



EL SALVADOR

ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS **TCS-MITOSKY**

EVALUACIÓN DE GOBIERNO Y ENTORNO POLÍTICO

Febrero 2008

ADVERTENCIA: Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

San Salvador, El Salvador • Calle Al Picacho #5 • Cumbres del Escalón • Tel. +503 22.83.88.18 •
Distrito Federal, México • Calle Georgia #38 • Colonia Nápoles • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 •
Aguascalientes, México • Monte Coronado #232-4 • Villas Montenegro • Tel. +52 (449) 912.76.11 •

EVALUACIÓN DE GOBIERNO Y ENTORNO POLÍTICO

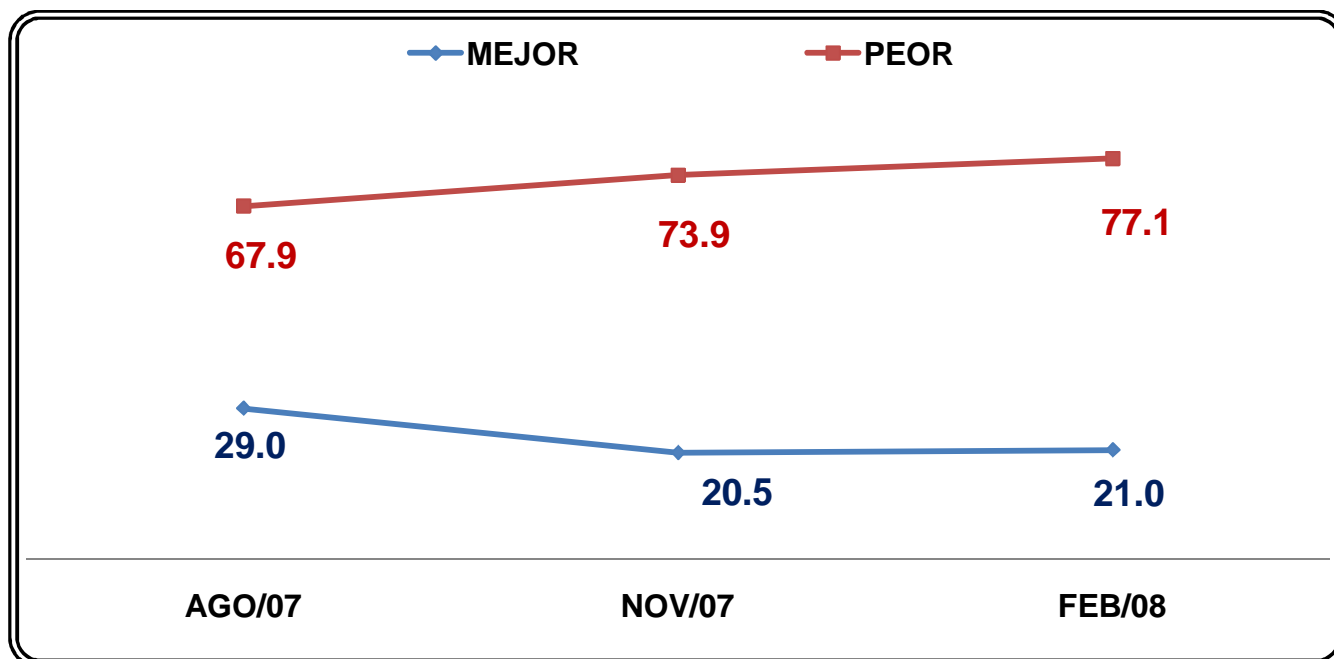
EL PRESIDENTE Y SU PARTIDO RECUPERAN TERRENO

Por: Roy Campos / Carlos Penna / **CONSULTA MITOFSKY**

Al cumplir dos meses de haber iniciado el 2008, presentamos los resultados de la tercera encuesta nacional en viviendas levantada por **CONSULTA MITOFSKY** y patrocinada por Telecorporación Salvadoreña (TCS) sobre evaluación ciudadana al gobierno del presidente Saca y las tendencias electorales rumbo al 2009, destacando en esta medición el aumento en el respaldo a la gestión del presidente y el reposicionamiento del partido ARENA en las preferencias electorales. La metodología completa del estudio se muestra al final de este documento.

