

**INFORME A.S.E.P. sobre LA OPINION  
PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES**

**MARZO - 1.995**

## FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- **Diseño Muestral:** 1.219 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante la técnica de Random Route.
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los días **6 a 11 de Marzo de 1995**, mediante encuesta personal en el hogar de cada entrevistado, por la Red de Intercampo, S.A. Supervisión del trabajo de Campo realizado por A.S.E.P.
- **Proceso de Datos:** Diseñado y realizado por A.S.E.P. con "software" propio, elaborado por J.D. Systems.
- **Análisis e Informe:** Diseñado y realizado por A.S.E.P., y terminado el **24 de Marzo de 1995**.
- **Análisis e Interpretación de Datos:**  
SARA CORTES GARCIA  
Javier Díez Medrano  
Luis Corominas i Albert  
Belén García del Ordi
- **Proceso de Textos:**  
PALOMA MILLAN MARTINEZ  
Esperanza Celdrán Lucía  
Marta Barahona Zamorano  
Sonia Moya Jiménez

**Dirección:**

JUAN DIEZ NICOLAS

**COPYRIGHT ASEP S.A., 1995. PROHIBIDA LA REPRODUCCION  
TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.**

## INDICE

Págs .

1. El Sistema de Indicadores Sociales A.S.E.P. ....	3
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP.....	5
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP .....	9
2. Estructura Socioeconómica de la Población Española.....	16
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES.....	16
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS .....	24
3. Actitudes y Comportamientos Económicos .....	31
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA.....	31
3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO .....	45
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA .....	50
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS .....	55
4. Actitudes y Comportamientos Políticos .....	60
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS .....	60
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES.....	74
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS.....	98
4.4. INTENCIONES DE VOTO.....	119
5. Utilización de Medios de Comunicación .....	135
5.1. ANTECEDENTES .....	135
5.2. PRENSA DIARIA .....	138
5.3. REVISTAS .....	142
5.4. RADIO.....	145
5.5. TELEVISION .....	156
5.6. LOS COMUNICADORES .....	168
6. La Actualidad .....	192
6.1. EL CASO GAL.....	192
6.2. EL CASO FILESA .....	223
6.3. EL CASO ROLDAN .....	228
6.4. LA IMAGEN DE GONZALEZ Y AZNAR.....	233
6.5. ESPAÑA Y LA UNION EUROPEA .....	237

## 1. El Sistema de Indicadores Sociales A.S.E.P.

La idea de disponer de un sistema de indicadores que reflejen de manera válida y fiable, a la vez que de forma resumida y cuantificable, la realidad de una sociedad en un momento determinado, así como su evolución en el tiempo, ha constituido una firme aspiración de los científicos sociales desde hace ya varias décadas.

A lo largo de los últimos treinta años han sido muchos los intentos, individuales y colectivos, por construir un sistema de indicadores sociales, habiéndose llegado a las conclusiones que se resumen a continuación:

- a. Conviene diferenciar entre indicadores objetivos (tasa de natalidad, proporción de analfabetos, etc.), generalmente obtenidos de fuentes estadísticas, e indicadores subjetivos (número ideal de hijos, intención de voto, etc.), generalmente obtenidos mediante encuestas o sondeos. Los primeros, además, se refieren a hechos sociales fácilmente mensurables, mientras que los segundos se refieren a actitudes, opiniones o comportamientos de los individuos, en base a la información que ellos mismos proporcionan.

En consecuencia, los indicadores subjetivos pueden referirse a hechos objetivos verificables (y la comparación entre ambos puede aportar a veces interesantes interpretaciones), o a hechos subjetivos *strictu sensu*, es decir, a actitudes, opiniones o intenciones de comportamiento. En este sentido, conviene recordar que las actitudes son predisposiciones evaluativas de un sujeto respecto a diferentes objetos sociales (personas, instituciones, hechos sociales, etc.); las opiniones son actitudes verbalizadas por el sujeto; y las intenciones de comportamiento son sólo eso, predisposiciones de acción verbalizadas por el sujeto.

- b. La segunda conclusión general respecto a los problemas para construir un sistema de indicadores sociales es la de que ciertos indicadores pueden fluctuar en períodos cortos de tiempo, como semanas o meses (p.ej., el consumo de ciertos productos), mientras que otros varían a lo largo de períodos más largos, como años o décadas (p.ej., las actitudes básicas, como las ideológicas o las religiosas). En este caso conviene recordar una vez más que la investigación puede detectar un cambio en las opiniones (actitudes verbalizadas) aún en el supuesto de que no haya existido cambio en las actitudes.
- c. La tercera conclusión general es la de que, al menos por el momento, no existe un sistema único de indicadores sociales que haya sido aceptado por toda la comunidad de científicos e investigadores sociales como más idóneo.

El objetivo principal de esta investigación, que se concibe como de periodicidad mensual, es el de proporcionar una panorámica general de los estados actitudinales y de opinión de la sociedad española, (y de los cambios que se produzcan), sobre aquellos aspectos que suelen tomar en consideración quienes tienen la responsabilidad de adoptar las decisiones sobre directrices en los niveles más altos del sector público y del privado.

En este sentido, mediante un cuestionario mensual de estructura fija (aunque el contenido puede incluir también aspectos variables), se ofrece una visión general de cuales son las actitudes, opiniones, comportamientos e intenciones de comportamiento de los españoles mayores de 18 años en diferentes áreas consideradas como esenciales: el área económica y de consumo, la calidad de vida y los estilos de vida, el área ideológica y política, y el área de los medios de comunicación.

Por consiguiente, se ha optado por construir un sistema de indicadores subjetivos (en el sentido de que son los propios individuos quienes proporcionan la información), aunque a veces existe posibilidad de contrastación con indicadores objetivos procedentes de fuentes estadísticas. En

segundo lugar, se ha optado por construir un sistema de indicadores que incluye algunos susceptibles de variación en cortos períodos de tiempo para que los responsables de tomar decisiones sobre directrices conozcan de manera casi inmediata los cambios que puedan estar produciéndose en las actitudes, opiniones y comportamientos de los españoles, con el fin de adoptar sus decisiones en base a una información más completa y actualizada que la que suelen proporcionar otras fuentes (como las estadísticas). Asimismo, el sistema de indicadores ASEP incluye otros que suelen variar a lo largo de periodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésa, la de proporcionar cierta seguridad sobre la validez y fiabilidad del instrumento de investigación utilizado (el cuestionario mensual).

Así, si se observa cierta estabilidad en indicadores cuya variación se sabe que se produce a largo plazo (p.ej., el posicionamiento ideológico), se concederá mayor importancia a las variaciones que se observen en indicadores cuya variación se sabe que se puede producir en un plazo corto (p.ej., satisfacción con el Gobierno).

La elección de este sistema de indicadores no implica, por otra parte, que se considere que es el único o el mejor posible. El sistema de indicadores de ASEP es el producto, provisional y revisable en cualquier caso, de una experiencia investigadora de casi treinta años sobre la sociedad española, pero también de una larga experiencia sobre la utilidad que puede darse a los hallazgos de la investigación en el sector público y el privado.

En este sentido, y como demostración de que la afirmación anterior implica algo más que buenas intenciones, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.994-95, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años.

En el presente curso 1.994-95 no se ha introducido ningún cambio, manteniéndose los siguientes criterios en todo el informe ASEP:

- 1) Incluir sólo indicadores basados en preguntas de estructura y contenido invariable.
- 2) No incluir indicadores que impliquen percepción de cambios, cuando no queda clara la interpretación del cambio.

De los catorce indicadores que componen ahora el Sistema de Indicadores ASEP (dejando aparte la intención de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IESE, IPA, ISCV, IO, ISD, ISG, IEI). De los demás, tres constituyen medias aritméticas en escalas: de 1 a 5 (ISN e IPR), y de 1 a 7 (IPI). Y los últimos, finalmente, son porcentajes, y por tanto pueden variar entre 0 y 100: IA, IAP e IPM. Además, se ofrecen tres indicadores en forma de índices, como habitualmente, pero también en forma de medias aritméticas, entre paréntesis, con el fin de comprobar cuál de las dos modalidades es mejor: ISCV, ISD e ISG.

Como ya se ha señalado, todos los indicadores son exactamente iguales de un mes a otro, pues se basan en preguntas que son absolutamente idénticas todos los meses.

Debe señalarse también que los catorce indicadores se calculan no sólo para el conjunto de la población española (en base a la muestra), sino para más de un centenar de segmentos diferentes de la población, ya que en el análisis de los datos se utiliza un total de veinte variables independientes (explicativas), cada una de las cuales tiene varias categorías o grupos.

Este curso se ha optado por mantener cinco variables explicativas fijas, tal y como se presentó los cursos pasados. No obstante, siempre que se considere necesario se añadirán las variables precisas para el mejor análisis e interpretación de los datos.

Además de la serie temporal de los catorce indicadores, se presenta el valor de cada indicador según los diferentes segmentos de población definidos en base al propio sistema de indicadores.

Por otra parte, además de la intención directa de voto, se mantiene en el sistema de indicadores la intención estimada de voto según el modelo predictivo ASEP.

## 1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los catorce indicadores utilizados son:

- 1.·ISC: Índice de Sentimiento del Consumidor
- 2.·IESE: Índice de Evaluación de la Situación Económica.
- 3.·IPA: Índice de Propensión al Ahorro.
- 4.·IA: Índice de Ahorro.
- 5.·ISCV: Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida.
- 6.·IO: Índice de Optimismo.
- 7.·IPR: Índice de Práctica Religiosa.
- 8.·IPM: Índice de Postmaterialismo.
- 9.·ISD: Índice de Satisfacción con la Democracia.
- 10.·ISG: Índice de Satisfacción con el Gobierno.
- 11.·IAP: Índice de Alienación Política.
- 12.·IPI: Índice de Posicionamiento Ideológico.
- 13.·ISN: Índice de Sentimiento Nacionalista.
- 14.·IEI: Índice de Exposición a la Información.

En el Cuadro 1.1.1. se ofrece el valor de cada uno de los catorce indicadores, además de la intención directa y estimada de voto, de forma que se pueda visualizar fácilmente la evolución de cada uno de ellos durante los últimos doce sondeos mensuales.

El análisis global del Sistema de Indicadores ASEP para el tercer mes de 1995 puede resumirse así:

- La situación de crisis económica que viene reflejándose desde hace algo más de dos años en los dos indicadores que miden la confianza en la situación económica y en el futuro económico (ISC e IESE principalmente), sigue manifestándose en ambos indicadores ya que continúan situándose por debajo del nivel de equilibrio. Sin embargo, la relativa estabilidad observada desde junio en dichos indicadores, fruto probablemente de que las afirmaciones sobre la salida de la crisis económica calaron finalmente en la población española, se ha visto algo afectada al descender muy ligera pero progresivamente desde octubre, lo que se puede atribuir a la incertidumbre que genera la inestabilidad política, producida por las distintas declaraciones de los partidos de la oposición, solicitando la dimisión del Presidente y/o la convocatoria de elecciones generales, que han afectado considerablemente al mundo financiero.

Al mismo tiempo, esta recuperación, ya confirmada, de la crisis, parece haber repercutido positivamente en los dos indicadores sobre ahorro (IPA e IA), los cuales se mantienen al mismo nivel que el pasado mes de febrero, llegando prácticamente a los niveles obtenidos en junio y julio del año pasado.

- Como se puede comprobar analizando la serie de datos los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. Así, el ISCV de marzo descende algo, aunque continúa mostrando que en la sociedad española predomina la satisfacción con la calidad de vida.

Por su parte, el IO continúa situándose por debajo de su nivel de equilibrio y desciende seis puntos porcentuales respecto al mes pasado, reflejando así un relativo predominio del pesimismo; sin embargo, su valor apunta un menor grado de pesimismo respecto a hace un año. El IPM experimenta este mes un leve ascenso, en 1 punto porcentual, tras haber obtenido el valor más alto del último año en el sondeo del mes de julio y, finalmente, el IPR se mantiene, tal y como viene siendo habitual, en unos niveles muy similares a lo largo de todo el curso.

- Los indicadores políticos, más susceptibles de variación, muestran una tendencia de relativo empeoramiento aunque siempre por encima del nivel de equilibrio de satisfacción. Así, el ISD desciende en 7 puntos su valor respecto al alcanzado en febrero, y traspasa el nivel de equilibrio por primera vez desde que se comenzara a medir este indicador. Por otra parte, el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) desciende notablemente por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo.

El descenso, nuevamente, de estos dos indicadores políticos no es especialmente sorprendente, dada la controvertida y confusa situación política actual. El índice de satisfacción con el Gobierno refleja, lógicamente, estos avatares más acusadamente, aunque el modo como también varía el índice de satisfacción con la democracia deja ver el gran influjo de la incertidumbre estrictamente política en el propio sistema democrático o, al menos, en la idea que la población tiene de lo que es un sistema basado en la democracia. Contrariamente a ello, se observa un descenso en el índice de alineación política (IAP).

Los otros indicadores políticos, de ideología (IPI) y de sentimiento nacionalista (ISN) permanecen en sus niveles habituales, como era lógico esperar.

- El índice de exposición a la información (IEI) sigue reflejando un nivel muy bajo, al encontrarse muy por debajo del nivel de equilibrio, respecto al último sondeo asciende algo aunque se haya por debajo del nivel más alto, alcanzado en noviembre del pasado año.
- En cuanto a los indicadores de intención de voto, si se compara la estimación de voto con los resultados reales de las pasadas elecciones del 6 de Junio de 1.993 se observan unos cambios significativos. Respecto a éstos cabe destacar:
  - El fuerte aumento del voto a IU y de la abstención.
  - El aumento del voto al PP.
  - Lígero aumento del voto a otros partidos.
  - Estabilidad en el voto al CDS.
  - Cierta descenso del voto a los partidos nacionalistas tanto de derecha como de izquierda.
  - Fuerte disminución del voto al PSOE.



**Cuadro 1.1.1.**

**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	71	69	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70
2 -IESE	57	52	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48
3 -IPA	111	111	110	116	117	113	114	111	114	117	116	114
4 -IA	25	24	23	28	28	24	26	24	26	27	27	26
SOCIALES												
5 -ISCV	162	157	162	168	163	161	161	165	167	164	167	163
	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
6 -IO	81	78	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82
7 -IPR	2,3	2,4	2,4	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	(2,3)	(2,4)
8 -IPM	31	28	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31
POLITICOS												
9 -ISD	112	103	102	117	119	109	114	104	116	111	105	98
	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(3,1)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,1)	(3,0)	(3,0)	(2,9)
10 -ISG	58	53	58	54	64	63	69	60	71	63	62	53
	(2,3)	(2,2)	(2,3)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)
11 -IAP	37	35	33	29	30	35	34	35	33	36	32	31
12 -IPI	3,5	3,6	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5	3,5
13 -ISN	3,3	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2
EXPOSICION A INFORMACION												
14 -IEI	71	66	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72
	(2,9)	(2,9)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,8)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	21,2	22,6	19,0	25,6	22,8	22,7	21,2	22,1	20,2	20,2	22,0	23,8
- CDS	1,3	0,6	1,6	1,4	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2
- PSOE	21,0	19,3	22,0	20,3	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9
- IU	10,0	12,4	13,2	13,0	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4
- Otros	11,1	11,6	12,9	12,0	12,0	9,7	12,4	11,1	10,1	10,2	10,5	10,7
- No Votará	10,5	12,7	10,3	7,1	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4
- NS/NC	24,9	20,8	21,0	20,6	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6



INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	26,8	28,2	27,1	29,9	28,4	26,3	25,6	26,4	25,8	27,6	27,3	28,2
- CDS	1,4	0,5	1,4	0,5	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4
- PSOE	18,2	18,2	18,3	20,1	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7
- IU	8,8	11,4	10,9	11,2	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5
- Nacional.Derecha	6,8	6,4	6,7	6,4	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4
- Nacional. Izquierda	1,7	1,9	1,5	1,3	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4
- Otros	3,9	3,3	3,1	2,9	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9
- Abstención	32,4	30,1	31,0	27,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5

## 1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los catorce indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales es analizado detalladamente en otros lugares del Informe, es conveniente examinar la relación que existe entre todos ellos.

En el Cuadro 1.2.0. se presentan las categorías más extremas de cada una de las trece variables explicativas seleccionadas, las cuales, como es obvio, pretenden poner en evidencia los segmentos de la población que más contrastan entre sí, por lo que parte de los entrevistados quedan excluidos en cada caso, bien por no haber contestado o por haberlo hecho mediante alguna de las categorías intermedias en cada escala.

Finalmente, en el Cuadro 1.2.1. se presentan las relaciones de estos mismos indicadores entre sí. En las columnas se ha resumido cada indicador en una medida resumen (media aritmética, % en una categoría descriptiva, o índice de diferencia entre dos categorías contrapuestas, según los casos), y en las filas se han incluido las mismas categorías de clasificación que en el Cuadro 1.2.0.

La lectura de este cuadro-resumen se puede realizar de dos formas diferentes: se puede ver la variación de un indicador (columna) según los diferentes segmentos (filas) de entrevistados, o se pueden ver los valores en cada uno de los indicadores (columnas) de un solo segmento de la población (fila).

El propósito de estos cuadros, por tanto, es:

- a) En primer lugar, ofrecer de forma eminentemente descriptiva el contraste entre los valores de los indicadores que componen el sistema (más la intención directa de voto) para diferentes segmentos de la población suficientemente diferenciados.
- b) En segundo lugar, y dado que estos datos se presentan mensualmente, hacer resaltar los segmentos de la población en que se pueden estar produciendo cambios importantes respecto a algún indicador en concreto, lo que ayudará a explicar la evolución de esos indicadores en el conjunto de la población.
- c) En tercer lugar, mostrar las relaciones entre los distintos indicadores de forma descriptiva.

Así, desde un punto de vista descriptivo, y muy simplificado, los rasgos más característicos de la sociedad española mostrarían un predominio de:

- los pesimistas sobre los optimistas en la evaluación de la situación económica, (aunque dicha diferencia se ha visto reducida en los últimos sondeos, este mes ha vuelto a aumentar),
- los que ahorran sobre los que se endeudan, - los satisfechos sobre los insatisfechos con su calidad de vida,
- los pesimistas sobre los optimistas en el nivel personal (aunque la proporción de pesimistas se ha visto reducida a lo largo del último año),
- los de práctica religiosa baja sobre los de práctica religiosa alta,
- los materialistas sobre los post-materialistas,
- los insatisfechos con el Gobierno, sobre los satisfechos,
- los autopoisonados en la izquierda, sobre los de centro y los de derecha,
- los españoles sobre los nacionalistas respecto al sentimiento nacionalista, aunque predominan, como siempre, y en proporción de alrededor del 50%, los que se consideran tan españoles como nacionalistas,
- los de alta exposición a la información sobre los de ninguna exposición a la información,
- los de baja posición social sobre los de posición alta, y

- los que piensan votar al PP sobre los que piensan votar al PSOE.

y se observa cierto equilibrio entre:

- Los satisfechos e insatisfechos con el funcionamiento de la Democracia.

**Cuadro 1.2.0.**

**Perfil Sociológico de los Españoles en base al Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

INDICADORES:	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	18%	14%	15%	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%
Pesimistas	61	62	59	45	42	42	41	44	44	53	54	64
Propensión al Ahorro												
Ahorran	25%	24%	23%	28%	28%	24%	26%	24%	26%	27%	27%	26%
Se Endeudan	13	12	13	12	11	12	12	13	12	11	12	12
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	76%	74%	77%	80%	76%	76%	76%	78%	79%	78%	80%	77%
Insatisfechos	15	18	15	12	13	15	15	12	12	14	12	14
Optimismo Personal												
Optimistas	18%	14%	17%	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%
Pesimistas	37	37	34	26	24	28	28	28	30	31	30	33
Práctica Religiosa												
Alta	18%	19%	20%	22%	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%
Baja	56	53	55	51	58	53	54	54	58	56	57	55
Postmaterialismo												
Materialistas	69%	72%	72%	71%	64%	68%	72%	68%	70%	68%	70%	69%
Post-materialistas	31	28	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	48%	44%	44%	52%	51%	45%	48%	42%	49%	47%	45%	41%
Insatisfechos	36	41	42	35	32	37	34	38	34	37	40	43
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	23%	21%	24%	20%	25%	23%	27%	23%	28%	25%	24%	20%
Insatisfechos	65	68	66	66	60	61	58	63	57	61	62	68
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	38%	35%	41%	39%	39%	38%	37%	38%	39%	27%	39%	41%
Centro	14	14	13	15	14	16	15	15	17	14	17	15
Derecha	19	20	17	18	18	16	16	19	17	19	19	19
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	21%	22%	22%	19%	19%	17%	18%	21%	19%	20%	20%	20%
Más españoles	33	29	29	33	29	33	30	32	30	30	31	29



Exposición a Información												
Alta	35%	33%	37%	37%	36%	37%	38%	38%	36%	34%	33%	36%
Ninguna	25	24	26	26	24	24	24	19	25	23	26	21
Posición Social												
Alta	11%	13%	12%	14%	12%	13%	15%	13%	14%	12%	14%	12%
Baja	43	43	42	42	42	41	40	42	41	36	41	42
Intención de Voto Directa												
PP	21%	23%	19%	26%	23%	23%	21%	22%	20%	20%	22%	24%
CDS	1	1	2	1	1	1	1	1	*	1	2	1
PSOE	21	19	22	20	21	21	21	21	27	21	21	21
IU	10	12	13	13	14	12	12	13	11	13	16	14

### Cuadro 1.2.1.

#### Sistema de Indicadores Sociales ASEP

MARZO 1995	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1219)	70	48	114	26	3,7	82	2,4	31
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(145)	125	200	128	37	3,8	112	2,2	39
Pesimistas	(781)	49	-	109	23	3,6	71	2,4	31
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(312)	82	59	200	100	3,8	99	2,4	39
Prestan dinero	(145)	52	30	-	-	3,3	60	2,5	30
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(939)	73	52	119	27	4,1	85	2,4	32
Insatisfecho	(171)	55	33	89	15	1,9	61	2,3	25
Optimismo Personal:									
Optimista	(180)	109	66	123	32	3,8	200	2,5	36
Pesimista	(405)	33	24	97	15	3,5	-	2,4	30



Práctica Religiosa:									
Alta	(245)	67	42	110	27	3,7	79	4,4	27
Media	(273)	72	50	118	27	3,6	85	3,0	24
Baja	(670)	70	49	113	24	3,7	81	1,4	35
Postmaterialismo:									
Materialistas	(840)	69	46	111	23	3,6	80	2,5	-
Post-materialistas	(379)	72	51	120	32	3,7	85	2,1	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(496)	81	66	120	27	3,8	92	2,2	30
Insatisfechos	(522)	59	31	107	25	3,5	72	2,5	33
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(250)	91	86	120	27	3,8	98	2,3	32
Insatisfechos	(825)	63	34	110	25	3,6	76	2,4	31
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(496)	76	58	115	26	3,7	89	2,0	37
Centro	(185)	70	49	115	26	3,7	83	2,5	25
Derecha	(234)	58	28	115	28	3,7	73	3,1	24
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(250)	72	53	113	24	3,7	83	2,4	31
Igual	(583)	71	49	112	24	3,6	83	2,3	30
Más españoles	(357)	67	41	115	28	3,6	78	2,4	30
Exposición a la Información:									
Alta	(440)	72	51	119	30	3,7	87	2,3	36
Baja	(258)	68	46	108	19	3,6	72	2,5	26
Posición Social:									
Baja	(508)	71	48	110	22	3,6	85	2,6	25
Media	(564)	68	46	111	24	3,6	79	2,2	33
Alta	(146)	73	56	135	41	3,9	80	2,0	46
Intención de Voto:									
PP	(291)	57	23	108	24	3,6	74	2,8	23
CDS	(14)	52	64	107	21	3,7	71	3,0	14
PSOE	(255)	87	81	118	26	3,7	96	2,2	30
IU	(175)	63	30	113	27	3,6	77	1,7	38



Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

MARZO 1995	Total	Políticas						Intención de Voto Directa			
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IEI	PP	CDS	PSOE	IU
TOTAL	(1219)	2,9	2,2	31	3,5	3,2	2,8	24	1	21	14
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(145)	3,2	2,7	26	3,0	2,9	2,6	10	2	33	10
Pesimistas	(781)	2,7	1,9	31	3,6	3,3	2,8	30	1	12	17
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(312)	3,0	2,3	30	3,5	3,3	2,7	22	1	21	15
Prestan dinero	(145)	2,4	1,8	25	3,6	3,2	2,8	31	1	14	17
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(939)	3,0	2,2	30	3,5	3,2	2,8	23	1	22	14
Insatisfecho	(171)	2,5	2,0	27	3,4	3,4	2,9	28	1	17	17
Optimismo Personal:											
Optimista	(180)	2,9	2,3	26	3,4	3,1	2,7	24	2	21	14
Pesimista	(405)	2,6	1,9	33	3,7	3,3	2,9	29	2	12	16
Práctica Religiosa:											
Alta	(245)	2,7	2,1	35	4,3	3,3	2,8	37	2	16	3
Media	(273)	3,0	2,2	30	3,7	3,3	2,8	28	1	23	11
Baja	(670)	2,9	2,2	29	3,1	3,2	2,8	18	1	22	20
Postmaterialismo:											
Materialistas	(840)	2,9	2,2	30	3,6	3,2	2,8	27	1	21	13
Post-materialistas	(379)	2,8	2,2	32	3,2	3,2	2,7	18	1	20	17
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(496)	4,0	2,8	27	3,2	3,3	2,8	16	1	36	12
Insatisfechos	(522)	1,8	1,6	29	3,8	3,2	2,8	34	2	8	17
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(250)	3,8	4,1	20	2,8	3,1	2,9	4	*	62	5
Insatisfechos	(825)	2,6	1,5	31	3,7	3,3	2,7	32	1	9	17
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(496)	3,1	2,5	21	2,3	3,2	2,7	4	1	37	28
Centro	(185)	3,0	2,1	30	4,0	3,2	2,7	31	4	16	7
Derecha	(234)	2,6	1,8	15	5,5	3,3	2,7	73	1	5	*



Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(250)	2,7	2,2	32	3,3	1,7	2,8	14	1	17	15
Igual	(583)	3,0	2,3	30	3,5	3,0	2,8	26	1	22	14
Más españoles	(357)	2,9	2,1	30	3,5	4,7	2,8	28	1	23	15
Exposición a la Información:											
Alta	(440)	2,9	2,0	27	3,5	3,1	1,9	26	2	17	16
Baja	(258)	3,0	2,4	42	3,4	3,3	4,0	15	*	25	12
Posición Social:											
Baja	(508)	3,0	2,4	32	3,5	3,1	3,0	23	1	26	11
Media	(564)	2,8	2,1	31	3,5	3,3	2,7	25	1	17	16
Alta	(146)	2,8	1,9	27	3,3	3,4	2,4	23	1	17	22
Intención de Voto:											
PP	(291)	2,5	1,6	-	4,9	3,4	2,7	100	-	-	-
CDS	(14)	2,4	1,6	-	3,9	3,2	2,5	-	100	-	-
PSOE	(255)	3,6	3,4	-	2,7	3,3	2,9	-	-	100	-
IU	(175)	2,7	1,8	-	2,3	3,3	2,7	-	-	-	100

## **2. Estructura Socioeconómica de la Población Española**

Para valorar adecuadamente la fiabilidad de los datos que se incluyen en este Informe se hace imprescindible justificar el carácter representativo de la muestra en que se basa. No basta con explicar el procedimiento seguido para la elección de la muestra, como se suele hacer en algunos estudios, sino que hay que hacer un esfuerzo por contrastar los datos sobre las principales características de la población, obtenidos sobre la base de la muestra utilizada, con los procedentes de Censos de Población u otras fuentes estadísticas.

Sólo cuando se tiene cierta seguridad respecto a la representatividad de la muestra, o cuando se conoce la magnitud y dirección de las desviaciones, se está en condiciones de aceptar que los datos sobre actitudes y opiniones son asimismo representativos.

Por ello, y aunque no sea frecuente en este tipo de estudios, es absolutamente necesario hacer un análisis riguroso de las principales características socioeconómicas de los hogares a que pertenecen los entrevistados, así como de las correspondientes a los propios entrevistados, con el fin de compararlas con datos estadísticos oficiales, en la medida en que éstos existan. En todo caso, el valor de estos datos sobre características de los hogares y de los entrevistados no es sólo descriptivo (permite comprobar la representatividad de la muestra), sino también explicativo, pues permite examinar las diferencias en las actitudes y comportamientos de los entrevistados según diferentes segmentos de la población.

### **2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES**

Se han tomado en consideración cinco características de los hogares que parecen suficientemente descriptivas: el tamaño, es decir, el número de personas que componen el hogar, el status ocupacional del cabeza de familia y el sector económico en que trabaja el cabeza de familia, el nivel de renta (los ingresos familiares) y el equipamiento de los hogares.

Los datos que se muestran en los Cuadros 2.1.1. a 2.1.3. permiten afirmar, por comparación con los datos oficiales procedentes del INE, que la muestra en que se basa esta investigación se ajusta a las características de la población española de 18 y más años, como se comprueba a continuación:

- Tan sólo un 6-7% de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales, mientras que más de dos tercios residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y alrededor de una cuarta parte reside en hogares de cinco o más personas. Por comparación con otros países europeos, el promedio resultante de 3,6- 3,5 personas por hogar es relativamente elevado, y refleja la persistencia de pautas familiares tradicionales (natalidad más elevada y coexistencia de varias generaciones en un mismo hogar).
- La ocupación del cabeza de familia suele ser la variable más explicativa de la situación económica de un hogar, hasta el punto de que el status de los restantes miembros del hogar suele estar basado más en el status ocupacional del cabeza de familia que en el suyo propio. Dada la gran diversidad de criterios que se adoptan habitualmente para clasificar las numerosas ocupaciones, se han resumido en seis las categorías ocupacionales, por una parte, y en cinco diferentes, por otra, atendiendo al sector de actividad más que a la ocupación propiamente dicha. Como puede comprobarse, un tercio de los hogares tienen a un jubilado como cabeza de familia, proporción que comienza a ser importante en la sociedad española, al igual que en la mayor parte de Europa, y que incluye no sólo a los jubilados por edad, sino a los jubilados anticipadamente por razones de desempleo.

Debe resaltarse, por otra parte, que el 5-7% de los cabezas de familia trabajan en el sector público, mientras que alrededor de 4 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 12% de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia, mientras que la proporción de parados entre los cabezas de familia fluctúa entre 6-10%.

- En lo que respecta a los ingresos familiares mensuales, todas las investigaciones que se proponen averiguar los ingresos familiares coinciden en señalar las enormes dificultades de establecer éstos con precisión cuantitativa. Las razones son muy diversas: en primer lugar, la gente se resiste a contestar cuáles son sus ingresos (un 24% en el presente estudio); en segundo lugar, con frecuencia se desconoce el volumen total de ingresos que entran en el hogar. Las proporciones en las diferentes categorías no suelen variar en  $\pm 2$  puntos porcentuales de un mes a otro y la distribución resultante este mes es muy similar a la de meses anteriores. En general se puede afirmar que en la mayoría de los hogares españoles, el 60% en el presente mes, los ingresos mensuales no superan las 150.000 pesetas.
- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio, y que pueden formar el equipamiento del hogar, la TV en color y la lavadora parecen ser los más ubicuos, pues los tienen más del 95% de los hogares (debido a la difusión acelerada que ambos artículos han tenido en los hogares españoles). Alrededor del 80% de los hogares tienen teléfono (aunque una quinta parte de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad) y vivienda propia (España sigue siendo uno de los países con mayor proporción de propietarios -frente a arrendatarios- de vivienda). La proporción de hogares que tienen automóvil es de dos tercios (ya que ha dejado de ser un artículo de lujo y de consumo de minorías, salvo por lo que respecta a ciertas marcas y modelos) y alrededor del 60% en el caso del vídeo. Algo más de 4 de cada 10 hogares tienen un equipo de HIFI; y alrededor de un 15% dispone de lavavajillas y de microordenador, aunque parecería previsible que estos dos últimos bienes experimenten un importante crecimiento en poco tiempo, como ha sucedido con el vídeo en los últimos años.

El promedio de artículos es de 5,5 por hogar, con un coeficiente de variación del 32% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, observándose, en conjunto, un estancamiento de la proporción de hogares que poseen los diferentes artículos.

Al analizar los datos sobre equipamiento de los hogares según diversas características socioeconómicas de los mismos se comprueba, como era de esperar, que el promedio de artículos es mayor cuanto más alto es el nivel de status socioeconómico familiar y la posición social, y cuanto menor es la edad.

Debe resaltarse la importancia analítico- interpretativa del coeficiente de variación, que proporciona información sobre las diferencias intra- grupo (mayor o menor homogeneidad entre las personas que componen cada segmento de la población). Así, se suele comprobar que existe una mayor homogeneidad en cuanto a equipamiento entre los entrevistados de status socioeconómico alto y bajo, y entre los de posición social alta.

- Y finalmente, ha parecido conveniente intentar construir un índice-resumen que sintetice de manera clara y simple el nivel socioeconómico de los hogares. Para ello se ha construido un Índice de Status Socioeconómico Familiar, basado en los ingresos familiares, la ocupación del cabeza de familia y el equipamiento del hogar. Combinando estos tres indicadores se han definido cuatro niveles: alto, medio, medio-bajo y bajo. La importancia de este índice (ISSEF) es clara, no sólo desde el punto de vista descriptivo, sino sobre todo explicativo, como se pone de manifiesto a lo largo de este informe.

Una cuarta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, más de la mitad tienen un status socioeconómico medio y alrededor de un 20% de los hogares pueden catalogarse de status socioeconómico alto o medio-alto, como suele ser habitual.



**Cuadro 2.1.1.**

**Distribución de los Hogares según el Número de  
Personas que lo Componen**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
1	6%	6%	6%	6%	7%	7%	7%	6%	7%	6%	7%	6%
2	20	21	22	23	24	20	21	22	22	23	21	24
3	22	23	21	22	21	21	21	20	20	22	21	22
4	28	25	27	26	24	25	26	29	25	26	28	24
5	13	14	14	14	14	15	14	13	13	12	14	15
6	7	7	7	6	5	7	7	6	7	7	6	6
7	3	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2
8 y más	1	1	2	1	3	1	2	1	2	2	1	1
NS/NC	*	*	-	*	*	1	*	*	1	*	*	*
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Tamaño Medio del Hogar	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,5

**Cuadro 2.1.2.**

**Status Ocupacional del Cabeza de Familia**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Alto	3%	4%	5%	4%	5%	8%	6%	8%	5%	6%	6%	5%
Medio	47	48	47	49	45	48	50	44	47	49	46	46
Bajo	7	5	5	6	6	4	6	6	7	6	6	6
En Paro	9	10	8	7	9	7	6	8	8	7	7	9
Ama de Casa	-	*	1	2	*	*	1	*	*	*	*	*
Jubilado	33	32	33	31	34	32	32	34	32	31	33	34
NS/NC	*	*	*	1	1	*	*	*	*	1	*	*
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 2.1.3.**

**Sector Económico del Cabeza de Familia**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
No Activos	33%	32%	34%	33%	34%	33%	32%	34%	32%	32%	34%	35%
En Paro	9	10	8	7	9	7	6	8	8	7	7	9
Sector Público	6	5	5	6	6	6	7	7	5	6	6	5
Privados C. Ajena	40	38	37	40	37	41	40	34	40	40	41	39
Privados C. Propia	12	14	15	14	14	12	14	16	15	14	12	12
NS/NC	*	*	*	1	1	*	*	*	*	1	*	*
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

**Cuadro 2.1.4.**

**Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-93	XII-94	I-95	II-95	III-95
Menos de 45.000 pts.	6%	5%	5%	3%	5%	4%	4%	6%	5%	4%	3%	5%
De 45 a 75.000 pts.	16	18	16	15	16	16	16	15	16	17	14	16
De 75 a 100.000 pts.	21	18	20	18	15	16	15	19	18	18	18	17
De 100 a 150.000 pts.	19	19	20	21	20	21	19	19	20	21	25	22
De 150 a 200.000 pts.	8	9	9	10	8	9	10	9	10	11	9	9
De 200 a 275.000 pts.	4	5	5	5	4	3	6	5	3	4	5	4
De 275 a 350.000 pts.	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2
De 350 a 450.000 pts.	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
Más de 450.000 pts.	1	*	1	*	1	1	1	1	1	1	1	1
Sin Respuesta	22	22	23	25	27	25	26	23	24	22	20	24
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 2.1.5.**

**Equipamiento de los Hogares**

Porcentaje de Hogares con:	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Lavadora	96	95	95	96	95	94	96	95	94	96	95	96
T.V. color	97	95	97	98	98	97	98	97	97	97	98	98
Vivienda Propia	77	77	74	75	78	82	78	78	80	79	75	79
Teléfono	82	79	80	79	80	80	81	79	80	81	82	82
Automóvil	67	66	65	66	64	65	69	68	65	68	67	67
Equipo HIFI	38	39	42	42	41	41	44	44	41	39	41	44
Vídeo	59	56	58	57	57	60	59	60	60	62	60	61
Lavavajillas	14	13	15	14	17	14	18	17	16	14	15	14
Microordenador	12	13	14	14	13	14	15	13	14	14	15	12
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Media ( $\bar{x}$ ) artículos por Hogar	5,4	5,3	5,4	5,4	5,4	5,4	5,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
Coefficiente de Variación (%)	32	33	34	33	33	34	33	32	34	32	32	32



Cuadro 2.1.6.

**Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.**

MARZO 1995	Equipamiento:											CV%
	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Teléfono	Lavadora	Lavavajillas	HIFI	Microordenador	X Art.	
TOTAL	(1219)	79	67	97	61	81	96	14	44	11	5,5	32
Edad:												
18 a 29 años	(318)	70	76	96	74	78	94	18	64	21	5,9	31
30 a 49 años	(415)	78	82	98	77	81	98	16	55	13	6,0	27
50 a 64 años	(263)	89	65	98	50	87	98	12	29	6	5,3	31
65 y más años	(223)	84	30	97	26	82	92	5	10	3	4,2	34
Posición Social:												
Baja	(508)	80	55	98	47	75	95	7	27	6	4,9	35
Media	(564)	79	73	97	66	85	97	16	50	13	5,8	29
Alta	(146)	75	88	99	88	88	97	29	76	27	6,7	24
Ideología:												
Izquierda	(496)	77	68	97	67	81	96	12	48	11	5,6	32
Centro	(185)	80	69	98	61	84	95	16	45	11	5,6	30
Derecha	(234)	87	73	98	56	85	97	17	42	14	5,7	31
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(203)	84	90	100	90	95	99	36	75	30	7,0	18
Medio	(695)	79	73	98	65	84	97	11	46	9	5,6	28
Medio Bajo	(292)	79	43	99	38	74	96	7	21	4	4,6	32
Bajo	(29)	38	-	66	-	7	59	-	-	3	1,8	24
Clientes de:												
Bancos	(302)	81	73	99	66	87	96	18	51	13	5,8	30
Cajas	(864)	81	68	98	61	83	96	13	44	11	5,5	31



**Cuadro 2.1.7.**

**Índice de Status Socioeconómico Familiar**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Alto, Medio Alto	16%	18%	17%	18%	17%	18%	21%	20%	18%	19%	19%	17%
Medio	58	55	56	58	54	55	53	53	55	55	58	57
Medio Bajo	24	24	25	22	27	23	23	25	24	24	21	24
Bajo	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

## 2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

Siendo los propios entrevistados las unidades de análisis básicas de esta investigación, se ha tomado en consideración un conjunto de propiedades del individuo, y no de otras unidades agregadas, como lo son los hogares. Un análisis científico riguroso debe cuidar de diferenciar entre propiedades del individuo y propiedades de agregados.

Las variables/propiedades de los individuos entrevistados que aquí se han considerado son: el sexo, la edad, el estado civil, el nivel educativo alcanzado, la ocupación (en su doble acepción de status ocupacional y sector económico), el lugar de residencia (comunidad autónoma, tamaño del municipio y hábitat rural/urbano), la posición social, la clase social subjetiva, y el status laboral.

Todos los datos de esta investigación coinciden plenamente con los oficiales del INE, cuando éstos existen, o con los de investigaciones similares como se comenta a continuación:

- En efecto, las distribuciones de los entrevistados por sexo, edad y estado civil corresponden a las del censo de 1.991 para la población española de 18 y más años. Debe advertirse, sin embargo, que el propio INE encuentra dificultad para que los entrevistados admitan estar viviendo en pareja sin estar casados, por lo que es probable que este dato esté asimismo algo sub-estimado en esta investigación.
- En cuanto a las características socioeconómicas se comprueba que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 3-4%. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años. En conjunto, algo más de 6 de cada 10 personas de 18 y más años han logrado finalizar, como mucho, los estudios primarios, y entre el 4-7% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (el 11% sobre la población total de 18 y más años, y el 23% sobre la población activa total) es algo inferior a la de las cifras oficiales, confirmando así la opinión de que las cifras oficiales pueden estar algo "infladas". La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, una cuarta parte de la población de 18 y más años. Y la proporción de activos (incluyendo a los parados) suele ser similar también a la procedente de fuentes estadísticas oficiales (48% respecto a la población de 18 y más años), si bien ha de tenerse en cuenta que la muestra no incluye a la población de 16 y 17 años, grupos en que la tasa de actividad es muy baja.
- Entre los entrevistados, la proporción que trabaja en el sector público es del 2-5%, y los que trabajan por cuenta ajena en el sector privado triplican el número de los que trabajan por cuenta propia.
- Por lo que respecta a la distribución de los entrevistados por Comunidad Autónoma y tamaño del municipio en que residen (número de habitantes), la distribución no hace sino reflejar la distribución de entrevistados según el diseño muestral utilizado en esta investigación, y por consiguiente refleja fielmente la distribución real de la población española de 18 y más años según estos dos criterios y según el último Censo de Población.

Cabe señalar que el cambio observado en relación con los datos del curso anterior, obedece, a que para este curso 1994-95, se han actualizado los mismos en base a los últimos datos aparecidos.

- De igual manera que el Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSEF) se ha utilizado para resumir en un solo indicador de fácil manejo e interpretación diversas características socioeconómicas de los hogares, el Índice de Posición Social (IPS) se utiliza para resumir un conjunto de variables que constituyen propiedades del individuo, y que son además las generalmente utilizadas para intentar explicar las variaciones que se observan en las actitudes y comportamientos de los individuos. El IPS, construido originariamente por el sociólogo noruego Johan Galtung, y replicado en diversas investigaciones en España por Juan Díez Nicolás desde los años '60, va muy estrechamente ligado a la teoría "centro-periferia" sobre la creación y el cambio de las actitudes sociales.

Sin entrar aquí en detalles sobre el valor explicativo-predictivo de esta teoría, sí conviene señalar que las posiciones bajas en este índice corresponden a la "periferia" social, es decir, a los que se encuentran en la sociedad en posiciones más alejadas de los procesos de toma de decisión, y que por consiguiente son personas generalmente menos informadas, con menos opiniones, con menos participación social, y por tanto, con menos "poder" en la sociedad. Los valores más altos del IPS constituyen el "centro" social, y están integrados por personas más próximas a los núcleos donde se "toman decisiones"; se caracterizan por ser personas más informadas, con más opiniones, con mayor participación social, y por consiguiente con más "poder" social.

El IPS combina en un solo indicador de nueve categorías la posición del individuo respecto a ocho dimensiones dicotomizadas: sexo, edad, status ocupacional, sector económico, nivel de ingresos, nivel educativo, hábitat y centralidad.

Teniendo en cuenta el tamaño de la muestra las nueve categorías se han reducido a cinco, y en el análisis, para hacer más operativo el indicador como explicador- predictor, se han reducido a sólo tres. La distribución de los entrevistados en cinco categorías de posición social suele parecerse a la "distribución normal", algo sesgada hacia las posiciones más bajas, lo cual se deriva de la dicotomización de cada una de las variables componentes del índice, y es observable en la mayor parte de los países en que se ha validado el IPS. El valor de este índice se ha manifestado en gran número de investigaciones como una variable explicativo-predictiva de muy alto poder, por lo que se utiliza en el Informe ampliamente como variable independiente.

