

Universidad Tecnológica de El Salvador  
Calle Arce y 17 avenida norte # 116  
Tel. 2275-8828 2275-8841  
E-Mail fzepeda@utec.edu.sv

**RESULTADOS DE  
LA ENCUESTA LXII  
DE OPINIÓN PÚBLICA  
14,15 y 16 de Febrero**



Conferencia de prensa, 18 de febrero de 2014

## **LISTOS PARA LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL EL 9 DE MARZO**

### **C O N T E N I D O**

1. RAZONES POR LOS QUE LAS PERSONAS NO EJERCIERON SU VOTO
2. EVALUACIÓN DEL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL
3. OPINIÓN SOBRE LOS VOTANTES DE UNIDAD
4. PARTIDO PREFERIDO PARA GOBERNAR DURANTE LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS
5. INTENCIÓN DE VOTO PARA LA SEGUNDA VUELTA



## FICHA TECNICA

### INSTITUCIÓN RESPONSABLE

Universidad Tecnológica de El Salvador a través del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña.

### INSTITUCIÓN PATROCINADORA

Universidad Tecnológica de El Salvador

### PROYECTO

Encuesta de Opinión Pública número 62

### FECHA DE REALIZACIÓN:

14, 15 y 16 de febrero de 2014

### OBJETIVO

Conocer la opinión de la población sobre aspectos políticos para la segunda vuelta electoral

### AREA DE EVALUACIÓN

Los 14 departamentos de El Salvador

### FINANCIAMIENTOS

Fondos destinados por la Universidad Tecnológica de El Salvador.

### MUESTRA

Se utilizó la fórmula para un diseño muestral probabilístico para poblaciones numerables finitas, distribuida en los 14 departamentos de la República y en 90 municipios que representa el 73% de la población.

### BOLETAS VALIDAS

2,109 Boletas a Nivel Nacional.

### MÉTODO

Se utilizó el método de distribución por cuotas, asignándole a cada departamento y punto de evaluación una cantidad de boletas de acuerdo al porcentaje de población correspondiente, seleccionándose los encuestados en forma aleatoria simple, ubicándolos en su lugar de residencia, parques, colonias, mercados, negocios, entre otros.

### MARGEN DE ERROR: $\pm 2.38\%$

### DIRECCIÓN GENERAL

Ing. Nelson Zárate

### DIRECCIÓN EJECUTIVA

Ing. Francisco Armando Zepeda

### COMITÉ TECNICO

Lic. Arely Villalta de Parada  
Lic. José Modesto Ventura  
Lic. Domingo Orlando Alfaro  
Ing. Salvador Olmedo

## DATOS GENERALES

La muestra fue distribuida de acuerdo a las siguientes variables:

DEPARTAMENTO:	
San Salvador	28,8
Santa Ana	8,9
Sonsonate	6,9
Ahuachapán	5,0
La Libertad	10,0
Chalatenango	3,4
Cuscatlán	3,6
San Miguel	7,9
Morazán	3,8
La Unión	5,4
San Vicente	2,8
Cabañas	2,7
Usulután	6,0
La Paz	4,8

GENERO	
Masculino	47,2
Femenino	52,8

ESCOLARIDAD	
Ninguna	10,4
Básica	45,9
Media	27,9
Técnica	5,5
Superior	9,2
Sin Opinión / NR	1,1

EDAD	
18-25	20,2
26-35	21,4
36-45	21,9
46-55	14,9
56 o más	20,5

CONDICIÓN SOCIAL	
Soltero	39,5
Casado	35,4
Acompañado	19,1
Divorciado	1,8
Viudo	3,7
Sin Opinión	0,5

## INTRODUCCION

Con los resultados de los comicios realizados el pasado 2 de febrero, en donde los salvadoreños eligieron entre 5 partidos en contienda, cuál sería la fórmula presidencial que gobernaría el país los próximos 5 años, el panorama político electoral presenta una configuración diferente a la planteada en la primera vuelta.

Los resultados electorales, de acuerdo a la ley, no determinaron cuál partido ganaría en la primera vuelta, ya que ninguno de los contendientes, logró el 50% más uno de los votos válidos en la elección, lo que obliga a realizar una segunda vuelta electoral entre los dos partidos mayoritarios.

Según el TSE la cifra de votantes esperados para el 2 de febrero era de 4,955,107; según datos del mismo tribunal, votó el 55,3%.

