



EL SALVADOR

ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS **TCS-MITOFSKY**

==CONFIDENCIAL==

Junio 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 •

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©, Todos los derechos reservados.

PRINCIPALES RESULTADOS

SITUACIÓN ECONÓMICA

- Se acentúa el deterioro en el sentimiento ciudadano sobre la economía de El Salvador entre febrero y junio de este año, el porcentaje de quienes la perciben positiva desciende casi 10 puntos porcentuales mismos puntos que creció la opinión de quienes dicen que hoy está peor que hace un año llegando a 87 por ciento..

PRINCIPAL PROBLEMA

- Cuando en febrero pasado la inseguridad se mantenía en primer lugar de menciones como principal problema, en junio es la economía, en agosto de 2007 este problema apenas llegaba a ocho por ciento como principal preocupación y hoy alcanza 39 por ciento.

IMAGEN PRESIDENCIAL

- En la evaluación del trabajo presidencial, a pesar de que sube dos puntos porcentuales, no alcanza los niveles de febrero 2008.

ENTORNO POLÍTICO

- El crecimiento de las preocupaciones económicas de los ciudadanos hacen mantener la atención e interés hacia los temas y anuncios políticos del país, pasando de 11 a 16 por ciento el porcentaje de quienes se interesan “mucho” en la política y de 48 a 39 por ciento el porcentaje de quienes no se interesan.
- Casi 7 de cada 10 entrevistados manifiestan una alta seguridad de acudir a votar en las siguientes jornadas de votación, lo que representaría una gran probabilidad de altas participaciones electorales.

IMAGEN DE PARTIDOS POLÍTICOS

- La identidad partidista continúa favoreciendo a ARENA con 31 por ciento disminuyendo su porcentaje blando de afinidad, seguido del FMLN que logra subir dos puntos y llegar a 29 por ciento. Destaca que el porcentaje de quienes se consideran independientes crece en casi 8 puntos.

IMAGEN DE CANDIDATOS

- Rodrigo Ávila, registra un aumento en su imagen de 5 puntos porcentuales para colocarse con una imagen positiva de 34 puntos y un saldo de 17 puntos, soportado en su mayoría por las mujeres. 3 de cada 10 entrevistados estaría dispuesto a votar por él, sin embargo una proporción similar nunca lo haría.
- Mauricio Funes también mejora su imagen a favor en 2 puntos para colocarse con una imagen positiva de 40 puntos y un saldo de 31 puntos, destaca que poco menos de 1 de cada 4 salvadoreños rechaza votar por él.
- Salvador Sánchez Cerén se mantiene sin lograr mejorar su saldo en imagen, con los mismos puntos positivos que negativos.