- La distribución según la clase social subjetiva, demuestra una vez más la enorme tendencia de las personas en las sociedades desarrolladas avanzadas a considerarse de clase media, evitando identificarse con la clase alta o con la baja.
- Al poner en relación entre sí las cinco variables explicativas fijas utilizadas a lo largo de este informe, conviene resaltar los siguientes aspectos:
  - Se observa una relación inversa entre la edad y el status socioeconómico familiar.
  - Los que tienen entre 30 y 49 años tienden a posicionarse a la izquierda en mayor proporción que los demás grupos de edad.
  - El "centro social" (líderes de opinión) está compuesto básicamente por personas de 30 a 49 años, de status socioeconómico familiar alto y posicionados ideológicamente algo más a la izquierda.
  - La clientela de bancos, por comparación con la de cajas, tiene una posición social y un status socioeconómico familiar más alto.



**Cuadro 2.2.1.**

**Distribución de los Entrevistados por  
Características Demográficas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
<b>Sexo</b>												
Hombre	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%	48%
Mujer	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
<b>Edad</b>												
18 a 19	5%	5%	5%	6%	5%	5%	5%	5%	6%	4%	5%	5%
20 a 29	21	21	21	20	21	21	21	21	21	22	21	21
30 a 39	18	18	19	18	19	19	19	18	18	18	19	18
40 a 49	16	16	15	16	15	15	15	16	16	16	15	16
50 a 59	13	14	13	13	14	13	14	13	13	12	12	13
60 a 64	9	8	9	9	8	9	8	9	9	10	9	8
65 y más	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
<b>Estado Civil</b>												
Soltero/a	26%	26%	28%	29%	26%	26%	26%	26%	26%	25%	26%	26%
Casado/a	64	65	62	61	62	63	63	63	63	65	63	64
En Pareja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Viudo/a	7	7	7	7	8	7	8	8	8	7	8	7
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
NS/NC	*	-	-	-	*	*	-	*	*	*	*	*
<b>Total</b>	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 2.2.2.**

**Distribución de los Entrevistados por  
Características Socioeconómicas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
<b>Educación Entrevistado:</b>												
No Sabe Leer	4%	3%	4%	3%	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	3%
Sabe Leer	26	28	24	24	25	25	20	24	23	22	21	22
Primarios	34	33	35	32	33	34	34	32	34	33	32	35
F.P. 1er. Grado	4	5	4	5	5	5	6	6	4	5	5	4
F.P. 2do. Grado	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5
Bach. Elemental	6	7	8	7	7	5	7	8	8	9	12	9
Bach. Superior	12	10	9	12	11	9	13	11	11	11	11	10
Tit. Grado Medio	5	5	5	4	5	6	6	4	6	5	5	6
Universitarios	4	5	6	7	4	6	5	6	6	5	6	5
NC	*	1	*	*	1	*	1	*	*	1	*	1
<b>Status Ocupa. Entrevistado:</b>												
Alto	3%	2%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	3%
Medio	26	28	27	27	27	28	28	25	27	29	26	25
Bajo	5	4	4	4	5	4	5	4	6	4	4	5
En Paro	11	14	13	9	11	11	10	13	11	11	11	11
Ama de Casa	27	26	28	28	25	25	26	26	26	27	26	26
Jubilado	20	19	18	18	19	19	19	19	19	19	20	20
Estudiantes	8	7	7	10	9	8	9	8	8	7	9	8
NS/NC	*	-	*	-	*	*	-	*	*	*	*	*
<b>Sector Econ. Entrevistado:</b>												
No Activos	55%	52%	53%	56%	53%	53%	54%	53%	52%	53%	55%	55%
En Paro	11	14	13	9	11	11	10	13	11	11	11	11
Sector Público	3	2	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4
Privado. C. Ajena	25	24	23	24	23	25	25	20	24	25	24	23
Privado. C. Propia	6	8	8	7	8	7	7	9	8	7	6	6
NS/NC	*	-	*	-	*	*	-	*	*	*	*	*
Total	(.1216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por  
Características Ecológicas

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Comunidad Autónoma												
Andalucía	16%	17%	17%	17%	17%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	8	8	8	8	8	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	*	1	1	1	1	1	1
Madrid	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13
Murcia	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	10	10	11	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	28%	27%	27%	27%	27%	24%	24%	24%	25%	25%	25%	24%
Urbano	43	45	45	45	45	48	48	48	48	48	48	50
Metropolitano	28	27	27	27	28	28	28	27	28	27	28	26
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 2.2.4.**

**Índice de Posición Social**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Muy Baja	5%	4%	5%	4%	3%	4%	4%	4%	3%	4%	4%	4%
Baja	38	39	37	38	38	37	36	38	38	36	37	38
Media	45	44	46	43	46	46	45	45	45	47	46	46
Alta	10	11	11	13	11	12	13	12	12	12	12	11
Muy Alta	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

**Cuadro 2.2.5.**

**Distribución de los Entrevistados según la Clase Social con la que se identifican**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Alta	-%	*%	*%	*%	*%	*%	*%	*%	*%	-%	*%	*%
Media Alta	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
Media Media	50	52	49	50	58	49	52	51	52	50	53	51
Media Baja	34	33	29	32	27	29	30	32	30	32	30	29
Baja	11	11	14	11	8	12	13	11	13	12	11	14
NS/NC	2	2	6	4	3	6	2	2	2	3	2	3
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 2.2.6.**

**Relación entre las Variables Explicativas ASEP.**

MARZO 1995	Total Muestra	Edad				Posición Social			Ideología			Status Socioeconómico			
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquier- da	Centro	Dere- cha	Alto	Medio	Bajo	Bajo
TOTAL	(1219)	26%	34	22	18	42%	46	12	41%	15	19	17%	57	24	2
Edad:															
18 a 29 años	(318)	100%	-	-	-	42%	53	5	44%	14	15	22%	62	13	3
30 a 49 años	(415)	-%	100	-	-	26%	48	26	46%	15	15	23%	61	15	1
50 a 64 años	(263)	-%	-	100	-	32%	59	9	32%	17	28	11%	58	29	2
65 y más años	(223)	-%	-	-	100	81%	19	-	35%	15	22	2%	41	51	5
Posición Social:															
Baja	(508)	26%	21	17	36	100%	-	-	35%	14	18	4%	57	35	5
Media	(564)	30%	35	27	7	-%	100	-	43%	16	21	18%	61	20	1
Alta	(146)	11%	73	16	-	-%	-	100	51%	14	20	54%	44	2	-
Ideología:															
Izquierda	(496)	28%	39	17	16	36%	49	15	100%	-	-	18%	57	22	2
Centro	(185)	24%	33	24	18	40%	49	11	-%	100	-	17%	62	20	1
Derecha	(234)	21%	27	31	21	38%	50	12	-%	-	100	21%	53	24	1
Status Socioeconómico:															
Alto, Medio alto	(203)	35%	48	15	2	10%	51	39	45%	16	25	100%	-	-	-
Medio	(695)	29%	36	22	13	41%	49	9	41%	17	18	-%	100	-	-
Medio Bajo	(292)	14%	21	26	39	60%	39	1	38%	12	19	-%	-	100	-
Bajo	(29)	28%	14	17	41	79%	21	-	34%	7	10	-%	-	-	100
Clientes de:															
Bancos	(302)	24%	38	21	17	34%	48	17	39%	20	22	23%	58	19	1
Cajas	(864)	25%	35	21	19	42%	46	12	42%	16	19	17%	58	23	2

### **3. Actitudes y Comportamientos Económicos**

La percepción que tienen los españoles de su situación económica personal y de la de España explica una buena parte de su comportamiento y sus actitudes de consumo.

Al analizar los datos de marzo de 1995, es preciso apuntar que el trabajo de campo ha coincidido con un clima marcado por la controversia despertada por la captura de Luis Roldán, la devaluación de la peseta y los rumores sobre una posible salida de la moneda española del SME.

Finalmente, conviene recordar que, en los últimos dos años, todos los indicadores económicos manejados por ASEP han confirmado el predominio de un sentimiento de moderado pesimismo entre la población española, interrumpido únicamente por la breve ola de optimismo que tuvo lugar durante los meses de mayo y junio de 1993, tras la convocatoria de elecciones realizada por Felipe González.

#### **3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA**

##### **Recordatorio Previo**

Como ya es habitual desde hace varios años, ASEP ha seguido este mes la evolución que los entrevistados hacen de su propia situación económica y de la de España, por comparación con hace seis meses, así como las perspectivas dentro de seis meses.

El Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC) mide cada uno de estos cuatro aspectos de forma individual, gracias a los Índices del Sentimiento del Consumidor (ISC-1, ISC-2, ISC-3 e ISC-4), y establece una síntesis de todos ellos mediante un quinto Índice-resumen (ISC- 5).

En todos los casos, se pide a los entrevistados que puntúen cada situación en una escala de 1 a 5 puntos (1=Mucho peor; 2=Algo peor; 3=Igual; 4=Algo mejor; 5=Mucho mejor).

Los cuadros de apoyo que ilustran el presente análisis muestran los cinco Índices, cuyo significado no es otro que la diferencia entre quienes valoran la situación "algo mejor" y entre aquellos que la consideran "algo peor". Los valores pueden variar entre 0 (el más pesimista) y 200 (el más optimista), siendo 100 el punto de equilibrio.

Los Índices del Sentimiento del Consumidor son por lo tanto un instrumento de gran ayuda para determinar la orientación de los españoles hacia el consumo y, en cierta manera, para prever la evolución futura de su propia economía y la del país en general.

Como complemento a estos Índices, ASEP maneja habitualmente otros dos parámetros:

- El Índice de Optimismo (IO) , que es similar al Índice del Sentimiento del Consumidor, pero referido exclusivamente a la situación actual y futura del entrevistado (excluida por lo tanto la situación actual y futura de España).
- El Índice de Evaluación de la Situación Económica (IESE), equivalente al Índice de Optimismo, pero referido a la situación de España (excluida por lo tanto la situación actual y futura del entrevistado).

### **Pautas Estables en la Evaluación de la Coyuntura Económica.**

Al analizar los resultados de cada mes, conviene recordar que los datos acumulados en sondeos anteriores muestran la existencia de cuatro pautas que se repiten de forma estable:

- Los entrevistados creen que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será algo mejor que la actual.
- En segundo lugar, tienden a valorar más positivamente la situación económica personal que la de España.
- Sus perspectivas económicas personales suelen ser valoradas más positivamente que las tres situaciones restantes.
- Los que gozan de una mejor situación económica (status socioeconómico alto y que ahorran una parte de lo que ingresan), los que tienen menos responsabilidades en la economía doméstica (menores de 30 años) y los más afines al Gobierno (con ideología de izquierda) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir lo que muestran un pesimismo menos pronunciado.

### **La Evaluación de la Coyuntura Económica en Marzo '95**

Una vez realizadas estas consideraciones y teniendo en cuenta el contexto económico en el que se ha producido el trabajo de campo (ver introducción del punto 3), debe subrayarse el importante deterioro experimentado en todos los índices del sentimiento del consumidor.

La situación de España con respecto a seis meses atrás, sobre todo, es percibida muy negativamente, a tenor de su índice (ISC3=42), el más bajo en los últimos doce meses. Además, la población siente que la situación del país seguirá empeorando (ISC4=69) en mayor proporción que lo que se pensaba hace un mes (79) y hace un año (75).

Respecto al mes pasado, se agudiza igualmente el sentimiento negativo que los entrevistados tienen con respecto a su situación presente (ISC1=79, es decir -5) y futura (ISC2=89, es decir -7).

	Marzo.94	Marzo.95
(ISC-1) Situación Personal respecto a hace seis meses	73	79
(ISC-3) Situación del País respecto a hace seis meses	46	42
(ISC-2) Situación Personal dentro de seis meses	90	89
(ISC-4) Situación del País dentro de seis meses	75	69
(ISC-5) Situación General del Consumidor	71	70

Por lo tanto, se rompe la tendencia de meses anteriores y el sentimiento del consumidor vuelve a ser más negativo que hace un año, y apunta que la situación personal de uno mismo respecto a seis meses atrás vuelve a ser vista con más pesimismo, así como la situación del país respecto al futuro.

Por otra parte, los individuos continúan manifestando mayoritariamente que su situación personal es la misma en comparación con la de hace seis meses, (61%), de la misma manera que

los pesimistas (30%) continúan superando a los optimistas (9%), aumentando así la diferencia entre pesimistas y optimistas.

Sin embargo, el índice de evaluación de la situación económica del país se torna aún más pesimista (64%), incluso de una forma más pronunciada que hace un año (61%), mientras que el grupo de individuos que se muestra optimista (12%) es claramente inferior al de hace un año (18%).

	Marzo.94	Marzo.95
- Índice de Optimismo	81	82
- Índice de Evaluación de la Situación Económica	57	48

Otro de los indicadores que ponen de manifiesto el deterioro del sentimiento general de los consumidores en marzo de 1995 es que solamente los jóvenes menores de 30 años muestran un nivel igual o superior a 100, lo que refleja el grado de pesimismo general que impera en la sociedad española.



Cuadro 3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
ISC-1												
Econ. Person. Presente	73	72	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79
ISC-2												
Econ. Person. Futura	90	88	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89
ISC-3												
Econ. País Presente	46	44	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42
ISC-4												
Econ. País Futura	75	70	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69
ISC-5	71	69	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70



**Cuadro 3.1.2.**

**Índice Global del Sentimiento del Consumidor (ISC-5),  
por Características Socioeconómicas.**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISC-5	71	69	72	86	86	85	86	82	82	78	79	70
Edad:												
Menos de 30 años	82	78	81	92	99	97	97	97	90	85	85	78
30 a 49 años	65	67	68	85	83	86	84	78	80	76	75	68
50 a 64 años	65	60	63	80	80	74	80	74	78	74	73	61
65 y más años	73	69	75	85	84	80	83	79	80	76	83	74
Posición Social:												
Baja	70	67	71	86	83	80	81	84	79	75	80	71
Media	70	68	70	84	88	87	88	82	83	77	77	68
Alta	79	76	79	91	91	99	91	79	90	87	80	73
Ideología:												
Izquierda	75	78	76	91	90	96	96	90	93	84	83	76
Centro	63	61	68	90	92	82	87	79	86	79	78	70
Derecha	62	62	62	80	82	79	72	73	68	68	76	58
Propensión al ahorro:												
Endeudados	57	58	60	71	77	75	75	69	70	67	75	52
Vive al día	67	65	68	84	82	81	82	81	79	74	76	68
Ahorran	87	83	86	95	100	101	99	94	96	90	87	82
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	74	75	73	88	96	98	99	92	97	85	84	76
Medio	71	66	72	86	87	85	85	83	78	77	78	69
Medio bajo	71	70	71	83	80	78	78	74	79	73	78	68
Bajo	61	61	62	92	70	70	72	82	83	85	68	71
Clientes de												
Bancos	73	72	71	86	90	90	88	83	88	77	79	71
Cajas	71	67	71	86	86	86	88	83	83	80	79	69



**Cuadro 3.1.3.**

**Situación Económica Actual**

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mejor	8%	8%	8%	10%	11%	10%	9%	10%	8%	9%	11%	9%
Igual	57	56	58	66	66	63	65	63	63	61	62	61
Peor	35	36	33	24	24	27	25	27	29	30	27	30
NS/NC	*	1	1	1	*	-	*	1	*	*	*	*
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	73	72	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79

Situación del País respecto a hace seis meses:

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mejor	8%	7%	5%	11%	14%	16%	14%	11%	13%	10%	10%	6%
Igual	28	29	32	39	40	40	43	43	41	35	34	28
Peor	62	62	61	46	43	42	39	42	43	52	54	64
NS/NC	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	46	44	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42



**Cuadro 3.1.4.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-1) sobre la Situación Económica Presente del Entrevistado, por Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISC-1	73	72	75	86	87	83	84	83	79	79	84	79
Edad:												
Menos de 30 años	87	84	87	94	96	95	101	97	84	88	93	93
30 a 49 años	65	68	69	85	83	82	79	78	76	76	80	74
50 a 64 años	64	61	65	76	82	71	73	72	77	72	78	62
65 y más años	79	76	84	86	88	81	85	82	80	78	85	88
Posición Social:												
Baja	72	71	75	85	83	76	81	82	78	76	86	82
Media	72	71	74	84	89	85	86	83	78	77	80	75
Alta	82	77	81	94	96	94	90	83	84	93	89	81
Ideología:												
Izquierda	76	82	82	89	86	89	90	87	89	85	85	85
Centro	71	62	69	93	95	83	85	82	87	81	83	79
Derecha	86	72	71	82	88	84	79	82	66	78	86	74
Propensión al ahorro:												
Endeudados	56	47	61	62	68	65	68	66	54	57	76	56
Viven al día	69	68	70	85	83	77	80	80	76	74	79	77
Ahorran	91	94	97	96	103	105	102	100	97	98	98	92
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	75	83	86	95	98	92	102	96	90	93	91	92
Medio	74	68	74	84	88	85	83	84	78	79	84	76
Medio bajo	70	72	70	81	80	74	73	71	74	67	78	76
Bajo	60	72	64	85	69	60	65	74	74	80	77	79
Clientes:												
Bancos	75	75	78	85	92	90	87	86	82	78	83	78
Cajas	75	70	75	86	88	82	88	84	80	81	84	79



**Cuadro 3.1.5.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC- 3), respecto a la  
Situación Económica Presente del País, por Características  
Socioeconómicas del Entrevistado**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISC-3	46	44	44	65	71	74	75	69	70	57	56	42
Edad:												
Menos de 30 años	52	50	48	71	82	85	83	83	74	58	55	42
30 a 49 años	40	47	38	63	66	76	73	61	67	55	54	44
50 a 64 años	43	35	39	62	65	60	71	63	70	60	52	34
65 y más años	51	44	57	64	71	74	74	71	70	57	67	49
Posición Social:												
Baja	46	44	46	64	71	70	71	72	67	56	59	46
Media	43	42	42	64	71	73	77	66	71	56	53	38
Alta	53	53	49	71	71	93	83	66	76	64	58	46
Ideología:												
Izquierda	53	58	49	74	79	88	92	77	86	65	64	47
Centro	39	37	45	71	75	68	80	66	75	60	58	41
Derecha	35	34	36	48	59	62	52	56	48	39	47	30
Propensión al ahorro:												
Endeudados	40	38	38	55	58	64	66	52	64	49	48	28
Viven al día	43	41	42	62	68	70	72	67	66	54	54	41
Ahorran	54	55	54	74	82	90	86	81	82	65	64	50
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	48	46	41	62	79	89	86	77	90	57	59	39
Medio	43	43	43	65	71	72	74	68	62	57	54	42
Medio bajo	50	46	50	65	67	69	70	62	72	58	60	44
Bajo	51	44	37	82	61	66	64	83	74	65	46	58
Cientes de:												
Bancos	49	50	44	63	70	76	77	70	79	60	54	42
Cajas	46	43	45	66	69	76	79	70	72	59	56	40



**Cuadro 3.1.6.**

**Perspectivas Económicas**

Situación Personal dentro de seis meses:

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mejor	14%	11%	14%	16%	13%	14%	13%	13%	11%	14%	14%	11%
Igual	54	56	56	59	64	58	60	60	59	54	57	56
Peor	24	23	22	15	16	18	18	18	18	18	18	21
NS/NC	8	10	8	10	7	10	10	9	11	13	12	12
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
ISC-2 (Economía Personal Futura)	90	88	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89

Situación de España dentro de seis meses:

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mejor	16%	13%	13%	20%	18%	18%	16%	14%	16%	14%	13%	10%
Igual	33	34	38	40	45	43	44	43	42	39	38	34
Peor	41	43	39	28	28	29	28	31	29	34	34	41
NS/NC	10	10	10	12	9	10	12	12	13	13	14	16
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
ISC-4 (Economía del País Futura)	75	70	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69



**Cuadro 3.1.7.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-2) sobre  
la Situación Económica Futura del Entrevistado, por  
Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISC-2	90	88	92	101	97	96	95	95	93	96	96	89
Edad:												
Menos de 30 años	109	101	106	111	110	110	106	114	107	113	110	107
30 a 49 años	84	85	95	99	96	99	94	94	93	93	92	86
50 a 64 años	80	79	80	96	91	83	88	80	81	94	86	78
65 y más años	87	86	84	95	89	83	90	86	87	90	95	84
Posición Social:												
Baja	90	85	88	100	91	90	93	96	88	93	98	90
Media	89	88	94	101	101	98	96	95	94	96	93	89
Alta	94	100	102	101	104	105	99	90	102	102	97	88
Ideología:												
Izquierda	93	93	96	104	97	104	103	104	98	101	97	94
Centro	78	80	90	106	102	91	92	90	95	98	95	91
Derecha	84	88	81	101	98	89	85	90	88	87	102	83
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	78	83	79	90	97	93	84	91	82	88	98	70
Vive al día	86	84	90	99	91	90	90	92	90	91	93	86
Ahorran	108	101	105	108	110	110	110	103	104	108	102	106
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	95	97	96	105	110	110	108	106	103	103	105	101
Medio	91	87	94	102	98	96	94	96	92	96	94	89
Medio bajo	86	86	87	94	90	86	88	86	88	90	93	82
Bajo	86	72	76	104	80	77	82	79	94	105	82	79
Clientes de:												
Bancos	92	88	90	99	103	101	96	97	98	93	97	94
Cajas	89	87	93	101	98	96	95	95	93	98	96	88



**Cuadro 3.1.8.**

**Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-4) sobre  
la Situación Económica Futura del País, por  
Características Socioeconómicas del Entrevistado**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISC-4	75	70	74	92	91	89	89	84	87	80	79	69
Edad:												
Menos de 30 años	83	76	83	94	108	100	96	93	95	81	81	70
30 a 49 años	69	68	70	93	85	90	89	80	86	80	76	66
50 a 64 años	74	64	68	86	84	80	86	82	84	79	76	69
65 y más años	76	71	76	95	87	82	81	79	80	81	87	74
Posición Social:												
Baja	72	69	75	94	88	83	81	86	81	77	79	68
Media	75	62	71	89	93	91	95	83	88	80	81	69
Alta	86	76	82	98	92	102	92	76	99	88	75	77
Ideología:												
Izquierda	80	81	79	96	97	101	100	94	99	85	88	80
Centro	64	65	68	92	96	84	93	79	87	77	75	68
Derecha	65	53	62	88	82	80	71	64	70	69	71	48
Propensión al ahorro												
Endeudados	55	62	61	76	84	78	81	67	79	75	78	54
Vive al día	71	66	71	91	84	86	87	81	83	77	77	68
Ahorran	94	84	88	101	107	100	97	94	101	87	82	79
Status Socioeconómico familiar												
Alto, Medio alto	80	73	68	91	99	102	100	89	107	89	82	72
Medio	74	68	75	92	92	88	88	84	82	78	78	69
Medio Bajo	77	74	76	93	85	82	82	76	83	78	79	68
Bajo	46	57	72	95	68	77	78	91	91	90	68	66
Clientes de												
Bancos	77	74	71	95	95	92	90	80	94	76	81	69
Cajas	75	70	73	92	89	91	90	82	87	83	80	68

**Cuadro 3.1.9.**

**Distribución de los Entrevistados según su grado de Optimismo Personal y respecto al País**

Índice de Optimismo

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Optimista	18%	14%	17%	20%	18%	18%	16%	17%	15%	18%	18%	15%
Indiferente	46	49	48	54	58	54	56	55	55	51	52	52
Pesimista	37	37	35	26	24	28	28	28	30	31	30	33
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
IO	81	78	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Optimistas	18%	14%	15%	23%	22%	24%	20%	18%	20%	17%	16%	12%
Indiferentes	20	24	26	32	35	35	39	38	37	30	30	24
Pesimistas	61	62	59	45	42	42	41	44	44	53	54	64
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
IESE	57	52	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48



**Cuadro 3.1.10.**

**Índice de Optimismo (IO), por  
Características del Entrevistado**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total IO	81	78	83	94	93	90	88	89	86	88	88	82
Edad:												
Menos de 30 años	103	95	99	110	110	109	104	113	100	111	108	104
30 a 49 años	73	75	82	91	90	91	85	88	84	84	81	76
50 a 64 años	70	63	68	84	83	72	76	70	74	72	77	63
65 y más años	78	74	79	89	88	81	84	80	82	81	86	81
Posición Social:												
Baja	81	73	78	94	88	83	83	89	81	85	92	85
Media	80	78	82	94	96	93	90	90	86	86	83	79
Alta	87	92	99	95	102	101	94	88	98	102	91	80
Ideología:												
Izquierda	88	87	88	98	93	98	97	100	95	97	91	88
Centro	68	67	78	103	101	87	87	84	96	92	89	83
Derecha	71	78	76	91	95	85	76	86	73	79	92	73
Propensión Ahorro:												
Endeudado	67	60	63	77	87	77	73	79	63	75	85	60
Vive al Día	75	73	79	91	86	82	82	85	81	80	82	78
Ahorra	102	100	104	105	111	113	108	106	106	108	103	99
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	86	91	92	100	108	104	106	104	101	98	98	94
Medio	81	75	84	93	93	91	87	88	84	89	87	81
Medio bajo	78	74	74	91	85	78	76	80	79	77	83	75
Bajo	77	62	68	94	81	63	65	74	78	85	73	76
Clientes de:												
Bancos	86	79	82	93	100	100	91	93	92	87	88	85
Cajas	81	76	82	94	93	89	89	90	87	90	88	81

**Cuadro 3.1.11.**

**Índice de Evaluación de la Situación Económica del País (IESE),  
por Características de los Entrevistados**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total IESE	57	52	56	78	80	82	80	74	76	64	63	48
Edad:												
Menos de 30 años	66	60	65	83	96	94	90	88	85	68	66	49
30 a 49 años	50	50	50	77	74	83	77	68	74	61	59	48
50 a 64 años	55	40	46	73	72	70	77	70	74	67	59	42
65 y más años	59	56	63	78	79	78	73	71	71	61	71	52
Posición Social:												
Baja	56	52	57	76	80	76	72	74	70	61	63	48
Media	55	49	51	77	81	83	84	74	79	63	63	46
Alta	68	61	70	87	81	98	86	74	86	75	62	56
Ideología:												
Izquierda	66	68	61	85	90	95	96	87	94	72	76	58
Centro	46	42	51	84	86	77	83	67	78	61	59	49
Derecha	43	37	45	68	67	74	61	56	53	47	51	28
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	38	42	44	63	67	64	70	56	67	58	58	30
Vive al día	52	47	52	75	74	78	77	73	70	61	60	46
Ahorran	77	68	71	90	98	101	90	86	94	72	71	59
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	60	57	54	78	94	100	96	88	100	75	68	53
Medio	55	49	54	77	80	81	75	72	69	61	62	47
Medio bajo	61	55	60	78	74	73	74	68	75	62	64	47
Bajo	42	44	45	86	64	66	71	87	71	75	36	52
Clientes de:												
Bancos	58	59	55	81	84	89	81	76	87	65	66	47
Cajas	58	51	53	78	78	84	82	72	77	67	64	46

## 3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO

### Recordatorio Previo

Para conocer las pautas de ahorro y consumo, se pregunta a los entrevistados acerca de la situación financiera de su hogar y más concretamente, se sondea si piden dinero prestado, si gastan sus ahorros, gastan lo que ganan y finalmente, si ahorran dinero al final de mes.

La diferencia entre quienes gastan menos de lo que ingresan y quienes gastan más proporciona el IPA (Índice de Propensión al Ahorro), un indicador que puede variar entre 0 (endeudamiento máximo) y 200 (ahorro máximo), siendo 100 el punto neutro.

Para conocer el comportamiento de los españoles ante el consumo, se pide a los entrevistados que se sitúen en una escala de 1 a 7, donde 1 expresa "máxima cautela ante el consumo" y 7 "máxima predisposición al consumo".

### Pautas Estables de Ahorro y Consumo.

Los resultados de cada mes permiten comprobar que existen unas pautas que se repiten de forma estable, independientemente de las leves oscilaciones que puedan producirse en los resultados obtenidos cada mes. Son las siguientes:

- Dos tercios de los españoles suelen vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Algo más de un diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de la cuarta parte ahorra parte de lo que gana.
- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, mientras que la situación opuesta se da entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los de mayor edad, que dependen de sus pensiones de jubilación.
- Los españoles son generalmente cautos respecto a sus gastos (la media oscila normalmente en torno a 2,2 puntos en la escala de 1 a 7 ya definida en líneas anteriores). Los más jóvenes y los de mayor status gastan más alegremente, es decir quienes tienen una menor responsabilidad familiar y quienes disfrutan de una mejor situación económica.

Los resultados registrados en marzo de 1995 confirman la estabilidad de los índices de propensión al ahorro y de propensión al consumo, por lo que apenas varían, tanto respecto al mes pasado como a hace un año. Sin embargo, aunque se sigue constatando que las capas más desfavorecidas no sobrepasan el índice 100, es decir que no alcanzan a ahorrar algo a fin de mes (tan sólo los que tienen un status socioeconómico bajo -90-), sí se puede decir que la propensión al ahorro muestra una tendencia moderadamente creciente en el conjunto de los segmentos que conforman la población, situándose en niveles algo superiores a los de hace un año.



**Cuadro 3.2.1.**

**Situación Financiera del Hogar**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Me prestan dinero	4%	5%	4%	4%	4%	4%	5%	5%	6%	4%	5%	3%
Gasto mis ahorros	10	7	8	8	7	8	7	8	6	7	7	9
Gasto lo que gana	61	63	63	59	60	62	60	61	61	61	59	61
Ahorro algo	24	22	22	27	27	24	25	23	24	26	26	24
Ahorro bastante	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
NS/NC	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>(1.216)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>
<b>IPA</b>	<b>111</b>	<b>111</b>	<b>110</b>	<b>116</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>114</b>	<b>111</b>	<b>114</b>	<b>117</b>	<b>116</b>	<b>114</b>



**Cuadro 3.2.2.**

**Índice de Propensión al Ahorro (IPA), por Características Socioeconómicas de los Hogares**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total IPA	111	111	110	116	117	113	114	111	114	117	116	114
Edad:												
18-29 años	125	112	111	116	120	114	115	116	112	116	110	121
30-49 años	112	114	113	115	112	117	120	111	116	117	123	113
50-64 años	103	102	105	120	112	109	106	104	111	113	112	108
65 y más años	100	115	109	107	114	108	112	111	115	122	114	111
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	128	130	127	136	134	133	132	132	137	140	133	138
Medio	114	110	111	115	119	114	113	110	112	114	116	113
Medio Bajo	98	103	96	107	106	98	104	98	102	107	101	100
Bajo	74	79	84	88	86	89	90	87	88	95	82	90
Posición Social:												
Baja	105	110	105	114	110	103	109	105	107	114	111	110
Media	114	109	107	112	119	114	113	112	113	113	111	111
Alta	125	124	134	138	134	140	132	123	136	139	143	135
Clientes de:												
Bancos	123	116	111	123	129	127	121	115	126	126	118	120
Cajas	113	113	113	116	117	113	116	112	115	116	118	114



**Cuadro 3.2.3.**

**Actitud ante el Consumo**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
1. Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	47%	42%	44%	41%	42%	39%	40%	42%	45%	42%	40%	42%
2. ....	24	26	27	24	25	28	27	26	27	29	29	30
3. ....	12	12	12	14	14	15	13	11	12	12	14	12
4. ....	9	11	10	11	10	9	10	10	8	9	9	8
5. ....	4	4	4	8	5	5	6	6	4	5	4	5
6. ....	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1
7. Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	1	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2
NS/NC .....	*	*	1	1	*	*	1	*	*	1	*	*
% Cali f ican Gasto	100	100	99	99	100	100	99	100	100	99	100	100
Media X	2,1	2,2	2,1	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1	2,1	2,2	2,1
% Discrepancia	67	65	65	64	67	64	66	68	68	64	65	64

**Cuadro 3.2.4.**

**Frase que refleja mejor el Comportamiento ante el Gasto,  
por Características Socioeconómicas de los Entrevistados.**

MARZO 1995	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/ NC	Cali- fican	Valoración Media	Discre- pancia
TOTAL	(1219)	42%	30	12	8	5	1	2	*	100	2,1	64
Edad:												
18 a 29 años	(318)	35%	27	16	11	7	2	3	-	100	2,4	63
30 a 49 años	(415)	41%	30	11	9	6	1	1	*	100	2,2	64
50 a 64 años	(263)	47%	32	13	4	3	-	1	*	100	1,9	60
65 y más años	(223)	49%	32	10	4	3	1	1	-	100	1,8	64
Posición Social:												
Baja	(508)	48%	31	11	6	3	1	1	*	100	1,9	64
Media	(564)	42%	30	12	8	6	1	1	-	100	2,1	64
Alta	(146)	23%	29	18	13	10	3	3	1	99	2,8	57
Ideología:												
Izquierda	(496)	41%	29	13	8	6	2	2	-	100	2,2	65
Centro	(185)	48%	29	11	6	5	1	-	-	100	1,9	63
Derecha	(234)	37%	35	12	8	5	1	2	1	99	2,2	63
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(203)	22%	28	21	13	8	3	4	-	100	2,8	57
Medio	(695)	41%	32	12	8	5	1	1	*	100	2,1	62
Medio Bajo	(292)	56%	27	9	3	3	1	1	*	100	1,8	67
Bajo	(29)	69%	21	7	-	3	-	-	-	100	1,5	61
Clientes de:												
Bancos	(302)	40%	29	12	9	7	2	1	*	100	2,2	65
Cajas	(864)	41%	31	12	8	5	1	2	*	100	2,2	65

### 3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

Además de los indicadores económicos, se ha querido evaluar de forma global la calidad de vida de los españoles con una pregunta que determina el grado de satisfacción de los españoles con su vida en general. Son muy numerosas las investigaciones que se han realizado sobre esta cuestión, y los datos encontrados para España apuntan en general las mismas tendencias y correlaciones que las observadas en otros países.

De acuerdo con la evidencia empírica de estos últimos años, algo más del 75% de los españoles de 18 y más años se sienten satisfechos e incluso muy satisfechos con su calidad de vida, y en torno a un 12% se sienten insatisfechos o muy insatisfechos. En marzo, estos porcentajes han sido del 77% y del 14%, respectivamente.

Resulta curioso que, aunque los individuos se quejen de muchas cosas, rechazan admitir que les va mal ante terceros, porque ello implica, en cierto modo, un fracaso personal del que parecen sentirse culpables. Por ello, es frecuente en todos los estudios que la mayor parte de los entrevistados afirme que se siente satisfecho con su vida, que es feliz, que sus relaciones laborales o familiares son buenas, etc., ya que todos esos aspectos de la vida, en cuanto que se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal.

Por ello, desde enero de 1.988, fecha en que se incluyó por primera vez esta pregunta en los sondeos ASEP, siempre se ha detectado que más de tres cuartas partes de los españoles están muy satisfechos o satisfechos con su calidad de vida, dato que es comparable con los obtenidos en otros países occidentales, y que demuestra la verbalización de una amplia satisfacción entre la mayoría de la población.

Con las respuestas obtenidas para esta pregunta se ha construido el Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida (ISCV), que no es sino la diferencia entre el porcentaje de satisfechos e insatisfechos, sumando 100 para estandarizar el resultado. Así, los valores superiores a 100 demuestran satisfacción, y cuanto más se aproxima el índice a 200 puntos mayor es el grado de satisfacción. Por el contrario, los valores inferiores a 100 demuestran insatisfacción, y ésta es mayor cuanto más se aproxima a 0 el valor del índice correspondiente.

En general, los valores de este índice han oscilado alrededor de 160 puntos en todos los sondeos. Este mes, este índice de satisfacción registra una puntuación algo inferior a la del mes pasado y similar a la de hace un año (163). El punto medio en la escala de satisfacción de 5 puntos resulta ser este mes de 3,7, con un coeficiente de variación mínimo, lo que determina una vez más un nivel muy alto y consensuado de satisfacción que se ha mantenido prácticamente invariable a lo largo de estos últimos doce meses.

Al evaluar la evolución del ISCV diferenciando a la población según sus características socioeconómicas, puede afirmarse que todos los segmentos de la población muestran un alto grado de satisfacción con su calidad de vida, pues tan sólo entre los entrevistados de status socioeconómico familiar bajo y medio-bajo el valor es inferior al de los otros grupos, situándose en un nivel de 117 y 151, respectivamente. (En marzo de 1995 el índice general se sitúa en el 163, cuatro puntos menos que el mes pasado y superior en un punto al de hace un año).

Posiblemente debido a este alto grado de satisfacción en todos los segmentos resulte difícil descubrir una pauta de relación con algunas de las diferentes variables que se han tomado en consideración, ya que dichas pautas varían bastante de un mes a otro. Sin embargo, el grado de satisfacción suele ser consistentemente mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que suele ser mayor entre los encuestados más jóvenes, si bien

los diferentes valores medios que se exponen demuestran que existe poca variación entre segmentos en el grado de satisfacción con la calidad de vida.

Conviene resaltar, aún así, que, independientemente de la percepción que se tenga respecto a la situación económica, el ISCV se suele mantener en unos niveles similares, y como ya hemos comentado, por comparación con el mes anterior este índice disminuye algo su valor, manteniéndose con respecto al índice de hace un año.



**Cuadro 3.3.1.**

**Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Muy Satisfechos	4%	5%	4%	6%	4%	4%	6%	6%	7%	5%	6%	5%
Satisfechos	72	69	73	75	72	72	70	71	72	73	74	72
Indiferentes	8	7	7	6	10	8	8	9	8	7	7	9
Insatisfechos	14	16	14	10	12	14	13	11	11	13	11	13
Muy Insatisfechos	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1
NS/NC	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	*
<b>Total</b>	<b>(1.216)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>
ISCV	162	157	162	168	163	161	161	165	167	164	167	163
Valoración Media	3,6	3,6	3,6	3,7	3,6	3,6	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7
% Discrepancia	23	26	24	23	23	24	24	22	22	23	22	23



**Cuadro 3.3.2.**

**Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida, por Características Socioeconómicas de los Entrevistados  
(Valor medio de 1 a 5 puntos indicado entre paréntesis)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISCV	162 (3,6)	157 (3,6)	162 (3,6)	168 (3,7)	163 (3,6)	161 (3,6)	161 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	167 (3,7)	163 (3,7)
Edad:												
Menos de 30 años	169 (3,7)	163 (3,7)	165 (3,7)	177 (3,8)	169 (3,7)	169 (3,7)	173 (3,8)	170 (3,7)	173 (3,8)	172 (3,8)	175 (3,8)	165 (3,6)
30 a 49 años	166 (3,7)	151 (3,5)	158 (3,6)	163 (3,7)	161 (3,6)	164 (3,7)	152 (3,6)	164 (3,7)	165 (3,7)	160 (3,6)	165 (3,7)	167 (3,7)
50 a 64 años	153 (3,5)	150 (3,5)	161 (3,6)	162 (3,6)	153 (3,5)	159 (3,6)	158 (3,6)	159 (3,6)	161 (3,6)	160 (3,6)	165 (3,7)	150 (3,7)
65 y más años	153 (3,5)	166 (3,7)	166 (3,7)	172 (3,7)	167 (3,7)	148 (3,5)	164 (3,7)	169 (3,7)	170 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	169 (3,5)
Posición social:												
Baja	156 (3,6)	161 (3,6)	163 (3,6)	167 (3,7)	165 (3,7)	157 (3,6)	160 (3,6)	171 (3,8)	166 (3,7)	160 (3,6)	166 (3,7)	158 (3,6)
Media	163 (3,6)	149 (3,5)	158 (3,6)	166 (3,7)	161 (3,6)	162 (3,7)	160 (3,6)	161 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,7)	165 (3,7)	161 (3,6)
Alta	179 (3,9)	168 (3,7)	173 (3,8)	176 (3,8)	162 (3,6)	173 (3,8)	166 (3,7)	163 (3,7)	172 (3,8)	177 (3,8)	179 (3,9)	186 (3,9)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	173 (3,8)	166 (3,7)	173 (3,6)	185 (3,9)	174 (3,6)	172 (3,8)	177 (3,8)	172 (3,8)	177 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,9)	180 (3,9)
Medio	164 (3,7)	156 (3,6)	164 (3,8)	173 (3,8)	163 (3,7)	166 (3,7)	162 (3,7)	167 (3,7)	168 (3,7)	168 (3,7)	169 (3,7)	165 (3,7)
Medio bajo	149 (3,5)	157 (3,6)	152 (3,7)	147 (3,5)	158 (3,6)	145 (3,4)	150 (3,5)	156 (3,6)	159 (3,6)	152 (3,5)	158 (3,6)	151 (3,5)
Bajo	139 (3,4)	107 (3,0)	135 (3,5)	112 (3,0)	133 (3,6)	137 (3,3)	99 (2,9)	162 (3,6)	156 (3,6)	115 (3,1)	109 (3,0)	117 (3,2)



Ideología:												
Izquierda	160	157	158	167	159	166	166	166	172	167	165	165
	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Centro	162	159	166	167	173	159	166	171	169	168	173	168
	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,7)	(3,8)	(3,7)
Derecha	160	153	172	168	167	168	156	167	156	168	171	166
	(3,6)	(3,5)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
Clientes de:												
Bancos	160	158	164	172	166	162	167	168	171	174	173	168
	(3,6)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,8)	(3,7)
Cajas	166	158	164	170	164	160	162	167	170	165	167	164
	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,8)	(3,7)	(3,7)	(3,7)

### 3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Dada la constante actualidad de los temas financieros, ha parecido interesante identificar la clientela de los diferentes bancos y cajas de ahorros, puesto que ello ayuda en gran medida a conocer su implantación lo que sin duda influye sobre la imagen de los mismos.

De acuerdo con los datos disponibles desde hace años, y especialmente durante los últimos meses, un 88 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener cuenta corriente o libreta de ahorros en algún Banco o Caja de Ahorros, lo que significa una cobertura bastante completa de la población, especialmente cuando se tiene en cuenta que buena parte de la población entre 18 y 30 años no son todavía económicamente (y en muchas ocasiones familiarmente) independientes. El 87% este mes de marzo sitúa la clientela total de Bancos o Cajas en un nivel habitual.

Tomando en consideración los datos que se presentan a continuación, se constata que la proporción de clientes de instituciones financieras es superior al 80% en todos los segmentos de la población, a excepción de los de status socioeconómico bajo (69%).

Casi un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 13% de los entrevistados clientes de bancos, lo son también de alguna Caja de Ahorros. En este caso, los segmentos que en mayor proporción son clientes de bancos son los de 30 a 49 años, y los de mayor status socioeconómico familiar y más alta posición social.

Pero al analizar la clientela específica de las Cajas de Ahorros (más del doble de la clientela de Bancos), se aprecia que en algunos de los segmentos la proporción de clientes de las Cajas de Ahorro alcanza el 90%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro un 37% son también clientes de algún Banco.

Estos datos indican que los porcentajes de clientes con cuenta en cajas de ahorros y que además tienen cuenta en bancos no ha variado en comparación con los que tuvieron lugar hace un año. Lo mismo sucede entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja.

Finalmente, se presenta a título indicativo la distribución de entrevistados que son clientes de los principales Bancos y Cajas según las instituciones en las que tienen su cuenta o libreta. Como es lógico, la suma de estos porcentajes es superior a la proporción de clientes de Bancos o Cajas, ya que cada entrevistado puede ser cliente de más de una institución financiera. Por otra parte, al tratarse de submuestras muy pequeñas, es lógico que se observen fluctuaciones de un mes a otro, aunque el "ranking" de clientela suele mantenerse con escasas variaciones.

Entre los bancos, el BBV (7,1%) vuelve a ser superado por el Central-Hispano (7,6%). El Santander, con un 3,6%, recupera 0,7 puntos, pero permanece por debajo de Banesto (4,5%).

Argentaria, por su parte desciende hasta fijar su clientela en un 1,0%. Por lo que respecta a las Cajas de Ahorro, se han desglosado de forma nominal, debido a la política expansionista que la mayoría de ellas están realizando fuera de su territorio de origen (más de un 53% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (11,3% y 12,3%, respectivamente) tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales.

En general, la clientela de Bancos y de Cajas parece ser bastante estable, pues los datos, salvo algunas fluctuaciones, son similares a los observados hace un año.



