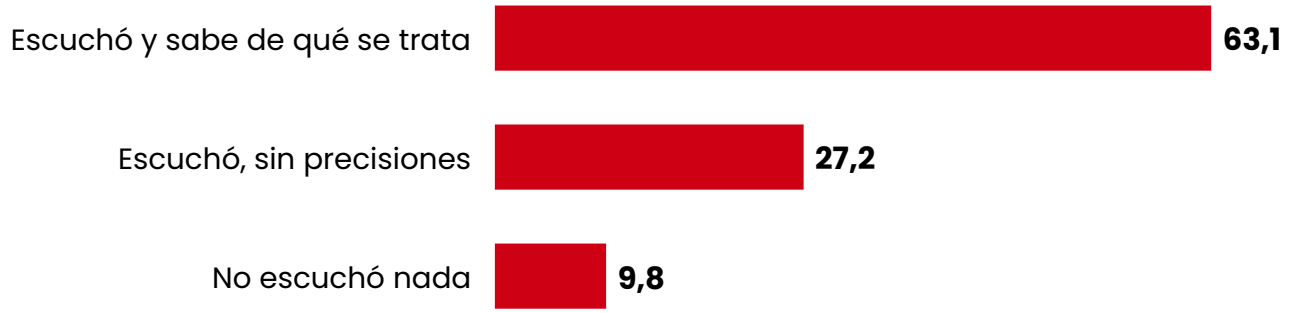
Los resultados generales son consistentes en dirección y magnitud. Por el peso de la calibración, las aperturas sobre celdas chicas deben leerse como indicativas.

Resumen ejecutivo

- Los anuncios sobre Malvinas lograron alta penetración: 9 de cada 10 consultados los registraron y 63,1% sabe de qué se tratan.
- Las medidas reúnen un acuerdo amplio y transversal: 62,6% de acuerdo contra 27,1% en desacuerdo.
- El motivo atribuido erosiona el capital del anuncio: 44,5% lo lee en clave electoral y sólo 23,7% por convicción soberanista.
- La expectativa de eficacia está partida: 46,6% cree que servirán mucho o algo; 49,3%, poco o nada.
- El rédito político aparece como nulo o levemente negativo: 27,0% mejora su opinión del gobierno, 32,5% la empeora, 38,5% no la cambia.
- La estrategia preferida para la recuperación es la negociación diplomática (35,0%) y el vínculo con las islas (21,9%), por encima de la vía militar o las sanciones.

Conocimiento de los anuncios sobre Malvinas

P1. En los últimos días, ¿usted escuchó o leyó algo sobre los anuncios del presidente Milei acerca de las Islas Malvinas?

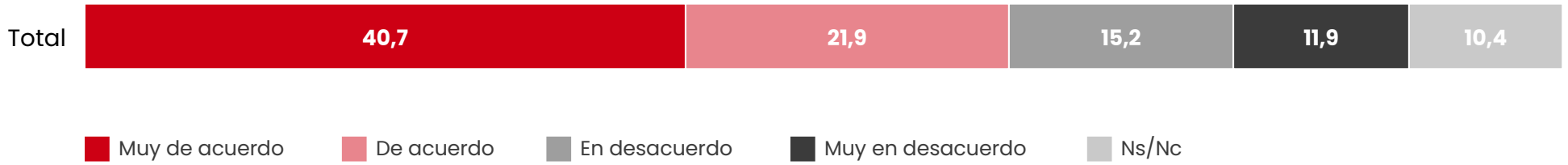


El tema atravesó la agenda: 90,2% registró los anuncios y casi dos tercios pueden dar cuenta de su contenido. Es un piso de notoriedad alto para una política exterior.

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

Acuerdo con las medidas anunciadas

P2. El gobierno anunció una ley de defensa de la soberanía, sanciones a empresas que exploten petróleo en la zona y una base naval en Tierra del Fuego. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo?