Por otra parte el TSE, en sus declaraciones respecto a los resultados de las elecciones, manifestó que el padrón estaba “sobrestimado” indicando que la cifra de los que votaron era del 64%.

Si se mantiene el primer porcentaje, estaríamos en una elección en la que realmente no se logró motivar a buen porcentaje de los electores, considerando que las elecciones presidenciales que precedieron a ésta (2004 y 2009) la votación superó el 65% del padrón electoral.

La lectura de estos números puede indicar que el ausentismo a las urnas puede ser un mensaje del electorado, no solo a los partidos políticos, sino también para todo al sistema político del país.

El voto residencial, el voto de los salvadoreños en el exterior, la votación de la PNC etc. se enfilaban a ser las grandes estrategias para elevar el número de votantes; los resultados de la ausencia a las urnas puede significar un duro golpe a la representatividad de la elección, pues el 45% no asistió pese a los esfuerzos mencionados.

El panorama para esta segunda vuelta cambia de acuerdo a la representatividad de los resultados, es decir, que los partidos políticos enfilan sus campañas para motivar y captar el voto de aquellos que no llegaron a las urnas o que por otra parte votaron por aquellos candidatos que resultaron eliminados en la primera ronda.

El CIOPS desarrolló entre el 14 y 16 de febrero una investigación, cuyo objetivo era conocer la percepción de la población sobre los aspectos políticos a los que se expone previo a la segunda vuelta de las elecciones, en donde compiten ARENA y el FMLN.

La muestra fue de 2109 boletas distribuidas en los 14 departamentos del país y en los 90 municipios más poblados. Se estimó un error del  $\pm 2.38\%$  y el 95% de confianza.

Los seleccionados en la muestra tuvieron la oportunidad de evaluar la organización de los comicios presidenciales y la labor que realizó el TSE el 2 de febrero; además de opinar sobre los beneficios del voto residencial.

Se abordaron aspectos relacionados con las personas que manifestaron que fueron a votar y se consultó a la población sus preferencias electorales respecto a los dos partidos que se enfrentan en la segunda vuelta a realizarse el 9 de marzo de 2014.

## RESULTADOS

El instrumento se diseñó con 3 tipos de preguntas para realizarlas a los entrevistados, preguntas específicas para los que no votaron, para los que votaron y un conjunto de preguntas de carácter general.

En primer lugar se preguntó a los seleccionados para conformar la muestra si habían votado en las pasadas elecciones presidenciales, el 22,2% manifestó que NO.

Con los que respondieron NO a esta interrogante inicia el primer bloque de preguntas; se les consultó en primer lugar ¿cuál era la razón por la que no asistió a emitir su voto?:

RAZON POR LA QUE NO ASISTIÓ	%
No tenía candidato preferido	20,5
La campaña no le motivó a votar	11,8
Nunca he votado	9,6
Tenía vencido el DUI	19,2
Le dio temor ir a votar	3,0
No apareció en el padrón electoral	9,4
Sin opinión/No sabe o no responde	20,9
Motivos laborales (trabajo)	2,8
Otros	2,8

Entre las diferentes causas por las que no asistieron destacan: No tenía candidato preferido con 20,5%; y DUI vencido el 19,2%.

El CIOPS profundizó en descubrir si este comportamiento era generalizado en el núcleo familiar del entrevistado; casi 6 de cada 10 entrevistados manifestaron que los miembros de su familia no habían tomado la misma decisión, es decir, de NO ir a votar.

Ante la posibilidad de ir a votar en la segunda vuelta, el 48.1% dicen que NO MANTENDRAN SU DECISIÓN DE NO VOTAR.

De haber votado en la primera vuelta el 30.1% lo hubiera hecho por el partido FMLN; el 21.2% lo hubiera hecho por el partido ARENA y el 7.5% por UNIDAD: estas tendencias no hubieran modificado los resultados de la primera vuelta. Estos mantienen las mismas diferencias porcentuales en promedio para cada partido.