PREFERENCIA ELECTORAL

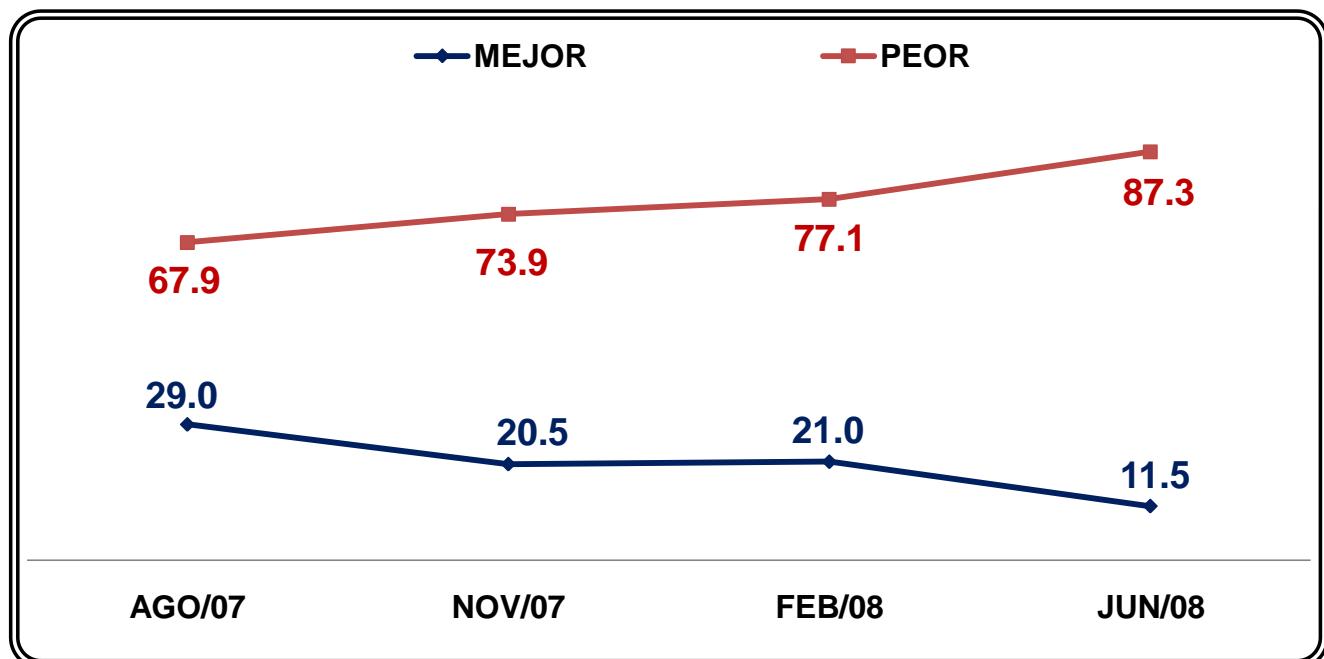
- La contienda electoral rumbo a la presidencia se concentra sólo en los dos partidos más fuertes, el FMLN con su candidato Mauricio Funes que ocupa la primera posición con 34 por ciento y ARENA con Rodrigo Ávila ya como su abanderado alcanzando 29 por ciento de las preferencias, otros partidos llegan a dos por ciento y un 35 por ciento restante aún no decide su posible voto.
- Los grupos afines o más proclives a votar por Rodrigo Ávila son las mujeres y los adultos mayores; en contraste, para el candidato del FMLN sus mayores apoyos los está captando en los hombres y los jóvenes.

EN RESUMEN

- El candidato del FMLN, mantiene saldo de imagen positiva lo que ayuda a mejorar los números de posicionamiento y votación de su partido.
- El candidato de ARENA mantiene también una pendiente positiva en su imagen aunque aún no le alcanza para encabezar las preferencias.

SITUACIÓN ECONÓMICA

Comparada con la situación económica que tenía el país hace un año, ¿cómo diría usted que es la situación económica de El Salvador actualmente, mejor o peor?



		MEJOR	PEOR	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	12.9	86.2	0.9	100.0
	Mujer	10.2	88.3	1.4	100.0
EDAD	18 a 29 años	12.2	86.8	1.0	100.0
	30 a 49 años	10.9	88.2	0.9	100.0
	50 y más años	11.4	86.5	2.0	100.0
REGIÓN	Occidental	11.1	87.7	1.2	100.0
	Centro-Paracentral	12.9	85.7	1.4	100.0
	Oriental	9.4	89.8	0.8	100.0
TODOS	JUN/08	11.5	87.3	1.2	100.0