A.- SITUACIÓN ECONÓMICA

- Se observa un deterioro en el sentimiento ciudadano sobre la economía de El Salvador, el porcentaje de quienes la perciben positiva se mantiene en 21 por ciento, pero quienes dicen que hoy está peor que hace un año creció tres puntos más llegando a 77 por ciento, nueve puntos porcentuales más que un semestre previo.



- Los grupos que más contribuyen a la percepción negativa de la economía son los adultos con edades intermedias (30 a 49 años); con educación de séptimo grado en adelante, y sobre todo aquellos ciudadanos que viven en la zona occidental del país.

B.- PRINCIPAL PROBLEMA

- En agosto del año pasado los salvadoreños percibían en 37 por ciento de los casos a la inseguridad como el principal problema, seguido de la pobreza (18%); el desempleo (9%); y la economía (8%). Seis meses después, siguen apareciendo los mismos problemas pero con variaciones importantes. La inseguridad baja 10 puntos y llega a 27 por ciento; la pobreza se mantiene en los mismos niveles pero suben de manera importante la economía, la inflación y el desempleo.

PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS

SEIS PRIMERAS RESPUESTAS	AGO/07	FEB/08	VARIACIÓN FEB-AGO
Inseguridad	36.6	26.7	-9.9
Pobreza	17.7	18.8	+1.1
Economía	8.3	15.8	+7.5
Desempleo	9.0	13.1	+4.1
Inflación	5.3	11.1	+5.8
Maras/Pandillas	3.0	6.1	+3.1

- En el resultado anterior podemos entender el crecimiento del pesimismo económico, el cual se centra en conceptos como desempleo e inflación.
- Por lo que respecta a los servicios, el ciudadano sigue reclamando mayor pavimentación, seguido de vigilancia y agua potable, bajando las menciones para la recolección de basura, alumbrado público y atención a la salud.

SERVICIO PÚBLICO A MEJORAR

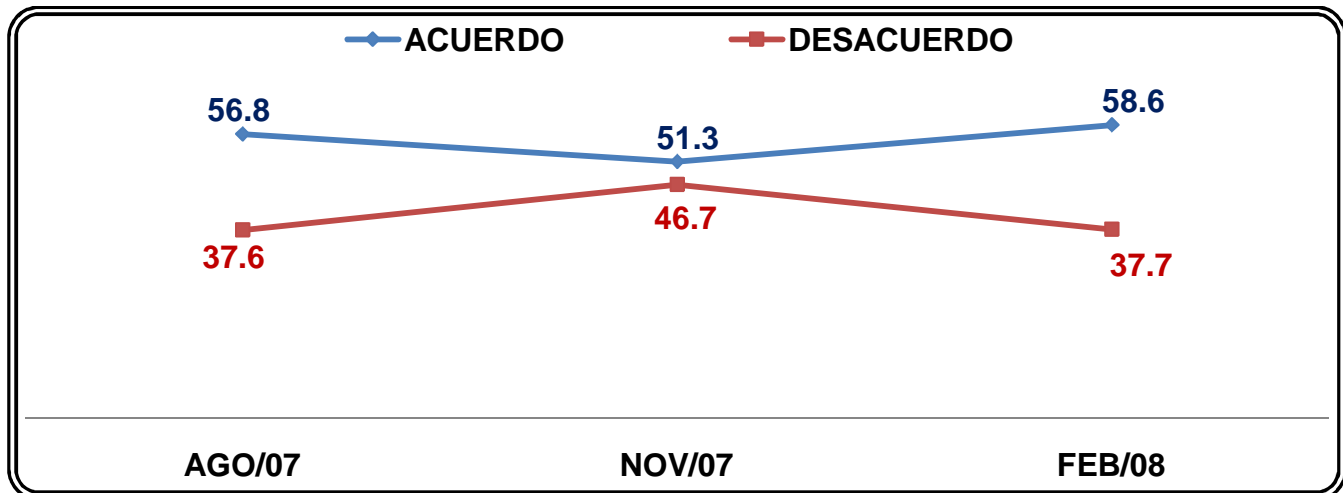
SEIS PRIMERAS RESPUESTAS	AGO/07	FEB/08	VARIACIÓN FEB-AGO
Pavimentación	25.7	26.4	+0.7
Seguridad / vigilancia	13.5	16.6	+3.1
Agua potable	13.2	19.8	+6.6
Recolección de basura	9.1	4.7	-4.4
Alumbrado público	7.9	5.3	-2.6
Atención a la salud	7.2	5.6	-1.6



C.- APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

- El presidente Saca logra remontar sus números y recupera de manera importante el nivel de aprobación ciudadana al llegar a 59 por ciento más de siete puntos adicionales a los que obtuvo en noviembre pasado.