**Cuadro 3.4.1.**

**Clientela de Instituciones Financieras  
(En Porcentajes)**

( Tiene c/c o libreta en Banco o Caja )

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total Clientes	87	88	86	86	86	85	83	85	87	88	88	87
Edad :												
Menos de 30 años	84	83	83	82	80	79	77	74	81	82	83	81
30 a 49 años	90	90	88	88	87	86	88	89	89	88	90	90
50 a 64 años	85	88	85	87	88	88	83	83	87	81	90	86
65 y más años	88	91	89	86	87	88	81	91	91	89	90	88
Posición Social :												
Baja	87	90	85	84	85	81	78	84	86	85	87	85
Media	86	85	87	87	87	88	84	84	86	89	88	86
Alta	92	92	87	88	83	90	92	90	90	90	93	92
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	91	92	90	91	89	91	91	90	92	95	93	93
Medio	89	87	86	88	86	85	85	86	86	88	89	88
Medio bajo	82	86	86	81	84	82	75	81	86	82	84	81
Bajo	70	97	52	69	81	86	51	62	73	60	73	69



**Cuadro 3.4.2.**

**Clientela de Instituciones Bancarias  
(En Porcentajes)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total I.B.	28	30	28	33	30	30	30	30	31	30	31	29
Edad :												
Menos de 30 años	23	27	29	29	29	32	30	27	31	28	28	28
30 a 49 años	23	33	30	41	31	33	32	33	32	32	35	31
50 a 64 años	27	32	29	29	30	24	30	36	32	32	34	28
65 y más años	24	26	24	26	29	28	24	20	27	29	24	26
Posición Social :												
Baja	21	26	23	26	28	25	25	24	26	27	23	24
Media	33	32	32	34	31	31	30	32	33	30	35	30
Alta	33	37	33	46	33	40	41	40	40	39	40	39
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	35	41	40	48	43	43	40	42	41	37	42	37
Medio	27	32	27	30	29	30	31	28	31	30	30	29
Medio bajo	24	19	23	28	24	18	19	24	22	27	23	24
Bajo	18	18	16	13	22	27	-	20	36	17	6	10
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	15	15	14	14	12	13	14	15	14	13	13	13



**Cuadro 3.4.3.**

**Clientela de Cajas de Ahorro  
(En Porcentajes)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Total C.A.	82	82	83	79	79	80	81	82	81	80	80	82
Edad :												
Menos de 30 años	83	84	81	78	82	79	79	84	81	82	81	83
30 a 49 años	81	82	84	74	78	79	81	82	22	78	80	81
50 a 64 años	79	81	83	78	78	84	82	77	77	81	76	82
65 y más años	83	82	85	87	79	80	85	87	81	80	83	83
Posición Social :												
Baja	84	85	86	81	82	83	85	84	82	82	84	83
Media	77	81	81	78	77	81	81	83	80	80	77	82
Alta	90	76	82	69	78	74	74	77	78	74	76	79
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	83	81	78	70	72	74	76	83	79	78	76	80
Medio	81	81	84	80	81	80	82	81	80	80	79	82
Medio bajo	81	86	85	80	81	88	85	84	85	82	85	83
Bajo	82	82	84	87	78	76	100	93	68	83	94	90
Cientes de:												
Bancos	45	41	41	33	30	34	38	41	38	34	35	37
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



**Cuadro 3.4.4.**

**Clientela de Instituciones Financieras por Institución (\*)**

INSTITUCION FINANCIERA	% que Tienen c/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.057)	(1.075)	(1.051)	(1.052)	(1.034)	(1.031)	(1.006)	(1.032)	(1.052)	(1.064)	(1.068)	(1.055)
Santander	3,8%	3,2%	4,0%	4,4%	2,8%	4,1%	5,6%	4,6%	4,5%	4,0%	2,9%	3,6%
Popular	1,9	1,8	2,1	1,2	2,2	2,2	1,3	2,2	1,4	1,0	1,3	1,4
Banesto	5,6	6,4	4,3	7,4	5,5	3,8	4,1	4,5	4,8	4,1	5,5	4,5
Bilbao-Vizcaya	6,2	9,3	7,5	8,6	7,2	7,0	8,3	7,0	7,2	7,2	8,3	7,1
Central/Hispano	4,8	5,0	5,0	7,4	6,8	6,4	6,4	6,6	7,2	8,5	6,7	7,6
Exterior/Argentaria	1,0	1,2	0,8	1,0	1,1	2,2	2,3	1,6	2,3	2,2	1,7	1,0
Otros Bancos	6,7	7,5	6,5	6,8	7,8	7,1	5,1	5,9	6,9	6,4	7,0	6,4
Caja de Madrid	11,1	9,7	9,9	8,9	8,6	11,5	10,3	9,6	11,2	10,6	9,3	12,3
Caixa	13,6	11,5	13,5	12,9	13,1	12,1	12,2	12,7	12,1	11,7	11,9	11,3
Caja de Cataluña	1,9	1,6	1,9	2,0	1,5	2,4	2,5	1,5	2,3	1,1	2,3	2,1
Caja de Galicia	4,0	3,7	3,9	2,6	2,9	2,0	3,5	2,8	3,0	3,0	2,9	2,6
Ibercaja	3,8	3,8	4,4	3,4	3,6	2,6	4,1	4,3	3,6	3,9	3,1	3,5
Cajas de Ahorros (Otras)	52,4	55,5	52,3	51,5	51,0	52,5	50,5	54,3	51,9	51,9	52,5	53,5

(\*) Los porcentajes de clientes de instituciones financieras suman más de cien porque, lógicamente, cada entrevistado podía citar ser cliente de más de un banco o caja.

## 4. Actitudes y Comportamientos Políticos

### 4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

La experiencia derivada de diversas investigaciones pasadas ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas que puedan ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles. Así, como dimensiones ideológicas básicas se consideran la ideología, la religiosidad, el sentimiento nacionalista, el recuerdo de voto y el postmaterialismo.

Los datos que a continuación se analizan ponen de relieve que la mayoría de los españoles dicen ser de izquierdas, tienen un nivel de práctica religiosa baja, se sienten tan nacionalistas como españoles, dicen haber votado al PSOE en las últimas elecciones generales y son materialistas.

Se ha comprobado que el autopoicionamiento ideológico de los propios entrevistados constituye una de las variables explicativas más útiles para describir e interpretar las diferencias de actitudes y comportamientos políticos. Su relación con la intención de voto es tan grande que utilizar las dos como variables explicativo-predictivas sería incluso redundante.

Se ha utilizado una escala de auto-posicionamiento ideológico de siete puntos, en la que el 1 corresponde a la extrema izquierda y el 7 a la extrema derecha, con posiciones intermedias de izquierda (2), centro- izquierda (3), centro (4), centro-derecha (5) y derecha (6). La distribución que se muestra en el Cuadro 4.1.1. es semejante a la obtenida por diferentes investigaciones en estos últimos años, que evidencian un claro auto-posicionamiento de los españoles en la izquierda.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha, habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, y levemente superior también a la suma del centro y de la derecha. Respecto al último sondeo, se observan unos resultados similares, lo que pone de manifiesto una vez más la gran estabilidad de este indicador.

Los datos sobre autopoicionamiento ideológico (sumando en una las tres posiciones de izquierda y en otra las tres de derecha) según diversas características del electorado pueden resumirse así:

1. La proporción de entrevistados que se autopoicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha), y entre los votantes del CDS y los nacionalistas de derecha (posicionados en mayor medida en el centro).
2. La proporción de los que se sitúan en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen conjuntamente en el centro y la derecha en todos los segmentos de la población, excepto entre los mismos segmentos ya mencionados y los compuestos por personas mayores de 50 años y los de práctica religiosa media.
3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con la posición social. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" está de moda, y difícilmente se podrá cambiar esta tendencia mientras perdure esta relación.

4. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha; los del CDS y los nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los nacionalistas de izquierda en la izquierda; y los votantes a otros partidos, los que dicen que no-votarán, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica.

Otra segunda variable que se ha probado como de gran utilidad discriminatoria es la práctica religiosa, tal y como se autodefine el propio entrevistado. Diferentes investigaciones han demostrado que la autocalificación que el propio individuo hace de su práctica religiosa es más útil como variable explicativo-predictiva que cualquier otro indicador objetivo, especialmente respecto a todos los indicadores de actitudes y comportamientos políticos.

Es evidente que la inmensa mayoría de los españoles siguen considerándose católicos, aunque muchos de ellos se consideren no practicantes. Puesto que alrededor de un 90% de los entrevistados se define habitualmente como católico, ha sido necesario buscar otro indicador, de práctica religiosa, que sirva para diferenciar a los entrevistados en este rasgo, sean o no católicos. Se observa así que, aunque alrededor de una quinta parte afirma tener una alta práctica religiosa, algo más de la mitad afirman que la suya es baja.

Se observa que el grupo de baja práctica religiosa es especialmente importante entre los de 18 a 49 años, los de posición social media y alta, y los que se autoubican en la izquierda. A juzgar por la clara relación negativa entre posición social y religiosidad, se podría concluir que la religión ha dejado de interesar a los que ocupan el "centro social".

Una tercera dimensión que, en el caso español, tiene especial importancia, es la que se refiere al sentimiento nacionalista/español, que constituye una dimensión diferente de la ideología izquierda/derecha antes mencionada. Las dimensiones nacionalista/español y derechas/izquierdas pueden estar relacionadas, pero es evidente que no son redundantes, como la evidencia empírica parece demostrar.

La identificación con alguna subcultura regional ha tenido siempre importancia en España, especialmente en el País Vasco, Cataluña, y en menor medida en Galicia, Andalucía, Canarias, etc.; en algunas otras regiones (Castilla-León, Castilla-La Mancha, Extremadura) el sentimiento nacionalista ha sido prácticamente inexistente. El proceso autonómico que ha acompañado a la transición democrática, sin embargo, ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

En el Cuadro 4.1.5. se comprueba que, mientras sólo entre un 5-9% de los entrevistados se sienten sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), alrededor de un 25% se sienten sólo españoles. Tomando, sin embargo, en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el españolismo supera claramente al nacionalismo; además, el sentimiento más españolista ha experimentado en el último año un incremento notable.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

Los datos demuestran que existen diferencias socio- económicas y políticas importantes entre quienes se consideran más "nacionalistas" o más "españoles", lo que demuestra que este indicador también tiene gran poder discriminador y, por consiguiente, debería tener asimismo gran poder explicativo-predictivo.

La relación entre posición social y status socioeconómico con "nacionalismo" sugiere que estas son cuestiones independientes entre sí, pero los "españolistas" predominan en las diferentes categorías. Por otra parte, resulta cuando menos sorprendente que los de derecha se consideren

en mayor proporción más españoles que nacionalistas, siendo así que es en la derecha donde hay más partidos y votantes "nacionalistas". Sin embargo, en ningún segmento predomina claramente el nacionalismo sobre el españolismo, excepto entre los propios votantes a partidos nacionalistas.

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de junio de 1993, tal y como los entrevistados lo recuerdan o dicen recordar. Diversas investigaciones han puesto de manifiesto que los individuos parecen "olvidar" haber votado a partidos que obtuvieron un mal resultado en las últimas elecciones y/o tienen mala imagen pública, y por el contrario parecen "apuntarse" a partidos que han obtenido buenos resultados electorales y/o tienen buena imagen.

Este mes se observa un recuerdo "deficiente", es decir, inferior a los resultados obtenidos en junio de 1993, entre los que dicen haber votado a todos los partidos, salvo en el caso de los que mencionan el recuerdo de voto a IU y al PSOE (que obtienen un recuerdo superior al real).

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos. Debe resaltarse, en este sentido, la gran semejanza de resultados de un estudio a otro, lo que parece demostrar que este indicador es muy estable, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados por parte de los entrevistados al contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y viceversa.

En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de 1993 y el voto ahora recordado. Este mes se observa una fuerte infraestimación del recuerdo de voto, como ya viene siendo habitual, hacia otros partidos (-72%), lo que puede deberse a la pérdida de imagen de estos partidos después de varias elecciones con resultados negativos. La infraestimación del recuerdo de voto es muy importante para los partidos nacionalistas de derecha (-31%), para el PP (-27%), para el CDS (-14%) y los partidos nacionalistas de izquierda (-12%); sin embargo en el caso de IU tiene un valor positivo (32%) y el PSOE obtiene también un valor positivo aunque mucho menor (5%). El recuerdo de la abstención en las últimas elecciones está como siempre infraestimado (-20%), lo que es lógico, ya que está "mal visto" no votar, y por tanto se oculta esa falta de participación cívica.

Finalmente, debe señalarse el hecho de que el 13% de los entrevistados no contestaron lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

En resumen, se observa que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1993 ha sido del 16,7%, algo inferior al habitual. Puesto que el sistema de muestreo es siempre el mismo, esta variación ha de atribuirse a una mayor exactitud del electorado al proporcionar esta información.

Desde hace años, ASEP ha venido utilizando diferentes versiones de una escala para medir una dimensión actitudinal "latente", el post-materialismo, siguiendo la definición acuñada por el profesor Ronald Inglehart. Según su teoría, los individuos se preocupan sobre todo por satisfacer sus necesidades de seguridad personal y económicas, y sólo cuando esas necesidades están suficientemente garantizadas, se ocupan de otras necesidades más estéticas, de relación con los demás, de humanitarismo, etc. Así, según Inglehart, las diferentes sociedades se caracterizan por un predominio de actitudes más materialistas o más post-materialistas, según su grado de desarrollo.

Una vez validada la escala de materialismo/post-materialismo, se ha dividido en dos listas de items, que se presentan en los Cuadros 4.1.9. y 4.1.10., en donde los items postmaterialistas han sido señalados con \*. Se pidió a los entrevistados que seleccionasen el objetivo más importante (primero de cuatro, luego de ocho), que España debería esforzarse por alcanzar en los próximos diez años.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de mantener el orden en la nación y luchar contra la subida de precios, y al tomar en cuenta conjuntamente las dos primeras menciones del entrevistado dicho orden se altera, contrariamente a lo ocurrido hasta ahora. Ambos items, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

Pero, en la segunda lista, los items más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de mantener una economía estable, luchar contra la delincuencia, proteger el medio ambiente y mantener un alto nivel de crecimiento económico. A causa del deterioro de la situación económica actual, la proporción que menciona la protección del medio ambiente entre los temas más prioritarios es muy inferior a la proporción que menciona el mantenimiento de una economía estable, a pesar de que dicha proporción asciende ligeramente este mes.

Así pues, de los cuatro objetivos más deseables tres forman parte este mes de los cuatro que serían indicadores de materialismo y sólo uno de los cuatro indica postmaterialismo. Sin embargo, si sólo se tiene en cuenta la primera mención, nuevamente los cuatro objetivos prioritarios son este mes el crecimiento económico, la estabilidad económica, la lucha contra la delincuencia, y dar a la gente mayores facilidades de participación, lo que evidencia una recuperación de importancia de los indicadores económicos que posiblemente obedece a la crisis económica actual. El avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero no parece ser deseable como objetivo prioritario.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas, lo que ha permitido encontrar que alrededor de una tercera parte de los españoles pueden ser considerados como post-materialistas, mientras que el resto, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista. El dato de este mes es muy similar al del mes precedente e idéntico al de hace un año.

Se puede comprobar que esta variable está muy relacionada con la estructura social en el sentido esperado, de acuerdo con la teoría elaborada por Inglehart. Así, la proporción de post-materialistas es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), y disminuye significativamente cuanto más alta es la edad. Además, la proporción de post-materialistas es mayor cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, pero es menor entre los de derecha que entre los de centro e izquierda.



**Cuadro 4.1.1.**

**Autoposicionamiento Ideológico**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Extrema Izquierda	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Izquierda	24	22	26	25	25	20	21	25	23	27	28	27
Centro Izquierda	13	12	14	13	14	17	16	12	15	12	11	13
Centro	14	14	13	15	14	16	15	15	17	14	17	15
Centro Derecha	9	7	7	8	7	9	9	8	8	6	9	8
Derecha	10	12	9	10	10	7	7	11	8	9	9	11
Extrema Derecha	*	*	1	*	1	*	*	*	*	*	1	*
NS/NC	30	32	30	28	30	30	31	28	28	31	25	25
<b>Total</b>	<b>(1.216)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.221)</b>	<b>(1.208)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.212)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.210)</b>	<b>(1.215)</b>	<b>(1.211)</b>	<b>(1.219)</b>

**Cuadro 4.1.2.**

**Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1219)	41%	15	19
Edad:				
18 a 29 años	(318)	44%	14	15
30 a 49 años	(415)	46%	15	15
50 a 64 años	(263)	32%	17	28
65 y más años	(223)	35%	15	22
Posición Social:				
Baja	(508)	35%	14	18
Media	(564)	43%	16	21
Alta	(146)	51%	14	20



Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(203)	45%	16	25
Medio	(695)	41%	17	18
Medio Bajo	(292)	38%	12	19
Bajo	(29)	34%	7	10
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(250)	44%	14	17
Tan nac.como esp.	(583)	39%	17	20
Más españolista	(357)	41%	14	22
Práctica Religiosa:				
Alta	(245)	21%	19	37
Media	(273)	37%	15	23
Baja	(670)	49%	14	11
Intención de Voto:				
PP	(291)	7%	20	59
CDS	(14)	21%	50	14
PSOE	(255)	72%	12	4
IU	(175)	81%	7	1
Nacion. derecha	(56)	30%	32	16
Nacion. izquierda	(16)	88%	6	6
Otros	(37)	38%	8	11
No votará	(114)	27%	13	8
No sabe	(201)	28%	16	10
No contesta	(60)	27%	12	10
Clientes de:				
Bancos	(302)	39%	20	22
Cajas	(864)	42%	16	19



**Cuadro 4.1.3.**

**Práctica Religiosa**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Alta	18%	19%	20%	22%	20%	20%	19%	21%	20%	21%	21%	20%
Media	24	25	22	24	19	24	24	22	18	20	20	22
Baja	56	53	55	51	58	53	54	54	58	56	57	55
NS/NC	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

**Cuadro 4.1.4.**

**Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1219)	20%	22	55
Edad:				
18 a 29 años	(318)	10%	17	70
30 a 49 años	(415)	14%	24	58
50 a 64 años	(263)	30%	24	45
65 y más años	(223)	33%	26	40
Posición Social:				
Baja	(508)	26%	25	47
Media	(564)	17%	20	60
Alta	(146)	11%	21	62



Ideología:				
Izquierda	(496)	10%	20	66
Centro	(185)	25%	22	51
Derecha	(234)	39%	27	33
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(203)	18%	21	58
Medio	(695)	19%	23	56
Medio Bajo	(292)	25%	22	51
Bajo	(29)	14%	21	62
Clientes de:				
Bancos	(302)	24%	21	53
Cajas	(864)	18%	24	55

#### Cuadro 4.1.5.

#### Sentimiento Nacionalista-Español

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Sólo Nacionalista	7%	8%	9%	6%	6%	7%	5%	7%	6%	5%	6%	6%
Más Nacio. que español	14	14	13	13	13	10	13	14	12	15	14	14
Tan Nacio. como español	45	47	47	46	49	47	50	45	50	49	47	48
Más espa. que Nacion.	8	7	8	10	9	9	7	8	10	7	8	8
Sólo se siente español	25	22	21	23	20	24	23	24	20	23	23	22
NS/NC	1	1	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 4.1.6.**

**Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1219)	20%	48	30
Edad:				
18 a 29 años	(318)	21%	45	30
30 a 49 años	(415)	21%	46	31
50 a 64 años	(263)	18%	52	29
65 y más años	(223)	23%	51	26
Posición Social:				
Baja	(508)	22%	53	25
Media	(564)	20%	45	32
Alta	(146)	18%	43	35
Ideología:				
Izquierda	(496)	22%	46	29
Centro	(185)	18%	54	26
Derecha	(234)	18%	49	33
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(203)	25%	43	27
Medio	(695)	18%	48	31
Medio Bajo	(292)	21%	52	26
Bajo	(29)	31%	41	24
Intención de Voto:				
PP	(291)	12%	53	34
CDS	(14)	14%	57	29
PSOE	(255)	17%	51	32
IU	(175)	22%	45	30
Nacion. derecha	(56)	50%	41	9
Nacion. izquierda	(16)	81%	19	-
Otros	(37)	30%	41	24
No votara	(114)	19%	44	31
No sabe	(201)	23%	48	26
No contesta	(60)	18%	43	33
Cientes de:				
Bancos	(302)	15%	51	32
Cajas	(864)	21%	47	30



Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 1993  
(Recuerdo de Voto)

	Resultados Reales de 1993	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	26,7%	17,4%	18,6%	15,0%	20,4%	18,2%	19,6%	19,5%	19,4%	18,0%	16,1%	18,3%	19,6%
CDS	1,4	1,0	1,2	1,7	1,4	1,0	0,7	1,0	0,5	0,9	1,3	1,0	1,2
PSOE	29,7	33,0	30,0	34,8	28,5	26,4	24,3	25,1	27,2	30,8	28,7	28,7	31,3
IU	7,4	7,0	7,7	8,3	7,8	9,7	10,4	8,1	9,3	7,5	9,5	10,4	9,8
Nacionalistas Dcha.	6,8	4,0	6,1	5,6	6,1	5,6	4,8	5,4	4,4	4,5	5,1	5,4	4,7
Nacionalistas Izq.	1,7	1,4	1,6	1,5	2,0	1,2	1,2	2,0	0,7	1,7	1,8	1,2	1,5
Otros	3,6	1,2	2,3	1,7	1,2	1,2	1,2	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0
No Votó	22,7	15,0	17,0	15,5	14,4	18,4	19,8	21,0	19,6	19,8	18,7	18,4	18,2
NS/NC	-	20,0	15,5	15,9	18,2	18,3	18,0	16,4	17,5	15,6	17,8	15,6	12,7
	(28.975.743)	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)



**Cuadro 4.1.8.**

**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y  
los Resultados Electorales de 1993**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	- 9,3	- 8,1	- 11,7	- 6,3	- 8,5	- 7,1	- 7,2	- 7,3	- 8,7	-10,6	- 8,4	- 7,1
CDS	- 0,4	- 0,2	+ 0,3	0,0	- 0,4	- 0,7	- 0,4	- 0,9	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,2
PSOE	+ 3,3	+ 0,3	+ 5,1	- 1,2	- 3,3	- 5,4	- 4,6	- 2,5	+ 1,1	- 1,0	- 1,0	+ 1,6
IU	- 0,4	+ 0,3	+ 0,9	+ 0,4	+ 2,3	+ 3,0	+ 0,7	+ 1,9	+ 0,1	+ 2,1	+ 3,0	+ 2,4
Nacionalistas Dcha.	- 2,8	- 0,7	- 1,2	- 0,7	- 1,2	- 2,0	- 1,4	- 2,4	- 2,3	- 1,7	- 1,4	- 2,1
Nacionalistas Izq.	- 0,3	- 0,1	- 0,2	+ 0,3	- 0,5	- 0,5	+ 0,3	- 1,0	0,0	+ 0,1	- 0,5	- 0,2
Otros	- 2,4	- 1,3	- 1,9	- 2,4	- 2,4	- 2,4	- 2,1	- 2,2	- 2,4	- 2,6	- 2,6	- 2,6
No Votó	- 7,7	- 5,7	- 7,2	- 8,3	- 4,3	- 2,9	- 1,7	- 3,1	- 2,9	- 4,0	- 4,3	- 4,5
NS/NC	+20,0	+15,5	+ 15,9	+18,2	+18,3	+18,0	+16,4	+17,5	+15,6	+17,8	+15,6	+12,7
Indice de Discrepancia	23,3	16,1	22,2	18,9	20,6	21,0	17,4	19,4	16,8	20,0	18,6	16,7
Diferencias en porcentajes respecto a 1993:												
PP	-35	-30	- 44	-24	-32	-27	-27	-27	-32	-40	-31	-27
CDS	-28	-14	+ 21	0	-28	-50	-29	-64	-36	- 7	-29	-14
PSOE	+11	+ 1	+ 17	- 4	-11	-18	-15	- 8	+ 4	- 3	- 3	+ 5
IU	- 5	+ 4	+ 12	+18	+31	+40	+ 9	+25	+ 1	+28	+40	+32
Nacionalistas Dcha.	-41	-10	- 18	-10	-18	-29	-20	-35	-34	-25	-20	-31
Nacionalistas Izq.	-18	- 6	- 12	+18	-29	-29	+18	-59	0	+ 6	-29	-12
Otros	-67	-36	- 53	-67	-67	-67	-58	-61	-67	-72	-72	-72
No Votó	-34	-25	- 32	-37	-19	-13	- 7	-14	-13	-18	-19	-20



**Cuadro 4.1.9.**

**Objetivo más Importante que España debería Esforzarse  
por Conseguir en los Próximos Diez Años**

FEBRERO 1995 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	38%	58%	16%
* - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas.....	18	38	22
- Luchar contra la subida de los precios.....	31	66	11
* - Proteger la libertad de expresión.....	12	32	20
- Ninguno.....	*	1	18
- NS/NC.....	2	2	14
Total	(1.219)	(1.219)	(1.219)



**Cuadro 4.1.10.**

**Objetivo más Importante que España debería Esforzarse  
por Conseguir en los Próximos Diez Años**

FEBRERO 1995 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	23%	41%	16%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	4	13	38
*- Dar a la gente mayores fa- cilidades para que participe en las decisiones importan- tes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	14	37	15
*- Proteger el medio ambiente..	10	44	13
- Mantener una economía es- table.....	22	61	10
- Luchar contra la delincuen- cia.....	16	56	13
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	5	26	21
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	4	13	21
- Ninguno.....	-	*	14
- NS/NC.....	2	2	14
Total	(1.219)	(1.219)	(1.219)

**Cuadro 4.1.11.**

**Porcentaje de Post-Materialistas,  
según Características Socioeconómicas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total PM	31	28	28	29	36	32	28	32	30	32	30	31
Edad												
18 a 29 años	45	42	43	39	47	42	42	42	40	45	40	43
30 a 49 años	36	33	30	36	43	35	31	28	33	35	34	34
50 a 64 años	19	13	17	21	25	27	20	26	24	22	22	28
65 y más años	15	15	16	12	20	18	12	16	20	20	18	13
Posición Social												
Baja	24	20	20	19	29	22	21	21	24	24	24	25
Media	32	33	32	35	39	36	33	40	32	35	31	33
Alta	50	35	41	43	50	50	33	41	45	45	47	46
Ideología												
Izquierda	39	33	36	38	42	44	36	37	34	37	38	38
Centro	31	26	27	27	33	33	26	32	34	36	32	25
Derecha	23	20	18	21	35	24	23	27	20	23	24	24
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	46	41	35	44	49	43	39	40	43	51	40	39
Medio	31	27	30	30	38	33	29	33	30	31	32	32
Medio bajo	22	20	21	16	24	21	18	25	23	21	18	23
Bajo	26	21	12	19	32	26	14	21	30	20	23	21
Clientes de												
Bancos	32	26	31	28	39	33	31	37	30	32	34	30
Cajas	33	29	28	30	36	33	28	33	31	33	30	32

## 4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

En este capítulo se analiza la imagen social de diferentes instituciones mediante tres indicadores básicos, se determina la satisfacción con dos instituciones clave (la democracia y el Gobierno), y se evalúa la acción del Gobierno en seis áreas concretas.

De los datos de este mes cabe resaltar que La Corona es la institución mejor valorada por los españoles. Por otra parte, hay que resaltar que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia ha descendido nuevamente y ha traspasado su punto de equilibrio, situándose ligeramente por debajo de él; mientras, la satisfacción con el Gobierno sigue siendo negativa y su valor se encuentra por debajo del nivel del mes pasado. Y el área de actuación del Gobierno mejor valorada es, como viene siendo habitual, la política de obras públicas, aunque han ascendido ligeramente las valoraciones en algunas de las políticas gubernamentales (salvo en el caso de la política económica y de la política internacional). Por lo tanto, en general, se observan unas opiniones muy críticas hacia el Gobierno, acentuadas posiblemente este mes por las informaciones relativas al caso Roldán y por la devaluación de la peseta.

La imagen pública es un concepto que se utiliza aquí para referirse a la actitud, positiva o negativa, que la opinión pública tiene en un momento determinado respecto a diferentes "objetos" sociales (individuos, grupos, instituciones, etc.), y que está, o puede estar, basada en un conjunto de elementos objetivos y subjetivos de los que los propios individuos pueden no ser conscientes.

Todas las teorías sobre la formación y el cambio de actitudes sociales han puesto de relieve que, para que pueda haber evaluación de un "objeto" social, es condición indispensable que previamente exista información (conocimiento), sobre la existencia de dicho "objeto". En el Cuadro 4.2.1. se aprecia que el conocimiento de las instituciones incluidas este mes es unánimemente alto.

A partir de la existencia de ese conocimiento, el proceso puede ser doble: o bien el sujeto reflexiona sobre ese conocimiento del "objeto" y forma su juicio (evaluación) sobre el objeto; o bien acepta sin reflexionar la evaluación que, junto con el conocimiento mismo, haya recibido de la fuente emisora (informadora). En cualquiera de los dos casos, sin embargo, el grado de conocimiento y la valoración que la opinión pública tenga sobre un "objeto" social concreto son dimensiones diferentes que no pueden ni deben confundirse.

Pero además, las valoraciones (evaluaciones) de diferentes sujetos sobre un mismo "objeto" pueden ser muy diferentes o muy similares entre sí, independientemente de que la valoración promedio, para ese conjunto de sujetos, sea alta o baja. Por ello, una tercera dimensión de la imagen es el grado de dispersión opinática que exista en su evaluación por la opinión pública, y que es relativamente independiente de las otras dos.

La imagen que diferentes instituciones y grupos sociales tienen ante la opinión pública se ha medido, por tanto, en base a tres indicadores: el grado de conocimiento, la valoración promedio y la dispersión opinática.

El grado de conocimiento de la institución o grupo se mide aquí por el porcentaje de entrevistados que opinan sobre ellos (sobreentendiendo que quienes no les valoran es que, o no les conocen en absoluto, o no les conocen lo suficiente como para opinar). La valoración se mide mediante la media aritmética ( $\bar{x}$ ) de puntuaciones, entre 0 y 10 (siendo 0 la peor calificación y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados a cada institución o grupo social. Y la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard ( $s$ ) como porcentaje respecto a la media aritmética.

En este sondeo se ha preguntado por la imagen de siete instituciones o grupos sociales: La Unión Europea, la OTAN, las Fuerzas Armadas, los Bancos, la ONU, el Gobierno de la Nación y la Corona.

En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas siete instituciones en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones en los once meses anteriores, para poder comprobar su estabilidad (y por tanto su fiabilidad), ya que se pueden comparar los datos de varias instituciones en diferentes meses. En base a estos resultados pueden hacerse las siguientes consideraciones:

1. El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general bastante alto, superior al 85% en la mayoría de los casos, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que más de tres cuartas partes de los españoles se sienten suficientemente capacitados e interesados como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales. Concretamente, y respecto a las siete instituciones incluidas este mes, opinan el 85% y más de los entrevistados sobre todas ellas, salvo en el caso de la Unión Europea sobre la que opina un 78% y sobre la OTAN y la ONU de las que opina un 74%.

En el caso de las cuatro instituciones fijas se comprueba que la proporción de los que opinan es habitualmente superior al 85%.

2. La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite diferenciador entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que sólo los Sindicatos, las Organizaciones Empresariales, los Tribunales de Justicia, la OTAN, el Congreso de los Diputados, el Senado, el Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los Políticos y ETA tienen una valoración realmente baja, inferior a 4,5 puntos, según los datos de los últimos meses.

Debe resaltarse que este mes el Gobierno obtiene una valoración de 3,6 puntos, lo que supone un ligero descenso respecto a la última valoración, siendo una de las valoraciones más bajas en los últimos doce meses. En la valoración de las otras instituciones fijas se observa también cierto descenso respecto a su valoración del pasado mes, siendo las Fuerzas Armadas la institución cuya valoración disminuye más. Además, la Corona sigue recibiendo una valoración promedio muy por encima de todas las demás instituciones fijas (7,1 puntos); y nuevamente este mes las FAS están mejor valoradas que el Gobierno y que los Bancos.

Por lo que respecta a las instituciones no fijas, debe resaltarse el notable descenso experimentado por las tres incluidas este mes, respecto a hace un año: la Unión Europea, la OTAN y la ONU.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,1), la Unión Europea (5,6), la ONU (5,5), las Fuerzas Armadas (5,0), los Bancos (4,6), la OTAN (4,1) y el Gobierno de la Nación(3,6).

3. En cuanto a la diversidad opinática, y tomando el 65% de desviación respecto a la valoración media como límite entre un grado de controversia alto o medio, y 50% como límite entre un grado de controversia medio y bajo, resulta que pocas instituciones tienen una imagen realmente controvertida.

El Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los Políticos, y sobre todo ETA, obtienen un grado de controversia del 70% o superior, según los datos de los últimos meses. El Gobierno de la Nación es la institución o grupo que tiene una imagen más controvertida este

mes (83%), seguido a cierta distancia por la OTAN (67%), las Fuerzas Armadas (59%), los Bancos (51%); las demás instituciones y grupos incluidos este mes tienen un grado de controversia inferior o igual al 50%.

Los datos relativos a los tres indicadores de imagen demuestran que, aun estando relacionados entre sí, constituyen tres dimensiones de la imagen diferentes.

Así, en los Cuadros 4.2.5. a 4.2.7. se han clasificado las instituciones tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite interrelacionar los tres indicadores de imagen de forma muy gráfica.

En cuanto a las diferencias de valoración asignadas a las instituciones y grupos sociales incluidas en este sondeo por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- En primer lugar, ya se ha señalado la alta valoración de la Corona, lo que supone una aceptación y respaldo social fuera de toda duda. Este mes, la Corona es la institución mejor valorada y recibe la valoración más elevada en todos los segmentos sociales.
- Por otra parte, la edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que cuanto más alta es la edad, mayor es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones, aunque en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede con la Unión Europea y la ONU cuya valoración es más alta cuanto más baja es la edad.
- La posición social también parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social (con excepción de la Unión Europea) . En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales . Del mismo modo, las personas de menor status socioeconómico (bajo o medio bajo) son quienes mejor valoran a casi todas las instituciones.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Así, se observa que la valoración del Gobierno y de la Unión Europea es mayor entre los de izquierda; las de la OTAN, la ONU y la Corona son mayores entre los de centro; mientras que las valoraciones de las Fuerzas Armadas y los Bancos son mayores entre los de derecha.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las treinta y una instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado desde marzo de 1.994, en cada una de las tres dimensiones de la imagen, de mayor a menor grado de notoriedad, de mayor a menor valoración, y de menor a mayor grado de desviación opinática (imagen controvertida).

Todos los meses se incluyen las diferentes instituciones por las que se pregunta, de forma que siempre se obtienen tres rankings acumulados de doce sondeos, lo que permite tener una visión más amplia de la imagen que los españoles tienen de las diferentes instituciones y grupos sociales a lo largo de un año. Los rankings no parecen requerir mayor explicación, pero cabe señalar que la Cruz Roja, Cáritas, la ONCE y la Corona son las Instituciones más valoradas de todas las aquí incluidas , (habiéndose ratificado una vez más este mes) y que ETA ocupa el último lugar. El Gobierno de la Nación ocupa el lugar 28, de 31, en el ranking de valoración.

Puesto que habitualmente se ha utilizado un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que es frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno

representa insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno es una crítica a la democracia, se inició en octubre de 1.988 la elaboración de un índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia , para comprobar hasta qué punto estas suposiciones eran o no ciertas.

Se observa que cuatro de cada diez entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 43% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos, mientras que el resto es indiferente o no opina sobre esta cuestión. En resumen, el índice que calcula la diferencia entre las dos posturas extremas resulta negativo por primera vez, desde que se creó. Además, la satisfacción con la democracia parece ser una cuestión poco controvertida.

Puesto que ya se examinó la relación entre este Índice y los otros indicadores del Sistema, sólo se presentan algunas otras especificaciones interesantes. Así, se comprueba que este mes los mayores de 65 años, los de baja posición social, medio-bajo y bajo status socioeconómico y los autopoicionados en el centro y en la izquierda son los únicos segmentos que se muestran algo satisfechos con el funcionamiento de la democracia. En general, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor entre los mayores de 65 años, en el segmento de status socioeconómico bajo, entre los de izquierda (disminuyendo significativamente entre los de centro y entre los de derecha) y entre los de posición social baja.

Siendo conscientes de que los entrevistados pueden estar más o menos de acuerdo o en desacuerdo con medidas gubernamentales concretas , y sin embargo tener una actitud general de satisfacción o insatisfacción con el Gobierno , se preguntó específicamente a los entrevistados su grado de satisfacción general con éste.

El ISG desciende ligeramente este mes en relación con el registrado el mes precedente y alcanza el nivel más bajo, junto a abril del año pasado, lo que evidencia una muy intensa insatisfacción.

Este mes sólo el 20% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 68% están insatisfechos. Así, el índice obtenido este mes (53), es muy negativo, e indica la insatisfacción con la labor del Gobierno entre los españoles. Y las opiniones resultan tan críticas como las de hace un año.

Al analizar el Sistema de Indicadores ya se comentó la relación entre este Índice y otros, especialmente los de post-materialismo, satisfacción con la democracia, etc.

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que todos los segmentos se muestran de nuevo insatisfechos con el Gobierno este mes, incluso (otra vez) las personas de izquierda, excepto los de status socioeconómico bajo.

En general, la insatisfacción con el Gobierno suele ser mayor cuanto más baja es la edad, cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, y cuanto más a la derecha se autopoiciona ideológicamente el entrevistado.

Además de la satisfacción general con el Gobierno, se ha evaluado la percepción que tienen los españoles sobre la actuación del Gobierno en seis áreas concretas (política económica, lucha contra el terrorismo, política internacional, lucha contra la droga y la delincuencia, política de obras públicas y transportes, y política de servicios sociales), indicador que se incluyó por vez primera en septiembre de 1992.

Se pidió a los entrevistados que valorasen cada una de estas políticas en una escala de 0 a 10 puntos en la que el 0 significa que el Gobierno lo está haciendo muy mal y el 10 muy bien. El primer dato a resaltar es que la gran mayoría de los encuestados dieron una valoración a cada

área concreta de actuación, lo que demuestra una notable implicación política, y sólo sobre la política internacional se detecta cierto menor conocimiento (78%), aunque también es elevado.

Este mes se observa, en general, una valoración algo superior en tres de las seis políticas por las que se ha preguntado (la política económica y la política internacional descienden ligeramente, y la política de servicios sociales se mantiene estable); sin embargo, destaca una vez más la política de obras públicas y transportes como el área que recibe una mejor valoración media, ya que registra una valoración de 5,1 puntos, seguida a muy corta distancia por la política internacional (4,7 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: política de servicios sociales (4,5), la lucha contra el terrorismo (4,3), lucha contra la droga y la delincuencia (4,1), y en último lugar, como ya viene siendo habitual, y a mucha mayor distancia, la política económica (3,0).

Por comparación con los datos obtenidos en meses pasados se detecta una relativa estabilidad en la valoración asignada a las distintas políticas gubernamentales, principalmente respecto a la política de obras públicas, aunque la política económica muestra una valoración relativamente estable desde el pasado mes de mayo.

Las áreas peor valoradas son las que suscitan mayor controversia de opiniones, y la controversia es bastante menor para las áreas mejor valoradas.

En casi todos los segmentos sociales las mejores valoraciones las recibe la política de obras públicas, y las peores corresponden a la política económica. En general, las seis áreas son mejor valoradas por los encuestados de más edad, los de más baja posición social y status socioeconómico, y los de izquierda. Lógicamente, quienes se muestran satisfechos con la labor del Gobierno valoran mejor la actuación de éste en las distintas áreas.

En general, parece mantenerse la insatisfacción generalizada que se comenzó a detectar en enero de 1.992 en relación con la situación sociopolítica y económica del país, atenuada en los períodos electorales de 1993 y 1994 y antes de las vacaciones, y que volvió a resurgir tras ambas elecciones y tras los períodos vacacionales.



**Cuadro 4.2.1.**

**Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales  
(% que conocen)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
99 - Fuerzas Armadas	99	99	99	99	99	99	99	99	98	100	98	99
98 - Bancos	99	99	99	99	99	99	99	99	98	99	98	98
100 - Gobierno de la Nación	100	99	100	99	99	99	100	100	99	100	99	100
99 - La Corona	100	100	100	100	100	99	100	100	99	100	99	99
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-
92 - La Unión Europea	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
- Congreso de los Diputados	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Partidos Políticos	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- OTAN	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
- Las Organizaciones Empresariales	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Guardia Civil	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-
- ETA	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-



-	- Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-
-	- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
-	- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	97	-
-	- La Cruz Roja	-	-	-	100	-	-	-	99	-	-	-	-
-	- ONCE	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
-	- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-
-	- El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
-	- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	85	-	-	-	-	86	-
-	- Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-
-	- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-
92	- La ONU	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
-	- Cáritas	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
-	- La Universidad	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-
-	- La Iglesia	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
-	- Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
92	- El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-	92	-

**Cuadro 4.2.2.**

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(% que opinan y valoran)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Fuerzas Armadas	90	90	93	90	88	88	90	91	81	88	88	86
Bancos	91	90	91	89	89	88	90	91	82	86	86	85
Gobierno de la Nación	95	94	95	93	92	92	93	93	87	92	93	93
La Corona	93	92	93	92	90	90	91	93	85	91	93	91
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	93	-	-	91	-	-
La Unión Europea	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78
Congreso de Diputados	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
Organizaciones Empresariales	-	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	94	-	-	-	93	-	-	-	-	-
ETA	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	86	-
La Cruz Roja	-	-	-	97	-	-	-	96	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-	68	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-
La ONU	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
Cáritas	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-	72	-

**Cuadro 4.2.3.**

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(Valoración media)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Fuerzas Armadas	5,4	5,2	5,8	6,0	5,5	5,7	5,8	5,9	5,4	5,8	5,7	5,0
Bancos	4,7	4,4	4,6	5,0	4,9	4,7	4,7	4,7	4,8	4,5	4,8	4,6
Gobierno de la Nación	3,8	3,3	3,8	3,9	3,8	4,0	4,2	3,4	4,2	3,7	3,9	3,6
La Corona	7,3	6,7	7,3	7,3	7,2	7,3	7,4	7,1	7,4	7,4	7,4	7,1
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	6,2	-	-	6,0	-	-
La Unión Europea	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6
Congreso de los Diputados	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1
Organizaciones Empresariales	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	5,9	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-
ETA	-	-	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	2,8	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4	5,5	-
La Cruz Roja	-	-	-	7,9	-	-	-	7,6	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	7,6	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	4,5	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	4,9	-	-	-	-	5,3	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-
La ONU	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5
Cáritas	-	-	-	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	5,5	-

**Cuadro 4.2.4.**

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales  
(Desviación Opinática, (s/x)100)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Fuerzas Armadas	51	53	51	51	52	49	47	50	53	47	47	59
Bancos	46	53	50	48	46	48	50	47	48	50	47	51
Gobierno de la Nación	73	84	78	73	73	67	70	82	71	82	76	83
La Corona	37	45	40	40	38	38	38	41	38	37	37	43
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	42	-	-	42	-	-
La Unión Europea	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45
Congreso de los Diputados	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	62	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67
Organizac. Empresariales	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	49	-	-	-	45	-	-	-	-	-
ETA	-	-	513	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	85	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	48	-
La Cruz Roja	-	-	-	29	-	-	-	30	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	47	-
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-
La ONU	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
Cáritas	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	44	-



**Cuadro 4.2.5.**

**Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales**

MARZO 1994 - MARZO 1995

		VALORACION		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	Corona Guardia Civil La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Medios de Comunicación	Los Funcionarios Los Jueces Bancos Fuerzas Armadas La Iglesia	ETA Los Políticos Los Tribunales de Justicia Gobierno de la Nación Partidos Políticos Congreso de los Diputados
	Medio (70-85%)	Universidad	Comisiones Obreras UGT Unión Europea Los Sindicatos Banco de España Tribunal Constitucional ONU	El Senado Organizaciones Empresariales OTAN
	Bajo (-70%)		Consejo General del Poder Judicial CEOE	



Cuadro 4.2.6.

**Conocimiento e Imagen Controvertida de  
Instituciones y Grupos Sociales**

MARZO 1994 - MARZO 1995

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	ETA Los Políticos Gobierno de la Nación Congreso de los Diputados	Los Tribunales de Justicia Partidos Políticos Iglesia Fuerzas Armadas	Medios de Comunicación Corona Policía Nacional Guardia Civil Los Funcionarios La Cruz Roja La ONCE Cáritas Bancos Los Jueces
	Medio (70-85%)		Organizaciones Empresariales El Senado Los Sindicatos Comisiones Obreras UGT OTAN	La Unión Europea Banco de España ONU Universidad
	Bajo (-70%)		CEOE	Tribunal Constitucional Consejo General del Poder Judicial



Cuadro 4.2.7.