PRINCIPAL PROBLEMA

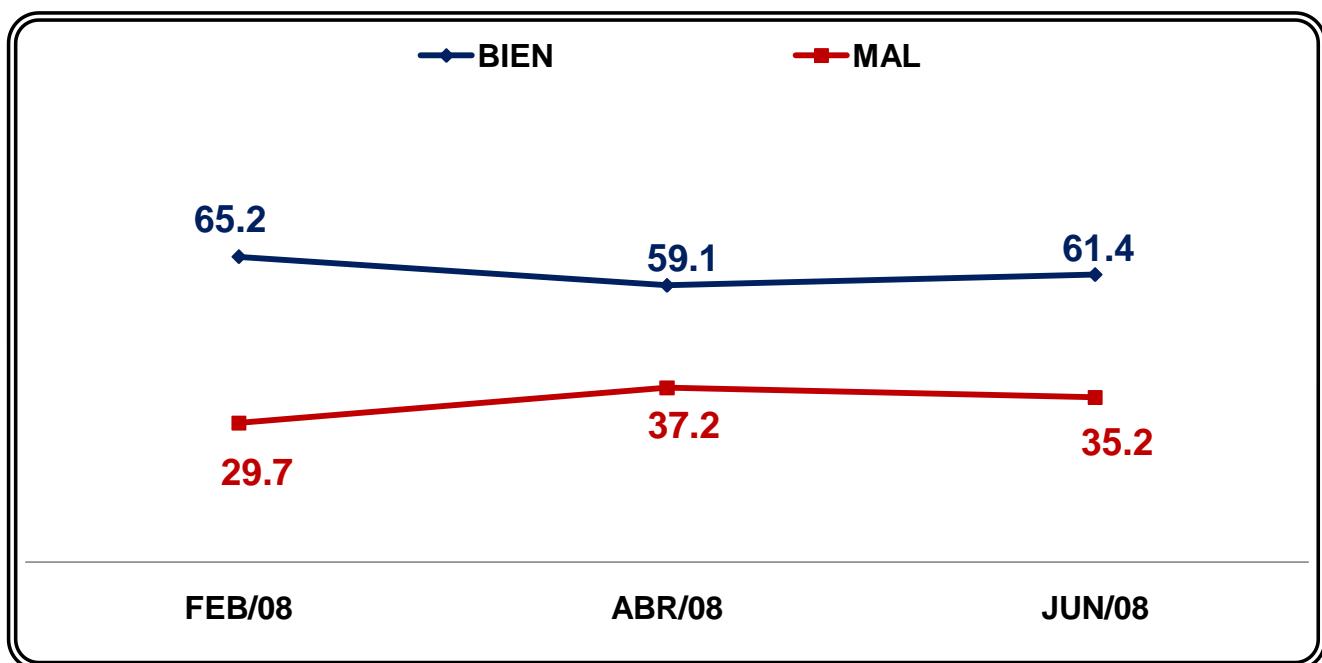
PROBLEMA	INSEGURIDAD	ECONOMÍA	INFLACIÓN	DESEMPEÑO	POBREZA	MARAS	DOLARIZACIÓN	CORRUPCIÓN	*OTRO	NS/NC	TOTAL
AGO/07	36.6	8.3	5.3	9.0	17.7	3.0	1.9	1.6	10.0	6.6	100.0
FEB/08	26.5	15.8	11.1	13.1	18.8	6.1	3.5	1.8	1.7	1.6	100.0
JUN/08	12.6	39.1	17.9	9.7	10.2	1.3	2.5	0.8	2.8	3.1	100.0

*Menciones menores de 1%.