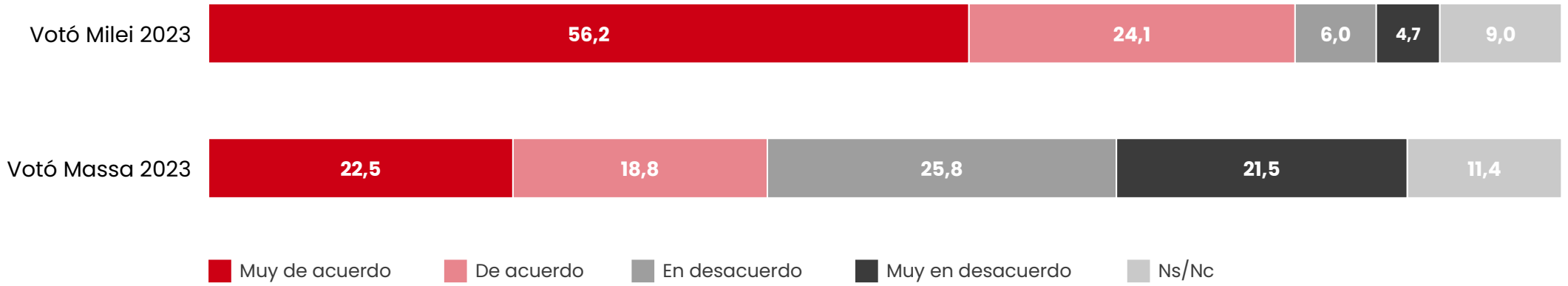


Acuerdo amplio: 62,6% contra 27,1%, con la respuesta más intensa ("muy de acuerdo", 40,7%) como la mayoritaria. La causa Malvinas conserva su carácter de consenso nacional: incluso entre los votantes de Massa 2023 el acuerdo alcanza 41,3%.

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

VoxPopuli
Estrategia & Comunicación

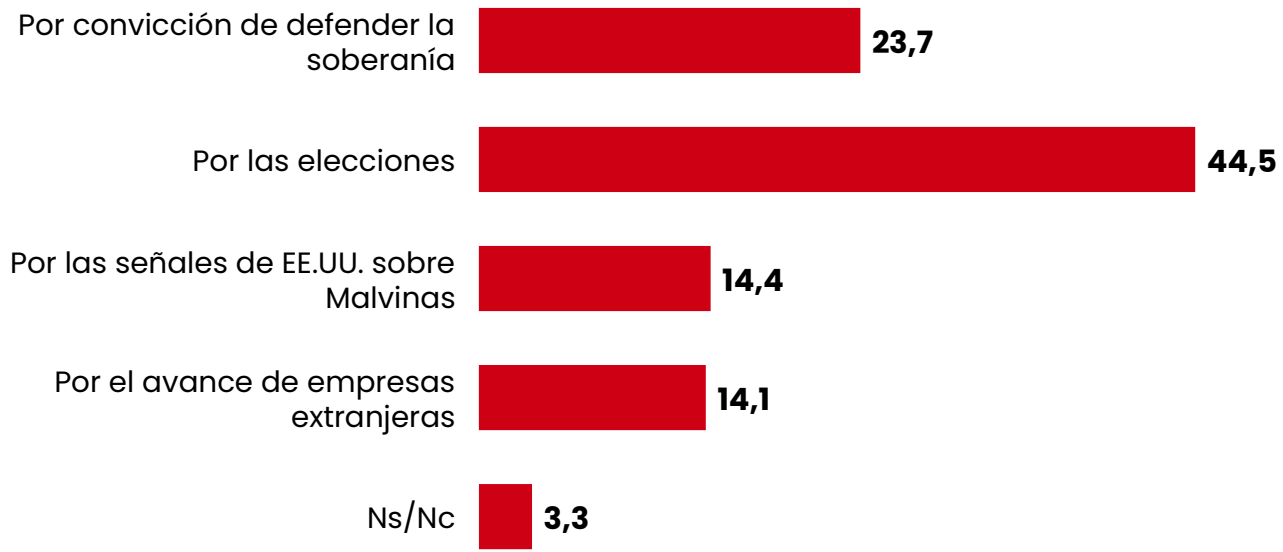
Acuerdo con las medidas según voto 2023



La estructura del acuerdo es asimétrica: entre votantes de Milei es casi unánime (80,3%), mientras que el electorado de Massa se parte: 41,3% acuerda y 47,3% rechaza. El desacuerdo intenso se concentra en ese segmento (21,5% "muy en desacuerdo").