ACUERDO CON LA MANERA DE GOBERNAR DEL PRESIDENTE SACA



- Los grupos en los que logra impactar en mayor medida en este trimestre el presidente Saca son en los jóvenes; las mujeres; los estratos socioeconómicos bajos y en la región Oriental y Centro-Paracentral.

% DE ACUERDO		NOV/07	FEB/08	DIFERENCIA FEB-NOV
SEXO	Hombre	53.1	54.1	+1.0
	Mujer	49.8	62.5	+12.7
EDAD	De 18 a 29 años	51.2	60.1	+8.9
	De 30 a 49 años	52.0	58.8	+6.8
	De 50 y más años	50.6	56.0	+5.4
NSE	Alto y Medio	47.1	54.4	+7.3
	Bajo	52.4	62.0	+9.6
REGIÓN	Occidental	57.5	57.6	+0.1
	Centro-Paracentral	44.5	60.1	+15.6
	Oriental	45.7	58.8	+13.1
NACIONAL		51.3	58.6	+7.3

D.- ÁREAS DE GOBIERNO

- Las áreas de trabajo en el que se percibe trabajo del presidente son la educación y la salud, en cambio, se reclama mayor esfuerzo en detener la inflación, disminuir la pobreza y en crear empleos, es decir, vuelven a aparecer los asuntos económicos como preocupaciones ciudadanas.

ÁREAS DE GOBIERNO % MUCHO / ALGO TRABAJO

MEDIDA	FEB/08
Mejorar la educación pública	60.0
Mejorar la atención a la salud	55.6
Aumentar el prestigio internacional del país	40.3
Combatir la delincuencia	34.7
Mejorar la situación de la gente que vive en el campo	31.6
Disminuir la corrupción	28.5
Crear empleos	26.6
Disminuir la pobreza	24.3
Disminuir la inflación (alza de precios)	16.9



E.- LOGROS Y RETOS PERCIBIDAS

- Los tres principales logros percibidos por la ciudadanía en la presente administración son en primer lugar la mejora en la educación (15.8%); los servicios de FOSALUD (15.3%) y la inversión en pavimentación y redes viales (10.7%).
- Por el contrario, los principales retos en opinión de los entrevistados en la administración del presidente Saca en opinión de los entrevistados se enfoca en el alza de precios (10.0%); no lograr disminuir la delincuencia (8.7%) y no combatir la pobreza (5.6%), es decir, nuevamente aparecen los asuntos económicos.

PRINCIPALES LOGROS Y RETOS

TRES PRINCIPALES LOGROS	FEB/08	TRES PRINCIPALES RETOS	FEB/08
Mejorar la educación	15.8	Alza de precios	10.0
Salud / FOSALUD	15.3	Combatir la delincuencia	8.7
Pavimentación / Carreteras / Red vial	10.7	Combatir la pobreza	5.6

F.- RECOMENDACIONES

- Los ciudadanos al darles la oportunidad de manifestarle al gobernante sus necesidades (que es una de las funciones de este tipo de estudios) recomiendan al presidente que en los meses por gobernar de su gestión se concentre principalmente en el combate a la pobreza, la generación de empleos, el combate a la inflación y a la inseguridad.