APROBACIÓN CON AUTORIDADES

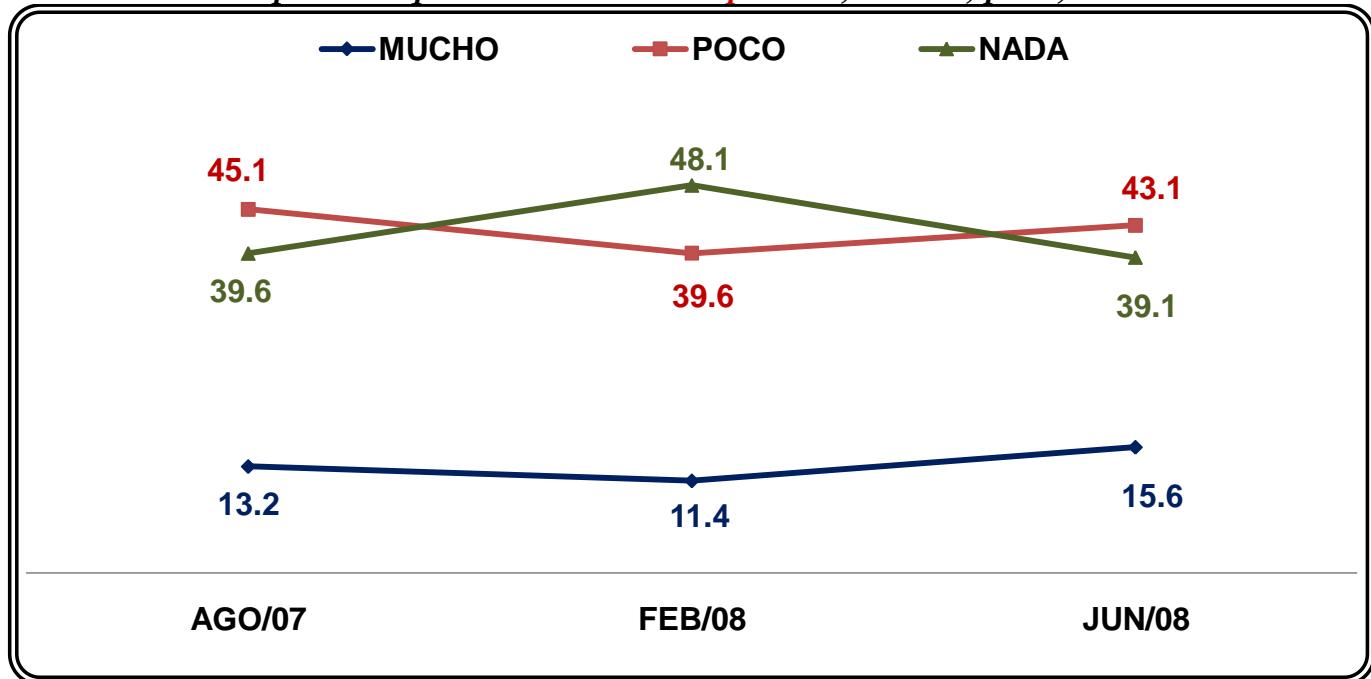
CÓMO HA TRABAJADO EL PRESIDENTE SACA



		BIEN	MAL	NS/ Nc
SEXO	Hombre	56.8	40.4	2.7
	Mujer	65.3	30.7	4.0
EDAD	18 a 29 años	62.9	35.0	2.1
	30 a 49 años	60.4	36.4	3.2
	50 y más años	61.0	33.6	5.3
REGIÓN	Occidental	60.9	34.2	5.0
	Centro-Paracentral	60.2	37.3	2.5
	Oriental	63.7	32.7	3.7
RELIGIÓN	Sin religión	50.4	47.0	2.6
	Católica	60.5	36.4	3.1
	Evangélica	67.4	28.8	3.8
NACIONAL	JUN/08	61.4	35.2	3.4

ENTORNO POLÍTICO

*En términos generales, ¿diría que usted mismo(a) es una persona que se **interesa en la política**, mucho, poco, nada?*



SEGURIDAD DE ACUDIR A VOTAR

	SEGURO DE IR A VOTAR	PROBABLE QUE SÍ VOTE	TAL VEZ SÍ TAL VEZ NO	PROBABLE QUE NO VOTE	SEGURO DE NO IR A VOTAR	NS/Nc	TOTAL
JUN/08	67.9	12.3	9.2	3.7	5.2	1.7	100.0