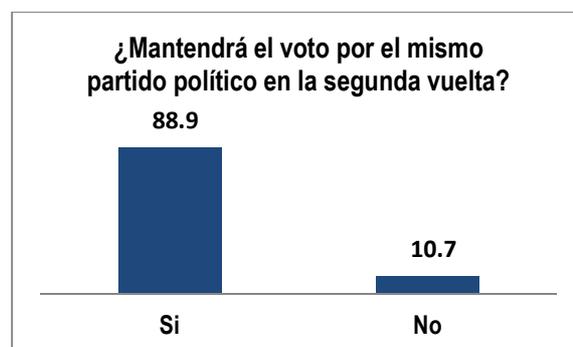
El perfil de los que no fueron a votar es el siguiente: Mujeres jóvenes entre los 18 y 25 años, residentes del departamento de San Salvador, de las áreas urbanas; en su mayoría con un nivel básico de educación, no poseen DUI y no tenían un candidato preferido para votar; con una clara inclinación a favorecer al partido del FMLN

A los que respondieron que Sí habían votado, es decir al 77.6% de los entrevistados, se les preparó otro bloque de preguntas; estas iniciaban pidiéndoles que asignaran una nota de 1 a 10 al trabajo realizado por el TSE el día de las elecciones, la media ponderada establece una calificación de 7.9 según los entrevistados.

El 93,8% de los entrevistados que fueron a votar manifestaron que NO tuvieron problemas a la hora de ejercer el voto; y casi 8 de cada 10 manifestaron que el voto residencial les favoreció.

Se consultó al entrevistado, según el criterio de lo que observó el día de las elecciones ¿Quiénes tuvieron mayor participación? El 21.6% dijo que los jóvenes, el 14,8% dijo que los adultos y el 61% dijo que ambos.

Casi 9 de cada 10 entrevistados que votaron el día de las elecciones, manifestó que mantendrá su voto para la segunda vuelta electoral. El resto (10%; respecto a la muestra total es el 8,3%) dijo que lo cambiaría; este cambio beneficiaría según el 32.6% al partido ARENA y el 17,7% al FMLN.



En la última parte de la entrevista se aplicó un bloque de preguntas generales a todos los que conformaron la muestra.

Respecto a las alianzas para la segunda vuelta, 6 de cada 10 entrevistados están de acuerdo en que los partidos en contienda hagan alianzas con aquellos que no pasaron a la segunda vuelta; el 87% opina además, que los votantes de los partidos políticos que no pasaron a segunda vuelta deben *elegir a libre criterio el partido por el cual votarán en segunda vuelta*.

Uno de los temas que se ha escuchado sobre las nuevas estrategias de campaña para la segunda ronda de elecciones, es el trabajo que los candidatos deben hacer con los alcaldes de los municipios que representan a cada partido; se les preguntó: *¿Considera que los alcaldes y líderes de su municipio están realizando acciones que influyen en su decisión de voto para la segunda vuelta?* El 41,2% dijo que SI; y el 54,1% dijo que NO.

Al grupo de entrevistados que respondieron que Si, se le preguntó *¿hacia cuál partido político le influyen a votar debido a esas acciones?* El 40,2% dijo ARENA y el 42,5% dijo que al FMLN.

Para el 42,2% de los individuos entrevistados, el mejor candidato de los que participarán en la segunda vuelta es Salvador Sánchez Cerén según las respuestas del 42,35; Norman Quijano como mejor candidato lo dijo el 31,2% de los entrevistados.

Respecto a la motivación de ir a votar para la segunda vuelta el 87,3% manifestó estar motivado para hacerlo, y de forma espontánea se les pidió que nos dijeran por quien votarían: el 30,2% dijo que lo haría por ARENA; el 41,8% por el FMLN, el 25,1% dijo que el voto es secreto y no respondió el 2,9%.

El 85,5% de los entrevistados, manifestaron que a pesar que su partido preferido no tiene posibilidades de ganar las elecciones, asistirán a emitir su voto para elegir en segunda vuelta al candidato que ocupara la presidencia durante los próximos 5 años.

El Movimiento Unidad fue uno de los partidos que no paso a la segunda vuelta, sin embargo, más de 300,000 personas emitieron su voto por este, lo cual despierta un interés muy significativo para los partidos que pasaron a la segunda ronda. Se le preguntó al entrevistado, cual partido consideraban que los votantes de Unidad apoyarían en las votaciones del 9 de marzo; las percepción de los entrevistados es igual, no ven un claro apoyo de los simpatizantes de Unidad por alguno de los partidos que pasaron a la segunda ronda electoral, el 29% en promedio opina que apoyarían a cualquiera de los dos partidos

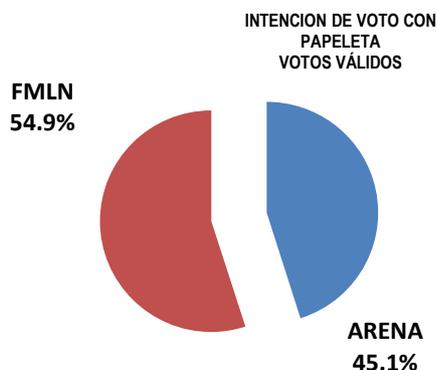
Por otra parte al preguntarles *¿Qué partido político le conviene al país para gobernar los próximos cinco años?* El 33,8% dijo ARENA y el 42,6% manifestó que era el FMLN.