RECOMENDACIONES

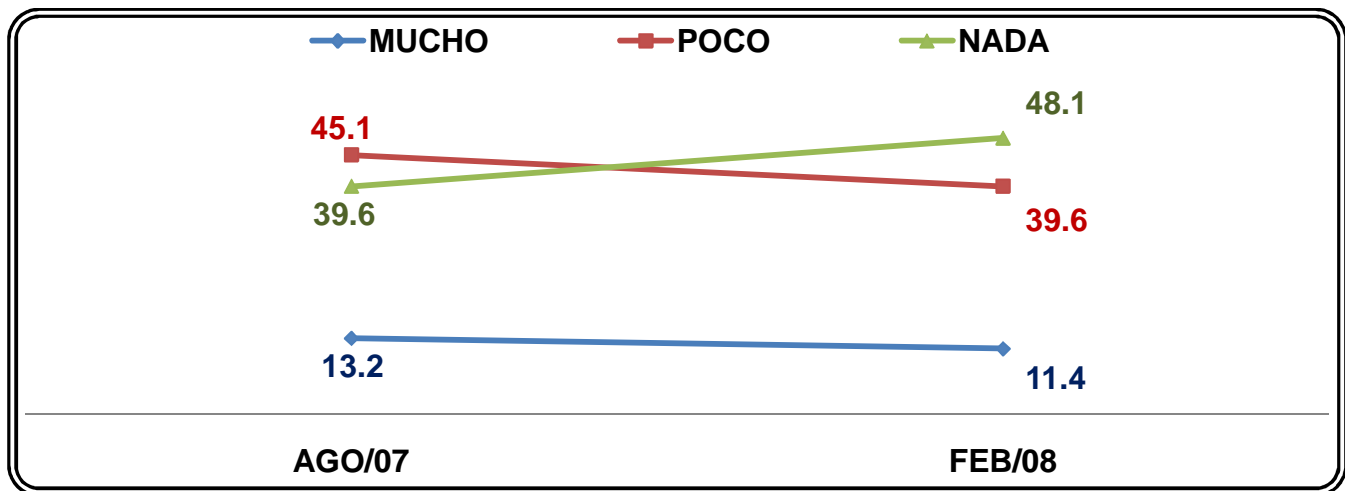
PRINCIPAL LOGRO	FEB/08
Combate la pobreza	11.2
Generar empleo	8.3
Detener inflación	6.6
Combate la inseguridad	5.6

ENTORNO POLÍTICO

A.- INTERÉS EN ASUNTOS POLÍTICOS

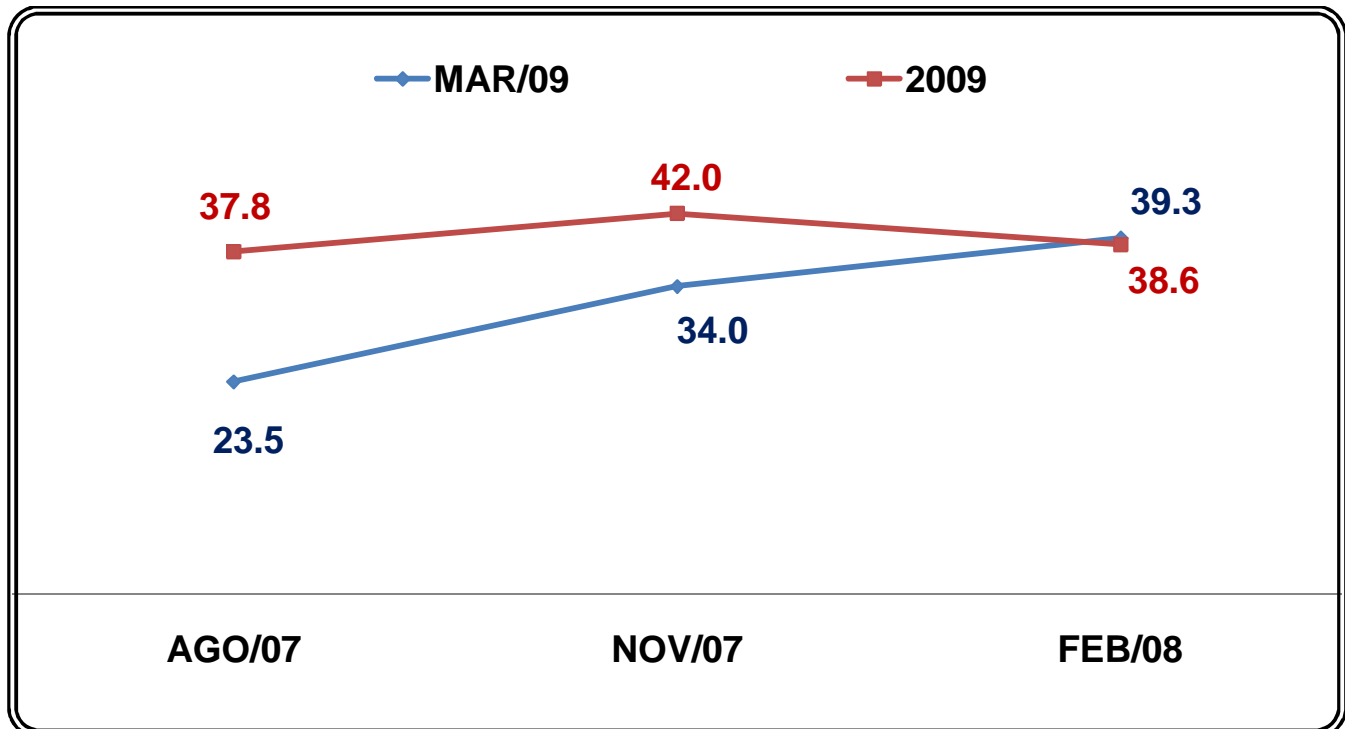
- Las preocupaciones económicas de los ciudadanos hacen que su atención e interés hacia los temas políticos disminuyan en los últimos seis meses, lo anterior se constata al observar que el porcentaje de quienes se dicen “nada” interesados en política subió de 40 por ciento a 48 por ciento de agosto a febrero.