PARTIDISMO

IDENTIDAD PARTIDISTA

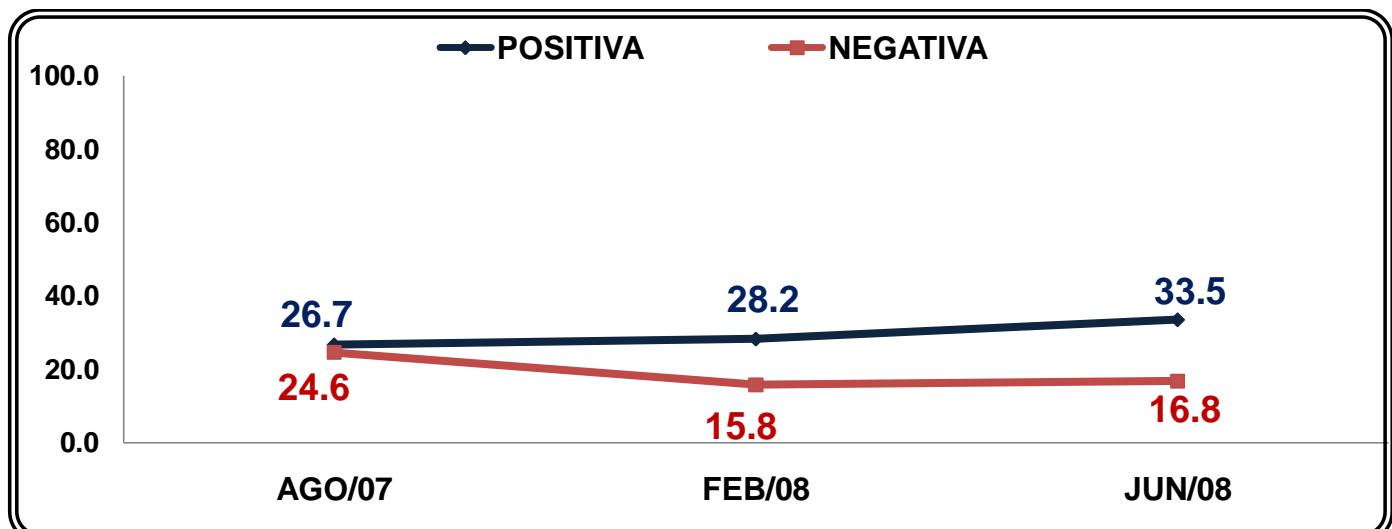
MES	FIRENA			FMLN			OTRO	INDEPENDIENTE	NS/NC	TOTAL
	DURO	BLANDO	TODOS	DURO	BLANDO	TODOS				
Ago/07	13.0	22.5	35.5	8.4	13.1	21.5	6.3	22.5	14.2	100.0
FEB/08	13.6	23.3	36.9	12.2	13.9	26.1	5.7	21.0	10.3	100.0
JUN/08	13.4▼	17.9▼	31.2▼	15.9▲	12.7▼	28.7▲	4.2▼	28.5▲	7.4	100.0



CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS

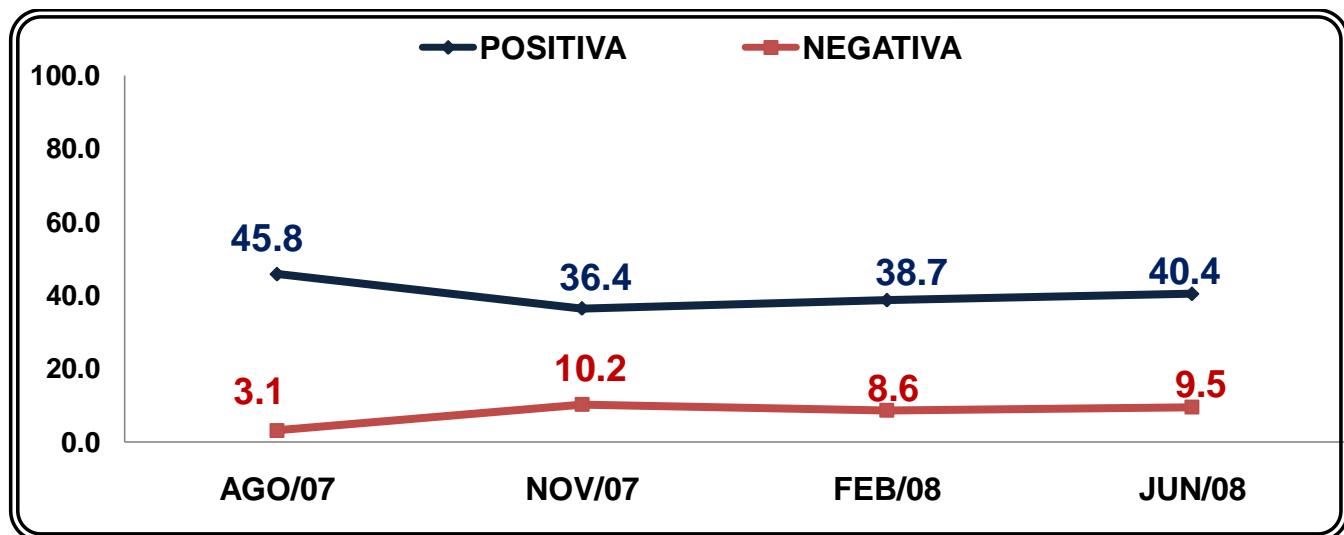
RODRIGO ÁVILA

SEGMENTO		% QUE LO CONOCE	% IDENTIFICA COMO CANDIDATO	IMAGEN (BASE 100%)			SÍ VOTA POR ÉL	NUNCA VOTARÍA POR ÉL
				POSITIVA	NEGATIVA	SALDO POS-NEG		
SEXO	Hombre	95.7	79.3	31.9	21.9	9.9	26.0	37.2
	Mujer	93.5	64.0	34.9	12.3	22.5	31.8	26.6
EDAD	18 a 29 años	94.8	72.6	37.6	19.1	18.5	31.6	39.1
	30 a 49 años	97.0	73.7	30.5	17.2	13.3	27.3	29.6
	50 y más años	90.5	65.1	32.6	13.1	19.5	28.9	24.5
REGIÓN	Occidental	94.5	69.6	36.8	15.3	21.5	28.8	27.0
	Centro-Paracentral	95.8	71.5	35.7	19.3	16.5	31.1	33.7
	Oriental	92.4	71.7	27.1	13.8	13.3	26.0	31.4
RELIGIÓN	Sin religión	93.5	68.5	30.4	26.2	4.3	24.7	38.9
	Católica	94.9	71.6	32.0	17.0	15.0	29.9	31.3
	Evangélica	94.8	71.4	37.4	13.1	24.3	30.3	28.6
TODOS	JUN/08	94.5	71.1	33.5	16.8	16.7	29.1	31.5