**Valoración e Imagen Controvertida de  
Instituciones y Grupos Sociales**

MARZO 1994 - MARZO 1995

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
VALORACION	Alto (+6,0)			Corona La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Universidad Medios de Comunicación Guardia Civil
	Medio (4,5-6,0)		Consejo General del Poder Judicial Comisiones Obreras UGT CEOE Fuerzas Armadas	Unión Europea Los Funcionarios Bancos Los Jueces Banco de España Iglesia Tribunal Constitucional ONU
	Bajo (-4,5)	ETA Los Políticos Los Partidos Políticos Gobierno de la Nación Congreso de los Diputados	Tribunales de Justicia El Senado Organizaciones Empresariales Los Sindicatos OTAN	



Cuadro 4.2.8.

Valoración Media (X) de Instituciones y Grupos Sociales,  
por Características Socioeconómicas.

MARZO 1995	TOTAL	Unión Europea	OTAN	FAS	Los Bancos	ONU	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1219)	5,6	4,1	5,0	4,6	5,5	3,6	7,1
Edad:								
18 a 29 años	(318)	5,9	4,4	4,5	4,9	6,2	3,6	6,8
30 a 49 años	(415)	5,5	3,9	4,6	4,4	5,3	3,3	6,7
50 a 64 años	(263)	5,3	3,9	5,6	4,3	5,2	3,4	7,4
65 y más años	(223)	5,4	4,4	5,9	4,9	4,9	4,6	7,8
Posición Social:								
Baja	(508)	5,7	4,4	5,5	4,8	5,7	4,2	7,8
Media	(564)	5,4	4,0	4,8	4,5	5,5	3,3	6,6
Alta	(146)	5,7	3,9	4,5	4,4	5,1	3,0	6,4
Ideología:								
Izquierda	(496)	5,9	3,9	4,5	4,5	5,5	4,4	6,9
Centro	(185)	5,6	4,6	5,3	4,7	5,7	3,5	7,5
Derecha	(234)	5,2	4,4	5,9	5,1	5,5	2,4	6,9
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(203)	5,7	4,0	4,3	4,4	5,5	3,0	6,4
Medio	(695)	5,6	4,2	4,9	4,7	5,6	3,6	7,0
Medio Bajo	(292)	5,5	4,2	5,7	4,4	5,4	4,0	7,5
Bajo	(29)	5,9	2,8	5,9	4,7	3,7	4,2	7,8
Clientes de:								
Bancos	(302)	5,5	4,3	5,2	4,9	5,6	3,6	7,2
Cajas	(864)	5,7	4,1	5,0	4,6	5,6	3,6	7,1



### Cuadro 4.2.9.

#### Ranking de Notoriedad

MARZO 94 - MARZO 95	% Opinan
1. La Cruz Roja	97
2. La ONCE	96
3. ETA	95
4. Guardia Civil	93
5. Medios de Comunicación	93
6. Gobierno de la Nación	93
7. Policía Nacional	92
8. Cáritas	92
9. Los Políticos	91
10. La Corona	91
11. Partidos Políticos	91
12. Iglesia	91
13. Los Funcionarios	89
14. Fuerzas Armadas	88
15. Bancos	88
16. Tribunales de Justicia	88
17. Jueces	86
18. Congreso de Diputados	86
19. Universidad	84
20. Los Sindicatos	83
21. El Senado	82
22. Unión Europea	81
23. UGT	78
24. OTAN	78
25. Organizac. Empresariales	78
26. ONU	77
27. Comisiones Obreras	76
28. El Banco de España	76
29. Tribunal Constitucional	70
30. El Consejo General del Poder Judicial	66
31. La CEOE	54



#### Cuadro 4.2.10.

#### Ranking de Valoración

MARZO 94 - MARZO 95

	Valoración media (x)
1. La Cruz Roja	7,8
2. Cáritas	7,7
3. La ONCE	7,3
4. La Corona	7,2
5. Universidad	6,5
6. Policía Nacional	6,1
7. Medios de Comunicación	6,1
8. Guardia Civil	6,0
9. ONU	5,9
10. Banco de España	5,8
11. Unión Europea	5,7
12. Las Fuerzas Armadas	5,6
13. Tribunal Constitucional	5,4
14. Jueces	5,4
15. Iglesia	5,3
16. Los Funcionarios	5,2
17. Consejo General del Poder Judicial	5,1
18. Comisiones Obreras	4,8
19. Bancos	4,7
20. UGT	4,5
21. CEOE	4,5
22. Los Sindicatos	4,4
23. Organizac. Empresariales	4,4
24. Los Tribunales de Justicia	4,4
25. OTAN	4,3
26. Congreso de los Diputados	4,0
27. El Senado	3,9
28. Gobierno de la Nación	3,8
29. Partidos Políticos	3,3
30. Los Políticos	2,8
31. ETA	0,2



#### Cuadro 4.2.11.

#### Ranking de Dispersión Opinática

MARZO 94 - MARZO 95	% Dispersión Opinática
	(s/x)100
1. La Cruz Roja	28
2. Cáritas	30
3. La ONCE	30
4. Universidad	37
5. Medios de Comunicación	38
6. La Corona	39
7. Unión Europea	41
8. Banco de España	41
9. Policía Nacional	42
10. ONU	43
11. Tribunal Constitucional	45
12. Los Funcionarios	46
13. Guardia Civil	47
14. Consejo General del Poder Judicial	48
15. Bancos	49
16. Los Jueces	49
17. Fuerzas Armadas	51
18. Organizac. Empresariales	52
19. CEOE	54
20. Comisiones Obreras	54
21. La Iglesia	54
22. UGT	58
23. Los Tribunales de Justicia	60
24. OTAN	62
25. Los Sindicatos	62
26. El Senado	64
27. Congreso de los Diputados	67
28. Los Partidos Políticos	74
29. El Gobierno de la Nación	76
30. Los Políticos	85
31. ETA	513

**Cuadro 4.2.12.**

**Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la  
Democracia en España**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Muy Satisfecho	2%	2%	3%	6%	3%	2%	4%	2%	3%	2%	3%	2%
Satisfecho	47	42	41	47	48	43	45	40	46	45	42	38
Indiferente	14	14	13	11	16	17	16	17	17	15	14	14
Insatisfecho	31	34	34	30	26	30	27	31	29	27	33	33
Muy Insatisfecho	6	8	8	5	6	7	7	8	4	10	6	10
NS/NC	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
ISD	112	103	102	117	119	109	114	104	116	111	105	98
% Califican	99	99	99	99	98	99	99	98	99	99	99	98
Valoración Media	3,1	3,0	3,0	3,1	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	3,0	3,0	2,9
% Discrepancia	34	37	38	35	34	36	35	36	33	37	36	39

**Cuadro 4.2.13.**

**Índice de Satisfacción con el Funcionamiento de la  
Democracia en España, por Características Socioeconómicas  
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISD	112 (3,1)	103 (3,0)	102 (3,0)	117 (3,1)	119 (3,1)	109 (3,0)	114 (3,1)	104 (3,0)	116 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	98 (2,9)
Edad												
18 a 29 años	114 (3,1)	98 (2,9)	93 (2,9)	112 (3,1)	115 (3,1)	107 (3,0)	109 (3,0)	94 (2,9)	108 (3,0)	97 (2,9)	94 (2,9)	90 (2,8)
30 a 49 años	109 (3,0)	100 (2,9)	99 (2,9)	112 (3,1)	119 (3,1)	107 (3,0)	109 (3,0)	102 (2,9)	113 (3,1)	111 (3,0)	105 (3,0)	97 (2,9)
50 a 64 años	107 (3,0)	91 (2,8)	101 (2,9)	116 (3,1)	119 (3,1)	111 (3,0)	115 (3,1)	108 (3,0)	117 (3,1)	114 (3,1)	104 (3,0)	94 (2,8)
65 y más años	122 (3,2)	129 (3,3)	120 (3,2)	132 (3,3)	122 (3,2)	112 (3,1)	129 (3,3)	117 (3,1)	130 (3,3)	127 (3,2)	124 (3,2)	116 (3,1)
Posición Social												
Baja	114 (3,1)	109 (3,0)	106 (3,0)	121 (3,2)	120 (3,2)	115 (3,1)	116 (3,1)	110 (3,1)	116 (3,1)	116 (3,1)	110 (3,1)	104 (3,0)
Media	109 (3,0)	96 (2,9)	97 (2,9)	112 (3,1)	119 (3,1)	107 (3,0)	115 (3,1)	99 (2,9)	114 (3,1)	105 (2,9)	104 (3,0)	92 (2,8)
Alta	118 (3,1)	108 (3,0)	104 (3,0)	116 (3,2)	112 (3,0)	96 (2,9)	102 (2,9)	103 (2,9)	118 (3,2)	118 (3,1)	95 (2,9)	97 (2,8)
Ideología												
Izquierda	128 (3,2)	121 (3,2)	111 (3,1)	130 (3,3)	130 (3,3)	124 (3,2)	129 (3,3)	126 (3,2)	132 (3,3)	123 (3,2)	121 (3,2)	114 (3,1)
Centro	106 (3,0)	106 (3,0)	107 (3,0)	118 (3,1)	131 (3,3)	109 (3,0)	132 (3,3)	110 (3,1)	126 (3,2)	110 (3,0)	108 (3,0)	105 (3,0)
Derecha	102 (3,0)	80 (2,7)	86 (2,8)	96 (2,4)	106 (3,0)	99 (2,9)	86 (2,7)	80 (2,6)	97 (2,9)	94 (2,8)	84 (2,7)	74 (2,6)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	109 (3,0)	92 (2,8)	81 (2,7)	107 (3,1)	108 (3,0)	106 (3,0)	106 (3,0)	99 (2,9)	127 (3,3)	106 (3,0)	96 (2,9)	93 (2,8)
Medio	112 (3,1)	102 (2,9)	106 (3,0)	115 (3,1)	119 (3,2)	108 (3,0)	115 (3,1)	103 (3,0)	109 (3,1)	109 (3,0)	106 (3,0)	97 (2,9)
Medio bajo	116 (3,1)	111 (3,1)	106 (3,0)	129 (3,3)	121 (3,2)	112 (3,0)	120 (3,2)	107 (3,0)	118 (3,2)	118 (3,1)	109 (3,0)	101 (2,9)



Bajo	92 (2,9)	106 (3,0)	97 (2,9)	101 (2,9)	140 (3,4)	103 (2,9)	96 (2,7)	141 (3,4)	138 (3,3)	130 (3,2)	136 (3,3)	117 (3,1)
Cientes de:												
Bancos	120 (3,1)	96 (2,9)	92 (2,8)	110 (3,1)	112 (3,1)	110 (3,0)	106 (3,0)	103 (3,0)	120 (3,2)	108 (3,0)	98 (2,9)	103 (3,0)
Cajas	112 (3,1)	102 (2,9)	101 (3,0)	118 (3,2)	123 (3,2)	109 (3,0)	117 (3,1)	109 (3,0)	120 (3,2)	112 (3,0)	108 (3,0)	99 (2,9)

#### Cuadro 4.2.14.

#### Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.126)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Muy Satisfecho	1%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%
Algo Satisfecho	22	19	22	18	22	22	25	21	26	22	22	18
Indiferente	12	10	9	13	14	14	14	13	13	14	12	11
Algo Insatisfecho	38	38	38	38	37	39	35	39	36	33	36	35
Muy Insatisfecho	26	30	28	27	23	22	23	24	22	28	26	33
NS/NC	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	*
ISG	58	53	58	54	64	63	69	60	71	63	62	53
% Califican	99	99	99	98	99	99	99	99	99	99	99	100
Valoración Media	2,3	2,2	2,3	2,3	2,4	2,4	2,5	2,4	2,5	2,4	2,4	2,2
% Discrepancia	49	52	51	50	48	47	48	48	47	51	50	53



**Cuadro 4.2.15.**

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG),  
por Características de los Entrevistados  
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total ISG	58 (2,3)	53 (2,2)	58 (2,3)	54 (2,3)	64 (2,4)	63 (2,4)	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	63 (2,4)	62 (2,4)	53 (2,2)
Edad:												
- 30 años	49 (2,2)	41 (2,1)	48 (2,2)	38 (2,1)	54 (2,3)	46 (2,2)	55 (2,3)	48 (2,2)	51 (2,3)	38 (2,0)	46 (2,2)	38 (2,0)
30-49 años	48 (2,2)	47 (2,1)	50 (2,2)	43 (2,1)	61 (2,4)	56 (2,3)	60 (2,3)	50 (2,2)	66 (2,4)	54 (2,2)	51 (2,2)	44 (2,1)
50-64 años	60 (2,3)	45 (2,1)	59 (2,3)	71 (2,5)	64 (2,4)	70 (2,5)	74 (2,6)	62 (2,4)	81 (2,6)	80 (2,6)	70 (2,5)	60 (2,3)
65 y más años	88 (2,7)	92 (2,8)	86 (2,7)	79 (2,6)	86 (2,7)	89 (2,7)	100 (2,9)	93 (2,8)	97 (2,9)	97 (2,9)	95 (2,8)	81 (2,6)
Posición Social												
Baja	72 (2,5)	67 (2,4)	69 (2,5)	60 (2,4)	71 (2,5)	76 (2,6)	82 (2,7)	75 (2,6)	85 (2,7)	76 (2,5)	76 (2,6)	65 (2,4)
Media	47 (2,1)	44 (2,1)	49 (2,2)	51 (2,2)	66 (2,4)	54 (2,3)	65 (2,4)	52 (2,2)	65 (2,4)	56 (2,2)	56 (2,3)	47 (2,1)
Alta	50 (2,2)	38 (2,1)	51 (2,1)	46 (2,1)	35 (2,0)	52 (2,3)	47 (2,1)	40 (2,1)	48 (2,2)	52 (2,2)	38 (3,0)	35 (1,9)
Ideología:												
Izquierda	80 (2,6)	80 (2,6)	71 (2,5)	70 (2,5)	84 (2,7)	80 (2,6)	89 (2,8)	78 (2,6)	97 (2,9)	80 (2,6)	81 (2,6)	74 (2,5)
Centro	48 (2,2)	50 (2,3)	39 (2,1)	52 (2,2)	55 (2,3)	55 (2,3)	63 (2,5)	46 (2,2)	60 (2,4)	53 (2,3)	47 (2,2)	41 (2,1)
Derecha	31 (1,9)	20 (1,7)	36 (2,0)	23 (1,8)	34 (2,0)	29 (1,9)	39 (2,0)	29 (1,9)	36 (2,0)	36 (1,9)	34 (1,9)	26 (1,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	50 (2,2)	32 (1,9)	42 (2,0)	37 (2,0)	52 (2,2)	44 (2,2)	52 (2,2)	46 (2,1)	60 (2,4)	43 (2,0)	41 (2,1)	40 (2,0)
Medio alto	55 (2,3)	49 (2,2)	58 (2,3)	49 (2,2)	60 (2,4)	64 (2,4)	67 (2,5)	56 (2,3)	63 (2,4)	62 (2,4)	59 (2,3)	48 (2,2)



Medio Bajo	68	74	67	80	78	72	88	74	91	79	82	68
	(2,4)	(2,6)	(2,5)	(2,6)	(2,6)	(2,5)	(2,7)	(2,5)	(2,8)	(2,6)	(2,6)	(2,4)
Bajo	99	86	62	66	96	88	85	121	117	120	123	104
	(2,9)	(2,5)	(2,2)	(2,4)	(2,9)	(2,7)	(2,6)	(3,2)	(3,0)	(3,2)	(3,1)	(2,9)
Cientes de:												
Bancos	57	50	52	47	50	62	68	49	69	65	61	52
	(2,3)	(2,2)	(2,2)	(2,1)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,4)	(2,2)
Cajas	58	56	57	55	48	65	72	60	74	64	60	51
	(2,3)	(2,3)	(2,3)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,4)	(2,6)	(2,4)	(2,4)	(2,2)



**Cuadro 4.2.16.**

**Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas**

	% que Opinan											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
- Política Económica	95	94	94	90	92	92	93	92	90	92	93	93
- Lucha contra el Terrorismo	95	95	94	90	92	92	94	92	90	91	92	91
- Política Internacional	79	80	80	75	79	77	80	79	77	77	80	78
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	95	95	95	90	93	93	94	93	91	93	94	92
- Política de Obras Públicas y Transportes	91	90	91	85	87	86	86	89	98	88	90	88
- Política de Servicios Sociales	94	92	93	89	91	91	92	92	90	91	93	92
	Valoración Media											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
- Política Económica	2,8	2,7	2,7	3,0	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,0
- Lucha contra el Terrorismo	4,6	4,0	4,2	4,1	4,4	3,9	4,2	4,2	4,5	4,3	4,2	4,3
- Política Internacional	5,2	4,7	4,8	4,8	4,9	4,7	4,8	4,6	4,8	4,7	4,8	4,7
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	4,3	3,9	3,9	4,1	4,2	3,7	3,8	3,9	4,2	4,0	4,0	4,1
- Política de Obras Públicas y Transportes	5,0	4,9	5,1	5,1	5,1	5,1	5,0	4,9	5,0	4,9	5,0	5,1
- Política de Servicios Sociales	4,3	4,2	4,2	4,3	4,3	4,4	4,3	4,5	4,5	4,4	4,5	4,5
	% Dispersión Opinática											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
- Política Económica	86	88	88	80	75	75	76	78	80	79	76	83
- Lucha contra el Terrorismo	57	69	63	64	60	69	64	63	62	65	65	64
- Política Internacional	46	53	52	52	49	53	52	54	54	54	53	54
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	60	70	65	63	61	68	68	67	66	65	64	62
- Política de Obras Públicas y Transportes	45	50	46	46	44	45	46	48	50	47	46	48
- Política de Servicios Sociales	56	59	58	59	56	54	58	52	59	55	53	56



**Cuadro 4.2.17.**

**Valoración Media de la Actuación del Gobierno en las Sigüientes Áreas,  
por Características Socioeconómicas.  
(Media en la escala de actuación de 0 a 10 puntos)**

MARZO 1995	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1219)	3,0	4,3	4,7	4,1	5,1	4,5
Edad:							
18 a 29 años	(318)	2,9	4,4	4,8	4,2	5,1	4,4
30 a 49 años	(415)	2,9	4,3	4,6	4,0	5,0	4,3
50 a 64 años	(263)	2,8	4,1	4,5	3,8	4,9	4,5
65 y más años	(223)	3,7	4,5	4,8	4,6	5,5	5,0
Posición Social:							
Baja	(508)	3,4	4,3	4,9	4,5	5,3	4,9
Media	(564)	2,7	4,2	4,5	3,9	4,9	4,2
Alta	(146)	2,8	4,7	4,6	4,0	5,0	4,4
Ideología:							
Izquierda	(496)	3,6	5,0	5,2	4,6	5,4	4,8
Centro	(185)	3,2	4,5	4,8	3,9	5,3	4,9
Derecha	(234)	2,0	3,3	3,9	3,2	4,4	3,8
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(203)	2,8	4,6	4,6	4,0	5,0	4,4
Medio	(695)	2,9	4,2	4,7	4,1	5,1	4,5
Medio Bajo	(292)	3,2	4,2	4,5	4,0	5,0	4,6
Bajo	(29)	4,2	5,0	5,1	5,5	6,0	5,2
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(250)	5,3	6,1	6,4	5,9	6,6	6,5
Indiferentes	(139)	3,6	5,0	5,4	4,8	5,7	5,2
Insatisfechos	(825)	2,2	3,7	4,0	3,5	4,5	3,8
Cientes de:							
Bancos	(302)	3,1	4,4	4,7	4,1	5,2	4,8
Cajas	(864)	3,0	4,3	4,7	4,1	5,0	4,5

### 4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Por razones metodológicas nos ha parecido conveniente medir la imagen de los personajes públicos según las tres mismas dimensiones utilizadas para medir la imagen de instituciones y grupos sociales, el conocimiento que se tiene del líder en cuestión, la valoración media general que recibe, y la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media (es decir, la imagen más o menos controvertida del personaje en cuestión).

Este mes se ha preguntado por el Rey Juan Carlos, Adolfo Suárez, Felipe González, Julio Anguita, Jerónimo Saavedra, Luis Angel Rojo, Marino Barbero, Baltasar Garzón y José M<sup>a</sup> Aznar. El Rey Juan Carlos es este mes el personaje público con mejor imagen social, siendo Felipe González y Luis Angel Rojo quienes tienen la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio, debido sin duda a los distintos casos de corrupción y a los resultados de la política económica del Banco de España.

Los principales líderes políticos son conocidos por casi la totalidad de los entrevistados, mientras que a Jerónimo Saavedra y a Luis Angel Rojo les conocen una proporción mucho menor de entrevistados.

De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., donde se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado desde marzo de 1994, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.
- b. Un 96% de los entrevistados opina sobre Felipe González y, al menos un 90% opina sobre los personajes públicos incluidos habitualmente en este sondeo, (Aznar y Anguita), pero también un 94% opina sobre el Rey Juan Carlos y un 92% sobre Adolfo Suárez, y un 83% opina también sobre Baltasar Garzón, pero esta proporción es inferior en lo que respecta a Marino Barbero (52%), Luis Angel Rojo (33%) y Jerónimo Saavedra (22%).
- c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: el Rey Juan Carlos (7,7), Baltasar Garzón (6,0), Adolfo Suárez (5,4), Julio Anguita y Marino Barbero (4,5), Jerónimo Saavedra (4,4), José M<sup>a</sup> Aznar (4,0), Felipe González y Luis Angel Rojo (3,9).

La valoración de los líderes políticos fijos ha descendido respecto a los últimos datos, (y siguen siendo inferiores a los 5 puntos) al igual que se observa en la valoración de los demás líderes respecto a la que obtuvieron la última vez que se preguntó por ellos, salvo en el caso de Garzón que aumenta ligeramente.

En todo caso, la peor valoración de todos los líderes por los que se ha preguntado desde marzo de 1994 sigue siendo la del ex-Gobernador del Banco de España, y las mejores las siguen manteniendo el Rey Juan Carlos y el resto de los miembros de la Familia Real, especialmente la Reina Dña. Sofía.

- d. En cuanto a la diversidad opinática, es decir, al grado en que las valoraciones de cada personaje están muy concentradas alrededor de la media, o por el contrario, muy dispersas (valoraciones muy altas y muy bajas), se comprueba que la dispersión es mayor que hace un año respecto a casi todos los líderes, y especialmente para Aznar y González. En conjunto, puede afirmarse que los personajes públicos tienen una imagen más controvertida que las instituciones y grupos sociales, y que Mariano Rubio, Mario Conde, Carlos Solchaga, Rafael Vera, Alfonso Guerra, Jordi Pujol, Narcís Serra, M. Jiménez de Parga, José Luis Corcuera, José Barrionuevo, Xabier Arzallus, Martín Pallín, José M<sup>a</sup> Aznar, Miguel Roca,

Jose M<sup>a</sup> Cuevas y Felipe González resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde marzo de 1994

Al observar la evolución de la imagen de los líderes españoles desde hace un año hay que destacar que González está en el valor más bajo del último año. Anguita desciende dos décimas y obtiene una valoración igual a la de hace un año. Por su parte, Aznar desciende una décima respecto a su valoración de febrero, aunque ésta sigue siendo inferior a la obtenida hace un año.

Un análisis algo más preciso de la imagen de los personajes públicos, combinando las tres dimensiones de dos en dos, se muestra de forma muy gráfica en los Cuadros 4.3.5. a 4.3.7.

Finalmente, los resultados más notables según las valoraciones medias asignadas a cada uno de los líderes por los que se ha preguntado en este sondeo, por diferentes segmentos de la población, pueden resumirse así:

- a. No parece existir una clara relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general , y en la mayoría de los casos tampoco existe una pauta específica, aunque es frecuente que la valoración sea mayor en los grupos de más edad , salvo en el caso de Anguita el cual obtiene las mejores valoraciones de los grupos más jóvenes.
- b. La posición social y el status socioeconómico tampoco presentan en general una pauta definida de valoración, lo que indica que cada líder es más o menos preferido por los de uno u otro nivel social.
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración . En efecto, José María Aznar y Baltasar Garzón reciben una valoración más alta entre los de derecha, y González y Anguita entre los de izquierda; y todos los demás líderes políticos por los que se ha preguntado este mes reciben sus máximas valoraciones entre los individuos de centro.

En los Cuadros 4.3.9. a 4.3.11. se han ordenado los personajes públicos según los tres indicadores de imagen utilizados (notoriedad, valoración y dispersión opinática), incluyendo todos los líderes por los que se ha preguntado en los doce últimos sondeos, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

De estos rankings, debe resaltarse la gran diferencia de valoración entre el Rey Juan Carlos, la Reina D<sup>a</sup> Sofía, el Príncipe Felipe y las Infantas, con respecto a todos los demás personajes públicos, ya que ninguno de ellos se acerca a la valoración de la Familia Real. Por su parte, Rubio, Conde, Solchaga, Vera y Guerra son los personajes públicos que con diferencia peor valoran los españoles. Estos rankings son suficientemente expresivos por sí mismos.

**Cuadro 4.3.1.**

**Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Felipe González	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Adolfo Suárez	-	-	97	98	-	-	98	-	-	-	98	99
Alfonso Guerra	99	99	-	98	98	99	98	98	98	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
Julio Anguita	98	98	97	98	98	98	98	98	97	99	98	98
J. María Aznar	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Carlos Solchaga	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Javier Solana	-	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Narcís Serra	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Corcuera	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-	87	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	100	100	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Rey Juan Carlos	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	84	-	-	88	-	-	-	-	83	92	93	94
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	-	-	94	-	96	-	-	-	-	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45
Mario Conde	-	-	-	96	-	-	-	-	-	98	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
Pascual Sala	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	-
Eligio Hernández	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	66	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-	64
Martín Pallín	-	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	92	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Jiménez de Parga	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Juan Alberto Belloch	-	-	57	-	61	70	-	72	-	76	78	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-	-	-
Luis Ramallo	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	-	-	73	76	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-

**Cuadro 4.3.2.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(% que opinan y valoran)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Felipe González	97	94	95	92	92	92	91	92	91	95	96	96
Adolfo Suárez	-	-	85	86	-	-	83	-	-	-	92	92
Alfonso Guerra	91	89	-	87	85	85	84	85	84	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-
Julio Anguita	90	87	87	87	87	87	85	86	84	89	92	91
J.María Aznar	93	90	91	89	88	90	87	88	87	90	93	94
Carlos Solchaga	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Javier Solana	-	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Narcis Serra	-	-	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Corcuera	-	-	76	-	-	-	-	-	-	-	75	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-
El Rey Juan Carlos	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	74	-	-	76	-	-	-	-	67	79	84	83
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	-	-	80	-	79	-	-	-	-	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
Mario Conde	-	-	-	83	-	-	-	-	-	89	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22
Pascual Sala	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-
Eligio Hernández	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	52	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	52
Martín Pallín	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	81	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Jiménez de Parga	-	19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Antoni Asunción	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	39	-	44	52	-	55	-	61	66	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
Luis Ramallo	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	-	-	55	55	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-

**Cuadro 4.3.3.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(Valoración, x)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Felipe González	4,3	4,0	4,2	4,4	4,4	4,3	4,4	4,0	4,7	4,1	4,2	3,9
Adolfo Suárez	-	-	5,2	5,3	-	-	5,2	-	-	-	6,5	5,4
Alfonso Guerra	3,1	2,7	-	2,9	3,0	3,0	3,1	2,8	3,3	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	7,4	-	-	-	-
Julio Anguita	4,5	4,6	5,0	5,1	4,9	4,7	4,7	4,5	4,7	4,4	4,7	4,5
José María Aznar	4,4	3,9	3,7	4,5	4,1	4,1	4,0	3,6	3,9	3,8	4,1	4,0
Carlos Solchaga	-	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Javier Solana	-	-	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Narcís Serra	-	-	3,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Corcuera	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	7,2	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-
El Rey Juan Carlos	8,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,7
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	5,6	-	-	5,1	-	-	-	-	5,5	6,0	5,9	6,0
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	-	-	3,6	-	3,3	-	-	-	-	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9
Mario Conde	-	-	-	2,3	-	-	-	-	-	1,3	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4
Pascual Sala	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-
Eligio Hernández	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	6,4	-	-	4,7	-	-	-	-	-	-	-	4,5
Martín Pallín	-	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	0,9	-	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Jiménez de Parga	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antoni Asunción	-	-	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Juan Alberto Belloch	-	-	4,0	-	4,1	3,7	-	3,7	-	3,7	3,7	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-
Luis Ramallo	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	-	-	3,5	3,2	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	3,5	-	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,9	-



**Cuadro 4.3.4.**

**Imagen de Personajes Públicos  
(Dispersión Opinática, (s/x)100)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Felipe González	69	76	75	71	70	69	71	79	71	76	74	82
Adolfo Suárez	-	-	51	53	-	-	54	-	-	-	38	51
Alfonso Guerra	88	99	-	99	97	92	95	103	93	-	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-
Julio Anguita	55	57	52	50	53	58	57	60	55	59	56	60
José María Aznar	63	72	80	71	72	71	75	84	79	76	74	77
Carlos Solchaga	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Javier Solana	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Narcis Serra	-	-	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Corcuera	-	-	75	-	-	-	-	-	-	-	77	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-
El Rey Juan Carlos	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Miguel Roca	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Benegas	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	50	-	-	59	-	-	-	-	52	49	51	50
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	-	-	-	79	-	89	-	-	-	-	-
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	62	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63
Mario Conde	-	-	-	111	-	-	-	-	-	171	-	-
Jerónimo Saavedra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55
Pascual Sala	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-
Eligio Hernández	65	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marino Barbero	39	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-	61
Martín Pallín	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	197	-	168	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Jiménez de Parga	-	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Antoni Asunción	-	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	62	-	60	69	-	69	-	73	69	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-
Luis Ramallo	-	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-
Jose M <sup>a</sup> Cuevas	-	-	-	-	-	67	78	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	-	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
José Barrionuevo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-
Manuel G <sup>a</sup> Castellón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	-	-
Rafael Vera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-



### Cuadro 4.3.5.

#### Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MARZO 94 - MARZO 95

		VALORACION		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Baltasar Garzón	Felipe González J. María Aznar Julio Anguita Narcís Serra Adolfo Suárez Nicolás Redondo Jordi Pujol	Alfonso Guerra Carlos Solchaga Mario Conde Mariano Rubio Miguel Roca José Luis Corcuera José Barrionuevo
	Medio (50-70%)		Antonio Gutiérrez Javier Solana	José M <sup>a</sup> Benegas Pedro Solbes José M <sup>a</sup> Cuevas Xabier Arzallus Rodrigo Rato J.A. Belloch Rafael Vera
	Bajo (-50%)		Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra Eligio Hernández Pascual Sala Antoni Asunción Juez Moreiras Antonio Romero Marino Barbero Manuel García Castellón	Martín Pallín M. Jiménez de Parga Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba Luis Angel Rojo



### Cuadro 4.3.6.

#### Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MARZO 94 - MARZO 95

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO			
	Alto (+70%)	Julio Anguita Baltasar Garzón Javier Solana	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
	Medio (50-70%)	Antonio Gutiérrez	
Bajo (-50%)	Eligio Hernández Martín Pallín M. Jimenez de Parga Antoni Asunción Luis Ramallo Luis Atienza Cándido Méndez A. Pérez Rubalcaba	Jorge Semprún Pascual Sala Juez Moreiras Antonio Romero Cristina Alberdi Carmen Alborch Jerónimo Saavedra Luis Angel Rojo Marino Barbero Manuel García Castellón	



### Cuadro 4.3.7.

#### Valoración e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MARZO 94 - MARZO 95

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
Alta (+5,5)		Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Principe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena
Media (4,0-5,5)	Javier Solana José María Aznar Eligio Hernández Antoni Asunción Felipe González	Manuel García Castellón Julio Anguita Adolfo Suárez Carmen Alborch Antonio Gutiérrez Marino Barbero Pascual Sala José María Cuevas Antonio Romero Juez Moreiras Cristina Alberdi Jerónimo Saavedra	
Baja (-4,0)	José Luis Corcuera Miguel Roca Carlos Solchaga Alfonso Guerra Mario Conde José Barrionuevo Martín Pallín M. Jiménez de Parga Mariano Rubio	Juan Alberto Belloch	



Narcís Serra  
Luis Ramallo  
Pedro Solbes  
José M<sup>a</sup> Cuevas  
Xabier Arzallus  
Luis Atienza  
Jordi Pujol  
Cándido Méndez  
Rodrigo Rato  
A. Pérez Rubalcaba  
Rafael Vera  
Luis Angel Rojo

---



**Cuadro 4.3.8.**

**Valoración (X) de Personajes Públicos,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL	El Rey Juan Carlos	Jerónimo Saavedra	Felipe González	Julio Anguita	Adolfo Suárez	L.A. Rojo	Marino Barbero	Baltasar Garzón	José M <sup>a</sup> Aznar
TOTAL	(1219)	7,7	4,4	3,9	4,5	5,4	3,9	4,5	6,0	4,0
Edad:										
18 a 29 años	(318)	7,4	4,7	3,6	4,8	4,6	4,1	4,5	6,0	3,8
30 a 49 años	(415)	7,5	4,5	3,6	4,7	5,5	4,0	4,6	5,9	3,9
50 a 64 años	(263)	7,9	3,7	3,7	4,4	6,1	3,3	4,6	6,5	4,3
65 y más años	(223)	8,1	4,6	4,8	3,5	5,7	4,3	4,2	5,4	3,7
Posición Social:										
Baja	(508)	8,2	4,5	4,5	4,3	5,3	3,9	4,3	5,9	3,9
Media	(564)	7,4	4,5	3,5	4,6	5,4	3,9	4,7	6,1	4,0
Alta	(146)	7,0	4,2	3,2	4,6	5,7	4,0	4,4	5,8	3,9
Ideología:										
Izquierda	(496)	7,7	4,6	4,8	4,8	5,3	4,1	4,5	5,6	2,6
Centro	(185)	8,0	5,0	3,8	4,4	6,0	4,3	4,9	6,2	4,5
Derecha	(234)	7,7	3,8	2,4	4,2	5,6	3,6	4,8	6,5	6,6
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(203)	7,2	4,3	3,2	4,6	5,3	4,2	4,6	6,0	4,0
Medio	(695)	7,7	4,6	3,9	4,6	5,5	4,0	4,5	6,1	4,1
Medio Bajo	(292)	8,1	3,9	4,2	4,0	5,2	3,3	4,5	5,9	3,8
Bajo	(29)	8,4	1,5	5,3	3,4	4,1	1,6	4,0	4,3	2,4
Clientes de:										
Bancos	(302)	7,8	4,4	4,0	4,5	5,4	4,2	4,7	6,0	4,3
Cajas	(864)	7,7	4,5	3,8	4,5	5,5	3,9	4,6	6,1	3,9

**Cuadro 4.3.9.**

**Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos**

MARZO 94 - MARZO 95	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	95
2. Felipe González	94
3. Reina Dña. Sofía	90
4. Príncipe Felipe	90
5. José M <sup>a</sup> Aznar	90
6. Julio Anguita	88
7. Adolfo Suárez	88
8. Alfonso Guerra	86
9. Mario Conde	84
10. Infanta Cristina	84
11. Infanta Elena	84
12. Carlos Solchaga	83
13. Mariano Rubio	83
14. Jordi Pujol	77
15. Narcís Serra	77
16. Baltasar Garzón	77
17. José Luis Corcuera	76
18. Miguel Roca	72
19. José Barrionuevo	71
20. Javier Solana	68
21. Antonio Gutiérrez	65
22. Rafael Vera	65
23. José M <sup>a</sup> Benegas	62
24. José M <sup>a</sup> Cuevas	55
25. Xabier Arzallus	54
26. Pedro Solbes	53
27. Juan Alberto Belloch	53
28. Rodrigo Rato	51
29. Marino Barbero	49
30. Antoni Asunción	47
31. Cándido Méndez	42
32. Carmen Alborch	41
33. A. Pérez Rubalcaba	41



34. Juez Moreiras	40
35. Cristina Alberdi	39
36. Luis Atienza	37
37. Antonio Romero	37
38. Luis Ramallo	36
39. Eligio Hernández	34
40. Luis Angel Rojo	33
41. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	30
42. Pascual Sala	26
43. Jerónimo Saavedra	22
44. M. Jiménez de Parga	19
45. Martín Pallín	6

**Cuadro 4.3.10.**

**Ranking de Valoración de Personajes Públicos**

MARZO 94 - MARZO 95	Valoración Media ( $\bar{x}$ )
1. El Rey Juan Carlos	7,8
2. Reina Dña. Sofía	7,4
3. Príncipe Felipe	7,2
4. Infanta Cristina	7,2
5. Infanta Elena	7,0
6. Baltasar Garzón	5,7
7. Adolfo Suárez	5,5
8. Marino Barbero	5,2
9. Juez Moreiras	5,1
10. Cristina Alberdi	5,0
11. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	5,0
12. Pascual Sala	4,7
13. Julio Anguita	4,7
14. Antonio Gutiérrez	4,5
15. Jerónimo Saavedra	4,4
16. Carmen Alborch	4,4
17. Antonio Romero	4,4
18. Javier Solana	4,3
19. Felipe González	4,2
20. Antoni Asunción	4,1
21. José M <sup>a</sup> Aznar	4,0
22. Eligio Hernández	4,0
23. Narcís Serra	3,9
24. Rodrigo Rato	3,9
25. Luis Angel Rojo	3,9
26. A. Pérez Rubalcaba	3,8
27. Miguel Roca	3,8
28. Juan Alberto Belloch	3,8
29. José M <sup>a</sup> Benegas	3,8
30. M. Jiménez de Parga	3,7
31. Jordi Pujol	3,7
32. Luis Ramallo	3,7



33. Pedro Solbes	3,6
34. Cándido Méndez	3,6
35. José Luis Corcuera	3,5
36. Luis Atienza	3,5
37. José Barrionuevo	3,5
38. José M <sup>a</sup> Cuevas	3,3
39. Xabier Arzallus	3,3
40. Martín Pallín	3,2
41. Alfonso Guerra	2,9
42. Rafael Vera	2,9
43. Carlos Solchaga	2,5
44. Mario Conde	2,3
45. Mariano Rubio	1,1

**Cuadro 4.3.11.**

**Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos**

MARZO 94 - MARZO 95	Dispersión Opinática (s/x)100
-----	
1. El Rey Juan Carlos	33
2. Infanta Elena	35
3. Infanta Cristina	37
4. Reina Dña. Sofía	37
5. Príncipe Felipe	37
6. Adolfo Suárez	49
7. Pascual Sala	50
8. Cristina Alberdi	50
9. Baltasar Garzón	52
10. Juez Moreiras	53
11. Marino Barbero	54
12. Jerónimo Saavedra	55
13. Julio Anguita	56
14. Antonio Gutiérrez	58
15. Antonio Romero	58
16. Carmen Alborch	59
17. Manuel G <sup>a</sup> Castellón	60
18. Luis Angel Rojo	63
19. Javier Solana	64
20. Eligio Hernández	65
21. José M <sup>a</sup> Benegas	66
22. A. Pérez Rubalcaba	66
23. Juan Alberto Belloch	67
24. Pedro Solbes	67
25. Luis Atienza	67
26. Luis Ramallo	67
27. Narcís Serra	68
28. Antoni Asunción	69
29. Cándido Méndez	69
30. Rodrigo Rato	70
31. José M <sup>a</sup> Cuevas	72



32. Miguel Roca	72
33. Felipe González	74
34. José M <sup>a</sup> Aznar	74
35. Martín Pallín	74
36. Xabier Arzallus	74
37. José Barrionuevo	75
38. M. Jiménez de Parga	75
39. José Luis Corcuera	76
40. Jordi Pujol	79
41. Rafael Vera	90
42. Alfonso Guerra	96
43. Carlos Solchaga	100
44. Mario Conde	116
45. Mariano Rubio	182

#### 4.4. INTENCIONES DE VOTO

El análisis de la intención de voto es una tarea difícil y compleja en cualquier situación. No se trata simplemente de preguntar a la gente a qué partido votará en las próximas elecciones. Además, debe procederse con toda cautela si lo que se quiere realmente es informar a la opinión pública y no simplemente dirigirla hábilmente hacia una determinada opción política. Para ello, conviene seguir al menos dos pautas metodológicas:

- a. En primer lugar, parece más apropiado ofrecer los resultados de las intenciones por relación a 100 entrevistados (que sería el equivalente a 100 electores en una situación real de elecciones), y no por relación a 100 entrevistados-que-hayan-indicado- su-intención-de-voto (equivalente a 100 votantes válidos en una situación real de elecciones). Ya se sabe que los escaños se reparten a nivel provincial, y no a nivel nacional, que suele ser el alcance muestral de la mayoría de encuestas y sondeos, en función del porcentaje de votos obtenidos sobre 100 votos válidos y no sobre 100 electores; pero un sondeo no es una elección real, aunque se le parezca, y debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción misma del resultado.
- b. En segundo lugar, deben explorarse muy diversos enfoques con el fin de intentar descubrir la estabilidad de las intenciones de voto declaradas, los factores de que depende esa estabilidad, las posibles alternativas de voto, las tendencias de transferencia o cambio de intención de voto, las actitudes y anteriores o posibles comportamientos de quienes no declaran su intención de voto, etc...

En definitiva, el análisis de la intención de voto no es ni una simple "adivinanza" o "quiniela política" ni un mero ejercicio de medición de actitudes carente de interpretación y análisis. El análisis de las intenciones de voto debe tomar en consideración los datos relativos a las actitudes y comportamientos electorales, así como otras variables políticas, sociales y económicas. Se trata pues de diferenciar entre una simple medición cuantitativa y el análisis sociológico propiamente dicho.

Los datos que se analizan a continuación se refieren a unas próximas pero no convocadas elecciones legislativas nacionales, que probablemente no se celebren hasta dentro de varios años.

Al intentar conocer la intención de voto hacia los diferentes partidos existentes en la actualidad y con su configuración actual (en cuanto a coaliciones, líderes y programas), deben analizarse por lo menos tres cuestiones:

- a) Las simpatías hacia los diferentes partidos
- b) Las antipatías o rechazos hacia determinados partidos
- c) La intención de voto propiamente dicha.

En efecto, cada individuo puede tener simpatía hacia más de un partido, o lo que es igual, en determinadas circunstancias, y aunque ahora tenga intención de votar a un determinado partido, podría votar a uno de entre varios partidos. Pero, al mismo tiempo, cada individuo probablemente preferiría incluso no votar a tener que hacerlo por determinado (o determinados) partido(s).

En el Cuadro 4.4.1. se presentan los datos relativos a los partidos a los que se "podría votar", a los partidos a los que "nunca se votaría", y como diferencia, los electorados que no parecen tener una actitud definida a favor o en contra de partido alguno.

Los datos sobre partidos a los que podría votar no son intención de voto, pero pueden tomarse, en el momento actual, como indicativos de la proporción máxima de electores con los que podría contar cada partido. Naturalmente, como los entrevistados pueden mencionar más de un partido, parte de los electores potenciales de unos partidos y otros se solapan. Por ello puede considerarse que este indicador mide el "mercado electoral potencial" de cada partido. Asimismo, el electorado potencial de cada partido podría aumentar sin que tenga que disminuir el de otros partidos. En realidad, este indicador de "mercado electoral potencial" sólo da una idea muy circunscrita al presente del grado en que un partido es conocido y es considerado como "votable", sin ningún otro compromiso por parte del entrevistado.

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PP, que alcanza el 30%, proporción ligeramente superior al nivel registrado en el último sondeo tal y como se observa respecto al nivel que era habitual hace un año. El PSOE desciende este mes su electorado potencial al 28% y mantiene un nivel similar al de hace un año. IU se sitúa en el 26% como el pasado sondeo y resulta superior al registrado hace un año. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 10%. Y los de izquierda tienen un electorado potencial del 3% este mes, lo que también está dentro de sus márgenes habituales; el CDS desciende hasta un 6% de electorado potencial, nivel que es habitual. Los "otros" partidos obtienen un 6% de electorado potencial, dato que resulta inferior a los valores registrados el año pasado. En resumen, se puede concluir que este sondeo se caracteriza por el ascenso de los electorados potenciales de todos los partidos, salvo en el caso del PSOE y del CDS que descienden.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP, los partidos nacionalistas de izquierda y el PSOE como es habitual, son los partidos con un electorado inasequible más importante, con un 31%, en el primer caso y un 26% en los otros dos. El mercado inasequible se ha mantenido casi en el mismo nivel respecto a los demás partidos durante los últimos meses, aunque se observa un cierto ascenso este mes respecto al PSOE.

