

CONTACTO DE PUBLICIDAD: Jim Hellegaard

561-319-2233, [jhellegaard@fau.edu](mailto:jhellegaard@fau.edu)

## **Las Encuestas de FAU Revelan que los Hispanos Usan el Internet para Noticias de Tipo Político, y Dicho Uso Está Determinado por Varios Factores**

*Los Resultados También Revelan que los Hispanos Permanecen Optimistas sobre la Economía*

**BOCA RATON, Fla (Marzo 11, 2015)** – Los hispanos se inclinan ahora a usar el Internet para leer noticias de tipo político, y cuatro de cada cinco jóvenes hispanos usan la red tecnológica social como fuente de noticias, esto conforme a la última encuesta llevada a cabo por la Iniciativa de Negocios y Económica de la Universidad de Florida Atlantic ([FAU BEPI](#)) en la Escuela de Negocios.

La encuesta también revela una diferencia en la red entre los hispanos que usan el Internet para leer noticias de tipo general, y los que recurren al Internet para leer noticias de tipo político. Los hispanos que tienen un título de Universidad (de “college”) son los que se inclinan a usar el Internet como su fuente de noticias (52 por ciento sobre un 32 por ciento total de hispanos). Más del 68 por ciento de los participantes que poseen los ingresos más elevados (\$75.000 y más) consultan la red por lo menos una vez al día para leer noticias de tipo político.

Un 84 por ciento de los hispanos más jóvenes (los que tienen entre 18 y 34 años) recurren mayormente a la red tecnológica social para leer las noticias. El contraste es notorio si se considera que un 48 por ciento de los hispanos de 55 años o más no usan la red tecnológica social para leer ningún tipo de noticias.

“La red tecnológica social tendrá un impacto enorme en las elecciones dado que esta ocasión constituirá una oportunidad para poder contactar a un gran número de votantes en forma rápida, continua y a bajo costo.” Manifiesto Mónica Escaleras, Ph.D. directora de BEPI.

La encuesta también reveló que los varones superan por el doble a las mujeres (34 por ciento los varones contra 14 por ciento las mujeres) en buscar opiniones que sean acordes con su ideología. Un 26 por ciento de los individuos mayores de 55 años o más se inclinan a buscar opiniones contrarias a las de ellos, mientras que sólo un 5 por ciento de aquellos individuos que tienen entre 18 y 34 años buscan opiniones contrarias a las suyas, y el 11 por ciento de los que tienen entre 35 y 54 años se inclinan a buscar opiniones diferentes a las de ellos.

“El que quiera atraer a los hispanos, especialmente a la generación más joven, necesita reconocer la importante y progresiva función que desempeñan el Internet y la red tecnológica social” manifestó Kevin Wagner, profesor asociado de Ciencias Políticas de FAU.

La encuesta sobre el Internet y la red tecnológica social constituyó parte de la encuesta mensual de BEPI sobre el optimismo del consumidor entre los hispanos. El índice de confianza del consumidor hispano continúa siendo elevado - 98,1- comparado con el 100,7 en enero, mes en que alcanzó un tope desde que FAU comenzara con el programa en agosto del 2014. El Índice de Condiciones Actual bajó de 95,1 a 93, y el Índice de Expectativas del Consumidor bajó del 104,3 al 101,4. La encuesta fue llevada a cabo a nivel nacional desde febrero 1ro a febrero 28. La muestra de la encuesta consistió en 500 hispanos con un margen de error del +/-4,33 por ciento y un 95 por ciento de nivel de confianza.

Para más información, contacte a Mónica Escaleras al 561-297-1312 o a [BEPI@fau.edu](mailto:BEPI@fau.edu) o visite la siguiente página web: [www.business.fau.edu/bepi](http://www.business.fau.edu/bepi).