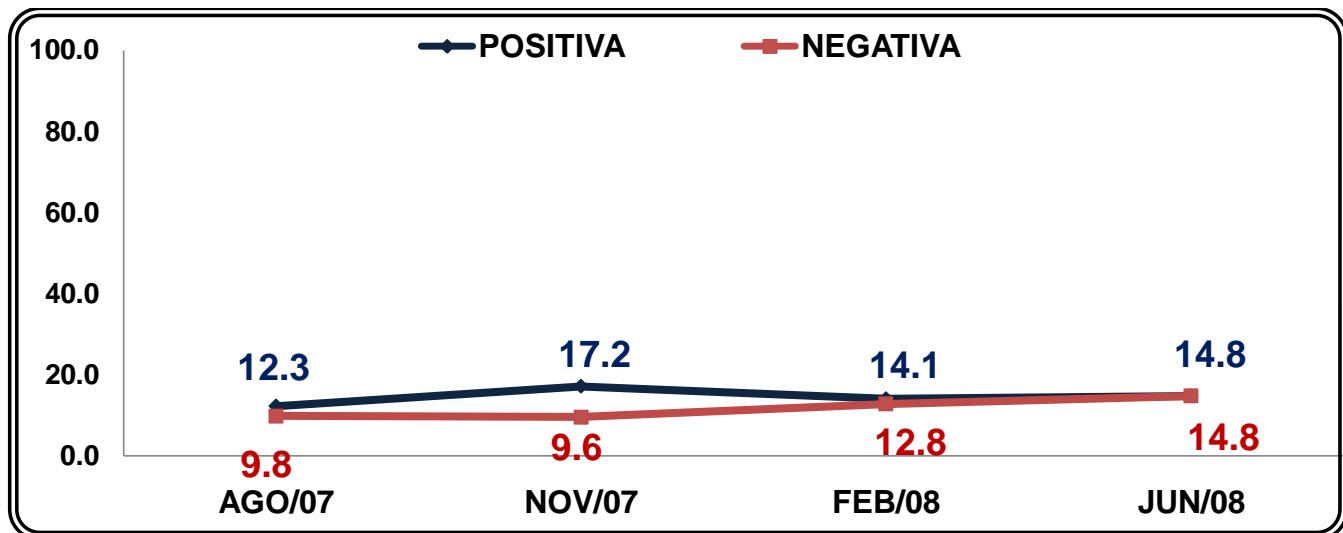
MAURICIO FUNES

SEGMENTO		% QUE LO CONOCE	% IDENTIFICA COMO CANDIDATO	IMAGEN (BASE 100%)			SÍ VOTA POR ÉL	NUNCA VOTARÍA POR ÉL
				POSITIVA	NEGATIVA	SALDO POS-NEG		
SEXO	Hombre	94.5	80.2	45.1	8.3	36.7	39.8	21.0
	Mujer	92.9	64.7	36.3	10.5	25.9	28.0	26.0
EDAD	18 a 29 años	94.7	76.4	48.9	9.2	39.7	41.8	25.7
	30 a 49 años	94.5	73.4	38.5	9.5	29.1	31.8	20.6
	50 y más años	90.9	63.9	32.1	9.9	22.2	25.3	25.9
REGION	Occidental	92.0	64.3	42.5	6.7	35.7	31.6	20.2
	Centro-Paracentral	94.8	73.9	41.5	11.2	30.3	34.3	25.9
	Oriental	92.9	74.4	37.0	8.7	28.3	33.8	22.6
RELIGIÓN	Sin religión	93.0	69.2	44.0	9.2	34.8	39.8	22.0
	Católica	93.7	72.9	40.6	9.9	30.7	34.2	23.3
	Evangélica	94.1	71.5	37.8	9.1	28.7	29.5	25.5
TODOS	JUN/08	93.6	71.9	40.4	9.5	30.9	33.5	23.7



SALVADOR SÁNCHEZ CERÉN

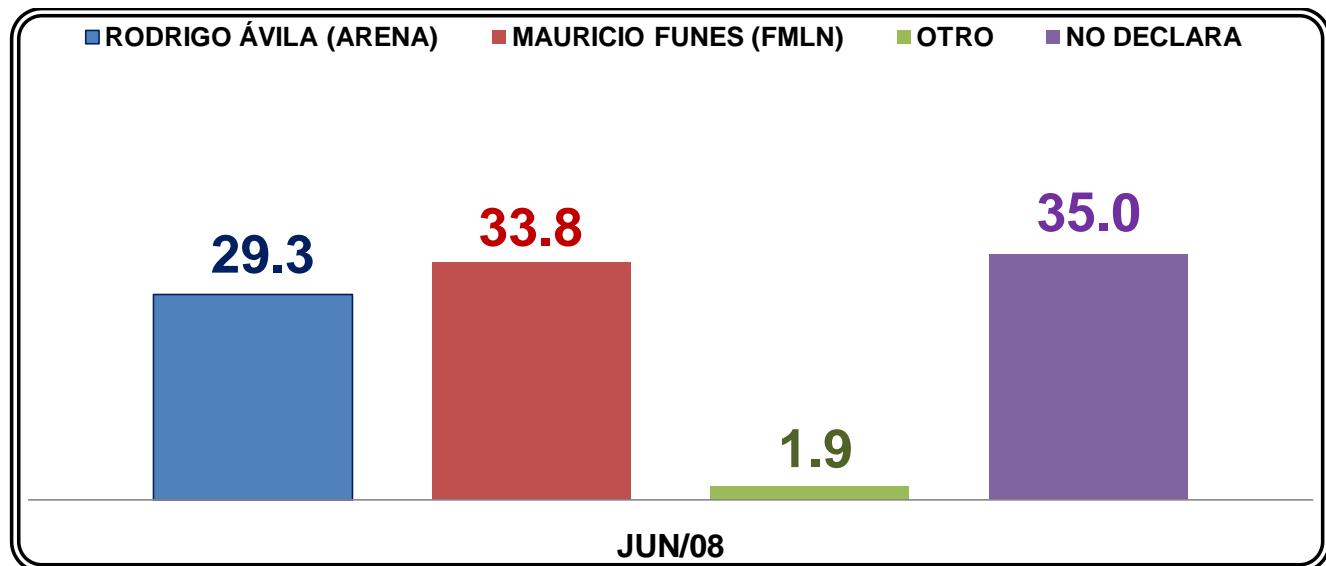
SEGMENTO		% QUE LO CONOCE	IMAGEN (BASE 100%)			SÍ VOTA POR ÉL	NUNCA VOTARÍA POR ÉL
			POSITIVA	NEGATIVA	SALDO POS-NEG		
SEXO	Hombre	71.5	18.7	17.0	1.7	3.2	20.6
	Mujer	57.3	11.3	13.0	-1.6	1.6	21.8
EDAD	18 a 29 años	59.9	17.6	12.2	5.4	3.2	24.5
	30 a 49 años	66.3	13.2	16.0	-2.9	1.5	19.0
	50 y más años	65.3	13.5	16.6	-3.1	2.5	20.5
REGIÓN	Occidental	57.3	17.1	11.4	5.7	2.0	19.8
	Centro-Paracentral	69.2	16.6	16.4	0.2	2.8	22.4
	Oriental	60.1	9.8	14.7	-5.0	1.7	20.3
RELIGIÓN	Sin religión	65.9	17.5	14.0	3.4	4.3	19.4
	Católica	63.3	15.7	15.6	0.1	2.2	21.4
	Evangélica	63.0	12.3	14.1	-1.8	1.6	22.1
TODOS	JUN/08	63.9	14.8	14.8	-0.1	2.3	21.2