Motivo atribuido a los anuncios

P3. ¿Por qué cree que el gobierno hizo anuncios sobre Malvinas?

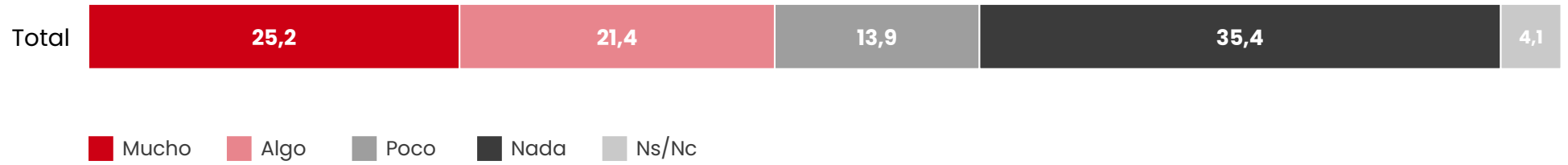


El punto débil del anuncio: 44,5% lo atribuye a las elecciones y sólo 23,7% a la convicción soberanista. Entre los votantes de Massa la lectura electoralista llega a 65,6%; aun entre los de Milei, 28,0% la comparte.

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

Eficacia percibida de las medidas

P4. ¿Cree que estas medidas van a servir para avanzar en el camino de la recuperación de las Islas Malvinas?

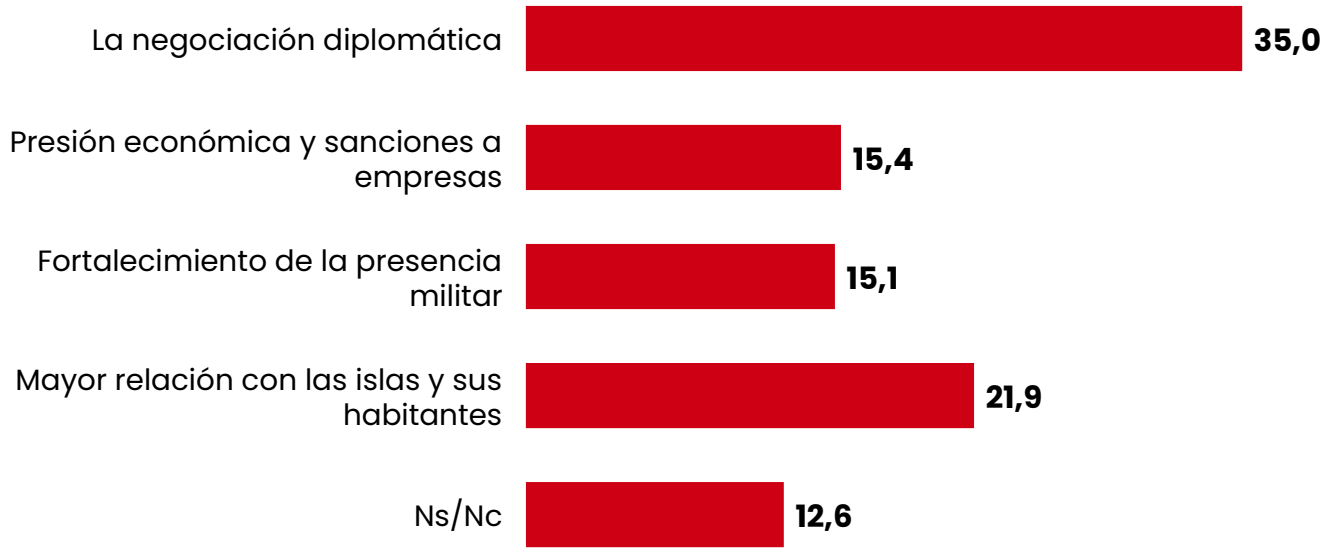


Expectativa dividida: 46,6% cree que servirán mucho o algo y 49,3% poco o nada, con "nada" como la respuesta individual más frecuente (35,4%). El acuerdo con las medidas no se traduce linealmente en confianza sobre su resultado.