INTERÉS EN LA POLÍTICA



- Sin embargo, la cercanía con la contienda electoral y las campaña interna de algunos partidos políticos para nominar a sus candidatos han hecho que poco a poco se conozca que en marzo de 2009 se realizarán las próximas elecciones presidenciales, respuesta que hoy da el 39 por ciento de los ciudadanos cuando en agosto sólo conocía esta fecha el 24 por ciento.







SABE LA FECHA DE LA ELECCIÓN



B.- PARTIDISMO

- La imagen que generan los partidos políticos muestra un comportamiento similar al de agosto pasado, sólo ARENA obtiene un saldo de opiniones positivas, seguido por el FMLN que genera un saldo apenas negativo de tres puntos; aunque en el período semestral ARENA pierde ocho décimas que gana el FMLN.
- Los demás partidos mantienen saldos negativos mayores, aunque uno de ellos, el PDC, logra avanzar en las opiniones que genera.

SALDO DE OPINIÓN



PARTIDO POLÍTICO	AGO/07	FEB/08	DIFERENCIA
ARENA 	7.6	6.8	-0.8
FMLN 	-3.6	-2.8	+0.8
PDC 	-9.9	-8.8	+1.1
PCN 	-5.0	-9.3	-4.3
CD 	-8.2	-12.8	-4.6
FDR 	-9.8	-12.4	-2.6



C.- PREFERENCIA ELECTORAL SIN CANDIDATOS

- La contienda electoral rumbo a la presidencia se concentra prácticamente en los dos partidos más fuertes, ARENA con 30 por ciento recupera el liderazgo que había perdido en noviembre y se coloca un poco más de cinco puntos por arriba del FMLN que después del impulso inicial que generó en noviembre al nominar a su candidato, sufre un rezago que lo ubica en la segunda posición.
- Lo anterior adelanta una contienda sin duda interesante donde las personalidades de los candidatos y las estrategias de sus equipos de campaña definirán al próximo presidente de El Salvador.

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

PARTIDO POLÍTICO	AGO/07	NOV/07	FEB/08	VARIACIÓN FEB-NOV
ARENA 	28.2	27.9	29.8	+1.9
FMLN 	21.0	30.3	24.3	-6.0
OTRO	7.9	8.1	5.3	-2.8
No declara	42.9	33.7	40.6	+6.9
TOTAL	100.0	100.0	100.0	

ADVERTENCIA: Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

- En el cuadro anterior se puede observar como los otros cuatro partidos, entre todos, han pasado de ocho por ciento en agosto y noviembre a sólo cinco por ciento en febrero, producto sin duda de una polarización que podría ocasionar que no fuera necesaria una segunda vuelta electoral.



- Los grupos afines o más proclives a votar por ARENA son las mujeres y los jóvenes; en contraste, para el FMLN sus mayores apoyos los está captando en los hombres.
- Una prueba clara de la identidad en la geometría política que han logrado los partidos es que quienes se consideran de “derecha” votarán 70 por ciento por ARENA y quienes se dicen de izquierda, 75 por ciento por el FMLN.