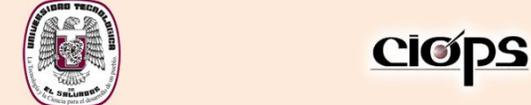
Para terminar la entrevista se les entregó una papeleta en la cual se encontraban las banderas de los dos partidos políticos que llegaron a segunda vuelta; y se les pidió que marcaran la bandera por el partido político que votarán en las elecciones para presidente del 9 de marzo de 2014; los resultados son los siguientes:

**INTENCIÓN DE VOTO CON PAPELETA SIMULADA**

<b>ARENA</b>	32,8%
<b>FMLN</b>	39,9%
<b>No Votará</b>	2,4%
<b>Papeleta en blanco</b>	8,3%
<b>Papeleta Anulada</b>	0,9%
<b>El voto es secreto.</b>	15,7%

Si se consideran únicamente los votos válidos los resultados serían los siguientes:



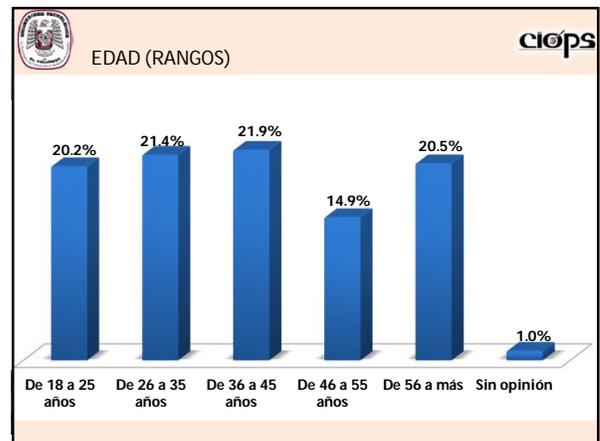
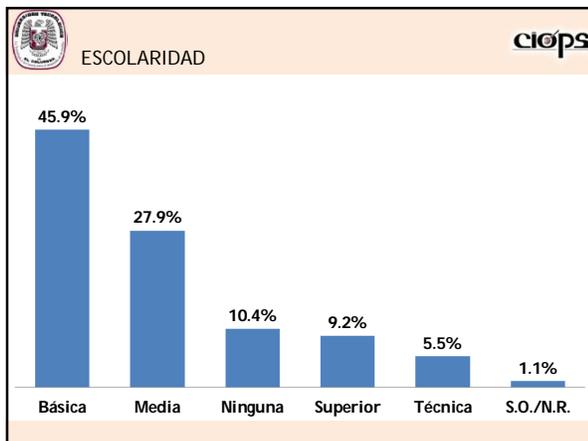
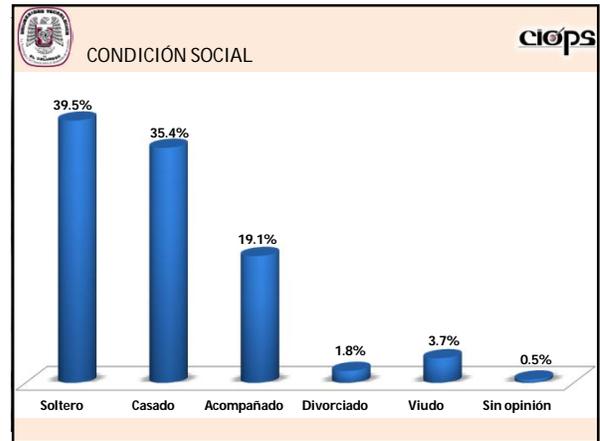
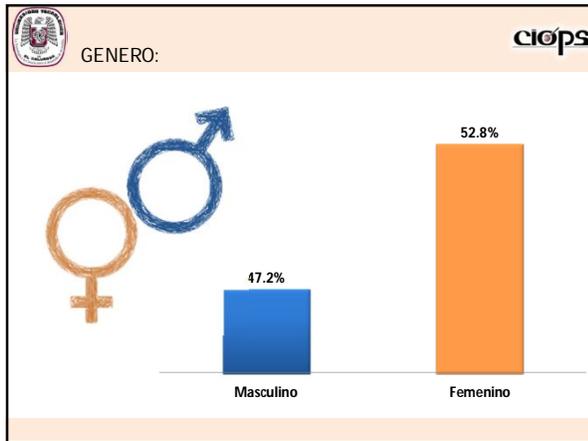
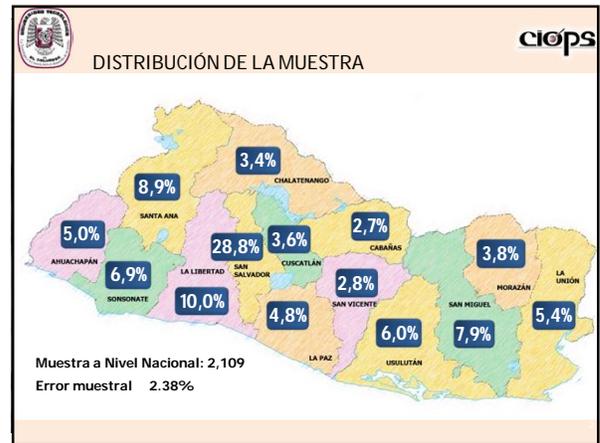