INTENCIÓN DE VOTO PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

INTENCIÓN DE VOTO

UTILIZANDO TARJETA CON NOMBRES DE CANDIDATOS Y LOGOS DE PARTIDOS



		RODRIGO ÁVILA	MAURICIO FUNES	OTRO	No DECLARA	TOTAL
SEXO	Hombre	26.3	40.2	2.0	31.5	100.0
	Mujer	31.9	28.2	1.8	38.1	100.0
EDAD	18 a 29 años	31.0	43.0	1.3	24.7	100.0
	30 a 49 años	27.0	31.9	2.6	38.5	100.0
	50 y más años	30.7	24.6	1.7	43.1	100.0
REGIÓN	Occidental	26.9	32.4	1.7	38.9	100.0
	Centro-Paracentral	31.3	34.3	1.4	33.0	100.0
	Oriental	27.7	34.1	2.9	35.3	100.0
RELIGIÓN	Sin religión	20.9	40.5	2.2	36.4	100.0
	Católica	31.2	34.6	1.5	32.8	100.0
	Evangélica	30.5	29.6	2.3	37.6	100.0
IDENTIDAD PARTIDISTA	ARENA	71.6	5.3	1.1	22.1	100.0
	FMLN	2.3	89.9	0.6	7.2	100.0
	Independiente	16.0	15.4	2.2	66.3	100.0
NACIONAL	JUN/08	29.3	33.8	1.9	35.0	100.0

PERFIL DE LA MUESTRA

SEXO	HOMBRE		MUJER		
JUN/08	46.7		53.4		
EDAD	DE 18 A 29 AÑOS		DE 30 A 49 AÑOS		DE 50 Y MÁS AÑOS
JUN/08	33.7		39.7		26.6
ESCOLARIDAD	NINGUNO	PRIMER A SEXTO	SÉPTIMO A NOVENO	BACHILLERATO	UNIVERSIDAD Y MÁS
JUN/08	11.5	31.0	19.2	25.2	13.1
ACTIVIDAD	TIENE UN EMPLEO	AMA DE CASA	ESTUDIANTE	JUBILADO	DESEMPLEADO
JUN/08	38.3	32.6	7.2	3.6	16.8
Ns/Nc					1.4
LOCALIDAD	URBANO			RURAL	
JUN/08	63.7			36.3	
REGIÓN	OCCIDENTAL		CENTRO-PARACENTRAL		ORIENTAL
JUN/08	22.2		48.8		28.9
RELIGIÓN	SIN RELIGIÓN		CATÓLICA		EVANGÉLICA
JUN/08	12.7		50.1		33.7



METODOLOGÍA

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Salvadoreños mayores de 18 años residentes en viviendas particulares en todo el país
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	Del 19 al 22 de junio de 2008
TAMAÑO DE MUESTRA	1,200 Salvadoreños mayores de 18 años 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 1,000 ciudadanos se partió de un **diseño sistemático, multietápico, con estratificaciones y conglomeración anidadas**. Primero se ordenaron los 262 municipios del país (*UPM-unidades primarias de muestreo*) 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 (*USM-unidades secundarias de muestreo*) 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 al más reciente censo de población y vivienda de El Salvador. 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	18	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 CENTROAMÉRICA			
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 DE LAS ESTIMACIONES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones municipales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1% . 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.			
ELABORADO POR	 CONSULTA MITOFSKY CENTROAMÉRICA Gerente Región Centroamérica: Carlos Penna Charolet 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 .			