Ahora bien, entre los electores que "podrían votar" a un partido en determinadas circunstancias, y los que "nunca votarían" a ese mismo partido, pueden no agotar el conjunto del electorado. En otras palabras, puede haber electores que no mencionen la posibilidad, por hipotética que sea, de votar a un partido, pero que tampoco sientan un antagonismo tal hacia él como para decir que nunca lo votarán. Esta parte del electorado es lo que podría denominarse "mercado electoral indiferente", que no se siente especialmente atraído ni rechazado por un determinado partido. Como es lógico, el hecho de que un sector del electorado sea indiferente hacia un partido no significa que no esté comprometido (positiva o negativamente) hacia otro partido. La "indiferencia" no significa indecisión genérica respecto a su comportamiento electoral, sino solamente indiferencia (ni simpatía ni rechazo) hacia un partido concreto. La utilidad principal de este concepto radica en que permite conocer, para cada partido, qué proporción del electorado no ha tomado todavía una posición concreta respecto a dicho partido, es decir, qué proporción del electorado carece de una actitud definida hacia él, y por tanto, sobre qué proporción del electorado se podría actuar para transmitir una imagen suya que pueda interesar.

Los datos sugieren que sólo el PSOE y el PP tienen una imagen suficientemente definida como para provocar actitudes claramente expresadas por parte de más de la mitad del electorado.

Se llega así al análisis de las intenciones de voto declaradas en el caso hipotético de que las elecciones fuesen mañana. En el Cuadro 4.4.2. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993.

En el mismo Cuadro se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los últimos resultados reales, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de junio de 1993.

Esta comparación debe hacerse teniendo en cuenta la probable ocultación de voto hacia diversos partidos, y especialmente, la fuerte "ocultación" de la abstención. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones (19,6%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

Sólo la intención de voto a IU y otros partidos, es este mes superior a los resultados reales de las últimas elecciones, por lo que se puede decir que IU es el único partido que parece estar creciendo claramente, ya que en los otros las variaciones son menos significativas.

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales de casi todos los partidos, excepto los señalados, aunque algunos perderían más que otros. Esta situación, visiblemente diferente a la de meses precedentes, es consecuencia de la situación política actual, y sobre todo del hecho de haberse celebrado las elecciones en junio de 1993 y de la celebración de las elecciones al Parlamento Europeo en junio de 1994. Por otra parte, la proporción de indecisos alcanza a un 20% de los entrevistados, que es algo inferior a la registrada hace un año. Y, la abstención declarada es muy baja (9,4% frente al 22,7% real de las elecciones del pasado 6 de junio de 1993), pero ello no implica necesariamente menor abstención, como la estimación pone de manifiesto. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (29,0%) sería superior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Ahora bien, el cambio observado este mes en las intenciones de voto (descenso de los nacionalistas de derecha y de IU, ascenso de PP y de otros partidos, y relativa estabilidad en los demás partidos) se debe, en gran parte, al descenso de indecisos y al ambiente de continuas noticias sobre escándalos de presunta corrupción.

Por tales razones, y en base a los argumentos que luego se especificarán, es por lo que las intenciones directas de voto deben ser re-interpretadas en forma de estimaciones de voto a fin de eliminar estos sesgos de "ocultación" o "exageración".

En cualquier caso, los datos de intención directa de voto parecen reflejar la imagen social de los partidos después de las últimas elecciones: muy buena imagen para IU (que registra un 95% de ganancia), relativa buena imagen para otros partidos (que registran una ganancia del 33%), peor imagen para todos los demás, principalmente para el PSOE (que registra una pérdida del 30%) y para los partidos nacionalistas de derecha, que pierden un 32% por comparación con sus resultados de junio de 1993. Por su parte, el PP registra una pérdida del 11%, mientras los partidos nacionalistas de izquierda registran este mes una pérdida del 23%.

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales de 1993, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilita en el Cuadro 4.4.3.. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos. Casi todos los partidos muestran un recuerdo de voto que sub-estima sus resultados reales en 1993, excepto IU y el PSOE que lo tienen sobre-estimado en un 32% y 5% respectivamente.

Sin embargo, la intención es bastante inferior al recuerdo de voto respecto al PSOE (lo que hace pensar que su pérdida de electores puede ser importante) y ligeramente respecto a los partidos nacionalistas de derecha y de izquierda. Todos los demás partidos tienen una intención de voto superior al recuerdo, por lo que sus posibles pérdidas son inferiores de lo que parece. IU vuelve a ser el único partido que tiene este mes una intención de voto superior al recuerdo y a los

resultados reales de junio, (4,6 y 7,0 puntos porcentuales, respectivamente) hecho que puede sugerir un fuerte crecimiento.

Aunque al analizar el Sistema de Indicadores Sociales ya se ofrecieron los datos de intención de voto según los indicadores citados, se presentan otros datos complementarios, cuyos resultados más sobresalientes pueden resumirse así:

- a. El voto al PP es más alto, en términos relativos, especialmente entre los de derecha, los de alto status socioeconómico y los de media posición social.
- b. El voto al CDS sólo es significativamente más alto entre los de centro.
- c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 65 años, los de izquierda y los de status socioeconómico y posición social baja.
- d. En cuanto al voto a IU , es considerablemente mayor su intención de voto entre los menores de 50 años, los de izquierda y los de posición social alta y status socioeconómico medio.
- e. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha , a su vez, están relativamente más representados entre los de centro.
- f. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero algo mayor entre los más jóvenes, los de izquierda y los de posición social y status alto.
- g. Los votantes , por último, a "otros" partidos , están relativamente más representados entre los que tienen de 18 a 29 años y los de alto status socioeconómico.
- h. En cuanto a los que dicen que no votarán , o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas y muy variables de un mes a otro.

Otro análisis interesante es el que tradicionalmente se hace cruzando el partido votado en anteriores elecciones (en este caso junio de 1993) con la actual intención de voto. A la hora de extraer conclusiones sólidas, este análisis tiene como principales dificultades la calidad y la exactitud del recuerdo de voto. En efecto, si dicho recuerdo es inexacto, la tabla de transferencias se ve muy afectada. Si, como se ha sugerido, hay "ocultación" del voto pasado (PP) o "sobre-valoración" de dicho voto (IU), el análisis será menos válido. Pero además, el análisis se basa también necesariamente en la calidad de los datos sobre intención de voto.

Naturalmente, éste es uno de esos casos en que los errores en una y otra variable no sólo no se compensan entre sí, sino que además se multiplican.

Por todo ello, se omite en el informe mensual la tabla detallada de transferencias (recuerdo de voto por intención de voto), realizándose ese análisis pormenorizado en los informes trimestrales. Aquí se presenta, no obstante, un análisis abreviado de las tablas de transferencia, con el fin de estimar, mes a mes, si se han producido cambios importantes en los indicadores principales.

En el Cuadro 4.4.5. se pueden ver los "saldos" entre el "recuerdo de voto" y la "intención de voto", así como los componentes de ese saldo (voto estable, ganancias y pérdidas) de cada partido, partiendo siempre de la tabla de transferencias y considerando todos los porcentajes sobre el total de entrevistados (equivalentes a porcentajes sobre el electorado total).

En conjunto puede afirmarse, de acuerdo con estos datos, que un 59% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en las pasadas elecciones del 6 de junio de 1993, lo que significa una alta proporción de voto estable , que sin embargo es la más

baja de los últimos doce meses, lo que sugiere transferencias de electorado importantes. Los saldos demuestran este mes que el PSOE tiene un saldo muy negativo mientras que los demás partidos tienen saldos positivos, sobre todo el PP e IU, o escasamente negativos (nacionalistas).

Para aclarar más la interpretación de los Cuadros 4.4.5. y 4.4.6. conviene recordar que:

- a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones del '93;
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en 1993 y tiene intención de votar a ese mismo partido si las elecciones fuesen mañana;
- c) el incremento procedente de otros partidos es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a otros partidos en 1993, afirma tener intención de votar a determinado partido si las elecciones fuesen mañana;
- d) las pérdidas hacia otros partidos son la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a un partido en las elecciones del '93, dice que votará a otros partidos si las elecciones fuesen mañana.

Debe advertirse que, dado el tamaño de la muestra, se presentan los datos en cada Informe mensual ASEP sólo a título descriptivo e indicativo, pues cada tres meses se realiza un análisis más pormenorizado, mediante agregación de los datos de los tres meses (si es que no se observan cambios tan grandes que desaconsejen la agregación).

En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PSOE y el del PP son los de mayor magnitud. El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en 1.993, pero el electorado estable de IU ha aumentado en los últimos meses respecto a hace un año.

El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en junio de 1.993, representaba habitualmente entre el 35 y el 40% del electorado total (y es, lógicamente, la suma de todas las ganancias y de todas las pérdidas del electorado de los diferentes partidos), siendo además el complemento del electorado estable. Este mes el electorado no-estable ha aumentado dos puntos respecto al mes pasado.

Puede comprobarse, una vez más, que los mayores incrementos de electorado corresponden este mes a IU y al PP, y las mayores pérdidas sobre todo al PSOE.

La experiencia acumulada en pasadas elecciones, al utilizar las intenciones de voto como predictor de los comportamientos electorales reales, ha permitido diseñar un modelo que, por una parte, corrige la "ocultación" de voto hacia ciertos partidos con mala imagen social, y por otra, corrige el "exceso" de intención de voto hacia otros partidos que, por haber ganado las elecciones o tener buena imagen, inducen a declarar intenciones que luego no se llevan a la práctica.

La estimación es una responsabilidad de quien la elabora, pues por rigurosas que sean las técnicas utilizadas siempre existe un factor de arbitrariedad y, en definitiva, de decisión (elección entre diferentes supuestos). El método que se ha utilizado para elaborar esta estimación parte de las "intenciones" de voto expresamente declaradas, y las corrige teniendo en cuenta el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, el autoposicionamiento ideológico, y otras

variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

En este sentido, deben recordarse aquí los hechos que sobresalen en el sondeo de este mes:

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto para todos los partidos excepto el PSOE, y los partidos nacionalistas de derecha y de izquierda.
- b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los resultados reales de Junio 1993) para todos los partidos excepto IU y el PSOE.
- c) Intención de voto superior a los resultados reales de 1.993 para IU y otros partidos. Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones de junio de 1.993, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.



**Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales  
MARZO 1995**

	Resultados Reales en junio 1993	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	26,7%	19,6%	23,8%	28,2%
CDS	1,4	1,2	1,2	1,4
PSOE	29,7	31,3	20,9	18,7
IU	7,4	9,8	14,4	11,5
Nac.Centro y Dcha.	6,8	4,7	4,6	5,4
Nac.Izqda.	1,7	1,5	1,3	1,4
Otros	3,6	1,0	4,8	3,9
Abstención	22,7	18,2	9,4	29,5
NS/NC	-	12,7	19,6	-
-----				
Total Electores	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Los partidos "nacionalistas" de centro y derecha incluyen a los partidos siguientes:  
CIU, PNV, CG, PAR, UPN, PA, AIC, UV, EA, PRC, CCI, AM, PNC Y CC.

Así, si esta estimación fuese correcta, los resultados de las próximas elecciones legislativas, de momento no convocadas, proporcionarían unos resultados significativamente diferentes a los registrados en junio de 1993, ya que el PP parece superar al PSOE, en casi diez puntos porcentuales. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Notable aumento del nivel de la abstención.
- Fuerte aumento del voto a IU.
- Ascenso del voto al PP.
- Cierta ascenso del voto para otros partidos.
- Mantenimiento del voto para el CDS.
- Cierta descenso del voto a los partidos nacionalistas de centro-derecha y de izquierda.
- Fuerte disminución del voto al PSOE.



**Cuadro 4.4.1.**

**Electorado Potencial, Indiferente e Inasequible  
para Cada Partido Político (\*)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Podría Votar:												
PP	29%	29%	26%	32%	29%	29%	28%	26%	26%	26%	29%	30%
CDS	5	4	7	6	6	4	5	4	5	4	8	6
PSOE	30	26	31	30	30	29	29	26	34	29	30	28
IU	20	21	26	28	28	22	21	22	20	23	26	26
Nacionalistas Derecha	10	10	10	11	12	8	10	9	8	10	10	9
Nacionalistas Izquierda	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	2	3
Otros	7	7	7	8	8	6	6	4	4	4	4	6
No Votará	9	12	8	6	9	10	10	11	11	12	7	8
NS	12	11	11	9	9	11	10	12	11	10	10	11
NC	6	5	6	9	6	8	8	7	5	7	6	4
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	47%	43%	41%	40%	43%	45%	42%	42%	43%	43%	39%	39%
CDS	90	90	88	88	88	93	90	91	91	91	86	90
PSOE	46	46	46	50	48	52	50	53	46	47	46	46
IU	66	67	63	62	61	67	67	67	69	66	61	63
Nacionalistas Derecha	82	82	82	80	79	82	78	83	84	82	81	83
Nacionaistas Izquierda	75	73	71	64	66	70	67	72	74	71	68	71
Otros	90	89	87	89	88	90	90	94	94	94	93	92
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Nunca Votaría:												
PP	24%	28%	33%	28%	28%	26%	30%	32%	31%	31%	32%	31%
CDS	5	6	5	6	6	3	5	5	4	5	6	4
PSOE	24	28	23	20	22	19	21	21	20	24	24	26
IU	14	12	11	10	11	11	12	11	11	11	13	11
Nacionalistas Derecha	8	8	8	9	9	10	12	8	8	8	9	8
Nacionalistas Izquierda	22	24	26	32	30	27	30	26	24	25	30	26



Otros	3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	2
No Votará	7	8	6	4	6	7	7	6	7	7	4	4
NS	15	17	13	13	15	17	13	12	14	12	14	12
NC	6	5	5	8	7	8	7	7	6	7	5	6
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

(\*) Los porcentajes en las tres tablas pueden sumar más de 100, porque los entrevistados podían mencionar más de un partido.



**Cuadro 4.4.2.**

**Intención de Voto si las Elecciones fuesen Mañana**

	Resultados Reales de												
	VI-1993	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	26,7%	21,2%	22,6%	19,0%	25,6%	22,8%	22,7%	21,2%	22,1%	20,2%	20,2%	22,0%	23,8%
CDS	1,4	1,3	0,6	1,6	1,4	1,0	1,2	0,8	0,8	0,5	1,0	1,5	1,2
PSOE	29,7	21,0	19,3	22,0	20,3	21,0	21,3	20,6	21,0	27,0	20,8	21,1	20,9
IU	7,4	10,0	12,4	13,2	13,0	14,2	12,3	12,1	13,2	10,8	13,2	15,6	14,4
Nacionalistas Drcha.	6,8	5,4	5,9	6,1	6,4	6,9	4,7	6,2	5,4	4,9	4,6	5,3	4,6
Nacionalistas Izqda.	1,7	1,6	1,9	1,9	2,2	1,6	1,5	2,2	0,9	1,8	2,3	1,1	1,3
Otros	3,6	4,1	3,8	4,9	3,4	3,5	3,5	4,0	4,8	3,4	3,3	4,1	4,8
No (Votó) Votará	22,7	10,5	12,7	10,3	7,1	10,3	12,0	11,3	12,8	11,5	12,4	8,8	9,4
NS/NC	-	24,9	20,9	21,0	20,6	18,7	20,8	21,6	19,0	19,9	22,2	20,5	19,6
	(30.520.730)	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)

**Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 1993**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	- 5,5	- 4,1	- 7,7	- 1,1	- 3,9	- 4,0	- 5,5	- 4,6	- 6,5	- 6,5	- 4,7	- 2,9
CDS	- 0,1	- 0,8	+ 0,2	0,0	- 0,4	- 0,2	- 0,6	- 0,6	- 0,9	- 0,4	+ 0,1	- 0,2
PSOE	- 8,7	-10,4	- 7,7	- 9,4	- 8,7	- 8,4	- 9,1	- 8,7	- 2,7	- 8,9	- 8,6	- 8,8
IU	+ 2,6	+ 5,0	+ 5,8	+ 5,6	+ 6,8	+ 4,9	+ 4,7	+ 5,8	+ 3,4	+ 5,8	+ 8,2	+ 7,0
Nacionalist.Derecha	- 1,4	- 0,9	- 0,7	- 0,4	+ 0,1	- 2,1	- 0,6	- 1,4	- 1,9	- 2,2	- 1,5	- 2,2
Nacionalis.Izq.	- 0,1	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,5	- 0,1	- 0,2	+ 0,5	- 0,8	+ 0,1	+ 0,6	- 0,6	- 0,4
Otros	+ 0,5	+ 0,2	+ 1,3	- 0,2	- 0,1	- 0,1	+ 0,4	+ 1,2	- 0,2	- 0,3	+ 0,5	+ 1,2
No Votará	-12,2	-10,0	-12,4	-15,6	-12,4	-10,7	-11,4	- 9,9	-11,2	-10,3	-13,9	-13,3
NS/NC	+24,9	+20,8	+21,0	+20,6	+18,7	+20,8	+21,6	+ 19,0	+19,9	+22,2	+20,5	+19,6
Indice Discrepancia	28,0	26,2	28,5	26,7	25,6	25,7	27,2	26,0	23,4	28,6	29,3	27,8



Diferencia en porcentaje respecto a 1993:												
PP	-21	-15	-29	- 4	-15	-15	-21	- 17	- 24	- 24	-18	-11
CDS	- 7	-57	-14	0	-29	-14	-43	- 43	- 64	- 28	+ 7	-14
PSOE	-29	-35	-26	-32	-29	-28	-31	- 29	- 9	- 30	-29	-30
IU	+35	+68	+78	+76	+92	+66	+64	+ 78	+ 46	+ 78	+111	+95
Nacionalis.Derecha	-21	-13	-10	- 6	+ 2	-31	-9	+ 20	- 28	- 32	-22	-32
Nacionalis.Izq.	- 6	-12	-12	+29	- 6	-12	+29	- 47	+ 6	+ 35	-35	-23
Otros	+14	+ 6	+36	- 6	- 3	- 3	+11	+ 33	- 6	- 8	+14	+33
No Votará	-54	-44	-23	-69	-55	-47	-50	- 56	- 49	- 45	-61	-58

**Cuadro 4.4.3.**

**Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+ 3,8	+ 4,0	+ 4,0	+ 5,2	+ 4,6	+ 3,1	+ 1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,2
CDS	+ 0,3	- 0,6	- 0,1	0,0	0,0	+ 0,5	- 0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0
PSOE	-12,0	-10,7	-12,8	- 8,2	- 5,4	- 3,0	- 4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4
IU	+ 3,0	+ 4,7	+ 4,9	+ 5,2	+ 4,5	+ 1,9	+ 4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6
Nacionalis.Derecha	+ 1,4	- 0,2	+ 0,5	+ 0,3	+ 1,3	- 0,1	+ 0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1
Nacionalis.Izq.	+ 0,2	+ 0,3	+ 0,4	+ 0,2	+ 0,4	+ 0,3	+ 0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2
Otros	+ 2,9	+ 1,5	+ 3,2	+ 2,2	+ 2,3	+ 2,3	+ 2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8
No Votará	- 4,5	- 4,3	- 5,2	- 7,3	- 8,1	- 7,8	- 9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8
NS/NC	+ 4,9	+ 5,3	+ 5,1	+ 2,4	+ 0,4	+ 2,8	+ 5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9
Indice Discrepancia	16,5	15,8	18,1	15,5	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5
Diferencia en porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	+ 22	+ 22	+ 27	+ 25	+ 25	+ 16	+ 9	+ 14	+ 12	+ 25	+ 20	+ 21
CDS	+ 30	- 50	- 6	0	0	+ 71	- 20	+ 60	- 44	- 23	+ 50	0
PSOE	- 36	- 36	- 37	- 29	- 20	- 12	- 18	- 23	- 12	- 28	- 26	- 33
IU	+ 43	+ 61	+ 59	+ 67	+ 46	+ 18	+ 49	+ 42	+ 44	+ 39	+ 50	+ 47
Nacionalis.Derecha	+ 35	- 3	+ 9	+ 5	+ 23	- 2	+ 15	+ 23	+ 9	- 10	- 2	- 2
Nacionalis.Izq.	+ 14	+ 19	+ 27	+ 10	+ 33	+ 25	+ 10	+ 28	+ 6	+ 28	- 8	- 13
Otros	+242	+ 65	+188	+183	+192	+192	+167	+243	+183	+230	+310	+380
No Votará	- 30	- 25	- 34	- 51	- 44	- 39	- 46	- 35	- 42	- 34	- 52	- 48
NS/NC	+ 24	+ 34	+ 32	+ 13	+ 2	+ 16	+ 32	+ 9	+ 28	+ 25	+ 31	+ 54



**Cuadro 4.4.4.**

**Intención de Voto Directa, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	PP	CDS	PSOE	IU	Nacion. Dcha	Nacion. Izda	Otros	NV	NS	NC
TOTAL	(1219)	24%	1	21	14	5	1	3	9	16	5
Edad:											
18 a 29 años	(318)	22%	1	16	19	3	2	7	11	16	3
30 a 49 años	(415)	21%	1	20	19	4	2	3	10	14	5
50 a 64 años	(263)	31%	2	21	10	5	*	1	5	19	7
65 y más años	(223)	24%	*	30	5	7	-	*	9	18	5
Posición Social:											
Baja	(508)	23%	1	26	11	4	*	2	7	19	5
Media	(564)	25%	1	17	16	5	2	4	11	15	5
Alta	(146)	23%	1	17	22	4	3	2	10	13	4
Ideología:											
Izquierda	(496)	4%	1	37	28	3	3	3	6	11	3
Centro	(185)	31%	4	16	7	10	1	2	8	18	4
Derecha	(234)	73%	1	5	*	4	*	2	4	9	3
Status Socioeconómico:											
Alto, Medio alto	(203)	29%	1	15	15	5	3	7	8	13	2
Medio	(695)	24%	1	20	17	5	1	2	10	15	5
Medio Bajo	(292)	21%	1	24	10	4	*	2	9	22	7
Bajo	(29)	14%	-	48	3	3	-	-	10	14	7
Clientes de:											
Bancos	(302)	31%	2	19	14	4	2	2	8	14	4
Cajas	(864)	23%	1	22	15	5	2	3	10	16	4



**Cuadro 4.4.5.**

**Indicadores de Transferencias de Voto  
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)  
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

Saldo Neto	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	+ 3,8	+ 4,0	+ 4,0	+ 5,2	+ 4,6	+ 3,1	+1,7	+ 2,7	+ 2,2	+ 4,1	+ 3,7	+ 4,5
CDS	+ 0,3	- 0,6	- 0,1	0,0	0,0	+ 0,5	-0,2	+ 0,3	- 0,4	- 0,3	+ 0,5	0,0
PSOE	-12,0	-10,7	-12,8	- 8,2	- 5,4	- 3,0	-4,5	- 6,2	- 3,8	- 7,9	- 7,6	-10,4
IU	+ 3,0	+ 4,7	+ 4,9	+ 5,2	+ 4,5	+ 1,9	+4,0	+ 3,9	+ 3,3	+ 3,7	+ 5,2	+ 4,6
Nacionalistas Derecha	+ 1,4	- 0,2	+ 0,5	+ 0,3	+ 1,3	- 0,1	+0,8	+ 1,0	+ 0,4	- 0,5	- 0,1	- 0,1
Nacionalistas Izquierda	+ 0,2	+ 0,3	+ 0,4	+ 0,2	+ 0,4	+ 0,3	+0,2	+ 0,2	+ 0,1	+ 0,5	- 0,1	- 0,2
Otros	+ 2,9	+ 1,5	+ 3,2	+ 2,2	+ 2,3	+ 2,3	+2,5	+ 3,4	+ 2,2	+ 2,3	+ 3,1	+ 3,8
No Votará	- 4,5	- 4,3	- 5,2	- 7,3	- 8,1	- 7,8	-9,7	- 6,8	- 8,3	- 6,3	- 9,6	- 8,8
Blanco NS/NC	+ 4,9	+ 5,3	+ 5,1	+ 2,4	+ 0,4	+ 2,8	+5,2	+ 1,5	+ 4,3	+ 4,4	+ 4,9	+ 6,9
Indice de Discrepancia	16,5	15,8	18,1	15,5	13,5	10,9	14,4	13,0	12,5	15,0	17,4	19,5
Voto Estable	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	13,8	15,3	12,5	17,9	16,2	17,3	15,5	17,2	14,8	13,7	15,4	16,6
CDS	0,3	0,2	0,6	0,6	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5
PSOE	18,4	16,2	19,6	17,5	17,3	17,7	17,3	18,7	22,4	17,8	18,6	17,9
IU	5,2	6,2	6,8	6,8	8,4	8,8	6,9	7,7	6,4	7,3	8,6	7,3
Nacionalistas Derecha	3,0	3,8	3,8	4,4	4,3	3,0	4,1	3,1	3,4	3,2	3,3	2,6
Nacionalistas Izquierda	0,8	1,1	0,8	1,5	0,5	0,8	1,5	0,5	1,5	1,4	0,7	0,6
Otros	0,7	1,1	1,1	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5
No Votará	5,6	7,2	5,3	4,4	6,2	8,1	8,2	7,7	7,3	7,9	5,0	5,5
Blanco NS/NC	12,9	9,2	9,3	11,3	10,0	9,5	10,1	10,6	9,5	10,9	8,7	7,2
Total	60,7	60,3	59,8	64,8	63,7	66,0	64,6	66,4	65,9	62,9	61,1	58,7



**Cuadro 4.4.6.**

**Indicadores de Transferencias de Voto  
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)  
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

Incrementos procedentes de Otros Partidos:	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	7,4	7,3	6,5	7,7	6,6	5,4	5,7	4,9	5,4	6,5	6,6	7,2
CDS	1,0	0,4	1,0	0,8	0,7	1,0	0,5	0,6	0,3	0,7	1,2	0,7
PSOE	2,6	3,1	2,4	2,8	3,7	3,6	3,3	2,3	4,6	3,0	2,5	3,0
IU	4,8	6,2	6,4	6,2	5,8	3,5	5,2	5,5	4,4	5,9	7,0	7,1
Nacionalistas Derecha	2,4	2,1	2,3	2,0	2,6	1,7	2,1	2,3	1,5	1,4	2,0	2,0
Nacionalistas Izquierda	0,8	0,8	1,1	0,7	1,1	0,7	0,7	0,4	0,3	0,9	0,4	0,7
Otros	3,4	2,7	3,8	3,0	3,0	2,9	3,3	4,1	3,0	2,9	3,6	4,3
No Votará	4,9	5,5	5,0	2,7	4,1	3,9	3,1	5,1	4,2	4,5	3,8	3,9
Blanco NS/NC	12,0	11,6	11,7	9,3	8,7	11,3	11,5	8,4	10,4	11,3	11,8	12,4
<b>Total</b>	<b>39,3</b>	<b>39,7</b>	<b>40,2</b>	<b>35,2</b>	<b>36,3</b>	<b>34,0</b>	<b>35,4</b>	<b>33,6</b>	<b>34,1</b>	<b>37,1</b>	<b>38,9</b>	<b>41,3</b>
<b>Pérdidas hacia Otros Partidos:</b>	<b>III-94</b>	<b>IV-94</b>	<b>V-94</b>	<b>VI-94</b>	<b>VII-94</b>	<b>IX-94</b>	<b>X-94</b>	<b>XI-94</b>	<b>XII-94</b>	<b>I-95</b>	<b>II-95</b>	<b>III-95</b>
PP	3,6	3,3	2,5	2,5	2,0	2,3	4,0	2,2	3,2	2,4	2,9	3,0
CDS	0,7	1,0	1,1	0,8	0,7	0,5	0,7	0,3	0,7	1,0	0,7	0,7
PSOE	14,6	13,8	15,2	11,0	9,1	6,6	7,8	8,5	8,4	10,9	10,1	13,4
IU	1,8	1,5	1,5	1,0	1,3	1,6	1,2	1,6	1,1	2,2	1,8	2,5
Nacionalistas Derecha	1,0	2,3	1,8	1,7	1,3	1,8	1,3	1,3	1,1	1,9	2,1	2,1
Nacionalistas Izquierda	0,6	0,5	0,7	0,5	0,7	0,4	0,5	0,2	0,2	0,4	0,5	0,9
Otros	0,5	1,2	0,6	0,8	0,7	0,6	0,8	0,7	0,8	0,6	0,5	0,5
No Votará	9,4	9,8	10,2	10,0	12,2	11,7	12,8	11,9	12,5	10,8	13,4	12,7
Blanco NS/NC	7,1	6,3	6,6	6,9	8,3	8,5	6,3	6,9	6,1	6,9	6,9	5,5
<b>Total</b>	<b>39,3</b>	<b>39,7</b>	<b>40,2</b>	<b>35,2</b>	<b>36,3</b>	<b>34,0</b>	<b>35,4</b>	<b>33,6</b>	<b>34,1</b>	<b>37,1</b>	<b>38,9</b>	<b>41,3</b>



**Cuadro 4.4.7.**

**Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP**

	Resultados Reales en 1993	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
PP	26,7%	26,8%	28,2%	27,1%	29,9%	28,4%	26,3%	25,6%	26,4%	25,8%	27,6%	27,3%	28,2%
CDS	1,4	1,4	0,5	1,4	0,5	0,5	1,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,5	1,4
PSOE	29,7	18,2	18,2	18,3	20,1	21,5	23,4	21,5	21,2	24,7	19,9	19,4	18,7
IU	7,4	8,8	11,4	10,9	11,2	10,8	8,9	10,4	10,1	10,4	10,7	11,4	11,5
Nacional.Drcha.	6,8	6,8	6,4	6,7	6,4	6,6	6,0	6,5	6,3	6,4	5,8	6,0	5,4
Nac. Iqda.	1,7	1,7	1,9	1,5	1,3	1,2	1,5	1,3	1,8	1,7	2,0	1,3	1,4
Otros	3,6	3,9	3,3	3,1	2,9	2,7	3,0	3,0	3,0	2,8	3,1	3,8	3,9
Abstención	22,7	32,4	30,1	31,0	27,7	28,3	29,9	30,9	30,8	27,5	30,4	29,3	29,5
Total Electores (30.520.730)	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1.212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)	

## 5. Utilización de Medios de Comunicación

### 5.1. ANTECEDENTES

Durante los últimos años, los medios de comunicación han adquirido una relevancia muy especial, contribuyendo a orientar en una u otra dirección a la opinión que los españoles manifiestan sobre los acontecimientos políticos, económicos y de interés social que afectan a la población en general.

El debate creciente entre los partidos políticos sobre la función, el control de gestión y el nivel de independencia que caracteriza a los actuales canales de televisión y editores de prensa no es sino un claro exponente de la necesidad de analizar el uso que los españoles hacen de los medios de comunicación más importantes, con vistas a comprender la opinión pública con más exactitud.

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, revistas, televisión y radio, para lo cual se manejan las variables sociodemográficas habituales en el sondeo ASEP. Además, se agrega un índice de elaboración propia, el Índice de Exposición a la Información (IEI), cuyo objeto es distinguir los segmentos sociales en función del nivel de información al que están sometidos. Este índice combina la lectura de diarios, revistas de información general y la audiencia de boletines de noticias en televisión y puede variar entre 0 y 200, con un nivel de equilibrio en 100.

Durante los últimos años, se ha podido constatar que los segmentos sociales que tienen un grado mayor de exposición a la información suelen ser:

- Personas menores de 49 años.
- Con alta posición social y status socioeconómico familiar (únicos segmentos cuyo IEI supera el nivel 100).
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

Este mes de marzo, se han producido dos datos "contra corriente". En primer lugar, los españoles con ideología de centro (IEI=88) y de izquierda (IEI=79) han estado más expuestos a la información que los de ideología de derecha (74). En segundo lugar, la población urbana (78) ha tenido un IEI más elevado que los residentes en áreas metropolitanas (76).

Por lo general, el índice de exposición a la información oscila entre 65 y 75, bastante por debajo del índice de equilibrio (100), lo que pone de manifiesto que los españoles tienen un nivel de información bajo.

En marzo, el IEI se ha situado en 72, es decir seis puntos más que en febrero, lo que se explicaría por el interés que despertaron la aparición de Luis Roldán y las tensiones despertadas por la fluctuación de la peseta dentro del SME y su ya conocida devaluación.



Cuadro 5.1.1.

**Exposición de los Entrevistados a Medios de Información  
e Índice de Exposición a la Información**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Alta-Media	35%	33%	37%	37%	36%	37%	38%	38%	36%	38%	33%	36%
Baja	40	43	38	37	40	39	39	42	40	39	41	43
Ninguna	25	24	26	26	24	24	24	19	25	23	26	21
IEI	71	66	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72

**Cuadro 5.1.2.**

**Índice de Exposición a la Información (IEI), por  
Características Socioeconómicas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total IEI	71	66	74	74	72	74	75	77	71	75	66	72
Edad:												
- 30 años	73	73	84	77	84	85	79	76	76	73	74	78
30-49 años	87	73	81	86	83	82	88	85	80	96	68	78
50-64 años	59	57	70	63	64	68	70	82	68	61	65	66
65 y más años	50	51	52	59	44	51	53	57	54	56	54	62
Posición Social:												
Baja	44	43	47	47	43	49	44	50	46	46	39	47
Media	84	71	84	84	86	83	86	87	79	85	76	83
Alta	120	121	130	121	121	121	129	130	123	127	112	118
Ideología:												
Izquierda	76	74	81	83	80	85	78	82	82	83	71	79
Centro	74	67	70	80	76	78	83	78	66	88	75	88
Derecha	92	72	98	85	86	85	101	97	81	83	78	74
Hábitat:												
Rural	62	52	57	59	49	60	51	66	59	57	50	58
Urbano	71	67	74	71	77	69	79	71	69	80	63	78
Metropolitano	79	76	90	92	86	95	91	98	87	83	85	76
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	114	109	117	115	100	114	108	118	111	112	111	114
Medio	69	65	70	70	73	69	73	72	69	71	61	71
Medio Bajo	50	42	54	54	56	60	56	58	51	57	43	51
Bajo	35	6	49	44	37	28	21	41	53	50	36	28
Clientes:												
Bancos	89	81	91	86	82	90	97	87	88	91	76	81
Cajas	75	64	72	71	70	72	73	76	68	75	68	74

## 5.2. PRENSA DIARIA

El primer dato que llama la atención al analizar la prensa diaria es que el porcentaje de lectores ha sido del 42%, es decir inferior en un punto porcentual al de febrero y en tres puntos con respecto a marzo de 1994.

Por lo tanto, el incremento señalado en el Índice de Exposición a la Información no se ha debido precisamente a la lectura de diarios.

De hecho, los segmentos que habitualmente leen más la prensa son los que han visto disminuir su porcentaje en una mayor proporción. Así, por ejemplo, los menores de 30 años (47%) y con edades comprendidas entre los 30 y los 49 años (46%) han experimentado descensos de 6 y 5 puntos porcentuales respectivamente por comparación con la situación de hace un año. Tomando una vez más como referencia los datos de marzo de 1994, los lectores de posición social alta (70%) han sufrido una caída de 7 puntos, siendo aún mayor la disminución de lectores de prensa con status socioeconómico familiar alto (66%), un segmento que pierde ocho puntos porcentuales.

Si se toma como referencia el pasado mes de febrero, todos los segmentos mencionados pierden entre uno y cuatro puntos porcentuales, excepto los de 30 a 49 años, cuyo índice aumenta dos puntos para situarse en un 46%.

Aunque es pronto para extraer conclusiones, habría que apuntar un posible cambio de tendencias, ya que, en los últimos tres meses, los entrevistados con ideología de centro que leen diarios han superado a los de izquierda y derecha, cuando la evolución de los últimos años relegaba a este segmento al último lugar todos los meses.

Analizando los porcentajes de lectura por publicación, se constata que todos los diarios de cobertura nacional (excepto Diario 16) han mejorado sus porcentajes de lectores, siendo una vez más El País el primero en el ranking, con un 6,7%, por delante de El Mundo (5,2%) y ABC (3,6%). Sin embargo, mientras que El País (+0,6 puntos) y El Mundo (+2,2 puntos) mejoran sus índices con respecto a su situación de hace un año, ABC pierde 0,2 puntos porcentuales.

Los datos de marzo de 1995 han mostrado el incremento de la ventaja que El Periódico de Cataluña (3,4%) adquiere sobre La Vanguardia (2,4%), y han apuntado también un descenso considerable en el número de lectores del principal diario deportivo, Marca (2,7%), que pierde 0,8 puntos con respecto a febrero y 0,3 con relación a marzo de 1994.



**Cuadro 5.2.1.**

**Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer,  
por Características Socioeconómicas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total Lectores Periódicos	45	41	44	45	45	44	45	46	41	43	43	42
Edad:												
-30 años	53	47	51	50	53	52	48	49	46	47	51	47
30-49 años	53	47	51	52	52	48	54	49	45	52	44	46
50-64 años	36	33	40	36	40	42	41	48	38	36	41	40
65 y más años	30	28	29	32	28	31	31	32	31	30	30	32
Posición Social:												
Baja	28	26	28	28	29	31	27	28	28	27	26	27
Media	53	45	50	51	52	49	52	53	46	49	49	49
Alta	77	72	81	74	76	71	75	76	68	72	71	70
Ideología:												
Izquierda	47	45	48	49	48	49	48	48	45	46	46	46
Centro	48	40	46	48	48	45	47	46	38	50	46	51
Derecha	55	44	56	49	53	53	61	55	48	49	51	47
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	74	66	70	71	67	66	64	69	62	64	68	66
Medio	45	40	43	43	44	42	44	44	41	41	40	42
Medio bajo	29	25	30	31	34	37	34	34	30	32	29	29
Bajo	26	12	24	25	25	17	14	20	24	30	18	17
Clientes de:												
Bancos	53	48	52	52	53	53	58	52	49	49	47	47
Cajas	48	40	43	43	44	45	45	45	40	44	44	43

Cuadro 5.2.2.

Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer (\*)

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
El País	6,1	5,7	5,6	6,9	5,7	5,6	5,4	5,1	5,7	6,2	6,2	6,7
ABC	3,8	2,7	3,2	4,9	4,3	3,6	5,8	4,4	3,1	3,0	3,2	3,6
Diario 16	1,2	0,7	1,6	1,3	1,3	0,9	1,9	1,3	1,1	1,3	1,2	0,5
El Mundo	3,0	3,5	4,9	3,7	3,2	3,7	3,3	3,8	2,8	4,8	4,0	5,2
El Periódico	2,7	2,1	3,6	3,3	2,4	2,4	2,7	2,7	2,4	2,8	3,0	3,4
La Vanguardia	3,1	2,4	2,5	2,4	3,6	2,5	2,8	2,7	2,9	3,3	2,3	2,4
Ya	-	0,5	0,7	-	-	0,8	-	0,6	0,5	-	0,6	-
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	2,4	2,6	2,4	1,6	2,2	2,1	1,7	2,3	2,6	2,1	2,2	1,7
Las Provincias	0,7	-	-	-	0,7	0,7	1,0	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7
El Faro de Vigo	0,6	1,5	0,7	-	1,1	0,8	-	1,0	1,0	0,5	0,9	0,9
La Voz de Galicia	2,0	2,0	2,0	2,1	2,7	1,0	2,2	2,0	1,7	1,7	1,9	1,4
As	0,9	0,7	1,0	0,6	1,4	0,6	0,8	0,5	-	-	-	0,5
Heraldo de Aragón	1,3	0,7	1,2	1,3	1,4	0,8	0,5	1,4	1,2	0,6	1,2	0,7
Levante	0,8	0,9	0,9	0,8	0,7	1,3	1,8	0,8	0,9	1,4	0,8	1,1
Diario Vasco	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	1,3	1,0	0,7	1,2	0,7	0,7	1,1
El Día	-	-	0,6	0,9	1,0	1,0	0,8	0,5	-	0,6	0,6	0,7
Avui	-	-	0,5	0,8	0,6	-	-	-	0,7	0,8	-	0,5
La Verdad	1,1	0,9	0,6	0,6	0,8	1,4	1,0	1,5	0,7	-	1,2	1,1
Marca	2,4	2,1	3,3	2,0	3,3	3,9	3,6	2,5	3,2	3,3	3,5	2,7
La Nueva España	1,0	1,2	1,6	1,1	0,9	0,9	1,1	0,7	0,6	0,7	1,0	1,1
Diario Montañés	0,8	0,7	1,0	0,9	0,5	0,9	-	0,8	0,5	0,7	0,7	-
Deia	-	-	-	0,6	-	0,5	-	0,5	-	-	-	-
Diario de Navarra	0,6	-	1,1	0,6	0,8	-	-	0,9	0,8	0,7	0,9	0,6
Egin	-	-	-	0,9	-	0,5	0,8	-	-	-	-	0,5
Información	0,6	-	0,9	-	-	1,1	-	1,3	1,0	-	0,9	0,7
Norte de Castilla	1,1	-	0,7	0,9	-	-	-	-	0,6	0,6	0,7	0,5
La Voz de Asturias	0,5	0,9	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
Alerta	-	-	-	-	-	-	0,5	0,6	-	-	-	-
Sur	0,9	0,7	-	0,7	-	-	1,2	0,8	0,7	0,6	-	-
Diario de Burgos	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario de León	-	0,5	0,6	0,5	-	0,5	-	-	-	1,0	-	-
Ultima Hora	0,7	-	0,5	0,5	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,5	0,7	-
El Ideal	0,5	1,2	0,5	0,7	0,6	0,8	1,1	1,0	0,6	0,6	-	-



Hoy	0,7	0,7	1,2	0,6	0,7	-	0,6	0,8	-	0,7	0,6	0,7
Diario de Cádiz	0,5	-	0,9	0,5	0,6	0,6	0,5	0,9	0,5	0,8	0,7	0,6
Progreso	0,7	0,3	-	-	0,7	-	0,5	-	0,7	-	-	-
La Provincia	1,1	1,5	-	1,0	-	-	-	-	-	-	0,7	-
Córdoba	-	-	-	0,6	0,6	0,7	-	-	-	0,5	0,6	0,5
Diario Extremadura	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,6
Diario Mallorca	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	0,5
Canarias-7	0,5	-	-	0,7	0,7	1,3	0,7	-	-	0,5	-	0,7
El Comercio	0,5	-	-	0,9	0,8	-	-	0,6	-	-	-	-
El Segre	-	-	-	-	-	0,7	0,5	-	-	-	-	-
Gaceta Regional	0,5	0,6	-	-	-	-	0,7	0,6	-	-	0,8	-
La Rioja	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-
La Opinión	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Adelanto	-	-	-	0,7	0,8	-	-	-	-	0,6	-	-
Diario de Andalucía	-	-	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario de Jerez	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-
Diario Avisos	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	0,5	-	-
El Punt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,7
Correo Andalucía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6

(\*) Se incluyen solamente los periódicos que algún mes han sido mencionados por más de 0,5 por ciento de entrevistados.  
El - corresponde a los periódicos mencionados por menos del 0,5 por ciento.

### 5.3. REVISTAS

Una de las observaciones que viene confirmándose todos los meses durante los últimos dos años es la escasa proporción de españoles que leen revistas. El porcentaje general nunca sobrepasa el 28%, siendo igualmente atípico que dicha proporción alcance el 40% en alguno de los segmentos socioeconómicos que conforman la muestra.

En segundo lugar, las revistas en su conjunto son un medio en el que los lectores presentan un perfil más definido y estable, por lo que no es de extrañar que todos los meses pueda comprobarse que los segmentos de la población más afines a este tipo de publicación sean siempre los mismos, es decir:

- Los menores de 30 años (36%)
- Con alta posición social (37%)
- Con un alto status socioeconómico familiar (36%)
- Con un elevado nivel de educación (40%)
- Residentes en áreas metropolitanas (31%).

Al analizar los porcentajes de lectura de cada publicación, puede constatarse que el aumento de la tensión política y económica no ha impedido que las preferencias de la población sigan orientándose prioritariamente hacia la lectura de revistas "del corazón".

Dentro de las cabeceras que luchan por liderar este segmento de publicaciones, Hola obtiene este mes los mejores resultados, con un 4,6%, por delante de Pronto (3,9%), y Lecturas (2,6%), revistas que también experimentan una mejoría en relación al pasado mes de febrero.