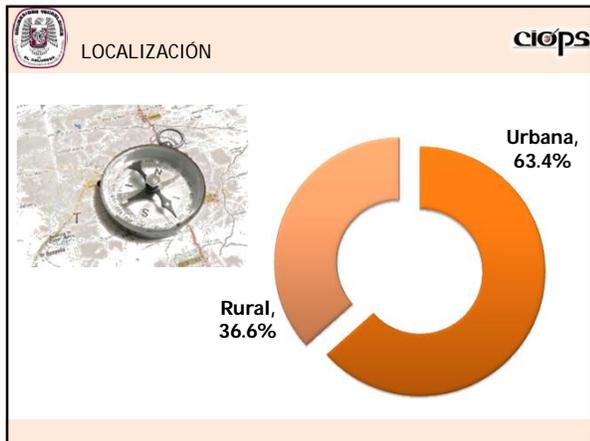
# LXII

Encuesta de Opinión

Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña  
14,15 y 16 de febrero de 2014

LO QUE CUENTA ES TU ACTITUD POSITIVA



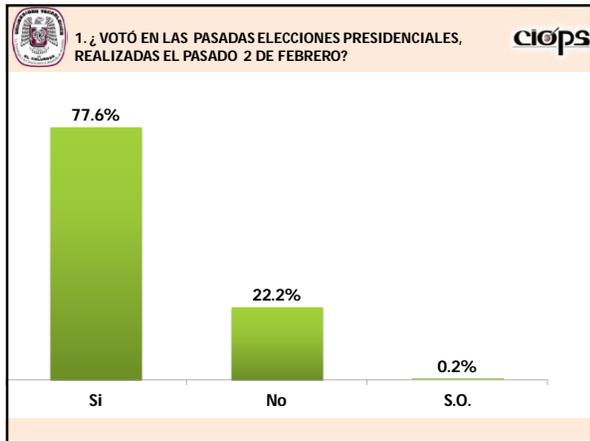


**LXII**

Encuesta de Opinión

**ACTITUD POSITIVA**

**PREGUNTAS**

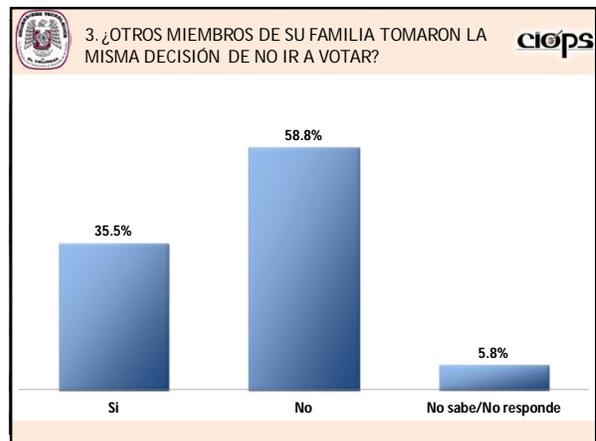
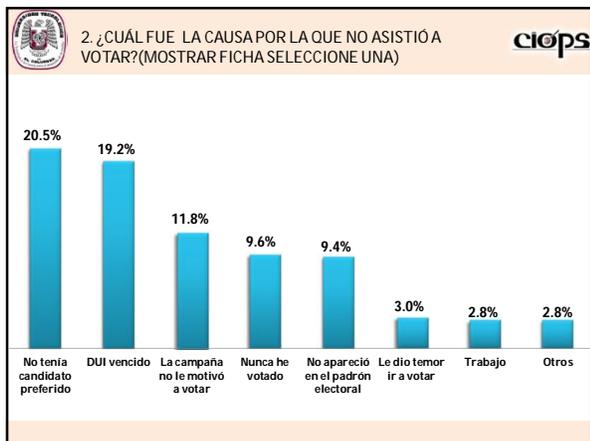