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

Estrategia preferida para la recuperación de Malvinas

P5. ¿Cuál de las siguientes estrategias le parece la más importante para lograr el objetivo final de recuperar las Malvinas?

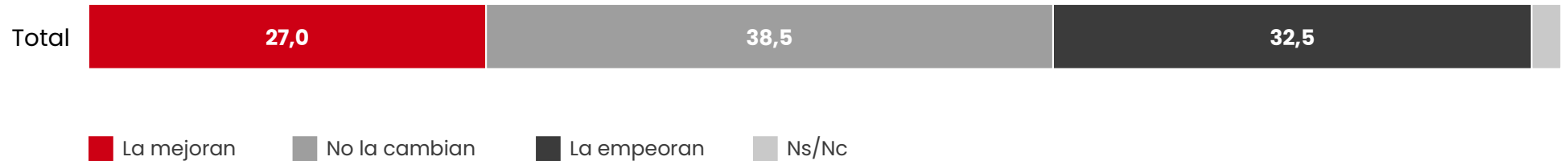


La sociedad prefiere la vía blanda: negociación diplomática (35,0%) y vínculo con las islas (21,9%) suman 56,9%, muy por encima de las dos herramientas centrales del anuncio: sanciones (15,4%) y presencia militar (15,1%).

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

Efecto de los anuncios sobre la opinión del gobierno

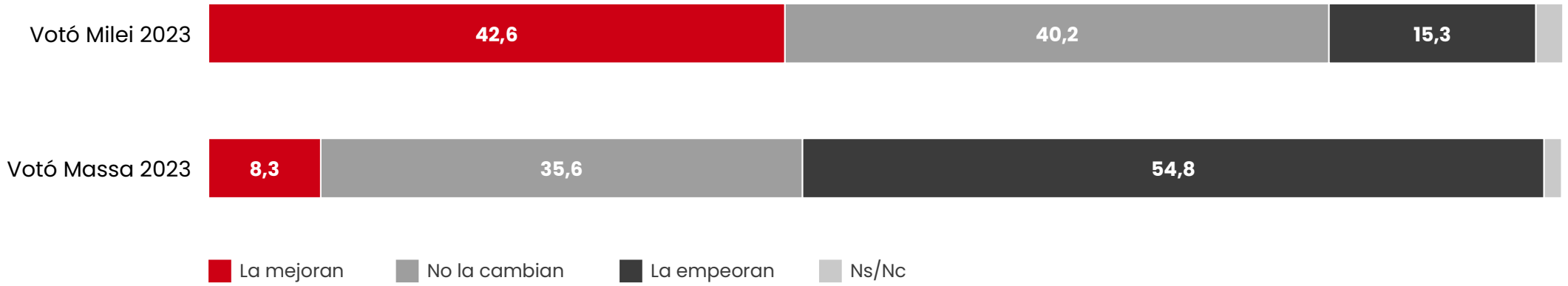
P6. Estos anuncios, ¿mejoran, empeoran o no cambian su opinión sobre el gobierno de Milei?



El saldo político directo es levemente negativo: 27,0% mejora su opinión, 32,5% la empeora y 38,5% no la modifica. El anuncio ordena al electorado propio pero no perfora por fuera de él.

Base: total de casos (802). Datos ponderados.

Efecto sobre la opinión según voto 2023



Lectura especular: mejora la opinión de 42,6% de los votantes de Milei y empeora la de 54,8% de los de Massa. Entre los propios, además, 40,2% declara que no cambia nada: el techo de rédito es bajo incluso dentro del oficialismo.