Entre las revistas de información general, Tiempo ha sido la más leída, con un 1,5% de seguidores, lo que supone la pérdida de 0,1 puntos.

En circunstancias normales, esta pérdida no tendría mayor trascendencia pero, en esta ocasión, el dato debe considerarse negativo si se tiene en cuenta que, desde hace cinco semanas, esta publicación se está vendiendo junto con unos compact discs de música clásica. Tribuna y Epoca, con unos índices de lectura de 0,7% cada uno, muestran indicios de una tímida recuperación, mientras que Cambio 16 vuelve a caer por debajo del 0,5%.



**Cuadro 5.3.1.**

**Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior,  
por Características Socioeconómicas**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total lectores de revistas	25	24	24	22	25	28	26	26	25	24	26	26
Edad:												
- 30 años	35	31	34	28	39	37	34	36	34	33	37	36
30-49 años	29	26	25	22	26	30	29	31	24	27	28	27
50-64 años	18	17	17	16	16	23	19	18	18	16	18	23
65 y más años	12	19	14	18	12	17	18	14	21	18	14	17
Posición Social:												
Baja	19	20	19	19	23	24	22	22	23	19	20	24
Media	28	26	27	21	25	28	28	28	25	27	29	26
Alta	32	30	29	32	31	41	31	36	30	34	31	37
Ideología:												
Izquierda	26	24	26	24	25	27	24	28	24	26	27	27
Centro	28	24	23	22	30	36	24	25	24	26	26	28
Derecha	30	28	30	24	30	32	37	31	26	26	28	29
Hábitat:												
Rural	17	19	18	15	18	27	18	21	21	21	21	24
Urbano	27	28	25	21	28	27	26	27	24	23	24	25
Metropolitano	30	22	27	29	27	31	34	30	29	30	32	31
Educación:												
Baja	18	19	17	16	17	20	20	18	19	18	17	20
Media	36	34	35	28	38	42	33	38	30	32	35	35
Alta	42	31	34	34	37	42	38	43	43	39	40	40
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	36	32	35	32	36	41	33	37	32	36	35	36
Medio	26	26	24	21	25	28	27	27	26	25	25	27
Medio bajo	17	16	15	15	19	19	19	16	18	16	18	19
Bajo	13	6	29	19	3	8	17	25	15	15	18	14



Clientes de:

Bancos	26	28	26	26	31	35	30	30	31	31	29	32
Cajas	27	23	23	20	26	27	25	27	25	24	25	26

**Cuadro 5.3.2.**

**Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (\*)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Pronto	2,6	3,7	3,0	2,1	4,0	3,9	4,4	4,7	4,1	3,6	3,5	3,9
Hola	2,6	3,7	3,4	3,3	3,1	4,6	4,5	2,6	5,5	3,7	2,6	4,6
Interviú	1,7	2,0	2,9	1,6	0,8	1,2	2,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,5
Lecturas	2,6	2,0	2,1	2,1	1,4	2,5	1,7	1,4	2,5	2,0	2,3	2,6
Semana	1,8	1,6	2,2	1,8	2,7	2,9	2,7	2,1	2,4	3,0	2,2	1,9
Tiempo	1,6	1,8	1,5	1,7	1,6	2,1	1,4	1,8	1,7	1,5	1,6	1,5
Cambio 16	0,6	1,0	0,8	0,6	-	-	0,7	-	-	-	0,5	-
Indiscreta	-	0,5	0,6	0,7	1,1	0,9	0,6	1,4	0,8	0,6	0,7	0,7
Diez Minutos	1,7	1,0	1,5	0,9	1,3	1,4	1,3	1,7	1,2	1,3	1,1	0,9
Epoca	-	0,7	0,7	0,6	0,5	0,6	-	-	-	0,5	-	0,7
Muy Interesante	1,4	1,3	1,0	0,8	1,3	1,5	1,3	2,0	1,4	1,6	1,5	1,8
Mía	1,0	0,8	0,6	0,5	0,7	0,6	1,5	1,1	0,6	1,0	0,8	0,6
TV Plus	0,6	1,8	-	-	0,5	-	-	-	-	-	0,5	-
Revistas Profesionales	-	0,5	-	0,5	-	0,7	0,6	0,9	0,5	0,7	0,6	-
Tribuna	-	-	0,6	0,8	0,5	0,5	-	-	-	0,5	1,1	0,7
Blanco y Negro	0,8	0,5	-	0,5	0,6	0,6	-	-	-	-	0,6	0,5
Supertele	1,1	0,6	0,6	-	0,9	0,8	0,9	0,5	0,6	0,5	-	0,7
Motociclismo	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-
Clan TV	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-
Nuevo Vale	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Fotogramas	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-

(\*) Se incluyen solamente las revistas que algún mes han sido mencionadas por más de un 0,5 por ciento de entrevistados.

El símbolo "-" corresponde a las revistas mencionadas por menos del 0,5 por ciento.

## 5.4. RADIO

La evolución de la audiencia de radio en este mes de marzo ha puesto de relieve la enorme aceptación que este medio despierta últimamente en la población, a tenor del 68% de individuos que han entrado en contacto con la misma. Este es el mayor porcentaje de audiencia registrado por la radio en el último año y supone un incremento muy pronunciado sobre el nivel de marzo de 1994 (+ 20 puntos) y sobre el dato del pasado mes de febrero (+ 4 puntos).

La distribución de la audiencia por características socioeconómicas indica asimismo que su incremento ha afectado a todos los segmentos de la población, y de una forma más rotunda, a los grupos que habitualmente escuchaban la radio hace un año, en proporciones más importantes.

Así, por ejemplo, observamos que los jóvenes entre 18 y 29 años (80%), con un status socioeconómico familiar alto (80%), de posición social alta (76%) y con un alto nivel de educación (84%) conocen este mes unos índices que se aproximan al cien por cien y, si tomamos nuevamente el mes de marzo de 1994 como referencia comparativa, sólo pueden calificarse de sobresalientes los incrementos registrados, que son de + 22 puntos porcentuales, + 14 puntos, + 17 puntos y + 18 puntos respectivamente para cada uno de los cuatro segmentos mencionados.

Por franjas horarias, se constata, sin embargo, que la proporción de radioyentes solamente es superior durante la tarde (+ 4 puntos porcentuales), lo que no impide que la proporción más elevada de radioyentes siga correspondiéndose con la mañana (73%), muy por delante de la tarde (32%), la noche (24%), la sobremesa (22%) y la madrugada (9%).

En comparación con la situación de hace un año, la audiencia ha aumentado en todas las franjas horarias, aunque de un modo más pronunciado durante la mañana (+ 8 puntos porcentuales) y por la tarde (+ 6 puntos porcentuales).

Cuando se estudia la evolución de la audiencia de radio, es normal diferenciar entre las emisoras de música, cuya programación se produce en frecuencia modulada, y las emisoras de contenido prioritariamente informativo, cuya programación tiene lugar sobre todo en Onda Media, aunque también abarca la frecuencia modulada (es el caso de Onda Cero).

La audiencia de emisoras de contenido musical ha ido disminuyendo paulatinamente a lo largo del año, hasta el punto de que hace un año, solamente un 25% afirmaba no escuchar ninguna emisora de este tipo, mientras que en marzo de 1995, esta cifra se ha elevado hasta un 48%. Sin embargo, la estabilidad es evidente en las dos principales cadenas, cuyos porcentajes apenas han variado, por lo que 40 Principales de la SER sigue ocupando el primer lugar en el ranking, con un 20% de seguidores, a bastante distancia de Cadena Dial, que se mantiene en un 13%.

Por el contrario, las cifras demuestran que la lucha radiofónica se está produciendo en la radio convencional, donde la evolución es totalmente opuesta a la experimentada por las emisoras de música. El incremento de radioyentes es tan espectacular que, hace un año, sólo un 42% escuchaba alguna emisora de este tipo, mientras que ahora esa misma cifra se eleva a un 78%.

Dentro de esta categoría, la COPE es líder, con un 29%, por delante de la SER (26%), Onda Cero (14%) y RNE (12%). El liderazgo de la COPE se extiende a todas las franjas del día, siendo más pronunciado durante la mañana y la noche.

De forma excepcional, debe resaltarse que "Supergarcía", el espacio deportivo "estrella" de la COPE durante la madrugada (34%) se ha visto superado por "El Larguero" de la SER (40%), después de muchos años liderando esta franja horaria.

En línea con lo realizado en meses anteriores, se ha consultado una vez más a la opinión pública sobre sus preferencias con respecto a programas de radio concretos, centrándonos esta vez en los que son difundidos por la noche en las principales cadenas de radio convencional.

Los resultados son los que se exponen a continuación, indicando la diferencia en puntos porcentuales con respecto a los datos registrados hace tres meses:

- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE): 16% (+ 2)
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER): 11% (=)
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga: 9% (+ 4)
- "24 Horas", de Angela Núñez (RNE): 4% (=)
- "El Ojo Crítico" de Lola Vega (RNE): 2% (- 2)

Estos datos indican que el liderazgo de la tertulia de Luis Herrero es estable y revela asimismo el fuerte crecimiento que está conociendo el informativo de Onda Cero, cuya audiencia iguala casi a la del clásico "Hora 25" de la SER.

Al analizar el perfil de los radioyentes de cada uno de los programas estudiados, se constata que:

- Los radioyentes más jóvenes y los de 30 a 49 años tienen un peso más importante en la audiencia de Onda Cero, mientras que los de 50 a 64 años abarcan una proporción más destacada en "El Ojo Crítico".
- En segundo lugar, la población con una posición social media y un status socioeconómico medio representa el eje de la audiencia de dichos programas, aunque esto sucede de manera más pronunciada en "24 Horas" de RNE, donde representa el 69% de su audiencia.
- Los individuos con ideología de izquierda son igualmente los que más abundan en todos los programas estudiados, siendo su proporción algo más elevada en el caso de "Hora 25" (SER) y menos pronunciada en "La Linterna" de COPE.
- Finalmente, se ha constatado que los radioyentes con una alta exposición a la información representan una proporción más alta en el caso de "La Linterna".

**Cuadro 5.4.1.**

**Porcentaje de Radioyentes en el Día de Ayer,  
por Características Socioeconómicas \***

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total Radioyentes	48	50	49	49	49	52	63	64	61	64	64	68
Edad:												
18-29 años	58	58	58	54	62	64	79	75	76	74	82	80
30-49 años	50	51	51	54	52	55	67	66	60	69	66	71
50-64 años	39	45	48	43	42	44	55	60	53	58	50	62
65 y más años	43	41	34	39	37	39	44	51	48	51	55	50
Posición Social:												
Baja	43	41	40	38	43	46	54	55	54	56	58	61
Media	51	55	55	54	50	55	68	69	62	68	67	71
Alta	59	61	61	67	67	63	74	78	76	79	75	76
Ideología:												
Izquierda	53	55	55	51	48	58	67	71	63	67	65	68
Centro	50	48	53	51	58	50	64	62	63	68	68	70
Derecha	54	56	54	56	57	57	71	68	60	69	67	69
Hábitat:												
Rural	36	47	39	44	42	49	50	59	60	62	56	60
Urbano	54	50	53	50	52	54	67	62	60	66	65	70
Metropolitano	52	51	53	52	53	53	69	73	62	64	72	70
Educación:												
Baja	41	43	43	39	41	44	54	55	51	56	54	60
Media	61	60	59	61	62	64	76	76	74	77	76	78
Alta	66	70	62	69	67	73	80	81	77	78	83	84



Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	66	66	60	64	58	67	77	80	75	79	78	80
Medio	48	49	54	49	52	52	64	64	63	65	65	70
Medio Bajo	40	42	33	39	43	44	49	53	47	55	54	55
Bajo	13	34	33	32	22	37	56	58	44	30	45	45
Clientes:												
Bancos	49	52	59	56	50	59	67	71	64	72	70	69
Cajas	50	49	49	48	48	51	63	64	60	65	65	69

\* Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.

**Cuadro 5.4.2.**

**Porcentaje de Radioyentes en el día de Ayer  
en diferentes Bloques Horarios. \***

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mañana (7 a 14 h.)	65%	66%	67%	60%	64%	64%	70%	70%	69%	70%	75%	73%
Sobremesa (14 a 18 h.)	20	22	17	26	23	23	22	24	22	22	25	22
Tarde (18 a 21 h.)	26	28	25	26	24	26	30	31	28	28	28	32
Noche (21 a 24 h.)	22	23	23	19	23	18	24	24	25	28	25	24
Madrugada (+ 24 h.)	8	7	7	10	11	10	9	9	8	9	11	9
NS/NC	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
Total radioyentes	(589)	(608)	(602)	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)

**Cuadro 5.4.3.**

**Emisoras más Escuchadas de Radio Convencional y Radio Música  
el Día Anterior a la Entrevista**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Radio Convencional:												
Radio Nacional 1	10%	10%	13%	10%	9%	8%	18%	17%	18%	19%	19%	16%
Cadena SER	13	13	15	12	14	18	22	22	22	25	26	26
Radio Popular (COPE)	15	15	13	18	14	16	29	23	27	28	26	33
Radio 5 Todo Noticias	3	6	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
Onda Cero	19	16	17	17	15	17	20	18	15	18	18	19
Cadena Ibérica	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1
Radio Intercontinental	-	-	-	-	-	-	-	1	1	*	1	1
Otras	2	3	1	3	1	1	7	7	9	9	5	7
Ninguna	58	52	50	54	59	57	24	28	24	23	24	22
NS/NC	2	4	5	3	2	1	*	1	1	1	*	*



Frecuencia Modulada:	16%	16%	13%	20%	26%	17%	20%	18%	21%	19%	19%	20%
40 Principales												
Cadena 100 (COPE)	9	9	9	10	11	11	5	8	7	6	6	8
Sinfo Radio (Antena 3)	8	5	7	7	5	4	3	4	2	2	4	2
M-80	4	4	2	2	3	4	6	7	4	4	6	6
Top 40 (Radio España)	-	-	-	-	-	3	2	1	1	3	3	2
Onda Cero Música	-	-	-	-	-	-	6	7	6	7	5	6
Cadena Dial	-	-	-	-	-	-	16	14	13	11	13	13
Otras	13	14	12	15	15	14	9	11	9	10	13	12
Ninguna	25	28	29	29	26	30	43	42	44	48	45	48
NS/NC	2	2	3	1	3	1	1	1	2	2	1	1
Total Radio Oyentes	(589)	(608)	(602)	(599)	(597)	(634)	(766)	(779)	(733)	(783)	(780)	(824)

\* Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



**Cuadro 5.4.4.**

**Audiencia de emisoras de Radio en diferentes bloques horarios (\*)**

MARZO 1995	Total aud. Radio	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(824)	(599)	(184)	(262)	(197)	(73)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	26%	25%	27%	26%	30%	40%
Cadena COPE	29	31	29	29	37	34
Onda Cero	14	17	14	15	13	10
Radio Nacional España	12	12	14	10	11	12
Radio 5 Todo Noticias	2	2	1	1	3	3
Cadena Ibérica	*	*	1	*	-	-
R. Intercontinental	1	1	1	*	-	-
Otras Radio Convencional	7	7	8	6	3	5
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	11%	11%	12%	14%	14%	14%
40 Principales	17	15	23	23	24	15
Top 40	1	1	2	2	1	-
Cadena 100	4	4	4	8	7	4
Onda Cero Música	4	5	5	5	5	1
Sinfo Radio (A3)	1	2	1	1	3	-
M-80	4	4	3	3	7	7
Otras Radio Música	11	11	14	10	8	11

(\*) Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



**Cuadro 5.4.5.**

**Perfil de los Radio-Oyentes Habituales de Emisoras de Radio Convencional y Radio Música. (\*)**

MARZO 1995	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1219)	(824)	(640)	(425)
Edad:				
18 a 29 años	26%	31%	25%	49%
30 a 49 años	34	36	37	36
50 a 64 años	22	20	22	10
65 y más años	18	14	16	5
Posición Social:				
Baja	42%	38%	36%	35%
Media	46	49	50	51
Alta	12	14	14	14
Ideología:				
Izquierda	41%	41%	39%	46%
Centro	15	16	16	15
Derecha	19	20	22	16
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	17%	20%	20%	23%
Medio	57	59	57	61
Medio Bajo	24	20	22	14
Bajo	2	2	2	2
Clientes de:				
Bancos	25%	25%	25%	24%
Cajas	71	72	72	73

(\*) Al valorar las variaciones en estas series temporales debe tenerse en cuenta que, desde X/94, se han modificado estas preguntas, según se explica en el texto.



**Cuadro 5.4.6.**

**Audiencia de Programas de Radio.  
(En Porcentajes)**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
- "Primera Hora" de Antonio Herrero (COPE).....	15	-	-	15	-	-
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO).....	23	-	-	21	-	-
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER).....	18	-	-	19	-	-
- "Los Desayunos" de Radio 1 (RNE)....	10	-	-	14	-	-
- "La Ventana", de Javier Sardá (SER)..	-	7	-	-	9	-
- "La Radio de Julia", de Julia Otero (Onda Cero).....	-	11	-	-	14	-
- "Directamente Encarna", de Encarna Sánchez (COPE).....	-	11	-	-	11	-
- "Edición de tarde", de Antonio San José (RNE).....	-	3	-	-	5	-
- "El Ojo Crítico", de Lola Vega (RN1).....	-	-	4	-	-	2
- "24 Horas", de Angela Nuñez (RN1).....	-	-	4	-	-	4
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (ONDA CERO).	-	-	5	-	-	9
- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE).....	-	-	14	-	-	16
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER).....	-	-	11	-	-	11



**Cuadro 5.4.7.**

**Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.**

MARZO 1995	Total	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1219)	(30)	(1187)	(2)	(51)	(1166)	(2)	(114)	(1103)	(2)	(195)	(1022)	(2)	(135)	(1080)	(4)
<b>Edad:</b>																
18 a 29 años	26%	20%	26%	-%	27%	26%	-%	33%	25%	-%	27%	26%	-%	27%	26%	-%
30 a 49 años	34	33	34	50	37	34	50	45	33	50	39	33	50	41	33	50
50 a 64 años	22	33	21	50	28	21	50	16	22	50	23	21	50	24	21	25
65 y más años	18	13	18	-	8	19	-	6	20	-	10	20	-	8	20	25
<b>Posición Social:</b>																
Baja	42%	27%	42%	50%	22%	43%	50%	19%	44%	50%	20%	46%	50%	24%	44%	75%
Media	46	63	46	50	69	45	50	55	45	50	55	45	50	55	45	25
Alta	12	10	12	-	10	12	-	26	11	-	25	10	-	21	11	-
<b>Ideología:</b>																
Izquierda	41%	47%	40%	50%	47%	40%	50%	44%	40%	50%	43%	40%	50%	53%	39%	25%
Centro	15	20	15	-	20	15	-	14	15	-	17	15	-	17	15	-
Derecha	19	20	19	50	14	19	50	24	19	50	25	18	50	14	20	50
<b>Status Socioeconómico:</b>																
Alto, Medio alto	17%	13%	17%	-%	18%	17%	-%	27%	16%	-%	27%	15%	-%	19%	16%	-%
Medio	57	73	57	50	69	57	50	56	57	50	55	57	50	66	56	75
Medio Bajo	24	13	24	-	12	25	-	16	25	-	17	25	-	13	25	-
Bajo	2	-	2	50	2	2	50	1	2	50	1	3	50	1	2	25
<b>Clientes de:</b>																
Bancos	25%	17%	25%	-%	35%	24%	-%	33%	24%	-%	29%	24%	-%	27%	25%	25%
Cajas	71	80	71	100	73	71	100	74	71	100	78	69	100	77	70	50
<b>Exposición a Información:</b>																
Alta	36%	57%	36%	-%	59%	35%	-%	58%	34%	-%	62%	31%	-%	61%	33%	-%
Baja	43	43	43	100	35	43	100	33	44	100	28	45	100	30	44	100
Ninguna	21	-	22	-	6	22	-	10	22	-	10	23	-	8	23	-



**Cuadro 5.4.8.**

**Programas de Radio que ha escuchado más recientemente,  
por Emisoras de Radio Escuchadas.**

MARZO 1995	Total	EL OJO CRITICO			24 HORAS			LA BRUJULA			LA LINTERNA			HORA 25		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(824)	(29)	(793)	(1)	(49)	(773)	(1)	(113)	(710)	(1)	(188)	(635)	(1)	(128)	(693)	(3)
Emisoras de Radio Convencional:																
Cadena SER	26%	28%	26%	-%	51%	25%	-%	27%	26%	-%	30%	25%	-%	53%	21%	34%
Cadena COPE	29	34	28	100	18	29	100	35	28	100	63	19	100	29	28	100
Onda Cero	14	17	14	-	8	15	-	37	11	-	19	13	-	14	15	-
Radio Nacional Españ	12	38	11	-	22	11	-	7	13	-	6	14	-	13	12	-
Radio 5 Todo Noticia	2	-	2	-	-	2	-	1	2	-	2	2	-	1	2	-
Cadena Ibérica	*	-	*	-	-	*	-	-	*	-	-	*	-	1	*	-
R. Intercontinental	1	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-
Otras Radio Convenc.	7	-	7	-	6	7	-	5	7	-	4	8	-	5	7	-
Emisoras de Radio Música:																
Cadena Dial	11%	17%	11%	-%	18%	11%	-%	10%	11%	-%	11%	11%	-%	13%	11%	-%
40 Principales	17	7	18	-	20	17	-	14	18	-	14	18	-	17	17	-
Top 40	1	-	1	-	2	1	-	-	1	-	-	1	-	1	1	-
Cadena 100	4	3	4	-	2	4	-	5	4	-	7	3	-	2	5	-
Onda Cero Música	4	-	4	-	-	4	-	7	4	-	2	5	-	2	4	-
Sinfo Radio (A3)	1	-	2	-	-	2	-	1	2	-	1	2	-	1	2	-
M-80	4	7	3	-	2	4	-	6	3	-	7	3	-	7	3	-
Otras Radio Música	11	7	11	-	6	11	-	6	12	-	5	13	-	6	12	-

## 5.5. TELEVISION

### Antecedentes

El entorno competitivo que conforman los canales de televisión en España ya no es el de los primeros años en que la audiencia ya podía escoger entre canales públicos o privados. En los primeros años con canales privados, el canal público de televisión ocupaba una hegemonía indiscutible, aunque sólo fuera por los hábitos de la audiencia durante décadas.

Durante los últimos doce meses, las diferencias en los porcentajes de audiencia de TVE-1 y Antena 3TV se han ido reduciendo hasta el punto de estar casi siempre distanciados uno de otro por un margen de cuatro o cinco puntos porcentuales a nivel nacional. Hace un año TVE-1 era líder en todas las Comunidades Autónomas, excepto en Cataluña, donde TV3 era la primera. Sin embargo, un año después, Antena 3TV ha ocupado el primer puesto alguna vez en el ranking de cuatro de las seis Comunidades donde existe canal autonómico.

Telecinco no ha tenido la evolución tan positiva de Antena 3TV y durante el último año no ha superado la barrera del 30% de seguidores, mientras que Antena 3TV nunca ha bajado del 40%, acercándose en ocasiones a la barrera del 50%.

### Pautas Estables en la Audiencia de Televisión

Analizando los comportamientos de la audiencia ante la televisión, se constata que una de las pautas invariables es la del período del día, por lo que la noche (77%) y la sobremesa (52%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (5%) y la mañana (6%) suelen tener los porcentajes más bajos. De la misma forma, se ha constatado que TVE-1 suele tener más seguidores que los otros canales durante la mañana y la sobremesa, mientras que en la tarde, la noche y la madrugada, el liderazgo varía de un mes a otro, dadas las escasas diferencias que separan la audiencia de TVE-1 y de Antena 3TV.

Los canales autonómicos gozan de mayores porcentajes de participación en la mañana y en la sobremesa.

Otro de los aspectos que parecen estables, según los resultados de los últimos sondeos, es el del perfil socioeconómico de los televidentes de cada canal. Así, entre los seguidores de TVE-1 suele existir un sobrepeso, en comparación con la audiencia total, entre los de mayor edad, con ideología de izquierda, de posición social baja y con status socioeconómico medio bajo.

Por el contrario, la audiencia de los canales privados manifiesta sobrepesos entre los más jóvenes, con ideología de centro derecha y con un status socioeconómico medio y alto.

La audiencia de boletines informativos se sitúa normalmente entre un 65% y un 70%. Por canales, TVE-1 suele contar con un tercio de la audiencia de informativos y Antena 3TV con una quinta parte, mientras que Telecinco no supera normalmente el 8%, es decir un índice inferior al cosechado por los canales autonómicos, que oscila normalmente entre un 12% y un 14%.

### Novedades más Relevantes de este mes de marzo de 1995.

La televisión ha sido otro de los medios que ha experimentado un aumento de su audiencia, completando así un ciclo de incrementos sucesivos durante los últimos tres meses. El índice actual de 88% es el más elevado del año y supera en seis puntos porcentuales al del mismo período de 1994.

Uno de los datos que mejor representa este aumento es el espectacular incremento de audiencia que han experimentado los boletines informativos, cuyo nivel ha alcanzado el 68%, superando en siete puntos porcentuales al del mes pasado y al de marzo de 1994, con mejoras en todos los canales.

Analizando la evolución de la audiencia por canales, sólomente Antena 3TV (47%) y Telecinco (31%) mejoran su participación con respecto a febrero, con mejoras de uno y dos puntos porcentuales respectivamente, conociendo su índice más alto en los últimos doce meses. TVE-1 (50%) se mantiene invariable.

Por Comunidades Autónomas, Antena 3TV supera a TVE-1 en Cataluña y Madrid, mientras que la situación inversa se produce en el País Vasco, Galicia y Comunidad Valenciana. En Cataluña y País Vasco, los canales autonómicos fueron los más vistos.

Centrando el análisis en la audiencia de boletines informativos, hay que apuntar que el importante incremento global que se ha registrado este mes explica el aumento que se señalaba en el punto 5.1. relativo al Índice de Exposición a la Información.

Todos los canales han experimentado alzas en los índices de audiencia de sus boletines informativos, pero ha resultado especialmente significativa la mejora en Antena 3TV, cuyo porcentaje es actualmente del 26%, reduciendo su diferencia con TVE-1 a sólo cinco puntos porcentuales.

La audiencia de los informativos de Telecinco también se sitúa en su nivel más alto, un 11%, aunque aún queda lejos de sus principales competidores.

La escasa diferencia que separa a los índices de seguidores de los informativos de Antena 3TV y TVE-1 queda evidenciada al desglosar los datos por Comunidades Autónomas. Hasta el mes pasado, los informativos de TVE-1 siempre habían sido los más vistos en todas las zonas geográficas.

Sin embargo, en marzo, Antena 3TV supera a TVE-1 en Cataluña e iguala a la televisión pública en Madrid y Valencia. Los informativos de TVE-1 siguen siendo los más vistos en Galicia y Andalucía, mientras que en Cataluña y País Vasco los mejor respaldados son los de los canales autonómicos.

Para complementar este análisis, se ha consultado sobre el seguimiento de los boletines de la tercera edición, constatando que el espacio dirigido por José M<sup>a</sup> Carrascal en Antena 3TV sigue siendo líder absoluto (37%), por delante de Mesa de Redacción de Telecinco (17%), espacio que supera al Telediario presentado en TVE-1 por Pedro Altares (16%).

En general, puede decirse que el mes de marzo ha supuesto una recuperación importante en la audiencia de los dos canales privados principales, así como un aumento importante en el seguimiento de los boletines informativos.



**Cuadro 5.5.1.**

**Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintos Canales**

Canales	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
TVE-1	46%	49%	49%	45%	54%	51%	49%	50%	51%	51%	50%	50%
La 2	17	20	15	15	19	18	15	17	18	16	21	16
Canal Plus	5	4	3	3	2	4	5	4	5	4	6	4
Antena 3	45	44	45	46	40	43	46	47	44	47	46	47
Telecinco	27	28	29	28	23	25	25	31	25	31	29	31
Vía Satélite	*	*	1	1	1	*	1	1	1	*	1	*
Canales Autonómicos	23	23	22	23	20	25	22	24	23	28	26	26
Ninguno/no vio	17	14	14	17	16	16	15	13	16	12	14	12
NS/NC	*	*	1	1	1	1	1	*	*	1	1	*
<b>Total Audiencia</b>												
T.V.	82%	86%	85%	82%	83%	84%	84%	87%	84%	87%	86%	88%



**Cuadro 5.5.2.**

**Audiencia de TV el día de Ayer, en distintas  
Comunidades Autónomas con Canales Propios.**

MARZO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1219)	(191)	(65)	(85)	(220)	(155)	(122)
CANALES							
TVE 1	50%	42%	48%	57%	47%	38%	40%
La 2	16	12	18	16	17	8	16
Canales Autonómicos	26	50	48	36	33	28	25
Canal Plus	4	4	3	4	4	5	2
Antena 3	47	45	35	36	47	45	37
Telecinco	31	21	26	35	41	21	33
Via Satélite	*	-	-	-	*	-	1
Ninguno, no vió	12	8	9	19	13	17	14
NS/NC	*	1	-	-	1	-	1
Total Audiencia	88%	92%	91%	81%	86%	83%	84%



**Cuadro 5.5.3.**

**Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Mañana (7 a 14 h.)	6%	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%	8%	6%	7%	6%
Sobremesa (14 a 18 h.)	43	47	46	50	51	50	49	49	48	55	52	52
Tarde (18 a 21 h.)	43	41	42	39	41	38	40	44	46	43	43	42
Noche (21 a 24 h.)	80	78	78	77	74	76	80	80	78	82	82	77
Madrugada (+ 24 h.)	5	4	6	9	8	6	6	7	7	7	7	5
NS/NC	1	*	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total: Televidentes</b>	<b>(1.001)</b>	<b>(1.051)</b>	<b>(1.039)</b>	<b>(1.004)</b>	<b>(998)</b>	<b>(1.017)</b>	<b>(1.019)</b>	<b>(1.047)</b>	<b>(1.014)</b>	<b>(1.061)</b>	<b>(1.036)</b>	<b>(1.066)</b>



**Cuadro 5.5.4.**

**Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.**

MARZO 1995	Total Audiencia	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(1066)	(61)	(556)	(444)	(825)	(56)
CANALES						
TVE 1	57%	66%	63%	59%	58%	50%
La 2	18	24	22	20	18	12
Canales Autonómicos	30	39	35	32	29	28
Canal Plus	4	8	5	4	5	5
Antena 3	54	57	53	59	58	66
Telecinco	36	52	37	42	37	39
Via Satélite	*	2	1	*	*	2
Ninguno, no vió	*	-	*	*	*	-
NS/NC	*	-	-	*	*	-
Total Audiencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%



**Cuadro 5.5.5.**

**Perfil Socioeconómico de los Televidentes en el día de Ayer  
de TVE-1, La 2, Canales Autonómicos y Canales Privados.**

MARZO 1995	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1219)	(603)	(191)	(323)	(752)
Edad:					
18 a 29 años	26%	22%	28%	25%	28%
30 a 49 años	34	31	31	32	35
50 a 64 años	22	23	23	25	21
65 y más años	18	24	18	17	15
Posición Social:					
Baja	42%	50%	40%	38%	40%
Media	46	41	48	49	47
Alta	12	9	13	13	13
Ideología:					
Izquierda	41%	44%	51%	45%	39%
Centro	15	14	13	18	16
Derecha	19	17	11	15	21
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	17%	14%	22%	19%	18%
Medio	57	56	53	54	59
Medio Bajo	24	28	22	25	21
Bajo	2	2	2	2	2
Clientes de:					
Bancos	25%	25%	30%	22%	27%
Cajas	71	70	69	71	70



Cuadro 5.5.6.

**Audiencia de los Programas de Noticias o Boletines  
Informativos en el día de ayer en diferentes  
Canales Televisivos**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
TVE 1	31%	31%	31%	32%	33%	34%	33%	35%	33%	34%	30%	31%
La 2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3
Canal Plus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Antena 3	21	22	21	23	22	22	22	23	22	23	21	26
Telecinco	8	8	8	9	6	7	7	8	8	10	10	11
Via Satélite	*	-	*	*	*	-	*	*	*	*	*	*
Canales Autono- micos	14	12	12	12	12	11	14	14	13	16	14	14
Ninguno	37	35	36	36	35	36	34	30	34	31	38	31
NS/NC	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Total Audiencia Informativos	61%	64%	63%	62%	63%	63%	65%	70%	65%	68%	61%	68%



Cuadro 5.5.7.

**Audiencia de Boletines Informativos en distintas  
Comunidades Autónomas.**

MARZO 1995	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1219)	(191)	(65)	(85)	(220)	(155)	(122)
CANALES							
TVE 1	31%	21%	29%	42%	28%	30%	23%
La 2	3	4	2	5	2	1	5
Canales Autonómicos	15	35	35	21	11	15	14
Canal Plus	1	2	2	-	*	1	1
Antena 3	26	27	15	16	23	29	23
Telecinco	11	8	9	8	10	8	14
Via Satélite	*	-	-	-	-	-	-
Ninguno, no vió	31	20	23	28	42	32	39
NS/NC	1	1	-	1	2	1	2



Cuadro 5.5.8.

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión.  
(En Porcentajes)**

	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
TOTAL	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
- ·NOTICIAS 1ª EDICION con Carmen Tomás (TELE 5).....	21	-	-	28	-	-
- ·ANTENA 3 NOTICIAS con Olga Viza y José A. Gavira.....	42	-	-	44	-	-
- ·TELEDIARIO 1ª EDICION con Ana Blanco y Matías Prats (TVE 1).....	50	-	-	52	-	-
- ·ANTENA 3 NOTICIAS con Pedro Piqueras y María Rey.....	-	50	-	-	49	-
- ·LAS NOTICIAS 2ª EDICION con Luis Mariñas (Tele 5).....	-	33	-	-	32	-
- ·TELEDIARIO 2ª EDICION con Elena Sánchez y Ramón Pellicer (TVE1)	-	45	-	-	49	-
- ·LAS NOTICIAS de la noche del Canal Autonómico.....	-	44	-	-	36	-
- ·MESA DE REDACCION, con Fernando Onega (TELE 5).....	-	-	20	-	-	17
- ·ANTENA 3 NOTICIAS con José Mª Carrascal.....	-	-	41	-	-	37
- ·TELEDIARIO 3ª EDICION, con Pedro Altares y Montserrat Balcegó.....	-	-	20	-	-	16
- ·LAS NOTICIAS de la Madrugada del Canal Autonómico.....	-	-	11	-	-	8



**Cuadro 5.5.9.**

**Perfil de los Televidentes de los Sigüientes Programas Informativos de Televisión.**

MARZO 1995	Total	MESA DE REDACCION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3ª EDICION			NOTICIAS MADRUGADA CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1219)	(206)	(1011)	(2)	(455)	(762)	(2)	(192)	(1023)	(4)	(98)	(1107)	(14)
Edad:													
18 a 29 años	26%	28%	26%	-%	30%	24%	-%	24%	26%	25%	19%	27%	21%
30 a 49 años	34	38	33	50	38	32	50	35	34	25	41	33	36
50 a 64 años	22	23	21	-	21	22	-	25	21	25	26	21	7
65 y más años	18	11	20	50	11	22	50	16	19	25	14	18	36
Posición Social:													
Baja	42%	31%	44%	100%	36%	45%	100%	41%	42%	25%	33%	42%	43%
Media	46	53	45	-	52	43	-	45	46	75	50	46	57
Alta	12	15	11	-	12	12	-	15	12	-	17	12	-
Ideología:													
Izquierda	41%	46%	40%	50%	42%	40%	50%	41%	41%	75%	48%	40%	57%
Centro	15	12	16	-	14	16	-	13	16	-	16	15	7
Derecha	19	20	19	-	22	17	-	21	19	-	16	20	7
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	17%	20%	16%	-%	20%	15%	-%	18%	16%	25%	16%	17%	21%
Medio	57	59	57	50	60	55	50	58	57	50	55	57	64
Medio Bajo	24	19	25	50	19	27	50	21	25	25	27	24	14
Bajo	2	1	3	-	2	3	-	3	2	-	2	2	-
Clientes de:													
Bancos	25%	34%	23%	-%	32%	20%	-%	26%	24%	75%	38%	23%	43%
Cajas	71	70	71	50	71	71	100	73	70	75	69	71	57
Exposición a Información:													
Alta	36%	50%	33%	-%	44%	32%	-%	39%	36%	50%	51%	34%	78%
Baja	43	41	43	100	41	44	100	47	42	50	34	44	22
Ninguna	21	9	24	-	15	25	-	14	23	-	15	22	-



Cuadro 5.5.10.

**Programas Informativos de Televisión que ha visto más recientemente,  
por Audiencia de Televisión.**

MARZO 1995	Total	MESA DE REDACCION			ANTENA 3 NOTICIAS			TELEDIARIO 3ª EDICION			NOTICIAS MADRUGADA CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1219)	(206)	(1011)	(2)	(455)	(762)	(2)	(192)	(1023)	(4)	(98)	(1107)	(14)
AUDIENCIA DE TELEVISION													
TVE 1	48%	51%	48%	50%	47%	49%	100%	60%	46%	50%	42%	49%	86%
La 2	15	20	14	-	17	14	-	20	14	-	20	14	28
Canales Autonómicos	25	29	24	-	23	26	-	20	26	-	52	22	7
Canal Plus	4	7	3	-	5	3	-	4	4	25	5	3	21
Antena 3	45	54	44	50	60	37	50	46	45	50	41	46	71
Telecinco	26	34	24	-	30	23	50	29	25	25	24	26	22
Via Satélite	*	*	-	-	*	-	-	-	*	-	-	*	-

## 5.6. LOS COMUNICADORES

Desde hace ya varios años, ASEP mide la imagen de cinco comunicadores sociales cada mes, a través del grado de conocimiento que se tiene del mismo, de la valoración media general que recibe, y de la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media, es decir, la imagen más o menos controvertida del comunicador en cuestión. En otros lugares de este Informe se ha explicado ya cómo se han medido cada una de estas tres dimensiones.

Los comunicadores sobre los que se ha consultado en marzo son Luis del Olmo, Iñaki Gabilondo, Manuel Campo Vidal, Olga Viza y Joaquín Estefanía.

Los dos presentadores de radio, Luis del Olmo (84%) e Iñaki Gabilondo (89%) confirman un año más su elevado porcentaje de conocimiento. El primero sigue dirigiendo en Onda Cero el espacio Protagonistas, mientras que el segundo conduce el espacio Hoy por Hoy en la SER a la misma hora. Sin embargo, Iñaki Gabilondo es claramente mejor valorado (7,3 puntos) que Luis del Olmo (6,5) y la imagen de ambos es poco controvertida.

Por su parte, el director de los informativos de Antena 3TV, Manuel Campo Vidal (79%) y la presentadora de las noticias de Antena 3TV de las 15:00 horas, Olga Viza (66%) también experimentan notables mejorías, no sólo en su porcentaje de conocimiento, sino también en la valoración notable que reciben, que es de 6,9 y 7 puntos, respectivamente, es decir las más altas entre todos los presentadores de espacios informativos de televisión. De hecho, Olga Viza consigue igualar la valoración de Rosa María Mateo.

Finalmente, se ha consultado sobre la imagen de Joaquín Estefanía, cuyo conocimiento se reduce a un 17%, con una discreta valoración de 5,7 puntos.

Un análisis más detallado se muestra en los Cuadros 5.6.5. a 5.6.7., y en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos, para todos los comunicadores sociales propuestos en los últimos once meses. Se pueden hacer las siguientes afirmaciones:

- a) Matías Prats, Emilio Aragón, Rosa M<sup>a</sup> Mateo, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Constantino Romero, Jose M<sup>a</sup> Carrascal y Luis del Olmo son los comunicadores más conocidos y mejor valorados. Carmen Sevilla, Lola Flores, Ana Obregón, Encarna Sánchez, Concha Velasco, José Luis Coll, Chiquito de la Calzada, Myriam Díaz Aroca y Julián Lago, aunque muy conocidos, son poco valorados.
- b) Los comunicadores más conocidos, aunque con un grado de controversia mediano, son, entre otros, José Luis Coll, Joaquín Prat, José M<sup>a</sup> García, Jesús Hermida, Isabel Gemio, Cela, Concha Velasco, María Teresa Campos, Jesús Puente, Pedro Ruiz, Raffaella Carrá, Nieves Herrero y Ana Obregón. Matías Prats, Emilio Aragón, Julia Otero, Rosa M<sup>a</sup> Mateo, Mercedes Milá, Pepe Navarro, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Luis del Olmo y Constantino Romero son muy conocidos y muy poco controvertidos.
- c) Finalmente, Casamayor, Francisco Umbral, Ana Obregón, Concha Velasco y José Luis Coll, son poco valorados y además tienen una imagen controvertida media. Carmen Sevilla, Myriam Díaz Aroca, Lola Flores, Julián Lago y Chiquito de la Calzada son muy poco valorados y muy controvertidos.

Al analizar, por diferentes segmentos sociales, tanto a los que opinan como a los que valoran a cada uno de los cinco comunicadores por los que se ha preguntado en este sondeo, las conclusiones más sobresalientes serían, en líneas generales, las siguientes:

- El conocimiento de los diferentes comunicadores suele ser mayor cuanto más baja es la edad del entrevistado.
- La posición social y el status socioeconómico suelen presentar una pauta clara de relación, en el sentido que cuanto más altos son el status socioeconómico y la posición social, más se opina respecto a los cinco comunicadores propuestos.
- La ideología no suele presentar una pauta concreta, como era lógico esperar.
- Y, lógicamente también, cuanto más alta es la exposición a la información mayor es el grado de opinión respecto a los comunicadores.

Respecto a las valoraciones que reciben cada uno de los comunicadores sociales, por diferentes segmentos de población, podemos deducir lo siguiente:

- Como ya se ha comprobado también con las instituciones y líderes políticos, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, con alguna excepción, no necesariamente significativa.
- Pero, a diferencia de las instituciones y líderes políticos, la ideología generalmente no parece influir sobre la valoración de los comunicadores.
- Y, en general también, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la exposición a la información, con alguna excepción no necesariamente significativa.

A continuación se han ordenado los comunicadores por los que se ha preguntado desde octubre de 1992, en cada una de las tres dimensiones de la imagen de mayor a menor grado de notoriedad, de mayor a menor valoración y de menor a mayor grado de desviación opinática (imagen controvertida).

Cada mes se pregunta por diferentes comunicadores, pero de cualquier forma, pueden ser incluidos más de un mes, y en esos casos los valores se corresponderán con el promedio resultante de los meses en que han sido incluidos.

Los rankings no parecen precisar mayor explicación, pero cabe resaltar que Carmen Sevilla es el comunicador más conocido, y Constantino Romero el más valorado. La imagen menos controvertida la tienen Constantino Romero, Pedro Piqueras e Iñaki Gabilondo. El comunicador menos conocido es Jaime Campmany, mientras que Lola Flores y Carmen Sevilla son las peor valoradas y también las que tienen una imagen más controvertida.

Cuadro 5.6.1.

Porcentaje de Conocimiento de Comunicadores Sociales

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Rosa M <sup>a</sup> Mateo	-	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	-	-
Julián Lago	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	95	94	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	79	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-
Jesús Puente	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-
Luis M <sup>a</sup> Ansón	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-	-	-
José M <sup>a</sup> Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84
Nieves Herrero	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Coll	-	-	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	58	56	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79
Julia Otero	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Navarro	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66
Elena Sánchez	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José A. Gavira	19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Herrero	-	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juancho Armas Marcelo	-	-	24	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17

Cuadro 5.6.2.

Imagen de Comunicadores Sociales  
(% que opinan y valoran)

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Rosa María Mateo	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-
Julián Lago	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	87	87	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-
Jesús Puente	-	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	85	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72
Nieves Herrero	-	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Coll	-	-	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	47	44	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66
Julia Otero	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Navarro	-	-	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53



Elena Sánchez	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	65	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Herrero	-	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juancho Armas Marcelo	-	-	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	-	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	-	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	-	-	68	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8

Cuadro 5.6.3.

Imagen de Comunicadores Sociales  
(Valoración media)

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Rosa María Mateo	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-	-
Julián Lago	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	6,9	7,0	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	6,7	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3	-
Jesús Puente	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	6,8	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5
Nieves Herrero	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Coll	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	6,0	6,4	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,9
Julia Otero	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Navarro	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0



Elena Sánchez	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	6,2	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	6,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Herrero	-	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juancho Armas Marcelo	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	-	-	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-	-
Fernando G <sup>a</sup> Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7

Cuadro 5.6.4.