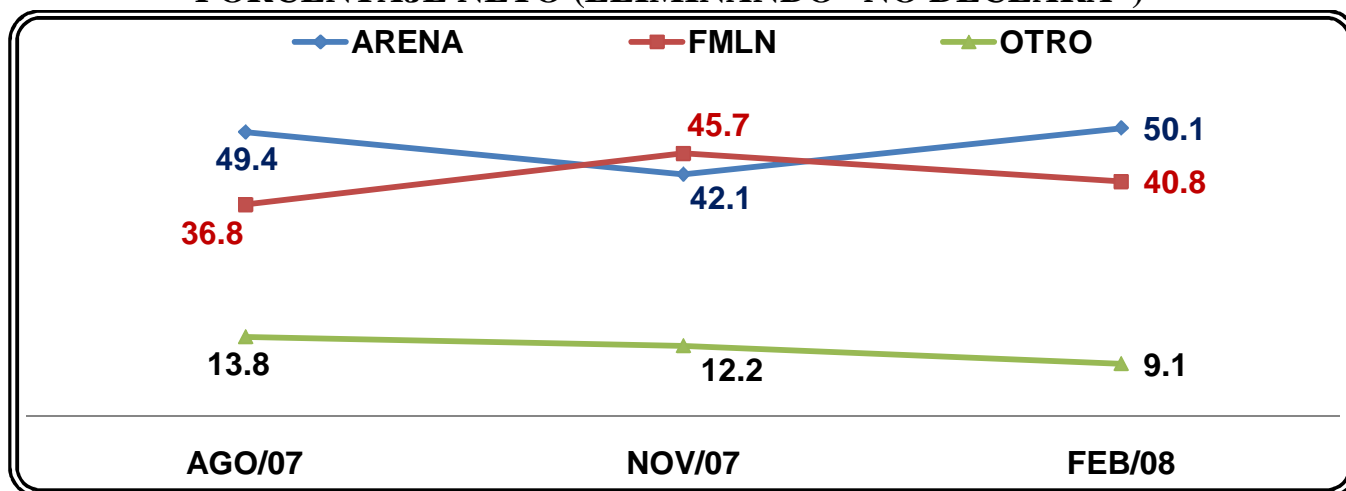
PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

		ARENA	FMLN	OTRO	NO DECLARA	TOTAL
SEXO	Hombre	24.9	30.3	7.3	37.6	100.0
	Mujer	34.0	19.0	3.8	43.2	100.0
EDAD	De 18 a 29 años	33.2	26.2	5.9	34.7	100.0
	De 30 a 49 años	27.6	27.0	4.7	40.7	100.0
	De 50 y más años	28.7	18.1	5.8	47.4	100.0
NSE	Alto y medio	30.9	30.3	4.9	34.0	100.0
	Bajo	29.3	20.1	5.8	44.8	100.0
IDEOLOGÍA	Izquierda	1.3	74.7	5.1	18.9	100.0
	Derecha	69.5	1.6	5.6	23.2	100.0
NACIONAL	Feb/08	29.8	24.3	5.4	40.6	100.0