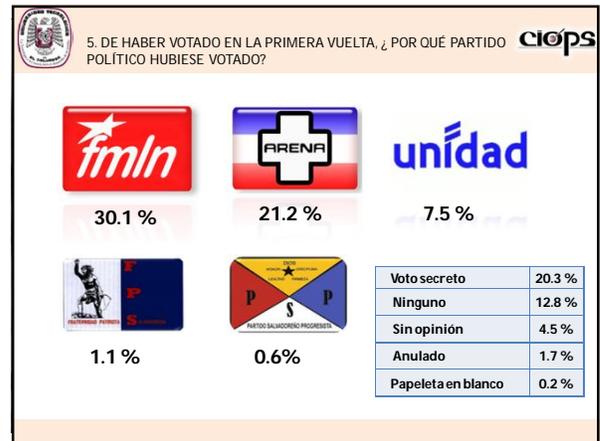
**LXII**

Encuesta de Opinión

**ACTITUD POSITIVA**

**SI CONTESTÓ QUE NO VOTÓ**

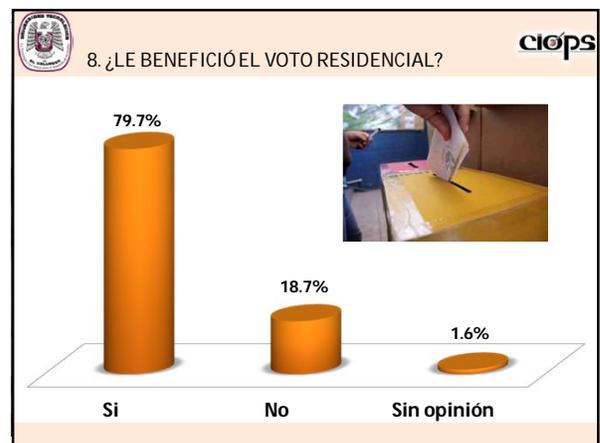
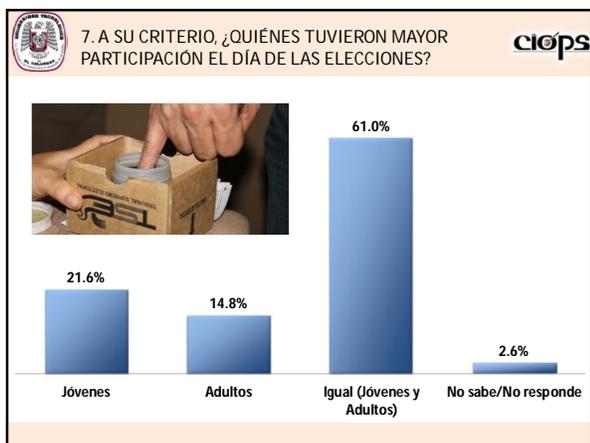


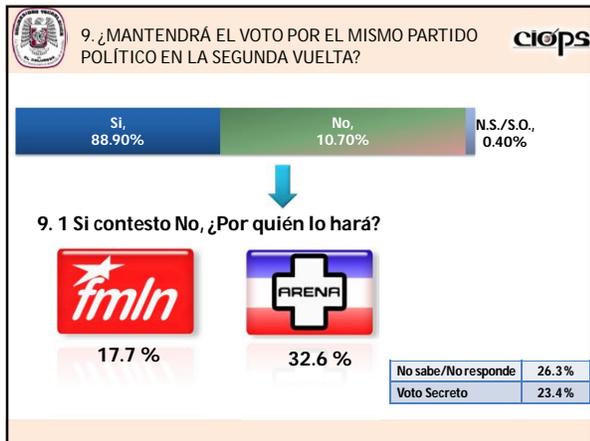


**LXII**  
Encuesta de Opinión

SI CONTESTÓ QUE SI VOTÓ

ACTITUD POSITIVA





**LXII**  
Encuesta de Opinión

**PREGUNTAS GENERALES**

ACTITUD POSITIVA