**Imagen de Comunicadores Sociales  
(Desviación Opinática (s/x)100)**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Rosa María Mateo	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-
Joaquín Prat	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-
José María García	-	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-
Julián Lago	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel M. Ferrand	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	39	40	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-
Jesús Puente	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-
Luis M. Ansón	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-
Luis del Olmo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37
Nieves Herrero	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Coll	-	-	-	-	52	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	37	36	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
Manuel Campo Vidal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Julia Otero	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30
Pepe Navarro	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Herrero	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-
Iñaki Gabilondo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27
Olga Viza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29



Elena Sánchez	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Herrero	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juancho Armas Marcelo	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ana García Obregón	-	-	-	64	-	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Arús	-	-	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-
Fernando Jaúregui	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-
Myriam Díaz Aroca	-	-	-	-	65	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-
Chiquito de la Calzada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-
Fernando García Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-
Anne Igartiburu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
M <sup>a</sup> José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-
Mercedes Milá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-
Joaquín Estefanía	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36

**Cuadro 5.6.5.**

**Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales**

MARZO 94 - MARZO 95

		VALORACION		
		Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Matías Prats	Jesús Puente	Carmen Sevilla
		Emilio Aragón	Joaquín Prat	José Luis Coll
		Rosa M <sup>a</sup> Mateo	Jesús Hermida	Julián Lago
		Iñaki Gabilondo	Nieves Herrero	Ana García Obregón
		Luis Mariñas	Julia Otero	Chiquito de la Calzada
		Paco Lobatón	Isabel Gemio	
		Constantino Romero	José M <sup>a</sup> García	
		Pedro Piqueras	José M <sup>a</sup> Carrascal	
		Mercedes Milá	Luis del Olmo	
		Medio (30-70%)		Manuel Campo Vidal
Olga Viza	María Escario			Alfonso Arús
Ramón Sánchez Ocaña	C. García Ramos			Myriam Díaz Aroca
Elena Sánchez	Luis María Ansón			
Luis Herrero	Ana Blanco			
Pedro J. Ramírez	Ramón Pellicer			
Antonio Herrero	María Rey			
	Julio César Iglesias			
	Pepe Navarro			
	Fernando Jaúregui			
Bajo (-30%)		M. Martín Ferrand	Jaime Campmany	Ernesto S. de Buruaga
			Carmen Tomás	
			José Antonio Gavira	
			F. Jiménez Losantos	
			Juancho Armas Marcelo	



José Luis Gutiérrez  
Marta Robles  
Fernando García Delgado  
Anne Igartiburu  
M<sup>a</sup> José Sáez  
Joaquín Estefanía

---

**Cuadro 5.6.6.**

**Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales**

MARZO 94 - MARZO 95

IMAGEN CONTROVERTIDA			
	Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
CONOCIMIENTO  Alto (+70)	Carmen Sevilla	José Luis Coll	Matías Prats
	Julián Lago	Joaquín Prat	Julia Otero
	Chiquito de la C.	J.M <sup>a</sup> García	Rosa M <sup>a</sup> Mateo
		Jesús Hermida	Iñaki Gabilondo
		Jesús Puente	Luis Mariñas
		Nieves Herrero	Paco Lobatón
		Emilio Aragón	Constantino Romero
		Isabel Gemio	Luis del Olmo
		Ana García Obregón	Pedro Piqueras
		José M <sup>a</sup> Carrascal	Mercedes Milá
Medio (30-70%)	Encarna Sánchez	Luis M <sup>a</sup> Ansón	Cristina G <sup>a</sup> Ramos
	Myriam Díaz Aroca	Pepe Navarro	Pilar Cernuda
		Alfonso Arús	Manuel Campo Vidal
		Pepe Carroll	María Escario
			Antonio Herrero
			Olga Viza
			Elena Sánchez
			Ana Blanco
			Ramón Pellicer
			Julio César Iglesias
			María Rey
			Ramón Sánchez Ocaña
			Luis Herrero
		Pedro J. Ramírez	
		Fernando Jaúregui	
		Fernando Onega	



Bajo  
(-30%)

Marta Robles  
Jaime Campmany

Carmen Tomás  
José Antonio Gavira  
M. Martín Ferrand  
F. Jiménez Losantos  
Juancho Armas Marcelo  
José Luis Gutiérrez  
Ernesto S. de Buruaga  
Fernando G<sup>a</sup> Delgado  
Anne Igartiburu  
M<sup>a</sup> José Sáez  
Joaquín Estefanía

---

**Cuadro 5.6.7.**

**Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales**

MARZO 94 - MARZO 95

		IMAGEN CONTROVERTIDA	
		Alta (+65%)	Baja (-40%)
VALORACION	Alto (+6,5)	Emilio Aragón	Manuel Campo Vidal Pedro Piqueras Rosa M <sup>a</sup> Mateo Constantino Romero Matías Prats Luis del Olmo Luis Mariñas Iñaki Gabilondo Olga Viza Paco Lobatón Elena Sánchez Ramón Sánchez Ocaña M. Martín Ferrand Luis Herrero Pedro J. Ramírez Antonio Herrero
		Jesús Hermida Joaquín Prat Pepe Navarro Isabel Gemio Jesús Puente Nieves Herrero Luis María Ansón José M <sup>a</sup> García Pepe Carroll Marta Robles José M <sup>a</sup> Carrascal Jaime Campmany	Cristina García Ramos María Escario Pilar Cernuda Julio César Iglesias Ana Blanco Julia Otero Ramón Pellicer María Rey Carmen Tomás José Antonio Gavira F. Jiménez Losantos Juancho Armas Marcelo
	Medio (5,5-6,5)		



José Luis Gutiérrez  
Fernando Jaúregui  
Fernando Onega  
Fernando G<sup>a</sup> Delgado  
Mercedes Milá  
Joaquín Estefanía

-----  
Carmen Sevilla      José Luis Coll      Ernesto S. de Buruaga  
Bajo Julián Lago      Ana García Obregón      Anne Igartiburu  
(-5,5) Encarna Sánchez      Alfonso Arús      M<sup>a</sup> José Sáez  
Myriam Díaz Aroca  
Chiquito de la Calzada  
-----

**Cuadro 5.6.8.**

**Porcentaje de Conocimiento de Diferentes Comunicadores  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL MUESTRA	Joaquín Estefanía	Luis del Olmo	M. Campo Vidal	Iñaki Gabilondo	Olga Viza
TOTAL	(1219)	8	72	66	79	53
Edad:						
18 a 29 años	(318)	10	73	75	85	70
30 a 49 años	(415)	11	79	73	83	60
50 a 64 años	(263)	6	71	60	78	40
65 y más años	(223)	4	57	49	66	28
Posición Social:						
Baja	(508)	6	63	57	72	45
Media	(564)	8	75	70	82	54
Alta	(146)	18	90	86	92	73
Ideología:						
Izquierda	(496)	10	73	69	82	56
Centro	(185)	9	82	75	85	53
Derecha	(234)	8	73	68	80	56
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(203)	13	82	78	90	69
Medio	(695)	9	78	73	83	57
Medio Bajo	(292)	3	55	47	67	34
Bajo	(29)	3	21	24	45	21
Clientes de:						
Bancos	(302)	7	80	72	86	55
Cajas	(864)	9	73	68	80	54
Exposición a Información:						
Alta	(440)	15	84	81	90	68
Baja	(520)	5	71	64	79	50
Ninguna	(258)	4	51	46	63	31

**Cuadro 5.6.9.**

**Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores Sociales,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	TOTAL MUESTRA	Joaquín Estefanía	Luis del Olmo	M. Campo Vidal	Iñaki Gabilondo	Olga Viza
TOTAL	(1219)	5,7	6,5	6,9	7,3	7,0
Edad:						
18 a 29 años	(318)	5,5	6,3	6,7	7,2	7,0
30 a 49 años	(415)	5,9	6,5	7,1	7,4	7,0
50 a 64 años	(263)	5,2	7,0	7,0	7,7	7,0
65 y más años	(223)	6,3	6,2	6,6	7,1	6,5
Posición Social:						
Baja	(508)	5,5	6,7	7,0	7,5	7,1
Media	(564)	5,9	6,5	6,9	7,3	7,0
Alta	(146)	5,4	6,1	6,4	6,9	6,6
Ideología:						
Izquierda	(496)	5,7	6,1	6,8	7,3	6,7
Centro	(185)	5,3	6,5	6,8	7,2	6,9
Derecha	(234)	6,0	7,2	7,0	7,4	7,2
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(203)	5,6	6,4	6,7	7,2	6,9
Medio	(695)	5,7	6,5	7,0	7,4	7,0
Medio Bajo	(292)	5,4	6,8	6,8	7,2	7,1
Bajo	(29)	5,0	6,0	6,8	6,6	7,5
Clientes de:						
Bancos	(302)	5,5	6,9	7,2	7,4	7,1
Cajas	(864)	5,6	6,5	6,9	7,3	6,9
Exposición a Información:						
Alta	(440)	5,6	6,2	6,6	7,1	6,8
Baja	(520)	5,9	6,7	7,1	7,5	7,0
Ninguna	(258)	5,2	6,8	7,0	7,4	7,2



**Cuadro 5.6.10.**

**Ranking de Notoriedad**

MARZO 94 - MARZO 95

Comunicadores	%
1. Carmen Sevilla	92
2. Joaquín Prat	90
3. Jesús Hermida	89
4. Emilio Aragón	89
5. Paco Lobatón	87
6. Matías Prats	85
7. Isabel Gemio	84
8. Jesús Puente	84
9. Mercedes Milá	83
10. José Luis Coll	83
11. Ana García Obregón	82
12. Chiquito de la Calzada	80
13. Iñaki Gabilondo	79
14. José María García	78
15. Nieves Herrero	76
16. Rosa M <sup>a</sup> Mateo	75
17. Julián Lago	75
18. Luis Mariñas	75
19. José M <sup>a</sup> Carrascal	75
20. Constantino Romero	74
21. Luis del Olmo	72
22. Julia Otero	71
23. Pedro Piqueras	70
24. Myriam Díaz Aroca	68
25. Alfonso Arús	67
26. Pepe Carroll	66
27. Manuel Campo Vidal	66
28. Ramón Sánchez Ocaña	65
29. Pepe Navarro	62
30. Encarna Sánchez	57
31. Olga Viza	53
32. Elena Sánchez	51



33. María Escario	46
34. Antonio Herrero	44
35. Cristina García Ramos	43
36. Fernando Jaúregui	43
37. Ramón Pellicer	40
38. Pedro J. Ramírez	38
39. Pilar Cernuda	38
40. Ana Blanco	36
41. Julio César Iglesias	36
42. Luis Herrero	34
43. Luis M <sup>a</sup> Ansón	31
44. Fernando Onega	30
45. Anne Igartiburu	29
46. Manuel M. Ferrand	28
47. Marta Robles	28
48. María Rey	25
49. Carmen Tomás	23
50. José Luis Gutierrez	22
51. F. Jiménez Losantos	21
52. María José Sáez	21
53. Juancho Armas Marcelo	15
54. Fernando García Delgado	15
55. Ernesto Sáenz de Buruaga	12
56. Jaime Campmany	12
57. José Antonio Gavira	11
58. Joaquín Estefanía	8

**Cuadro 5.6.11.**

**Ranking de Comunicadores Sociales según las Valoraciones  
Asignadas por los Entrevistados**

MARZO 94 - MARZO 95

Comunicadores	X
1. Constantino Romero	7,3
2. Iñaki Gabilondo	7,3
3. Paco Lobatón	7,0
4. Rosa María Mateo	7,0
5. Olga Viza	7,0
6. Manuel Campo Vidal	6,9
7. Emilio Aragón	6,8
8. Pedro Piqueras	6,7
9. Matías Prats	6,6
10. Luis Mariñas	6,6
11. Elena Sánchez	6,6
12. Ramón Sánchez Ocaña	6,6
13. Manuel Martín Ferrand	6,6
14. Luis Herrero	6,6
15. Antonio Herrero	6,6
16. Luis del Olmo	6,5
17. Pedro J. Ramírez	6,5
18. Mercedes Milá	6,5
19. José M <sup>a</sup> Carrascal	6,4
20. Carmen Tomás	6,4
21. Ana Blanco	6,4
22. Cristina García Ramos	6,3
23. José Luis Gutiérrez	6,2
24. María Escario	6,2
25. Ramón Pellicer	6,2
26. Julia Otero	6,1
27. Juancho Armas Marcelo	6,1
28. Pepe Navarro	6,1
29. F. Jiménez Losantos	6,1
30. Joaquín Prat	6,1



31. Pepe Carroll	6,1
32. Fernando Jaúregui	6,0
33. María Rey	6,0
34. Fernando Onega	6,0
35. Jesús Hermida	5,9
36. José Antonio Gavira	5,9
37. Julio César Iglesias	5,9
38. Pilar Cernuda	5,8
39. Jaime Campmany	5,8
40. Isabel Gemio	5,8
41. Jesús Puente	5,7
42. Fernando García Delgado	5,7
43. Joaquín Estefanía	5,7
44. Luis M <sup>a</sup> Ansón	5,6
45. Marta Robles	5,6
46. José María García	5,5
47. M <sup>a</sup> José Sáez	5,5
48. Ernesto Sáenz de Buruaga	5,4
49. Nieves Herrero	5,3
50. José Luis Coll	5,2
51. Anne Igartiburu	5,2
52. Alfonso Arús	5,0
53. Encarna Sánchez	4,8
54. Ana García Obregón	4,3
55. Julián Lago	4,2
56. Myriam Díaz Aroca	4,2
57. Carmen Sevilla	4,0
58. Chiquito de la Calzada	3,3



**Cuadro 5.6.12.**

**Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales**

MARZO 94 - MARZO 95

Comunicadores	Discrepancia
1. Iñaki Gabilondo	27
2. Constantino Romero	29
3. Olga Viza	29
4. Pedro Piqueras	30
5. Manuel Campo Vidal	30
6. Ramón Sánchez Ocaña	30
7. Luis Mariñas	31
8. Rosa M <sup>a</sup> Mateo	31
9. Elena Sánchez	32
10. Manuel Martín Ferrand	32
11. José Luis Gutiérrez	32
12. Ramón Pellicer	33
13. Cristina García Ramos	33
14. José Antonio Gavira	33
15. Ana Blanco	34
16. Anne Igartiburu	34
17. Juancho Armas Marcelo	34
18. María Rey	34
19. Matías Prats	35
20. Luis Herrero	35
21. Carmen Tomás	36
22. Fernando Jaúregui	36
23. María Escario	36
24. Fernando García Delgado	36
25. Joaquín Estefanía	36
26. F. Jiménez Losantos	37
27. Luis del Olmo	37
28. Julia Otero	38
29. Pedro J. Ramírez	38
30. Antonio Herrero	38
31. Pilar Cernuda	38



32.	Julio César Iglesias	38
33.	M <sup>a</sup> José Sáez	38
34.	Mercedes Milá	39
35.	Fernando Onega	39
36.	Ernesto Sáenz de Buruaga	39
37.	Paco Lobatón	40
38.	Pepe Navarro	40
39.	Emilio Aragón	40
40.	Marta Robles	40
41.	Jaime Campmany	40
42.	Joaquín Prat	44
43.	José M <sup>a</sup> Carrascal	45
44.	Pepe Carroll	45
45.	Jesús Hermida	46
46.	Luis M <sup>a</sup> Ansón	46
47.	Jesús Puente	50
48.	Alfonso Arús	52
49.	José Luis Coll	52
50.	Isabel Gemio	53
51.	José M <sup>a</sup> García	55
52.	Nieves Herrero	56
53.	Ana García Obregón	64
54.	Myriam Díaz Aroca	65
55.	Encarna Sánchez	66
56.	Julián Lago	73
57.	Carmen Sevilla	78
58.	Chiquito de la Calzada	100

## 6. La Actualidad

Las noticias sobre política nacional han seguido acaparando la actualidad informativa, y por tanto han constituido también el objeto principal de este bloque de preguntas en el sondeo ASEP, como en meses anteriores. De manera concreta, se ha preguntado sobre los últimos acontecimientos en relación con los casos GAL, FILESA y Roldán, así como por la imagen comparada de González y Aznar y, como todos los meses, por la integración de España en la Unión Europea.

Al igual que ya se hiciera en el informe del pasado mes de febrero, hay que señalar la, en ocasiones, elevada proporción de entrevistados que renuncian a pronunciarse sobre algunas cuestiones, lo que puede deberse al ya señalado desencanto que los recientes acontecimientos políticos han causado en la opinión pública española.

### 6.1. EL CASO GAL

Más de la mitad de los entrevistados se muestran de acuerdo con el encarcelamiento preventivo del ex- Secretario de Estado para la Seguridad, Rafael Vera, ordenado por el juez Garzón, y sólo un 12% se muestra en desacuerdo con esta medida.

Aunque no se observan diferencias significativamente distintas de esta postura de acuerdo generalizado, sí puede destacarse el mayor acuerdo relativo con esta medida de los más jóvenes, los entrevistados de derecha, los de alto y medio alto status socioeconómico familiar, los parados, los votantes del PP, de IU y de partidos nacionalistas de izquierda, además de los que se muestran insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia.

Utilizando una escala de 1 (nada convencido) a 5 (muy convencido), un 31% de los entrevistados afirma estar muy convencido de que se han utilizado métodos no legales en la lucha contra el terrorismo, y un 38% dice estar muy convencido de que ha existido apropiación de fondos reservados por parte de altos cargos de la lucha antiterrorista, frente a un 10 y 11 por ciento respectivamente que afirman no estar nada convencidos. (Los correspondientes promedios son de 3,7 y 3,8 puntos, lo que demuestra un alto grado de convencimiento respecto a ambas cuestiones).

En ambas cuestiones se observa, además, un mayor convencimiento entre los entrevistados con intención de votar al Partido Popular y, sobre todo, a partidos minoritarios nacionalistas de izquierda, entre los insatisfechos con el Gobierno y los que se muestran indiferentes ante la Democracia.

Por el contrario, los entrevistados de mayor edad, quienes tienen ideología de izquierda, status socioeconómico medio-bajo y los clientes de Cajas, dicen estar menos convencidos del uso de métodos ilegales en la lucha antiterrorista y del probable beneficio que los altos cargos hayan podido obtener de los fondos reservados. También, como era lógico esperar, los votantes del PSOE y de partidos nacionalistas de derecha son los que menos convencidos se muestran con estas dos hipótesis.

Mediante una escala también de 5 puntos, en la que el 1 significa muy baja credibilidad y 5 muy alta credibilidad, los entrevistados conceden en general una baja credibilidad (2,8 puntos) a las declaraciones formuladas por el anterior y el actual Presidente del Tribunal Constitucional y por otras personalidades, como el General Sáenz de Santamaría que pretendían exculpar al Gobierno de responsabilidades en el caso GAL. Pero tampoco conceden mucha credibilidad (2,3 puntos) a las declaraciones de los ex-comisarios Amedo y Domínguez, que pretenden inculpar al Gobierno de las acciones de los GAL.

También respecto a estas declaraciones tanto exculpatorias como inculpatorias, se observa una mayor credibilidad cuanto más alto es el status socioeconómico familiar, así como un sentido inverso de la credibilidad otorgada por parte de los votantes del PSOE y de los partidos nacionalistas de derechas, y los satisfechos con el Gobierno y con la Democracia (mayor grado de veracidad a las declaraciones del Presidente y del ex- Presidente del Tribunal Constitucional y del general Sáenz de Santamaría, y menor grado de veracidad a las declaraciones de Amedo y Domínguez).

En cuanto a las afirmaciones de Felipe González y otros líderes socialistas relativas a que la guerra sucia contra ETA, así como la organización de los GAL, comenzaron durante los Gobiernos de UCD, cuando Suárez era Presidente, un 25% creen que efectivamente estas dos actividades se iniciaron bajo los Gobiernos centristas de Suárez, pero un 35% creen que se iniciaron bajo los Gobiernos socialistas de Felipe González.

Aunque hay que destacar la elevada proporción de entrevistados que no tienen una opinión definida sobre esta cuestión, los datos obtenidos revelan cierta controversia, a pesar de que la opinión predominante en términos relativos sea la atribución de esta "guerra sucia" a los gobiernos socialistas de la Democracia. De hecho, los únicos segmentos que se inclinan preferentemente hacia la opinión de que fue bajo los gobiernos centristas de Suárez cuando se iniciaron estas operaciones son los autopoicionados ideológicamente en la izquierda, quienes tienen un bajo status socioeconómico, los votantes potenciales del PSOE, de partidos nacionalistas de derecha y de otros partidos minoritarios, y quienes se muestran satisfechos con el Gobierno y con la Democracia, es decir, todos aquellos segmentos afines, de una u otra manera, al Gobierno actual.

De las tres cuestiones que parecen entremezclarse en el caso GAL, la utilización de métodos ilegales para luchar contra el terrorismo, la utilización ilegal de fondos reservados, y la utilización de fondos reservados para el enriquecimiento personal de altos cargos del Ministerio del Interior, un 39% de entrevistados piensa que la oposición critica por igual las tres cuestiones, y un 32% creen que lo que más critican es la utilización de fondos reservados para el enriquecimiento personal. Pero, lo que los propios entrevistados critican más es el enriquecimiento personal a través de los fondos reservados (46%), aunque un 27% critica las tres cosas. Estos datos deben llevar a reflexión, puesto que sólo algo más de una cuarta parte de los entrevistados condena los tres aspectos (y nada impedía que el 100% hubiera dado esa respuesta). Pero el resto de los entrevistados condena sobre todo el enriquecimiento personal de altos cargos con fondos reservados (46%, como se ha indicado), mientras que sólo un 6% condena la utilización de métodos ilegales para luchar contra el terrorismo, y un 7% la utilización ilegal de fondos reservados. Sólo un 3% de los entrevistados afirma no condenar ninguna de las tres cosas, mientras que un 10% no contesta la pregunta.

Si bien en estas dos cuestiones la mayoría de los segmentos sociales siguen las tendencias muestrales descritas, es preciso llamar la atención sobre algunos aspectos más concretos.

Respecto a la opinión sobre qué es lo que más critica la Oposición, los votantes de partidos nacionalistas de izquierda son quienes se muestran más críticos, ya que sostienen en una considerable mayor proporción que la Oposición no critica ninguno de los tres usos propuestos. Quienes, por el contrario, piensan que la Oposición sí critica estos tres factores en una proporción significativamente mayor que el promedio muestral son los posicionados ideológicamente en la derecha, los de alto y medio status socioeconómico familiar, los trabajadores del sector privado, clientes de Bancos, los votantes del CDS y, curiosamente, quienes dicen que no votarán o que no saben si lo harán en las próximas elecciones generales.

Del mismo modo, la mayoría relativa de los entrevistados en todos los segmentos sociales critican en mayor medida el uso de fondos reservados para el enriquecimiento de algunos altos

cargos de Interior, salvo los posibles votantes de partidos nacionalistas de izquierda, que continúan censurando los tres comportamientos indistintamente. Además, los entrevistados de alta posición social, votantes de IU y, también, de otros partidos nacionalistas de izquierda critican en mayor medida que el resto el uso de métodos ilegales para luchar contra el terrorismo. Por último, quienes tienen un status socioeconómico bajo son los entrevistados que, en una proporción significativa sobre los restantes segmentos sociales, no censuran ninguna de estas tres conductas.

Más de la mitad de los entrevistados cree que la polémica sobre los GAL beneficiará sobre todo al PP, y esto es aplicable a la práctica totalidad de los segmentos sociales, aunque en alguno de ellos la proporción de no respuesta supera cualquier otro posicionamiento ante esta cuestión.

Mientras que algo más de una quinta parte afirma no estar de acuerdo con los argumentos utilizados en esta polémica por ninguno de los partidos políticos, menos de esa proporción muestra su acuerdo, respectivamente, con los argumentos utilizados por el PP (19%), por el PSOE (16%) o por IU (14%).

Hay que destacar, además, que aunque más de la mitad de los votantes a cada uno de los partidos políticos coincide con el argumento utilizado por su partido, prácticamente un tercio o más de los votantes potenciales de cada partido no están de acuerdo con ninguno de estos argumentos o renuncian a dar su opinión sobre esta cuestión, mientras que proporciones cercanas al 10% se muestran más de acuerdo con los argumentos utilizados por otros partidos políticos distintos al destinatario potencial de su voto.

La ausencia de coincidencia con un argumento político concreto en torno al asunto de los GAL es también la pauta mayoritaria entre los menores de 50 años, los de alta posición social, parados, trabajadores por cuenta ajena en el sector privado, votantes de otros partidos y entrevistados sin intención de votar en las próximas elecciones generales.

Y, considerando otros aspectos de este caso, un 34% de los entrevistados opina que el PP es el partido que está utilizando tácticas más sucias, con mentiras y calumnias, para descalificar a otros partidos en esta polémica, pero un 23% señala al PSOE.

Sin perder de vista nuevamente el elevado porcentaje de población sin respuesta (probable consecuencia del desencanto generado por estos acontecimientos políticos), esta cuestión no está exenta de cierta controversia, ya que los posicionados en la derecha ideológica, los trabajadores por cuenta propia, votantes del PP y del CDS, e insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia atribuyen al PSOE unas tácticas de descalificación más sucias en mayor medida que al PP.

A manera de resumen, la opinión pública española cree mayoritariamente (44%) que el Gobierno organizó los GAL, y sólo un 21% opina que los GAL surgieron y actuaron sin que el Gobierno lo supiera.

Esta atribución al Gobierno de la organización de los GAL está en relación directa con la posición social y el status socioeconómico familiar y en relación inversa con el grado de satisfacción con el Gobierno y con la Democracia, destacando una vez más el notable conjunto de entrevistados que eluden pronunciarse sobre esta cuestión (principalmente, los mayores de 65 años, baja posición en la estructura social y entrevistados que dicen estar satisfechos con el Gobierno).

Puede que, por esta razón, un 72% de los entrevistados opine que el Juez Garzón debería continuar con el caso GAL y llegar hasta el final, frente a un 10% que opina que Garzón debería dejar voluntariamente el caso, un 4% que cree que debería ser obligado a dejarlo, y un 6% que afirma que se debería olvidar el caso GAL y cerrarlo para siempre.

Como puede observarse, lo que sí tiene claro la opinión pública es que Garzón mismo debe resolver y saldar definitivamente el caso GAL, y esta opinión es sostenida incluso en mayor proporción que el pasado mes de febrero.

En la práctica totalidad de los segmentos sociales, más de dos tercios de los entrevistados son partidarios de este final, aunque algunos segmentos parecen estar también muy interesados en que Garzón deje voluntariamente el caso y éste sea pasado a otro juez que lo instruya (entrevistados de alta posición social y votantes del PSOE, principalmente).



**Cuadro 6.1.1.**

**Indice de Acuerdo con el encarcelamiento de Rafael Vera,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni acuerdo ni desac.	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ns/Nc	INDICE
Total	(1219)	28%	26	17	8	4	17	142
Edad:								
18 a 29 años	(318)	31%	31	17	6	3	12	153
30 a 49 años	(415)	28%	27	16	9	5	15	141
50 a 64 años	(263)	30%	24	16	6	6	18	143
65 y más años	(223)	21%	20	17	10	2	30	128
Posición Social:								
Baja	(508)	24%	25	18	7	2	25	140
Media	(564)	30%	27	16	7	5	13	145
Alta	(146)	35%	23	15	12	9	7	137
Ideología:								
Izquierda	(496)	29%	26	16	10	6	14	139
Centro	(185)	29%	30	22	5	5	9	148
Derecha	(234)	34%	28	12	7	1	17	154
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(203)	41%	27	11	6	6	8	155
Medio	(695)	26%	27	18	8	4	16	141
Medio Bajo	(292)	24%	24	16	8	3	25	137
Bajo	(29)	17%	14	24	3	3	38	124
Sector Económico:								
No activos	(671)	26%	24	17	7	3	22	140
En paro	(138)	28%	34	14	8	3	14	151
Sec.Publico	(53)	36%	28	8	9	11	8	143
Sec.Priv.c/ajena	(282)	31%	23	20	8	5	12	141
Sec.Priv.c/propia	(74)	26%	37	11	8	7	12	147
Clientes de:								
Bancos	(302)	28%	30	18	9	4	11	144
Cajas	(864)	29%	26	17	8	4	17	143



Intención de Voto:								
PP	(291)	37%	26	14	6	1	15	157
CDS	(14)	43%	21	14	14	-	7	150
PSOE	(255)	14%	22	20	16	11	18	109
IU	(175)	43%	25	14	5	2	10	162
Nacion. derecha	(56)	25%	32	12	4	5	21	148
Nacion. izquierda	(16)	44%	31	12	13	-	-	163
Otros	(37)	5%	32	30	8	8	16	122
No votará	(114)	25%	32	15	6	4	17	147
No sabe	(201)	26%	25	19	5	1	23	145
No contesta	(60)	22%	22	15	5	3	33	135
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(250)	16%	20	19	12	10	23	115
Indiferentes	(139)	22%	20	25	6	2	24	134
Insatisfechos	(825)	33%	29	15	7	3	14	152
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(496)	22%	28	19	11	7	14	132
Indiferentes	(177)	28%	19	22	6	2	24	140
Insatisfechos	(522)	36%	26	12	5	3	17	154



**Cuadro 6.1.2.**

**Medida en la que está convencido de que se han utilizado Métodos Ilegales en la Lucha Antiterrorista, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy convencido	4	3	2	Nada Convencido	Ns/Nc	% Califican	MEDIA	% DISCREPANCIA
Total	(1219)	31%	21	15	7	10	16	84	3,7	38
Edad:										
18 a 29 años	(318)	35%	22	17	9	8	9	91	3,7	35
30 a 49 años	(415)	35%	22	13	6	13	12	88	3,7	39
50 a 64 años	(263)	30%	18	15	6	9	22	78	3,7	37
65 y más años	(223)	19%	19	18	5	9	30	70	3,5	38
Posición Social:										
Baja	(508)	24%	21	16	7	8	23	77	3,6	37
Media	(564)	35%	20	16	6	10	13	87	3,7	37
Alta	(146)	39%	22	12	6	15	6	94	3,7	40
Ideología:										
Izquierda	(496)	30%	22	15	9	11	13	87	3,6	39
Centro	(185)	38%	18	18	7	6	13	87	3,8	33
Derecha	(234)	38%	19	15	4	11	14	86	3,8	36
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(203)	42%	21	13	4	14	5	95	3,8	39
Medio	(695)	32%	21	15	7	10	15	85	3,7	37
Medio Bajo	(292)	22%	19	18	8	7	27	73	3,5	37
Bajo	(29)	10%	28	17	-	14	31	69	3,3	40
Sector Económico:										
No activos	(671)	27%	20	17	7	9	22	78	3,6	37
En paro	(138)	32%	20	12	6	13	17	83	3,6	40
Sec.Publico	(53)	36%	32	8	6	9	9	91	3,9	34
Sec.Priv.c/ajena	(282)	37%	21	16	8	10	8	92	3,7	37
Sec.Priv.c/propia	(74)	41%	22	12	4	15	7	93	3,7	39
Clientes de:										
Bancos	(302)	35%	25	17	5	8	10	90	3,8	34
Cajas	(864)	32%	20	15	7	11	15	85	3,6	38



Intención de Voto:										
PP	(291)	40%	19	16	4	10	11	89	3,8	35
CDS	(14)	50%	14	14	-	14	7	93	3,9	37
PSOE	(255)	16%	21	16	13	13	22	78	3,2	43
IU	(175)	39%	23	13	6	12	7	93	3,7	38
Nacion. derecha	(56)	29%	7	29	7	11	18	82	3,4	41
Nacion. izquierda	(16)	62%	19	13	6	-	-	100	4,4	22
Otros	(37)	24%	22	24	8	8	14	86	3,5	36
No votará	(114)	38%	20	11	4	10	18	82	3,9	35
No sabe	(201)	26%	26	14	6	6	21	79	3,8	33
No contesta	(60)	25%	17	12	5	8	33	67	3,7	38
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(250)	18%	14	20	11	10	27	73	3,2	42
Indiferentes	(139)	21%	26	14	8	7	24	76	3,6	36
Insatisfechos	(825)	37%	22	15	5	10	11	89	3,8	36
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(496)	27%	21	16	10	9	17	83	3,5	38
Indiferentes	(177)	29%	23	16	5	3	24	76	3,9	29
Insatisfechos	(522)	37%	19	15	4	13	12	88	3,7	39



**Cuadro 6.1.3.**

**Medida en la que está convencido de que que Altos Cargos se hayan beneficiado de los Fondos Reservados, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy convencido	4	3	2	Nada Convencido	Ns/Nc	% Califican	MEDIA	% DISCREPANCIA
Total	(1219)	38%	17	12	6	11	16	84	3,8	38
Edad:										
18 a 29 años	(318)	43%	20	11	8	10	8	92	3,8	36
30 a 49 años	(415)	44%	17	11	5	12	13	87	3,8	38
50 a 64 años	(263)	36%	15	11	7	9	22	78	3,8	38
65 y más años	(223)	23%	14	18	5	11	29	71	3,4	42
Posición Social:										
Baja	(508)	32%	15	14	7	9	23	77	3,7	38
Media	(564)	42%	18	11	6	10	13	87	3,8	37
Alta	(146)	46%	17	11	5	17	5	95	3,7	42
Ideología:										
Izquierda	(496)	36%	17	13	9	12	13	87	3,6	40
Centro	(185)	41%	16	17	7	7	12	88	3,9	34
Derecha	(234)	41%	17	11	5	12	14	86	3,8	38
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(203)	44%	18	12	5	14	6	94	3,8	39
Medio	(695)	39%	16	13	6	11	15	85	3,8	38
Medio Bajo	(292)	31%	15	12	7	9	25	75	3,7	38
Bajo	(29)	21%	24	14	-	7	35	65	3,8	32
Sector Económico:										
No activos	(671)	34%	15	14	6	10	21	79	3,7	39
En paro	(138)	42%	15	9	5	13	15	85	3,8	39
Sec.Publico	(53)	40%	21	9	4	17	9	91	3,7	42
Sec.Priv.c/ajena	(282)	42%	21	13	6	10	8	92	3,9	35
Sec.Priv.c/propia	(74)	50%	16	5	9	11	8	92	3,9	37
Clientes de:										
Bancos	(302)	43%	17	14	6	9	11	89	3,9	35
Cajas	(864)	39%	17	12	6	12	15	85	3,7	39



Intención de Voto:										
PP	(291)	48%	16	11	4	10	12	88	4,0	34
CDS	(14)	43%	21	7	-	21	7	93	3,7	44
PSOE	(255)	21%	15	16	13	14	22	78	3,2	46
IU	(175)	51%	18	6	6	12	6	94	4,0	36
Nacion. derecha	(56)	27%	11	29	5	9	20	80	3,5	38
Nacion. izquierda	(16)	56%	31	6	6	-	-	100	4,4	20
Otros	(37)	30%	14	24	11	8	14	86	3,5	38
No votará	(114)	46%	13	13	4	8	16	84	4,0	33
No sabe	(201)	34%	22	10	4	9	20	80	3,8	35
No contesta	(60)	30%	12	10	2	12	35	65	3,7	41
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(250)	20%	11	18	11	13	27	73	3,2	46
Indiferentes	(139)	26%	21	12	7	11	23	77	3,6	40
Insatisfechos	(825)	45%	18	11	5	10	11	89	3,9	35
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(496)	30%	17	16	9	12	17	83	3,5	41
Indiferentes	(177)	39%	16	15	4	5	21	79	4,0	31
Insatisfechos	(522)	46%	16	9	4	12	12	88	3,9	37



**Cuadro 6.1.4.**

**Grado de Credibilidad de las declaraciones del Presidente y del ex-presidente del Tribunal Constitucional y del general Sáenz de Santamaría, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy alta	4	3	2	Muy baja	Ns/Nc	% Califican	MEDIA	% DISCREPANCIA
Total	(1219)	7%	13	21	10	16	33	67	2,8	47
Edad:										
18 a 29 años	(318)	6%	14	20	11	19	29	71	2,7	49
30 a 49 años	(415)	6%	13	23	11	18	29	71	2,7	47
50 a 64 años	(263)	10%	13	21	10	11	35	65	3,0	44
65 y más años	(223)	7%	11	17	8	12	45	55	2,9	46
Posición Social:										
Baja	(508)	5%	12	18	10	14	41	59	2,7	47
Media	(564)	8%	13	23	10	17	29	71	2,8	47
Alta	(146)	10%	18	21	14	16	21	79	2,9	45
Ideología:										
Izquierda	(496)	7%	19	22	8	15	28	72	2,9	44
Centro	(185)	13%	13	21	12	17	24	76	2,9	48
Derecha	(234)	5%	8	26	18	15	28	72	2,6	45
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(203)	11%	14	25	13	18	20	80	2,8	47
Medio	(695)	7%	14	21	11	16	32	68	2,8	46
Medio Bajo	(292)	4%	10	18	8	15	44	56	2,6	48
Bajo	(29)	3%	7	14	3	14	59	41	2,6	52
Sector Económico:										
No activos	(671)	6%	12	19	10	14	39	61	2,7	47
En paro	(138)	5%	14	21	8	22	30	70	2,6	50
Sec.Publico	(53)	11%	13	26	15	23	11	89	2,7	49
Sec.Priv.c/ajena	(282)	7%	16	24	10	16	27	73	2,9	44
Sec.Priv.c/propia	(74)	9%	12	23	16	12	27	73	2,9	44
Clientes de:										
Bancos	(302)	8%	16	23	11	20	22	78	2,8	48
Cajas	(864)	7%	13	21	11	16	32	68	2,8	47



Intención de Voto:										
PP	(291)	5%	9	23	18	18	27	73	2,5	47
CDS	(14)	-%	29	14	21	21	14	86	2,6	47
PSOE	(255)	12%	25	18	5	9	31	69	3,3	37
IU	(175)	6%	10	23	8	24	29	71	2,5	52
Nacion. derecha	(56)	11%	12	23	7	16	30	70	2,9	47
Nacion. izquierda	(16)	12%	12	38	12	19	6	94	2,9	44
Otros	(37)	3%	22	22	14	19	22	78	2,7	45
No votará	(114)	6%	9	18	6	22	40	60	2,5	55
No sabe	(201)	3%	8	19	11	11	47	53	2,7	44
No contesta	(60)	5%	8	20	8	12	47	53	2,7	45
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(250)	12%	19	21	6	6	35	65	3,4	36
Indiferentes	(139)	6%	12	21	10	11	41	59	2,8	43
Insatisfechos	(825)	5%	12	21	12	19	31	69	2,6	50
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(496)	11%	19	24	8	10	28	72	3,1	40
Indiferentes	(177)	3%	10	18	12	14	44	56	2,6	46
Insatisfechos	(522)	5%	10	19	12	22	33	67	2,4	52



**Cuadro 6.1.5.**

**Grado de Credibilidad que le merecen las declaraciones de los ex-comisarios Amedo y Domínguez, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy alta	4	3	2	Muy baja	Ns/Nc	% Califican	MEDIA	% DISCREPANCIA
Total	(1219)	6%	8	20	15	28	23	77	2,3	55
Edad:										
18 a 29 años	(318)	7%	11	21	16	29	16	84	2,4	54
30 a 49 años	(415)	6%	9	20	15	31	20	80	2,3	56
50 a 64 años	(263)	5%	3	20	18	28	26	74	2,2	55
65 y más años	(223)	3%	6	19	11	24	37	63	2,3	54
Posición Social:										
Baja	(508)	4%	6	21	12	26	31	69	2,2	54
Media	(564)	7%	7	19	17	30	20	80	2,3	56
Alta	(146)	5%	14	19	18	33	11	89	2,3	55
Ideología:										
Izquierda	(496)	5%	6	17	16	37	19	81	2,1	59
Centro	(185)	7%	9	22	20	24	17	83	2,4	51
Derecha	(234)	6%	12	25	15	20	21	79	2,6	48
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(203)	8%	14	19	16	31	12	88	2,4	56
Medio	(695)	5%	8	20	15	31	20	80	2,3	56
Medio Bajo	(292)	5%	4	21	14	21	35	65	2,3	52
Bajo	(29)	3%	-	10	7	21	59	41	2,0	62
Sector Económico:										
No activos	(671)	5%	6	19	13	28	29	71	2,3	56
En paro	(138)	6%	7	21	18	27	21	79	2,3	54
Sec.Publico	(53)	6%	13	25	23	30	4	96	2,4	52
Sec.Priv.c/ajena	(282)	6%	11	19	16	32	17	83	2,3	56
Sec.Priv.c/propia	(74)	8%	7	28	19	27	11	89	2,4	52
Clientes de:										
Bancos	(302)	5%	9	23	13	34	17	83	2,2	56
Cajas	(864)	6%	8	20	16	28	22	78	2,3	54



Intención de Voto:										
PP	(291)	9%	12	27	14	20	18	82	2,7	48
CDS	(14)	-%	7	36	14	36	7	93	2,1	48
PSOE	(255)	1%	4	11	17	44	23	77	1,7	57
IU	(175)	8%	8	25	14	30	15	85	2,4	55
Nacion. derecha	(56)	4%	9	12	21	27	27	73	2,2	55
Nacion. izquierda	(16)	6%	13	31	6	38	6	94	2,4	55
Otros	(37)	5%	11	24	11	35	14	86	2,3	56
No votará	(114)	7%	3	16	15	34	25	75	2,1	61
No sabe	(201)	5%	10	20	15	15	35	65	2,6	47
No contesta	(60)	5%	3	12	17	23	40	60	2,2	58
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(250)	1%	4	15	18	33	29	71	1,9	54
Indiferentes	(139)	5%	4	22	12	30	27	73	2,2	56
Insatisfechos	(825)	7%	9	21	15	27	21	79	2,4	54
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(496)	3%	6	21	19	32	19	81	2,1	54
Indiferentes	(177)	3%	4	21	12	25	34	66	2,2	54
Insatisfechos	(522)	9%	10	19	13	26	22	78	2,5	55



**Cuadro 6.1.6.**

**Afirmación que se aproxima más a lo que piensa sobre la Guerra  
Sucia contra ETA y la organización de los GAL, por  
Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	Ninguna de las dos	Otra	Ns/Nc
Total	(1219)	25%	35	8	2	29
Edad:						
18 a 29 años	(318)	29%	36	9	3	23
30 a 49 años	(415)	26%	36	8	3	27
50 a 64 años	(263)	21%	39	7	2	32
65 y más años	(223)	22%	29	8	1	40
Posición Social:						
Baja	(508)	23%	31	9	2	35
Media	(564)	26%	39	7	2	27
Alta	(146)	29%	37	11	5	19
Ideología:						
Izquierda	(496)	35%	28	7	2	27
Centro	(185)	20%	47	10	1	22
Derecha	(234)	14%	56	7	1	22
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(203)	30%	40	5	3	21
Medio	(695)	24%	37	9	3	28
Medio Bajo	(292)	23%	30	9	1	37
Bajo	(29)	31%	21	3	-	45
Sector Económico:						
No activos	(671)	22%	34	7	1	35
En paro	(138)	30%	30	9	3	27
Sec.Publico	(53)	21%	45	4	6	25
Sec.Priv.c/ajena	(282)	30%	37	9	3	22
Sec.Priv.c/propia	(74)	23%	45	15	3	15
Clientes de:						
Bancos	(302)	24%	39	8	3	26
Cajas	(864)	27%	37	8	2	26



Intención de Voto:						
PP	(291)	10%	62	7	1	21
CDS	(14)	-%	79	14	-	7
PSOE	(255)	42%	15	14	3	26
IU	(175)	29%	39	3	5	23
Nacion. derecha	(56)	43%	22	2	2	32
Nacion. izquierda	(16)	37%	37	12	-	13
Otros	(37)	38%	30	8	3	22
No votará	(114)	18%	36	8	2	36
No sabe	(201)	17%	26	9	2	46
No contesta	(60)	28%	17	7	2	47
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(250)	36%	12	14	2	36
Indiferentes	(139)	22%	26	10	1	41
Insatisfechos	(825)	22%	44	6	3	25
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(496)	32%	27	11	2	27
Indiferentes	(177)	21%	34	6	1	38
Insatisfechos	(522)	20%	44	6	3	27

- (1) La guerra sucia contra ETA y la organización de los GAL se iniciaron bajo los Gobiernos centristas de Suárez.
- (2) La guerra sucia contra ETA y la organización de los GAL se iniciaron bajo los Gobiernos socialistas de Felipe González.



**Cuadro 6.1.7.**

**Opinión del Entrevistado sobre lo que critica más la Oposición,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	( 3 )	Las tres cosas	Ninguna de las tres cosas	Ns/Nc
Total	(1219)	5%	8	32	39	3	14
Edad:							
18 a 29 años	(318)	8%	8	38	38	2	7
30 a 49 años	(415)	4%	10	32	40	3	10
50 a 64 años	(263)	4%	5	34	40	3	14
65 y más años	(223)	4%	6	23	35	3	30
Posición Social:							
Baja	(508)	5%	7	27	38	4	20
Media	(564)	5%	8	34	39	2	10
Alta	(146)	3%	7	42	39	3	5
Ideología:							
Izquierda	(496)	5%	10	38	35	3	9
Centro	(185)	6%	9	32	39	2	11
Derecha	(234)	6%	6	27	44	2	14
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(203)	4%	6	38	41	3	6
Medio	(695)	6%	8	32	41	3	11
Medio Bajo	(292)	3%	8	30	32	3	24
Bajo	(29)	10%	3	21	24	3	38
Sector Económico:							
No activos	(671)	5%	7	31	36	4	18
En paro	(138)	6%	12	32	34	1	16
Sec.Publico	(53)	4%	9	36	40	4	8
Sec.Priv.c/ajena	(282)	5%	7	35	45	2	6
Sec.Priv.c/propia	(74)	7%	5	30	47	4	7
Clientes de:							
Bancos	(302)	6%	6	34	43	3	8
Cajas	(864)	6%	8	33	37	3	12



Intención de Voto:							
PP	(291)	6%	8	32	40	2	13
CDS	(14)	-%	-	57	43	-	-
PSOE	(255)	5%	9	33	34	2	17
IU	(175)	7%	9	37	39	2	5
Nacion. derecha	(56)	4%	9	30	38	5	14
Nacion. izquierda	(16)	-%	19	31	38	12	-
Otros	(37)	8%	8	38	35	8	3
No votará	(114)	3%	7	30	42	4	14
No sabe	(201)	4%	3	29	45	2	16
No contesta	(60)	3%	8	25	28	3	32
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(250)	5%	5	31	36	3	20
Indiferentes	(139)	3%	7	31	40	1	19
Insatisfechos	(825)	5%	8	33	40	3	11
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(496)	4%	10	35	37	2	12
Indiferentes	(177)	6%	4	34	37	1	18
Insatisfechos	(522)	6%	7	30	41	4	12

- (1) La utilización de métodos ilegales para luchar contra el terrorismo.
- (2) La utilización ilegal de Fondos Reservados.
- (3) La utilización de los Fondos Reservados para el enriquecimiento personal de altos cargos del Ministerio del Interior.



**Cuadro 6.1.8.**

**Qué es lo que le parece más criticable al Entrevistado,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	( 3 )	Las tres cosas	Ninguna de las tres cosas	Ns/Nc
Total	(1219)	6%	7	46	27	3	10
Edad:							
18 a 29 años	(318)	8%	8	50	28	2	4
30 a 49 años	(415)	7%	7	46	27	5	8
50 a 64 años	(263)	6%	6	44	29	3	12
65 y más años	(223)	1%	6	44	25	3	21
Posición Social:							
Baja	(508)	5%	6	42	28	3	16
Media	(564)	6%	8	47	28	3	7
Alta	(146)	10%	5	56	21	3	5
Ideología:							
Izquierda	(496)	8%	9	49	22	4	8
Centro	(185)	5%	6	45	33	3	8
Derecha	(234)	5%	7	41	35	3	10
Status Socioeconómico Familiar:							
Alto, Medio alto	(203)	7%	5	53	25	4	6
Medio	(695)	7%	8	44	30	3	8
Medio Bajo	(292)	3%	5	47	25	3	17
Bajo	(29)	3%	7	38	10	10	31
Sector Económico:							
No activos	(671)	5%	7	45	27	3	14
En paro	(138)	9%	9	43	26	4	9
Sec.Publico	(53)	9%	9	49	21	4	8
Sec.Priv.c/ajena	(282)	6%	6	53	27	4	5
Sec.Priv.c/propia	(74)	7%	4	41	36	5	7
Clientes de:							
Bancos	(302)	5%	4	50	31	4	6
Cajas	(864)	6%	8	48	27	3	9



Intención de Voto:							
PP	(291)	4%	6	45	33	3	9
CDS	(14)	7%	-	43	50	-	-
PSOE	(255)	5%	8	52	15	7	14
IU	(175)	11%	8	49	27	1	5
Nacion. derecha	(56)	9%	11	39	30	2	9
Nacion. izquierda	(16)	19%	12	25	44	-	-
Otros	(37)	5%	8	54	22	5	5
No votará	(114)	4%	7	40	38	2	10
No sabe	(201)	7%	4	47	28	2	12
No contesta	(60)	3%	8	40	23	3	22
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(250)	3%	4	51	16	8	18
Indiferentes	(139)	5%	9	43	26	1	15
Insatisfechos	(825)	7%	8	45	31	2	7
Satisfacción con la Democracia:							
Satisfechos	(496)	5%	9	49	22	5	11
Indiferentes	(177)	6%	6	42	32	2	12
Insatisfechos	(522)	7%	6	46	31	2	8

- (1) La utilización de métodos ilegales para luchar contra el terrorismo.
- (2) La utilización ilegal de Fondos Reservados.
- (3) La utilización de los Fondos Reservados para el enriquecimiento personal de altos cargos del Ministerio del Interior.

**Cuadro 6.1.9.**

**Partido Político al que va a beneficiar más la polémica sobre los GAL,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	PP	PSOE	IU	CiU	PNV	Otros	Ninguno	Ns/Nc
Total	(1219)	56%	4	4	1	1	2	9	24
Edad:									
18 a 29 años	(318)	65%	8	2	1	-	1	7	16
30 a 49 años	(415)	59%	3	5	1	1	2	9	18
50 a 64 años	(263)	53%	3	4	1	1	2	9	28
65 y más años	(223)	43%	4	2	*	-	1	10	39
Posición Social:									
Baja	(508)	49%	5	2	1	*	1	9	33
Media	(564)	62%	4	4	1	*	2	8	19
Alta	(146)	63%	2	6	1	2	4	11	11
Ideología:									
Izquierda	(496)	67%	3	4	1	1	1	6	16
Centro	(185)	57%	8	4	-	1	2	9	20
Derecha	(234)	56%	3	4	1	1	3	11	22
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(203)	61%	3	4	1	*	5	12	12
Medio	(695)	60%	5	4	1	1	1	7	21
Medio Bajo	(292)	46%	2	2	1	-	2	10	37
Bajo	(29)	34%	7	-	-	-	-	14	45
Sector Económico:									
No activos	(671)	52%	4	3	1	*	1	8	30
En paro	(138)	60%	5	3	-	-	3	8	22
Sec.Publico	(53)	51%	6	6	2	2	6	9	19
Sec.Priv.c/ajena	(282)	64%	4	5	*	1	1	10	16
Sec.Priv.c/propia	(74)	64%	7	5	-	1	4	13	5
Clientes de:									
Bancos	(302)	62%	5	5	1	1	2	9	15
Cajas	(864)	56%	4	3	1	1	2	9	24



Intención de Voto:									
PP	(291)	55%	4	4	1	1	3	12	18
CDS	(14)	50%	14	7	-	-	-	14	14
PSOE	(255)	60%	7	3	-	-	1	7	22
IU	(175)	72%	3	5	2	1	1	3	14
Nacion. derecha	(56)	66%	-	2	2	-	2	4	25
Nacion. izquierda	(16)	87%	-	-	6	-	-	-	6
Otros	(37)	65%	8	3	3	-	-	11	11
No votará	(114)	42%	2	3	-	-	3	16	34
No sabe	(201)	45%	5	3	*	1	*	9	36
No contesta	(60)	47%	2	2	-	-	3	3	43
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(250)	58%	4	3	1	1	1	8	25
Indiferentes	(139)	50%	5	2	1	-	2	9	31
Insatisfechos	(825)	57%	4	4	1	1	2	9	22
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(496)	60%	5	3	-	1	1	9	21
Indiferentes	(177)	51%	4	3	1	1	3	7	31
Insatisfechos	(522)	56%	4	4	2	1	2	9	23

**Cuadro 6.1.10.**

**Argumentos utilizados por los Partidos Políticos con los que está más de acuerdo el Entrevistado, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	PP	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	Ninguno	Ns/Nc
Total	(1219)	19%	16	14	2	1	1	22	24
Edad:									
18 a 29 años	(318)	17%	13	21	3	1	1	26	18
30 a 49 años	(415)	18%	13	19	2	1	*	24	22
50 a 64 años	(263)	23%	21	10	2	-	1	20	24
65 y más años	(223)	19%	21	4	3	2	*	16	35
Posición Social:									
Baja	(508)	16%	20	9	1	1	-	20	32
Media	(564)	21%	14	17	3	1	1	23	20
Alta	(146)	21%	12	25	1	2	-	27	12
Ideología:									
Izquierda	(496)	5%	26	25	2	1	1	22	17
Centro	(185)	22%	15	10	7	1	1	23	22
Derecha	(234)	55%	6	7	1	1	1	13	17
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(203)	23%	11	23	2	2	*	23	16
Medio	(695)	19%	17	17	3	*	1	22	22
Medio Bajo	(292)	17%	18	5	1	1	1	24	32
Bajo	(29)	7%	28	3	-	-	-	17	45
Sector Económico:									
No activos	(671)	19%	18	12	2	1	*	20	28
En paro	(138)	17%	16	16	4	-	2	24	22
Sec.Público	(53)	23%	15	17	2	2	-	19	23
Sec.Priv.c/ajena	(282)	15%	16	19	2	1	*	28	18
Sec.Priv.c/propia	(74)	35%	8	18	3	-	1	26	9
Clientes de:									
Bancos	(302)	26%	15	16	2	2	1	22	17
Cajas	(864)	19%	18	15	2	1	*	21	23



Intención de Voto:									
PP	(291)	58%	3	9	-	-	1	12	18
CDS	(14)	36%	7	7	-	-	-	36	14
PSOE	(255)	3%	59	3	*	1	-	17	17
IU	(175)	5%	4	57	-	1	1	17	17
Nacion. derecha	(56)	2%	9	5	30	9	-	20	25
Nacion. izquierda	(16)	6%	6	25	6	6	12	31	6
Otros	(37)	19%	3	5	-	-	3	51	19
No votará	(114)	9%	6	10	3	-	1	44	28
No sabe	(201)	11%	7	8	1	1	-	30	41
No contesta	(60)	3%	7	10	3	2	-	28	47
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(250)	4%	48	3	2	*	-	20	22
Indiferentes	(139)	14%	17	11	2	-	1	21	35
Insatisfechos	(825)	25%	7	19	2	1	1	23	22
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(496)	14%	28	14	3	1	1	20	20
Indiferentes	(177)	16%	12	11	2	1	1	22	36
Insatisfechos	(522)	26%	7	16	2	1	1	25	22



**Cuadro 6.1.11.**

**Partido Político que está utilizando unas tácticas más sucias para  
descalificar a otros Partidos en esta Polémica,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	PP	PSOE	IU	CIU	PNV	Otros	Ninguno	Ns/Nc
Total	(1219)	34%	23	2	1	*	3	5	32
Edad:									
18 a 29 años	(318)	38%	23	1	1	1	2	5	28
30 a 49 años	(415)	34%	25	3	1	*	6	4	26
50 a 64 años	(263)	28%	26	3	1	-	1	4	36
65 y más años	(223)	33%	16	2	-	-	1	5	43
Posición Social:									
Baja	(508)	32%	19	1	*	*	2	5	40
Media	(564)	34%	25	3	2	*	3	5	29
Alta	(146)	36%	31	6	2	1	5	3	15
Ideología:									
Izquierda	(496)	54%	15	2	1	*	2	3	23
Centro	(185)	28%	25	3	2	2	3	8	31
Derecha	(234)	10%	47	3	2	-	3	6	28
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(203)	36%	30	2	2	-	3	6	20
Medio	(695)	34%	24	3	1	1	3	5	30
Medio Bajo	(292)	31%	17	2	*	*	3	4	42
Bajo	(29)	35%	3	-	-	-	-	7	55
Sector Económico:									
No activos	(671)	32%	20	2	1	*	2	5	38
En paro	(138)	36%	27	3	1	1	4	1	27
Sec.Publico	(53)	42%	26	-	4	-	-	4	25
Sec.Priv.c/ajena	(282)	36%	24	4	1	1	4	5	24
Sec.Priv.c/propia	(74)	26%	39	4	1	-	4	4	22
Clientes de:									
Bancos	(302)	34%	27	2	2	*	4	6	24
Cajas	(864)	34%	23	2	1	*	2	5	32



Intención de Voto:									
PP	(291)	7%	52	3	3	-	3	4	29
CDS	(14)	21%	50	14	-	-	-	-	14
PSOE	(255)	67%	2	3	1	*	2	3	23
IU	(175)	42%	28	1	1	1	2	5	21
Nacion. derecha	(56)	52%	16	4	-	-	2	-	27
Nacion. izquierda	(16)	56%	13	6	-	-	-	-	25
Otros	(37)	43%	8	3	3	5	8	5	24
No votará	(114)	24%	18	3	-	-	7	8	40
No sabe	(201)	23%	14	1	*	*	3	6	52
No contesta	(60)	23%	10	2	-	-	3	10	52
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(250)	58%	4	4	2	-	1	4	29
Indiferentes	(139)	37%	11	1	-	-	3	4	44
Insatisfechos	(825)	26%	31	2	1	1	4	5	30
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(496)	41%	18	4	1	*	2	6	29
Indiferentes	(177)	32%	14	2	-	1	5	2	45
Insatisfechos	(522)	28%	32	2	2	*	3	5	28



**Cuadro 6.1.12.**

**Opinión sobre la Responsabilidad del Gobierno en el asunto de los GAL,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	Ns/Nc
Total	(1219)	44%	21	35
Edad:				
18 a 29 años	(318)	51%	23	27
30 a 49 años	(415)	49%	19	32
50 a 64 años	(263)	41%	21	39
65 y más años	(223)	26%	25	49
Posición Social:				
Baja	(508)	33%	23	44
Media	(564)	51%	19	30
Alta	(146)	55%	21	24
Ideología:				
Izquierda	(496)	38%	30	32
Centro	(185)	50%	21	30
Derecha	(234)	64%	11	25
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(203)	62%	18	20
Medio	(695)	43%	22	35
Medio Bajo	(292)	34%	21	45
Bajo	(29)	17%	34	48
Sector Económico:				
No activos	(671)	39%	21	40
En paro	(138)	45%	22	33
Sec.Publico	(53)	58%	21	21
Sec.Priv.c/ajena	(282)	48%	21	30
Sec.Priv.c/propia	(74)	57%	19	24
Clientes de:				
Bancos	(302)	47%	26	27
Cajas	(864)	45%	20	35



Intención de Voto:				
PP	(291)	67%	12	21
CDS	(14)	71%	14	14
PSOE	(255)	16%	49	36
IU	(175)	61%	15	25
Nacion. derecha	(56)	32%	14	54
Nacion. izquierda	(16)	63%	25	13
Otros	(37)	46%	30	24
No votará	(114)	50%	16	34
No sabe	(201)	35%	12	53
No contesta	(60)	15%	8	77
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(250)	14%	41	45
Indiferentes	(139)	35%	20	45
Insatisfechos	(825)	54%	15	30
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(496)	33%	31	36
Indiferentes	(177)	44%	15	41
Insatisfechos	(522)	55%	14	31

- (1) El Gobierno organizó los GAL.
- (2) Los GAL surgieron y actuaron sin que el Gobierno lo supiera.

**Cuadro 6.1.13.**

**Qué debería suceder en el Proceso del Caso de los GAL**

	II-95	III-95
----- Total	(1211)	(1219)
- Debería olvidarse por completo el caso GAL y cerrarlo para siempre.....	4%	6%
- El juez Garzón debería ser obligado a dejar el caso GAL pero pasándolo a otro juez.....	4	4
- El juez Garzón debería dejar el caso voluntariamente y pasarlo a otro juez...	9	10
- El juez Garzón debería continuar con el caso GAL y llegar hasta el final.....	67	72
- NS/NC.....	15	9



**Cuadro 6.1.14.**

**Que debería suceder en el Proceso del caso GAL,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	Ns/Nc
Total	(1219)	6%	4	10	72	9
Edad:						
18 a 29 años	(318)	3%	5	8	81	4
30 a 49 años	(415)	6%	4	13	71	7
50 a 64 años	(263)	6%	2	7	73	12
65 y más años	(223)	9%	4	8	61	17
Posición Social:						
Baja	(508)	7%	3	6	70	14
Media	(564)	4%	5	10	75	6
Alta	(146)	5%	3	20	68	4
Ideología:						
Izquierda	(496)	5%	6	13	69	7
Centro	(185)	4%	5	9	76	6
Derecha	(234)	6%	*	8	80	6
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(203)	4%	3	12	75	4
Medio	(695)	5%	5	10	73	7
Medio Bajo	(292)	6%	1	8	69	16
Bajo	(29)	14%	3	3	52	28
Sector Económico:						
No activos	(671)	6%	4	8	70	13
En paro	(138)	4%	2	9	82	4
Sec.Publico	(53)	4%	6	13	77	-
Sec.Priv.c/ajena	(282)	5%	5	12	72	6
Sec.Priv.c/propia	(74)	8%	3	12	73	4
Clientes de:						
Bancos	(302)	4%	3	11	75	7
Cajas	(864)	6%	4	9	73	8



Intención de Voto:						
PP	(291)	5%	1	6	82	6
CDS	(14)	14%	-	14	64	7
PSOE	(255)	11%	7	15	55	12
IU	(175)	3%	1	7	82	7
Nacion. derecha	(56)	4%	11	7	68	11
Nacion. izquierda	(16)	-%	12	6	81	-
Otros	(37)	8%	3	11	78	-
No votará	(114)	3%	4	17	68	9
No sabe	(201)	4%	2	7	76	10
No contesta	(60)	-%	7	7	65	22
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(250)	12%	5	13	54	15
Indiferentes	(139)	8%	5	9	64	14
Insatisfechos	(825)	3%	3	8	79	6
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(496)	8%	6	12	65	9
Indiferentes	(177)	4%	2	7	71	16
Insatisfechos	(522)	4%	2	8	81	6

- (1) Debería olvidarse por completo el caso GAL y cerrarlo para siempre.
- (2) El Juez Garzón debería ser obligado a dejar el caso GAL pero pasándolo a otro juez.
- (3) El Juez Garzón debería dejar el caso GAL voluntariamente y pasarlo a otro juez.
- (4) El Juez Garzón debería continuar con el caso GAL y llegar hasta el final.

## 6.2. EL CASO FILESA

La principal novedad en este caso fue la petición de suplicatorio para poder juzgar a Alfonso Guerra, formulada por el juez Barbero. Un 46% de los entrevistados afirma estar de acuerdo con esta petición, frente a sólo un 13% que dice estar en desacuerdo.

El acuerdo es, por lo tanto, la opinión predominante en todos los segmentos sociales sin excepción, y hay que decir que este grado de acuerdo aparece claramente consensuado en todos los segmentos, salvo en lo que se refiere a los entrevistados con un bajo status socioeconómico y, lógicamente, a los votantes del PSOE, aunque también éstos muestran su acuerdo mayoritario con esta petición.

Coherentemente con este acuerdo, un 40% dice estar en desacuerdo con la decisión del Tribunal Supremo rechazando el suplicatorio, mientras que un 14% está de acuerdo con su decisión.

Cabe destacar, asimismo, que todos los segmentos sociales muestran su desacuerdo con la decisión del Tribunal Supremo, excepto los votantes del PSOE, que no se definen ni por el acuerdo ni por el desacuerdo. Se observa, por otra parte, un mayor desacuerdo con esta decisión cuanto menor es la edad de los entrevistados, más alta su posición social y su status socioeconómico familiar, su proximidad a la derecha ideológica, y su insatisfacción con el Gobierno y con la Democracia. Del mismo modo los votantes del PP y de IU muestran su desacuerdo en mayor proporción que el resto de los votantes.



**Cuadro 6.2.1.**

**Grado de Acuerdo con que el Juez Barbero haya pedido la concesión del  
Suplicatorio para poder juzgar a Alfonso Guerra,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni acuerdo ni desac.	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ns/Nc	INDICE
Total	(1219)	22%	24	13	7	6	28	134
Edad:								
18 a 29 años	(318)	27%	29	12	8	5	20	143
30 a 49 años	(415)	23%	28	12	6	6	24	139
50 a 64 años	(263)	21%	21	14	7	6	31	129
65 y más años	(223)	16%	15	13	7	4	44	120
Posición Social:								
Baja	(508)	20%	20	13	7	3	37	129
Media	(564)	25%	26	12	6	5	25	140
Alta	(146)	21%	33	13	9	13	12	132
Ideología:								
Izquierda	(496)	19%	27	13	9	7	24	128
Centro	(185)	22%	32	15	9	3	19	142
Derecha	(234)	31%	23	11	6	3	26	145
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(203)	28%	31	13	6	7	15	145
Medio	(695)	22%	25	13	8	7	25	132
Medio Bajo	(292)	20%	21	12	4	2	41	135
Bajo	(29)	17%	-	14	7	-	62	110
Sector Económico:								
No activos	(671)	21%	20	14	7	4	34	131
En paro	(138)	24%	20	12	9	3	32	132
Sec.Publico	(53)	32%	30	11	6	13	8	143
Sec.Priv.c/ajena	(282)	22%	33	11	7	8	18	139
Sec.Priv.c/propia	(74)	24%	32	11	4	5	23	147
Clientes de:								
Bancos	(302)	27%	29	14	8	5	18	143
Cajas	(864)	22%	25	13	7	6	27	135



Intención de Voto:									
PP	(291)	35%	24	11	5	3	22	151	
CDS	(14)	21%	36	7	-	14	21	143	
PSOE	(255)	8%	22	16	10	12	31	108	
IU	(175)	29%	25	14	7	5	19	142	
Nacion. derecha	(56)	20%	23	16	11	2	29	130	
Nacion. izquierda	(16)	37%	38	-	13	-	12	163	
Otros	(37)	16%	38	11	8	8	19	138	
No votará	(114)	23%	22	11	10	5	29	130	
No sabe	(201)	15%	26	13	3	3	40	134	
No contesta	(60)	28%	22	7	3	2	38	145	
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(250)	11%	20	15	8	9	37	115	
Indiferentes	(139)	18%	19	14	8	5	37	124	
Insatisfechos	(825)	27%	27	12	6	5	24	142	
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(496)	16%	25	16	9	7	26	125	
Indiferentes	(177)	18%	23	15	5	3	37	133	
Insatisfechos	(522)	30%	24	9	5	5	25	145	



**Cuadro 6.2.2.**

**Grado de Acuerdo con la decisión del Tribunal Supremo de rechazar  
la petición de Suplicatorio para Alfonso Guerra,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni acuerdo ni desac.	Algo en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Ns/Nc	INDICE
Total	(1219)	6%	8	14	18	22	32	74
Edad:								
18 a 29 años	(318)	4%	9	14	22	27	24	64
30 a 49 años	(415)	7%	9	14	19	25	27	72
50 a 64 años	(263)	5%	6	16	15	19	38	78
65 y más años	(223)	7%	7	12	13	13	47	88
Posición Social:								
Baja	(508)	4%	8	14	16	16	42	81
Media	(564)	6%	7	15	19	26	28	69
Alta	(146)	12%	10	14	22	26	16	75
Ideología:								
Izquierda	(496)	9%	10	16	19	18	28	81
Centro	(185)	4%	5	18	22	25	25	62
Derecha	(234)	3%	9	9	20	28	31	64
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(203)	7%	12	15	21	28	17	70
Medio	(695)	7%	8	15	19	23	29	73
Medio Bajo	(292)	3%	7	12	15	16	48	79
Bajo	(29)	7%	3	10	-	17	62	93
Sector Económico:								
No activos	(671)	5%	7	14	16	20	39	76
En paro	(138)	6%	9	12	17	24	33	75
Sec.Publico	(53)	8%	11	17	13	40	11	66
Sec.Priv.c/ajena	(282)	8%	8	18	20	24	22	72
Sec.Priv.c/propia	(74)	7%	11	8	28	19	27	70
Clientes de:								
Bancos	(302)	6%	11	16	21	25	23	72
Cajas	(864)	6%	8	14	18	22	31	73



Intención de Voto:									
PP	(291)	5%	8	11	19	31	27	63	
CDS	(14)	21%	-	7	14	29	29	78	
PSOE	(255)	13%	12	16	16	9	34	100	
IU	(175)	3%	5	17	20	33	23	55	
Nacion. derecha	(56)	4%	11	12	21	20	32	73	
Nacion. izquierda	(16)	12%	6	6	19	37	19	63	
Otros	(37)	-%	19	14	22	27	19	70	
No votará	(114)	4%	10	14	17	24	32	74	
No sabe	(201)	3%	4	17	16	12	47	78	
No contesta	(60)	3%	7	7	13	27	43	70	
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(250)	11%	11	14	13	10	41	98	
Indiferentes	(139)	7%	7	15	15	16	40	83	
Insatisfechos	(825)	4%	7	14	20	27	28	66	
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(496)	8%	11	18	17	18	29	85	
Indiferentes	(177)	2%	7	13	20	15	42	75	
Insatisfechos	(522)	5%	6	12	19	29	30	63	

### 6.3. EL CASO ROLDAN

Puesto que al redactar las preguntas sobre esta cuestión lo único que se sabía era que Roldán había sido detenido (o se había entregado) en Laos, sin que se conociesen todavía los pormenores (documentos de extradición) ni se hubiese celebrado la comparecencia del Ministro Belloch en el Congreso, pocas eran las cuestiones sobre las que se podía preguntar, pues la opinión pública estaba todavía muy desorientada y confusa sobre lo que había ocurrido y cómo. Aún así, un 47% de los entrevistados creía que la detención de Roldán se debía a que el Gobierno había llegado a un acuerdo con él para que la condena fuese pequeña, mientras que un 15% creía entonces que se debía a una gran labor de la policía, actuando con independencia del Gobierno, y un 11% opinaba que se debía a los esfuerzos realizados por el Gobierno para detenerle.

La creencia en un posible pacto para acortar la condena es la opinión que prevalecía en mayor proporción relativa en todos los segmentos sociales. Sin embargo, los mayores de 65 años, con ideología de izquierda, status socioeconómico familiar bajo y medio bajo, votantes del PSOE y de partidos nacionalistas de derecha, así como los satisfechos con el Gobierno y con la Democracia confiaban, en una proporción superior al promedio muestral, en que la clave había sido los esfuerzos que hizo el Gobierno para detener a Luis Roldán. Por otra parte, sólo los entrevistados con intención de votar al PSOE y los satisfechos con el Gobierno esgrimían como razón primera y principal la labor investigadora policial en la detención del prófugo.

En esta misma línea de desconfianza inicial de la opinión pública, un 40% de los entrevistados estaban convencidos de que Roldán "no tirará" de la manta a cambio de una condena corta, frente a un 21% que cree que "tirará" de la manta pero sin inculpar a todos los responsables, y un 19% que cree que "tirará" de la manta e inculpará a altos cargos del Gobierno socialista sin ocultar nada.

Una vez más hay que señalar el alto índice de no respuesta, y aunque prácticamente todos los entrevistados en todos los segmentos sociales daban por supuesto la hipotética aceptación y cumplimiento de un pacto entre el Gobierno y Roldán, los mayores de 65 años, de baja y alta posición social, no activos, trabajadores del sector público, votantes del CDS y PSOE, y satisfechos con el Gobierno anteponían la inculpación de Roldán a altos cargos socialistas sin ocultar nada a la posible declaración en la que, por el contrario, Roldán decidiera no acusar a otros responsables del Gobierno.



**Cuadro 6.3.1.**

**Opinión sobre la detención de Luis Roldán, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	Otra razón	Ninguna	Ns/Nc
Total	(1219)	11%	15	47	4	3	4	17
Edad:								
18 a 29 años	(318)	8%	12	56	6	4	3	11
30 a 49 años	(415)	10%	16	52	3	3	4	12
50 a 64 años	(263)	10%	13	43	5	2	5	21
65 y más años	(223)	17%	17	31	3	*	4	29
Posición Social:								
Baja	(508)	13%	17	39	4	1	3	23
Media	(564)	8%	13	53	4	3	5	13
Alta	(146)	13%	12	54	3	5	3	10
Ideología:								
Izquierda	(496)	16%	19	42	3	3	4	13
Centro	(185)	11%	17	47	7	3	4	11
Derecha	(234)	6%	9	65	3	3	2	13
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(203)	11%	13	57	4	3	2	8
Medio	(695)	9%	15	49	4	3	3	17
Medio Bajo	(292)	13%	15	39	4	2	6	21
Bajo	(29)	14%	17	34	3	3	3	24
Sector Económico:								
No activos	(671)	12%	15	42	4	1	4	21
En paro	(138)	6%	12	53	6	6	3	14
Sec.PUBLICO	(53)	9%	17	49	4	4	2	15
Sec.Priv.c/ajena	(282)	11%	14	53	2	5	4	11
Sec.Priv.c/propia	(74)	8%	16	58	4	1	3	10
Clientes de:								
Bancos	(302)	11%	14	52	6	2	3	12
Cajas	(864)	11%	15	48	4	3	4	16
Intención de Voto:								
PP	(291)	2%	11	67	2	3	3	11
CDS	(14)	-%	-	79	21	-	-	-
PSOE	(255)	30%	29	17	4	2	4	15



IU	(175)	5%	10	69	4	3	1	9
Nacion. derecha	(56)	20%	11	41	9	4	2	14
Nacion. izquierda	(16)	-%	12	75	6	-	-	6
Otros	(37)	8%	16	49	8	3	3	13
No votará	(114)	6%	13	49	3	3	5	21
No sabe	(201)	8%	10	38	5	2	7	29
No contesta	(60)	2%	10	38	2	2	5	42
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(250)	28%	21	20	4	1	6	20
Indiferentes	(139)	13%	14	32	7	1	6	25
Insatisfechos	(825)	5%	13	58	4	3	3	14
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(496)	17%	19	39	3	1	5	15
Indiferentes	(177)	10%	11	39	7	3	6	24
Insatisfechos	(522)	5%	12	59	4	4	2	15

- (1) A los esfuerzos realizados por el Gobierno para detenerlo.
- (2) A una gran labor de investigación de la policía, actuando con independencia respecto al Gobierno.
- (3) A que el Gobierno ha llegado a un acuerdo con Roldán para que la condena sea pequeña.
- (4) A un golpe de suerte (el azar, la casualidad).



Cuadro 6.3.2.

Frase que refleja mejor la Opinión del Entrevistado sobre lo que ocurrirá con el caso Roldán, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1995	Total	( 1 )	( 2 )	( 3 )	NS/NC
Total	(1219)	19%	21	40	20
Edad:					
18 a 29 años	(318)	19%	23	47	11
30 a 49 años	(415)	20%	22	43	15
50 a 64 años	(263)	16%	20	41	23
65 y más años	(223)	21%	18	26	35
Posición Social:					
Baja	(508)	20%	18	37	25
Media	(564)	16%	23	44	17
Alta	(146)	27%	26	37	10
Ideología:					
Izquierda	(496)	22%	27	35	16
Centro	(185)	18%	21	45	15
Derecha	(234)	19%	19	47	15
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(203)	21%	23	45	11
Medio	(695)	20%	22	41	17
Medio Bajo	(292)	15%	18	39	29
Bajo	(29)	14%	17	24	45
Sector Económico:					
No activos	(671)	20%	19	37	23
En paro	(138)	11%	22	48	19
Sec.Publico	(53)	26%	13	40	21
Sec.Priv.c/ajena	(282)	20%	23	44	13
Sec.Priv.c/propia	(74)	11%	36	43	10
Clientes de:					
Bancos	(302)	21%	23	41	15
Cajas	(864)	19%	22	41	19



Intención de Voto:					
PP	(291)	17%	21	49	13
CDS	(14)	28%	21	43	7
PSOE	(255)	25%	23	26	25
IU	(175)	20%	27	42	10
Nacion. derecha	(56)	12%	27	43	18
Nacion. izquierda	(16)	19%	31	38	13
Otros	(37)	11%	19	57	14
No votará	(114)	17%	19	40	24
No sabe	(201)	15%	16	42	26
No contesta	(60)	18%	13	37	32
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(250)	22%	17	30	31
Indiferentes	(139)	19%	21	32	29
Insatisfechos	(825)	18%	23	45	14
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(496)	21%	23	35	20
Indiferentes	(177)	16%	23	36	25
Insatisfechos	(522)	18%	20	48	15

- (1) Roldán "tirará" de la manta e inculpará a altos cargos del Gobierno socialista sin ocultar nada.
- (2) Roldán "tirará" de la manta pero no llegará a inculpar a otros responsables.
- (3) Roldán no "tirará" de la manta a cambio de una condena corta.

#### **6.4. LA IMAGEN DE GONZALEZ Y AZNAR**

La falta de confianza de los españoles en la clase política en general, ya señalada a lo largo de este informe, se demuestra una vez más en la escasa confianza que parecen depositar en los principales líderes políticos, como ya se comentó también el mes pasado. Un 58% y un 61% de los entrevistados afirman tener poca o ninguna confianza en González o Aznar, respectivamente, para solucionar los principales problemas del país (56% y 59% el mes pasado).

A pesar de la escasa confianza en uno y otro líder, los de bajo status socioeconómico, los satisfechos con el Gobierno, y los votantes al PSOE muestran una clara confianza en González para solucionar los problemas, mientras que los autopusicionados en la derecha y los votantes del PP tienen una fuerte confianza en Aznar.



Cuadro 6.4.1.

Grado de Confianza en Felipe González y José María Aznar para Solucionar los distintos problemas del País.

MARZO 1995	Felipe González		José M <sup>a</sup> Aznar	
	II-95	III-95	II-95	III-95
Total	(1.211)	(1.219)	(1.211)	(1.219)
Absoluta	5%	4%	3%	3%
Mucha	12	13	11	9
Regular	25	23	23	22
Poca	22	19	21	19
Ninguna	34	39	38	42
NS/NC	2	2	4	5
INDICE	61	59	55	51



**Cuadro 6.4.2.**

**Indice de Confianza en Felipe González y José M<sup>a</sup> Aznar  
para solucionar los principales Problemas del país,  
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	Felipe Gonzalez	Jose M <sup>a</sup> Aznar
Total	(1219)	59	51
Edad:			
18 a 29 años	(318)	45	44
30 a 49 años	(415)	54	42
50 a 64 años	(263)	66	67
65 y más años	(223)	83	60
Posición Social:			
Baja	(508)	69	53
Media	(564)	53	52
Alta	(146)	48	44
Ideología:			
Izquierda	(496)	85	17
Centro	(185)	52	58
Derecha	(234)	22	124
Status Socioeconómico Familiar			
Alto, Medio alto	(203)	46	46
Medio	(695)	59	52
Medio Bajo	(292)	66	54
Bajo	(29)	107	52
Sector Económico:			
No activos	(671)	64	55
En paro	(138)	57	41
Sec.Publico	(53)	47	60
Sec.Priv.c/ajena	(282)	58	40
Sec.Priv.c/propia	(74)	36	73
Clientes de:			
Bancos	(302)	57	60
Cajas	(864)	59	49



Intención de Voto:			
PP	(291)	14	132
CDS	(14)	36	71
PSOE	(255)	155	10
IU	(175)	30	16
Nacion. derecha	(56)	61	20
Nacion. izquierda	(16)	50	12
Otros	(37)	46	32
No votará	(114)	39	30
No sabe	(201)	48	48
No contesta	(60)	48	35
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(250)	144	23
Indiferentes	(139)	80	43
Insatisfechos	(825)	30	61
Satisfacción con la Democracia			
Satisfechos	(496)	91	42
Indiferentes	(177)	61	45
Insatisfechos	(522)	27	64

## 6.5. ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA

Desde el mes de enero de 1993 se han incluido dos preguntas fijas que pretenden medir la actitud de los españoles hacia la UE, con el fin de disponer de una serie temporal de datos que permitan conocer la evolución de estos sentimientos a medida que la sociedad española acuse el impacto de la progresiva integración de España en la Unión Europea.

Se ha medido otra vez el grado de satisfacción general con la pertenencia de España a la UE, pudiéndose apreciar este mes un nivel de satisfacción similar al de meses precedentes, y casi idéntico al nivel obtenido hace un año.

Las diferencias entre segmentos sociales, aunque pequeñas, no dejan de ser significativas. Así, comparando las posiciones extremas ("muy" o "nada" satisfecho), se observa que los segmentos sociales más satisfechos, en términos relativos, parecen ser los satisfechos con el Gobierno, con la Democracia y los votantes del PSOE, como viene siendo habitual, y este mes también los de bajo status socioeconómico familiar, y en menor medida los mayores de 64 años, los de izquierda, los de posición social baja y los votantes de partidos nacionalistas de derecha.

La percepción del grado en que la pertenencia a la UE beneficia a España y a la Comunidad Autónoma en que reside el entrevistado parece ser positiva en ambos casos, manteniéndose cierta superioridad en la valoración de los efectos para España con respecto a los que se perciben para la Comunidad Autónoma del entrevistado, tal y como ya venía observándose en los pasados meses.

En ambos casos, alrededor del 60% de los entrevistados opinan que la pertenencia es beneficiosa, mientras que alrededor de una cuarta parte o más la considera más bien perjudicial. Este mes de marzo se percibe, no obstante, un ligero descenso en la percepción del beneficio de esta pertenencia en ambos ámbitos con respecto al último mes.

Por segmentos sociales, todos ellos (excepto los que no están satisfechos con la pertenencia de España a la UE y los votantes del CDS) perciben más beneficios que perjuicios derivados de la pertenencia de España a la Comunidad Europea, tanto para España como para la Comunidad Autónoma. En general, la valoración positiva está relacionada, en ambos casos, directamente con el "izquierdismo", y con la satisfacción con el Gobierno y con la democracia, e inversamente con la posición social.

**Cuadro 6.5.1.**

**Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE**

	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Muy Satisfecho	10%	12%	13%	13%	13%	14%	11%	13%	13%	14%	16%	15%
Algo Satisfecho	64	58	56	60	60	57	58	57	57	57	57	53
Nada Satisfecho	19	20	20	17	17	20	21	22	20	21	20	23
NS/NC	7	9	10	10	10	9	11	7	10	8	7	9
INDICE	91	92	93	96	96	94	89	91	92	93	96	92



Cuadro 6.5.2.

Satisfacción del Entrevistado con la pertenencia de España a la Unión Europea, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1995	Total	Muy Sa- tisfecho	Algo Sa- tisfecho	Nada Sa- tisfecho	Ns/Nc	INDICE
Total	(1219)	15%	53	23	9	92
Edad:						
18 a 29 años	(318)	18%	57	20	5	97
30 a 49 años	(415)	13%	55	24	8	89
50 a 64 años	(263)	16%	49	28	8	88
65 y más años	(223)	13%	50	18	19	95
Posición Social:						
Baja	(508)	13%	55	18	13	95
Media	(564)	16%	52	26	6	90
Alta	(146)	16%	52	28	4	88
Ideología:						
Izquierda	(496)	18%	56	20	6	98
Centro	(185)	16%	56	23	6	93
Derecha	(234)	12%	52	29	6	82
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(203)	16%	58	22	4	94
Medio	(695)	14%	55	24	7	90
Medio Bajo	(292)	17%	46	23	15	95
Bajo	(29)	14%	55	10	21	103
Sector Económico:						
No activos	(671)	14%	54	20	12	94
En paro	(138)	14%	48	30	8	83
Sec.Publico	(53)	11%	62	25	2	87
Sec.Priv.c/ajena	(282)	17%	54	24	5	93
Sec.Priv.c/propia	(74)	16%	51	28	4	88
Clientes de:						
Bancos	(302)	13%	60	20	7	93
Cajas	(864)	15%	54	23	8	92



Intención de Voto:						
PP	(291)	11%	53	30	6	82
CDS	(14)	7%	43	36	14	72
PSOE	(255)	24%	63	6	8	118
IU	(175)	14%	48	33	5	81
Nacion. derecha	(56)	20%	50	21	9	98
Nacion. izquierda	(16)	12%	44	37	6	75
Otros	(37)	13%	51	30	5	84
No votará	(114)	10%	53	24	14	86
No sabe	(201)	13%	51	22	14	91
No contesta	(60)	13%	48	23	15	90
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(250)	26%	62	4	8	122
Indiferentes	(139)	18%	50	15	17	103
Insatisfechos	(825)	11%	52	30	8	81
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(496)	19%	62	13	6	106
Indiferentes	(177)	12%	51	17	20	94
Insatisfechos	(522)	13%	46	35	7	78

**Cuadro 6.5.3.**

**Grado de Beneficio de la Pertenencia a la Unión Europea  
para España y para su Comunidad Autónoma**

	España											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.212)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Muy beneficioso	9%	9%	11%	12%	9%	10%	9%	8%	9%	8%	9%	8%
Algo beneficioso	57	52	51	57	58	54	52	54	54	56	56	55
Algo perjudicial	21	22	18	16	18	20	22	20	19	18	21	19
Muy perjudicial	5	6	9	5	5	6	5	8	6	8	5	8
NS/NC	9	11	12	10	10	11	12	10	12	9	9	10
INDICE	140	133	134	148	145	139	133	134	137	139	138	136

  

	Comunidad Autónoma											
	III-94	IV-94	V-94	VI-94	VII-94	IX-94	X-94	XI-94	XII-94	I-95	II-95	III-95
Total	(1.216)	(1.221)	(1.223)	(1.221)	(1.208)	(1212)	(1.222)	(1.210)	(1.210)	(1.215)	(1.211)	(1.219)
Muy beneficioso	8%	10%	9%	11%	9%	10%	8%	7%	8%	9%	9%	8%
Algo beneficioso	50	46	48	54	54	49	48	51	50	51	51	50
Algo perjudicial	25	23	20	16	20	20	21	23	20	19	22	20



Muy perjudicial	8	9	11	7	7	10	9	10	10	10	7	11
NS/NC	10	12	12	11	11	12	13	10	12	10	11	11
INDICE	125	124	126	142	136	129	125	125	128	131	131	127



**Cuadro 6.5.4.**

**Indice sobre el Beneficio de la pertenencia a la Unión Europea para España y la CCAA del Entrevistado, por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1995	Total	ESPAÑA	CCAA
-----	-----	-----	-----
Total	(1219)	136	127
Edad:			
18 a 29 años	(318)	145	137
30 a 49 años	(415)	134	122
50 a 64 años	(263)	129	118
65 y más años	(223)	139	133
Posición Social:			
Baja	(508)	143	132
Media	(564)	132	126
Alta	(146)	133	114
Ideología:			
Izquierda	(496)	149	139
Centro	(185)	135	127
Derecha	(234)	121	112
Status Socioeconómico Familiar:			
Alto, Medio alto	(203)	138	125
Medio	(695)	136	127
Medio Bajo	(292)	135	127
Bajo	(29)	155	152
Sector Económico:			
No activos	(671)	139	129
En paro	(138)	126	116
Sec.Publico	(53)	140	121
Sec.Priv.c/ajena	(282)	143	134
Sec.Priv.c/propia	(74)	111	104
Clientes de:			
Bancos	(302)	140	129
Cajas	(864)	138	129



Intención de Voto:			
PP	(291)	121	110
CDS	(14)	100	86
PSOE	(255)	174	167
IU	(175)	123	109
Nacion. derecha	(56)	134	137
Nacion. izquierda	(16)	112	94
Otros	(37)	146	132
No votará	(114)	133	124
No sabe	(201)	131	122
No contesta	(60)	130	120
Satisfacción con la Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(182)	184	177
Algo satisfecho	(650)	176	164
Nada satisfecho	(278)	28	22
Satisfacción con el Gobierno:			
Satisfechos	(250)	180	176
Indiferentes	(139)	147	143
Insatisfechos	(825)	122	110
Satisfacción con la Democracia:			
Satisfechos	(496)	161	154
Indiferentes	(177)	130	126
Insatisfechos	(522)	115	102