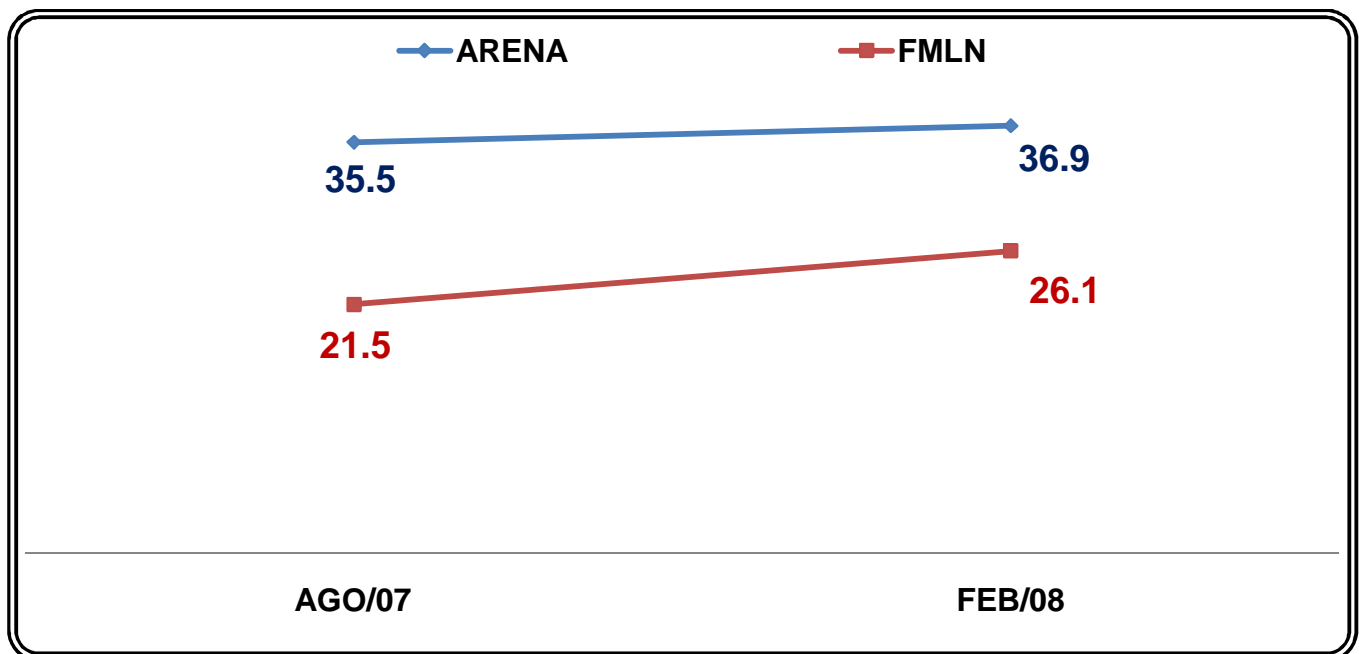
- El estado actual de las preferencias nos indica que cuatro de cada 10 ciudadanos de este país no declaran su orientación, ya sea porque no la han decidido, porque no votarán o porque simplemente decidieron ocultarlo. En caso de que ninguno de ellos se presente a votar, obtendríamos una votación neta con nueve puntos de ventaja para ARENA y una situación que se resuelve en primera vuelta, sin olvidar claro, que hoy estamos a más de un año de la jornada de votación y aún no están definidos todos los candidatos que aparecerán en las boletas, por lo que sería un **error** tratar de pronosticar con estos datos.

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE PORCENTAJE NETO (ELIMINANDO “NO DECLARA”)









- La identidad partidista muestra el porcentaje de ciudadanos que sienten una inclinación hacia la imagen, el trabajo, la historia o los miembros de un partido político y los datos muestran que ARENA se mantiene en el primer lugar con 37 por ciento aunque el FMLN sólo aparece 11 puntos atrás (26%), logrando un avance de cinco puntos en el último semestre.

IDENTIDAD PARTIDISTA



- Por último, el rechazo a votar por los partidos muestra que el 38 por ciento dice que nunca votaría por el FMLN manteniéndose así con el mayor porcentaje. Le sigue nuevamente el FDR con 29 por ciento a pesar de lograr un importante descenso de seis puntos, y en tercer lugar, disminuyendo cuatro puntos su rechazo, aparece el partido de actualmente gobierna, ARENA, con el 27 por ciento.

RECHAZO A PARTIDOS						
Ago/07	36.6	35.3	31.1	27.9	28.1	28.9
Feb/08	37.7	28.5	27.2	23.8	23.1	21.9

PERFIL DE LA MUESTRA

SEXO	FEB/08
Hombre	46.8
Mujer	53.2
TOTAL	100.0
EDAD	FEB/08
De 18 a 29 años	33.6
De 30 a 49 años	40.0
De 50 y más años	26.4
TOTAL	100.0
ESCOLARIDAD	FEB/08
Ninguno	10.6
Primer a sexto grado	34.8
Séptimo a noveno grado	21.9
Bachillerato	21.5
Universidad y más	11.2
TOTAL	100.0
TIPO DE ACTIVIDAD	FEB/08
Tiene un empleo	38.2
Ama de casa	33.4
Estudiante	7.7
Jubilado	3.7
Desempleado	15.8
Ns/Nc	1.2
TOTAL	100.0
INGRESO	FEB/08
0-1 SM (\$0-144)	42.4
1-3 SM (\$144-432)	32.6
3-5 SM (\$432-720)	8.1
5-7 SM (\$720-1,008)	1.9
7+ SM (\$1,008-+)	1.7
Ns/Nc	13.3
TOTAL	100.0
REGIÓN	FEB/08
Urbano	60.0
Rural	40.0
TOTAL	100.0

METODOLOGÍA			
POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Salvadoreños mayores de 18 años residentes en viviendas particulares en todo el territorio nacional .		
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	Del 17 al 20 de agosto de 2007 Del 14 al 18 de noviembre de 2007	Del 7 al 11 de febrero de 2008	
TAMAÑO DE MUESTRA	1,200 Salvadoreños con Documento Único de Identidad (DUI) residentes en viviendas particulares.		
EXPLICACIÓN DE MUESTREO	El tamaño de la muestra está calculado para dar estimaciones a nivel nacional , y fue calculado desde el punto de vista del indicador de mayor exigencia en términos de tamaño muestral: Ciudadanos con Documento Único de Identidad (DUI) . Ello garantiza que las estimaciones del resto de las variables de interés queden cubiertas con el tamaño de muestra calculado. La unidad última de selección son las viviendas particulares , y las unidades de análisis son los hogares ahí constituidos y las personas que los conforman. El diseño es probabilístico , ya que la probabilidad de inclusión de cada elemento del universo definido es conocida y diferente de cero; esto permite estimar la precisión de los resultados muestrales. Es polietápica , porque la unidad última de selección (la vivienda) es seleccionada después de varias etapas. Es estratificado , porque las unidades de muestreo se clasifican de acuerdo a sus características socioeconómicas, formando estratos diferenciados. Para la encuesta se determinaron dos ámbitos o estratos: urbano y rural . Se dice que es por conglomerados , debido a que en cada una de las etapas fue seleccionado un conglomerado, como unidad de muestreo. Un conglomerado es un conjunto de unidades elementales con características heterogéneas en su interior y homogéneas hacia su exterior. Debido al diseño probabilístico los resultados obtenidos se generalizan para toda la población mediante los factores de expansión, que son el inverso de las probabilidades de selección de las viviendas. Estos factores se ajustan de acuerdo a la proporción de viviendas no entrevistadas, ya sea por rechazo o por ausencia reiterada de informantes adecuados (estos casos conforman la llamada "no respuesta"). Adicionalmente, los factores son ajustados por la proyección de población utilizada en el DIGESTYC para asegurar la inferencia sobre la población total. Los reactivos sobre los habitantes del hogar están dirigidos a la población de 18 años y más.		
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Para llegar a los 1,200 ciudadanos se partió de un diseño sistemático, polietápica, con estratificaciones y conglomeración anidadas . Primero se ordenaron los 262 municipios del país (<i>UPM-unidades primarias de muestreo</i>) de acuerdo a su población y se seleccionaron 60 de ellos con reemplazo y con probabilidad proporcional a sus habitantes. En una segunda etapa, se ordenaron las colonias, barrios o cantones (<i>USM-unidades secundarias de muestreo</i>) y se seleccionaron dos dentro de cada uno de los municipios en muestra con probabilidad proporcional a sus viviendas. En la tercera etapa se seleccionaron con igual probabilidad y sobre cartografía 10 viviendas en cada USM seleccionada y en cada vivienda se entrevistó a un informante mayor de 18 años, buscando además cumplir las cuotas de sexo y edad (distribución bivariada con 10 celdas) de acuerdo a más reciente proyección de población utilizada en el DIGESTYC . Todo lo anterior con la finalidad de garantizar el diseño muestral del instrumento y la representatividad de los estratos socioeconómicos en el país incluyendo el urbano-rural.		
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas " cara a cara " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado ni telefónico).		
PERSONAL INVOLUCRADO	24 Encuestadores	25	Capturistas de información
	6 Supervisores	5	Supervisores de captura
	2 Coordinadores de campo	4	Analistas de sistemas
	1 Responsable de campo y proyecto	4	Investigadores analistas
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY CENTROAMERICA		
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada USM seleccionada en muestra.		
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±2.85% . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.		
PATROCINADOR	 Telecorporación Salvadoreña (TCS). Alameda Manuel Enrique Araujo. Edificio Canales 2, 4 y 6. San Salvador, República del Salvador. Tel: (503) 2209-2000 / Fax: (503) 2209-2065 / www.tcs246.com		
ELABORADO POR	 CONSULTA MITOFSKY Gerente Región Centroamérica: Carlos Penna Charolet Calle Al Picacho #5. Cumbres del Escalón. San Salvador, República del Salvador. Tel: (503) 22.83.88.18 / www.consulta.com.mx		
CALIDAD ESIMM	 CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido ratificada cada año , garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos .		