

INFORME A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

ABRIL - 2000

FICHA TECNICA

Diseño y Realización: De la investigación, del cuestionario y de la muestra:
A.S.E.P.

Diseño Muestral: 1.210 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 10 al 15 de Abril de 2.000, 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 28 de Abril de 2.000.

DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS

COPYRIGHT ASEP S.A., 2000. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

	<u>Págs.</u>
- “FLASHES”	
1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	1
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	3
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	7
2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA	11
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES	12
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	19
2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD	28
3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS	39
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA	39
3.2. PAUTAS DE AHORRO	55
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	58
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	61
4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS	66
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	66
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES	80
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS	100
4.4. INTENCIONES DE VOTO	113
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	128
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACION	131
5.2. PRENSA DIARIA	134
5.3. RADIO	139
5.4. TELEVISION	146
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	155
6. LA ACTUALIDAD	160
6.1. PRIMERAS DECISIONES DE AZNAR	160
6.2. LA CRISIS EN EL PSOE	163
6.3. CASO MARIO CONDE	170

FLASHES A.S.E.P.

ABRIL - 2000

FLASHES

"FLASHES"

(ABRIL 2000)

El mes transcurrido entre la realización del sondeo ASEP de Marzo (durante la semana inmediatamente posterior al día de las elecciones, 13-19 de Marzo) y la realización del sondeo de Abril (entre el 10 y el 16) se ha caracterizado por una especie de respetuoso silencio en la vida política española, como si la sociedad, y en especial la clase política y los medios de comunicación, estuviesen con la respiración contenida esperando a ver qué hace el Presidente Aznar, que lo será ya de manera efectiva y legal cuando estas páginas lleguen a las manos de los lectores. En efecto, de la misma manera que en ciertas reuniones tumultuosas y ruidosas, de pronto se hace un silencio espontáneo que popularmente se atribuye a que "ha pasado un ángel", desde que se conoció el resultado electoral que concedía al PP la mayoría absoluta parece como si hubiese "pasado un ángel" por toda la sociedad española. Es como si todo el mundo (al menos el "mundo" que está más directamente implicado con la política) estuviera conteniendo la respiración hasta que el Presidente Aznar de a conocer su Gobierno y ofrezca algunas pistas respecto a cómo va a gobernar. Si en 1996 el PP pareció quedar sin habla durante unas horas, pues al parecer nadie en el entorno del futuro Presidente había previsto la posibilidad de una victoria por "la mínima", después de las elecciones del 12-III-00 han sido todos los demás partidos los que parecen haber quedado sin habla, pues ninguno había previsto tampoco la posibilidad de que el PP ganase por mayoría absoluta.

En primer lugar, y con el fin de entender el contexto social y político en el que se enmarcan los resultados del sondeo de Abril, como se hace habitualmente, debe subrayarse la extraordinaria prudencia con que el PP ha recibido los resultados. No se le podrá acusar de triunfalismo (aunque habría tenido derecho a ello), ni de "ningunear" a las demás fuerzas políticas (pues desde el primer día todos sus líderes principales han mostrado un decidido interés por establecer el diálogo con todas ellas), ni de amenazar con el "rodillo". Muy al contrario, sin necesidad formal de hacerlo, el PP buscó y logró un acuerdo de legislatura con Coalición Canaria y prácticamente lo ha logrado también con CiU, con lo cual parece que impedirá, al menos durante un tiempo, la posible creación de un frente nacionalista-periférico que podría dificultar la labor de gobierno a pesar de la mayoría absoluta. El nombramiento de dos mujeres

para presidir las dos cámaras legislativas tiene más alcance del que generalmente se le ha atribuido por la mayoría de los comentaristas. No parece que se trate de una decisión puramente "electoralista" para incrementar el respaldo femenino al PP, es decir, no parece que se trate de una labor de "maquillaje", sino más bien parece una forma de garantizar que todas las normas legislativas que emanen de las dos cámaras estén libres de cualquier sesgo, por pequeño que éste sea, discriminatorio para la mujer.

El PSOE ha sido, sin lugar a dudas, el partido que con mayor rigor ha sufrido los resultados electorales, pues no sólo ha perdido las elecciones, sino que se ha visto sumido en una crisis de la máxima importancia, en gran medida por no haber realizado los cambios internos que hubiera debido hacer incluso antes de las elecciones de 1993. En efecto, la victoria del PSOE en las elecciones de 1993 sólo sirvió para perder siete años tratando de evitar lo inevitable, que era una profunda renovación de su liderazgo. Aunque pueda parecer una "boutade", al PSOE le habría convenido más perder las elecciones de 1993. Incluso ahora no se vislumbra con claridad una solución que permita a este partido ofrecer un programa político coherente y convincente a través de unos líderes que puedan conectar generacionalmente con los nuevos electores. Los datos que se ofrecen en la sección de actualidad parecen demostrar que los españoles no parecen poder vislumbrar una sucesión clara al liderazgo de Felipe González, ni siquiera los votantes socialistas. Finalmente, los titubeos pre- y post- electorales respecto a su pacto con IU, las tendencias centrípetas de algunos partidos socialistas regionales-autonómicos, como el PSC en concreto, y las reticencias de los líderes tradicionales (que llevan más de veinte años dirigiendo el partido) a abandonar la primera fila de la política, no van a facilitar precisamente el cambio necesario para recuperar la confianza y el respaldo de su electorado potencial.

El problema de IU es aún más grave, pues su aislamiento social es creciente. Su respaldo social no se traduce en respaldo electoral, pues quienes se identifican con la ideología de este partido son los jóvenes que "pasan" de votar, además de una "vieja guardia" de leales militantes que quedaron anclados en la dialéctica de la Guerra Civil. Por si todo ello fuera poco, la desaparición de la Unión Soviética y el debilitamiento de los partidos comunistas en la Europa Occidental han reducido su apoyo exterior hasta el mínimo. La única posibilidad de renovación y recuperación electoral de este partido sería la de re-fundarse como partido verde, ecologista, abandonando la ideología comunista y sus ya pasados de moda "slogans" para reforzar los

III

nuevos valores que forman parte de su programa (mayor participación social, reducción de las desigualdades sociales, protección del medio ambiente, lucha contra la corrupción, defensa de la homosexualidad, del aborto y en general de una nueva moral social, etc.), que constituyen en realidad el meollo de la orientación postmaterialista en las sociedades actuales. Resulta verdaderamente curioso comprobar que, siendo IU el partido que desde hace años ha defendido con más ardor un conjunto de valores que son centrales a la nueva orientación postmaterialista (la auténtica vanguardia en los nuevos valores sociales y culturales en todas las sociedades avanzadas), no haya sabido rentabilizar electoralmente ese hecho, y ello debe atribuirse posiblemente a que no han abandonado con claridad y contundencia su ideología comunista (que por sí misma no arrastra ya a la juventud). Naturalmente, para lograr ese cambio de imagen social IU tendría que llevar a cabo una renovación aún más profunda de sus líderes, que son todavía más viejos (y sobre todo "antiguos") que los del PSOE.

En cuanto a los partidos nacionalistas, posiblemente han sido los más sorprendidos y afectados por los resultados de las pasadas elecciones. El PNV está comprobando día a día que su estrategia reciente le ha llevado al más intenso aislamiento social a que ha sido sometido ningún partido desde los comienzos de la transición. Si opta por huir hacia adelante, el PNV quedará reducido a un partido marginal, y la posible coalición de todas las fuerzas nacionalistas (PNV, EA y HB-EH) perderá electores en gran escala cuanto más fuerte sea esa coalición y mayor sea su radicalismo. Por otra parte, la creciente vinculación del nacionalismo vasco con otros nacionalismos europeos (bretón, vasco-francés, corso, etc.) no sólo no le fortalecerá, sino que le debilitará, pues la comunidad europea no permitirá nunca el crecimiento de esa amenaza interna. Su ausencia por vez primera de la Mesa del Congreso de los Diputados, su expulsión del Partido Popular Europeo, la pérdida de la Diputación de Alava, la pérdida de Caja Vital, etc., son la "prueba del nueve" de a dónde está conduciendo la política radicalizada del PNV. Su única salida está en el cambio de liderazgo, sustituyendo a Arzallus y a sus íntimos colaboradores por un nuevo equipo más moderado y dialogante que sepa articular el diálogo con las demás fuerzas políticas en el País Vasco. A pesar de que el PP y el PSOE podrían formar un gobierno de coalición en el País Vasco, sin embargo, sería más aconsejable que llegasen a un acuerdo de gobierno con un partido nacionalista vasco (bien con un PNV renovado y moderado, bien con una rama escindida del PNV que esté dispuesta a ese diálogo pluralista, aunque la primera solución sería mejor que la segunda).

En cuanto a CiU, los resultados electorales no sólo le han hecho perder su papel dominante sobre el Gobierno Español que tuvieron después de las elecciones de 1993 y 1996, sino que ha pasado a depender del apoyo del PP en Cataluña. Se han invertido así los papeles de los últimos siete años, pero los líderes de CiU son más pragmáticos y han sabido darse cuenta de su nueva situación, aceptándola para los próximos años como mal menor. Desde una perspectiva global, sin embargo, es indudable que esta situación será muy beneficiosa, y el PP parece estar acertando en respaldar a CiU precisamente ahora que no le necesita.

Así pues, el segundo mandato de Aznar se inicia con grandes perspectivas no exentas de problemas, pues la dinámica social, especialmente la internacional, es siempre una fuente inagotable de sorpresas. Pero no puede negarse que España está pasando, posiblemente desde 1997, por el período de mayor estabilidad y tranquilidad social que se había conocido desde 1989, tanto desde el punto de vista económico (se ha reducido mucho el problema del paro, se ha reducido la inflación y el precio del dinero, y se han reducido los impuestos directos), como desde el punto de vista político (los escándalos de corrupción han dejado de ser noticia diaria, han perdido fuerza los nacionalismos excluyentes y soberanistas, se ha recuperado presencia en Europa y sobre todo en Iberoamérica), y desde el punto de vista social (se ha mantenido e incluso incrementado el gasto social, se ha incrementado el diálogo con los sindicatos y se ha reducido la conflictividad social). Pero lo que parece más importante, las elecciones de 2000 han enviado definitivamente al baúl de los recuerdos la Guerra Civil. Durante muchos años ha habido en España quienes han vivido de "haber ganado la guerra", pero más tarde ha habido también quienes han vivido de "haber perdido la guerra". Parece que ahora, ni lo uno ni lo otro van a proporcionar privilegios de ningún tipo, pues el protagonismo corresponde ya a los que "no hicieron la guerra ni sufrieron sus consecuencias". El lenguaje político tendrá que buscar otros referentes que tengan mayor significado para la mayor parte del electorado, que son los que tienen ahora menos de 50 años. En realidad, cuando se observa la estructura por edades de los dirigentes de los diferentes partidos políticos, no puede dejar de sorprender que sea precisamente el PP el que tiene actualmente los equipos más jóvenes, mientras que IU, el PNV, CiU y el PSOE sean, más o menos por ese orden, los que tienen los dirigentes de mayor edad.

EL CLIMA DE OPINION

Teniendo en cuenta que el mes transcurrido desde el último sondeo ha representado un cierto "compás de espera" hasta que Aznar forme el nuevo gobierno, y no habiéndose producido ninguna noticia especialmente espectacular en ningún ámbito, no es de extrañar que el Sistema de Indicadores Sociales ASEP apenas haya variado respecto a Marzo, manteniéndose, si bien algo atenuados, los altos valores de entonces.

De manera específica, han disminuido muy levemente los índices de Sentimiento del Consumidor y de Evaluación de la Situación Económica, si bien siguen siendo los valores más altos obtenidos durante los últimos años, con la única excepción del mes pasado. Ello quiere decir que los españoles siguen sintiéndose mayoritariamente satisfechos con el rumbo de la economía española, y optimistas respecto a su evolución futura. Por su parte, los dos indicadores de ahorro alcanzan los valores más altos nunca alcanzados, lo que parece sugerir un cierto mayor control del consumo, que se había disparado algo en los últimos meses, aunque también puede atribuirse a mayores ingresos por parte de los ciudadanos debido a la reducción del paro.

Los indicadores sociales apenas experimentan cambios, aunque el Optimismo Personal se sitúa en el segundo valor más alto de los últimos doce meses, sólo algo por debajo del mes pasado, lo que significa un predominio de los satisfechos sobre los insatisfechos con su situación económica personal actual y de la confianza en su evolución futura.

En cuanto a la Satisfacción con el funcionamiento de la Democracia y con la Labor del Gobierno, ambos indicadores son sólo algo más bajos que el mes pasado, pero siguen situándose en los niveles más altos alcanzados durante los últimos catorce años. Los demás indicadores políticos no muestran variaciones significativas.

Los indicadores sobre la Unión Europea mantienen igualmente sus niveles habituales, que demuestran como siempre satisfacción por la pertenencia de España a la UE y una mayor percepción de beneficios que de perjuicios para España, para la Comunidad Autónoma y para el propio entrevistado a causa de dicha pertenencia.

Uno de los datos más significativos de esta investigación, sin embargo, es el relativo a la muy baja Exposición a la Información que se observa este mes, el nivel más bajo de los últimos doce meses, que sugiere un desinterés muy intenso de los españoles por la información.

La imagen social de las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes es en general algo mejor que el mes pasado o que la última vez en que se preguntó por ellas, lo que parece atribuible a la satisfacción y optimismo con que los españoles han acogido el resultado de las elecciones. El ranking de este mes es el siguiente: La Corona (7,1 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), la Unión Europea (5,8), el Gobierno de la Nación (5,6), las Fuerzas Armadas (5,4), los Bancos (5,0), la Administración Pública del Estado (4,9) y los Tribunales de Justicia (4,6 puntos).

En cuanto a los líderes políticos y sociales, todos ellos reciben una valoración más alta este mes que la última vez en que se preguntó por ellos. Así, el ranking de este mes es el siguiente: José M^a Aznar (5,6 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), Javier Solana (5,5), Esperanza Aguirre y Luisa Fernanda Rudi (ambas 5,2 puntos), Felipe González (5,0), Manuel Chaves (4,8) y Francisco Frutos (4,5 puntos). Puede comprobarse que, por tercer mes consecutivo, la valoración de Aznar es superior a la de Felipe González, que ha pasado en unos meses de ser habitualmente el primero en el ranking, a ocupar ahora una posición muy por la mitad de la lista.

Finalmente, la estimación de voto ASEP está muy próxima a los recientes resultados electorales, pues como es lógico no se han producido cambios en el electorado ni era previsible que se pudieran haber producido. La diferencia entre el PP y el PSOE es de 7 puntos porcentuales sobre 100 electores, igual que en los resultados reales del pasado Marzo. La abstención estimada está 3 puntos por debajo de la que realmente se alcanzó en las pasadas elecciones, lo que sugiere que la intención de participar está siempre algo por encima de la participación electoral real.

LA ACTUALIDAD

Tres temas han acaparado este mes la actualidad informativa, las primeras decisiones políticas de Aznar, la crisis en el PSOE, y la sentencia en el caso Conde.

Primeras Decisiones de Aznar

Las primeras decisiones más importantes adoptadas por Aznar desde las elecciones han sido, sin lugar a dudas, la de proponer, como Presidente del Partido Popular (no como Presidente del Gobierno), a dos mujeres para ocupar las presidencias respectivas del Congreso de los Diputados y del Senado, y en segundo lugar, la de iniciar un diálogo tendente a buscar el apoyo a su investidura y a un posible pacto de legislatura (aunque no lo necesitase) con Coalición Canaria y con Convergencia i Unió.

El respaldo de la opinión pública española a la primera de estas dos decisiones ha sido abrumadora. La mitad de los entrevistados se manifiestan muy de acuerdo con el nombramiento de Luisa Fernanda Rudi y de Esperanza Aguirre como Presidentas, respectivamente, del Congreso de los Diputados y del Senado. Y más de un tercio adicional se muestran también de acuerdo con la decisión. Es decir, nada menos que un 85% de los españoles de 18 y más años están de acuerdo con estos dos nombramientos, y sólo un 2% afirman estar en desacuerdo con ellos.

Por otra parte, casi la mitad de los entrevistados (45%) se muestran también de acuerdo con la decisión de Aznar de "buscar el apoyo de la minoría canaria y de la minoría catalana para ser Presidente, a pesar de no necesitar ninguna ayuda", si bien un 21% de los entrevistados se muestran en desacuerdo con esta decisión.

La Crisis en el PSOE

La crisis de liderazgo abierta en el PSOE tras la dimisión de Almunia como Secretario General nada más conocer los resultados de las elecciones constituye uno de los elementos más preocupantes de la vida política española, puesto que deja al Gobierno no sólo con mayoría absoluta en ambas cámaras, sino sin oposición parlamentaria durante al menos varios meses, lo cual no cabe duda que representa un hecho importante para el pleno ejercicio de la vida democrática.

Una de las primeras cuestiones que la Comisión Gestora del PSOE tendrá que resolver es la forma en que se elegirá al nuevo Secretario General y al nuevo candidato a Presidente, puesto que son cargos distintos que pueden, o no,

coincidir en la misma persona. Pues bien, aunque un tercio de los entrevistados no opina sobre estas dos cuestiones, casi la mitad son partidarias de que tanto el Secretario General como el Candidato (46% y 49% respectivamente) sean elegidos por "todos los militantes a través de elecciones primarias", y sólo proporciones inferiores en todos los casos al 15% serían partidarios de que uno u otro cargos sean elegidos por los compromisarios del PSOE en un Congreso, o que sean elegidos por las personas importantes del PSOE.

Por otra parte, y mediante pregunta abierta, sin sugerir ningún nombre, se pidió a los entrevistados que señalaran a quién votarían para Secretario General y para Candidato a la Presidencia del Gobierno en próximas elecciones. Un 48% y un 50% de los entrevistados no contestaron, respectivamente, a cada una de estas dos preguntas. Y sólo Felipe González fue mencionado por un 18% y un 17% respectivamente para Secretario General y Candidato. Todos los demás nombres fueron mencionados por menos de un 10% de entrevistados, destacando entre ellos José Borrell, José Bono, Javier Solana, Manuel Chaves, Pasqual Maragall y Rosa Díez. La interpretación más plausible parece ser la de que los españoles no parecen conocer suficientemente a los líderes del PSOE, y que ese conocimiento se ve reducido además a los que en el pasado han tenido mayor relieve en los medios de comunicación. En segundo lugar, parece también evidente que los españoles no parecen diferenciar entre Secretario General y Candidato, lo que sugiere que consideran que ambos cargos deben recaer en la misma persona.

Caso Mario Conde

Más de la mitad de los entrevistados (55%) consideran que la condena impuesta a Mario Conde por el caso Banesto, ocho años de prisión y más de mil millones de pesetas a pagar a Banesto, ha sido insuficiente, y un tercio adicional (33%) creen que ha sido adecuada, pero sólo un 2% de los entrevistados opina que la sentencia ha sido excesiva.

Teniendo en cuenta las críticas que se suelen escuchar, en el sentido de que en los delitos de dinero las condenas reales de prisión son cortas, y que en la práctica se ven aún más reducidas, y que además los condenados no suelen devolver el dinero por declararse insolventes, de manera que pueden disponer del mismo una vez cumplida la pena de prisión, se planteó a los entrevistados la pregunta de si estarían dispuestos a pasar cinco años efectivos y completos

en una cárcel (sin necesidad de cometer ningún delito), si al salir se les entregaran como compensación MIL MILLONES de pesetas libres de impuestos.

Aunque la situación planteada es evidentemente irreal, resulta muy curioso comprobar que un 17% de los entrevistados admiten que aceptarían la propuesta con toda seguridad o probablemente, aunque la inmensa mayoría (61%) afirma rotundamente que no la aceptaría con toda seguridad. En general parece que los españoles no están muy dispuestos a ingresar en la cárcel aún por poco tiempo y aunque la recompensa por estar allí sea de mil millones de pesetas.

1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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, durante las cuales han sido muchos los intentos, individuales y colectivos, por construir un sistema de indicadores sociales, habiéndose llegado a algunas 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.

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. Una 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. Y una 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, concebida 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.

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 contrastarlos 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, y otros que suelen variar a lo largo de periodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésta, la de proporcionar cierta seguridad sobre la validez y fiabilidad del instrumento de investigación utilizado (el cuestionario mensual) sobre la base de la ausencia de cambios.

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. En este sentido, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.999-2.000, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años. Los criterios para seleccionar dichos indicadores han sido y son los siguientes:

- 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.

1.1. ANÁLISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho 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. ISUE: Índice de Satisfacción con la Pertenencia de España en la UE.
15. IBUE: Índice del Beneficio para España por su Pertenencia a la UE.
16. IBCA: Índice del Beneficio para la Comunidad Autónoma por la Pertenencia de España a la UE.
17. IBEN: Índice del Beneficio para el Entrevistado por la Pertenencia de España a la UE.
18. IEI: Índice de Exposición a la Información.

En el Cuadro 1.1.1. se ofrece el valor de cada uno de los dieciocho 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 meses.

El análisis global del Sistema de Indicadores ASEP para este mes puede resumirse así:

- Los dos indicadores económicos y de consumo (Sentimiento del Consumidor y Evaluación de la Situación Económica) han disminuido muy levemente, si bien siguen siendo los valores más altos obtenidos durante los últimos años, con la única excepción del mes pasado. Ello quiere decir que los españoles siguen sintiéndose mayoritariamente satisfechos con el rumbo de la economía española, y optimistas respecto a su evolución futura. En cuanto a los indicadores sobre ahorro (IPA e IA), alcanzan los valores más altos nunca alcanzados, lo que parece sugerir un cierto mayor control del consumo, que se había disparado algo en los últimos meses, aunque también puede atribuirse a mayores ingresos por parte de los ciudadanos debido a la reducción del paro.
- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. El optimismo personal (IO) alcanza el segundo valor más alto de los últimos doce meses, sólo algo por debajo del mes pasado y la satisfacción con la Calidad de Vida también aumenta ligeramente manteniendo un nivel muy alto, lo que implica un grado alto de satisfacción y optimismo respecto a la situación económica personal presente y futura de los entrevistados. En general los indicadores sociales se sitúan en niveles semejantes a los de meses precedentes, aunque con ligeras variaciones. La proporción de postmaterialistas es este mes similar a la del mes pasado, lo que parece indicar que a pesar de que los españoles siguen bastante aferrados a los valores materialistas, la tendencia a largo plazo es la de un creciente postmaterialismo que todavía está lejos de ser mayoritario.
- Los indicadores políticos continúan siendo favorables al Gobierno del PP, la Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia y con el Gobierno son sólo algo más bajos que el mes pasado, pero siguen situándose en los niveles más altos alcanzados durante los últimos catorce años, mientras que el nivel de alienación política se mantiene en el valor más bajo de los últimos doce meses, siendo igual que el mes pasado. Y los valores promedio del autoposicionamiento ideológico y del sentimiento nacionalista siguen cambiando de forma leve pero continuada (los cambios en promedios son siempre muy pequeños), acercándose cada vez más al centro (y alejándose por tanto del centro-izquierda) y al sentimiento "más español que nacionalista" (alejándose por tanto del polo "tan español como nacionalista").

- Todos los indicadores relativos a la opinión de los entrevistados sobre la pertenencia de España a la Unión Europea se mantienen este mes en los niveles habituales, y muestran como siempre una clara satisfacción por la pertenencia de España a la UE y una clara percepción de más beneficios que perjuicios por dicha pertenencia por relación a España, a la Comunidad Autónoma de residencia, y al propio entrevistado.
- Uno de los datos más significativos de esta investigación, sin embargo, es el relativo a la muy baja Exposición a la Información que se observa este mes, el nivel más bajo de los últimos doce meses, que sugiere un desinterés muy intenso de los españoles por la información.
- 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 12 de marzo de 2.000 se observan los siguientes cambios:
 - Disminución de más de cuatro puntos porcentuales en la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones),
 - Leve incremento para el PP, PSOE, y para los partidos nacionalistas de centro y derecha y de izquierda,
 - Estabilidad en el voto para IU y "otros" partidos.

Cuadro 1.1.1.**Sistema de Indicadores Sociales ASEP**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	104	108	109	106	106	106	106	106	110	109	113	110
2 -IESE	106	113	116	111	111	114	109	110	116	116	123	119
3 -IPA	135	134	133	128	135	131	136	137	142	133	135	143
4 -IA	42	42	40	37	44	40	43	44	49	39	41	49
SOCIALES												
5 -ISCV	171	176	178	174	176	171	171	178	179	177	176	178
6 -IO	108	112	112	108	111	105	111	111	113	111	115	113
7 -IPR	2,4	2,4	2,4	2,3	2,5	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
8 -IPM	39	39	45	45	39	38	35	38	36	37	37	35
POLITICOS												
9 -ISD	146	148	150	145	152	149	154	153	158	152	162	160
10 -ISG	114	120	114	120	121	124	121	118	126	118	141	137
11 -IAP	35	30	30	27	30	29	31	29	27	28	25	25
12 -IPI	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,7	3,8	3,7
13 -ISN	3,3	3,1	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2
14 -ISUE	108	106	112	111	112	115	111	113	114	113	114	109
15 -IBUE	170	167	172	170	170	175	177	174	173	173	174	174
16 -IBCA	163	159	166	165	161	167	170	166	169	166	168	168
17. IBEN	153	152	158	158	155	160	161	160	160	162	159	163
EXPOSICION A INFORMACION												
18 -IEI	119	122	119	121	132	123	113	116	121	103	113	108
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	24,9	30,0	26,7	28,1	29,1	27,9	27,2	29,5	31,8	32,7	36,3	36,2
- PSOE	23,7	24,5	25,8	26,7	24,2	25,6	26,9	27,0	26,2	23,3	21,5	22,2
- IU	5,5	5,0	6,3	6,8	5,4	5,6	4,4	5,2	6,3	6,9	5,0	4,3
- Otros	13,1	12,5	13,2	13,0	13,3	13,3	12,5	11,5	10,3	12,4	13,7	14,1
- No Votará	13,0	8,6	8,4	8,8	9,9	11,9	11,3	11,2	8,4	7,9	8,8	9,1
- NS/NC	19,8	19,4	19,6	16,6	18,1	15,7	17,7	15,6	17,0	16,8	14,7	14,1
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	29,1	31,2	30,9	29,7	30,7	28,4	29,4	30,6	31,9	31,8	31,8	32,0
- PSOE	27,8	25,5	27,1	28,4	27,2	28,7	28,3	27,3	28,3	26,1	23,6	24,8
- IU	7,3	7,8	6,6	6,2	6,8	6,6	6,8	6,9	6,9	7,6	4,8	3,8
- Nacional. Derecha	6,9	6,1	7,1	6,7	6,4	6,8	6,6	6,1	5,6	6,5	6,2	6,1
- Nacional. Izquierda	2,2	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,4	2,2	1,5	1,6	2,4	2,5
- Otros	2,9	3,3	3,0	2,9	2,6	2,8	2,4	2,7	2,6	2,9	4,6	3,8
- Abstención	23,8	24,0	23,2	23,9	24,2	24,6	24,1	24,2	23,2	23,5	26,6	27,0

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los dieciocho 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 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.

Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-99
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	26	28	28	25	30	26	23	24	29	28	34	30
Pesimistas	20	16	12	14	19	12	14	14	13	11	11	12
Propensión al Ahorro												
Ahorran	42	42	40	37	44	40	43	44	49	39	41	49
Se Endeudan	7	8	7	8	9	9	7	8	7	6	6	6
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	81	84	85	82	84	78	80	85	86	85	85	86
Insatisfechos	10	8	7	8	8	7	9	8	7	8	9	8
Optimismo Personal												
Optimistas	24	25	24	22	26	21	23	22	24	24	26	24
Pesimistas	16	13	12	14	15	17	12	12	11	13	12	11
Práctica Religiosa												
Alta	21	22	20	17	23	21	22	22	21	21	21	23
Baja	51	51	54	54	50	54	58	55	55	54	54	53
Postmaterialismo												
Materialistas	61	61	55	55	61	62	65	62	64	63	63	65
Post-materialistas	39	39	45	45	39	38	35	38	36	37	37	35
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	64	66	66	61	69	65	69	68	70	66	74	72
Insatisfechos	18	18	16	16	16	16	14	14	12	15	11	11
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	46	50	46	46	49	50	50	48	53	48	62	58
Insatisfechos	32	30	31	27	28	26	29	30	27	30	21	21
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	36	33	39	37	34	33	35	37	36	34	33	35
Centro	28	31	24	28	25	24	22	25	22	26	29	25
Derecha	14	14	16	16	19	19	19	16	19	20	22	20
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	20	24	22	21	23	18	20	18	20	22	20	21
Más españoles	32	26	33	29	34	31	34	35	34	34	28	29
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	18	17	19	19	22	22	19	20	20	20	21	16
Insatisfechos	10	10	8	8	10	8	7	7	6	7	7	7
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	81	78	80	80	81	82	84	83	82	81	81	83
Perjudica	10	11	9	10	11	8	7	9	9	7	8	8
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	77	74	77	77	77	78	80	79	79	77	78	79
Perjudica	14	15	11	13	16	12	10	13	11	11	10	11
Beneficio del Entrevistado en la UE:												
Beneficia	64	64	67	68	67	69	70	70	70	69	69	71
Perjudica	11	12	9	10	12	10	9	10	10	8	10	8
Exposición a Información												
Alta	60	61	59	60	66	61	56	58	60	52	56	54
Ninguna	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3
Posición Social												
Alta	14	16	15	16	13	14	16	15	13	14	13	13
Baja	34	36	36	35	38	37	35	36	36	39	38	36
Intención de Voto Directa												
PP	25	30	27	28	29	28	27	30	32	33	36	36
PSOE	24	24	26	27	24	26	27	27	26	23	22	22
IU	6	5	6	7	5	6	4	5	6	7	5	4

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

ABRIL 2000	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1210)	110	119	143	49	178	113	2,4	35
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(364)	149	200	148	53	180	141	2,5	35
Pesimistas	(139)	51	-	129	37	155	70	2,1	35
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(590)	117	124	200	100	186	125	2,4	35
Prestan dinero	(67)	102	115	-	-	143	98	2,5	33
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1036)	113	121	147	52	200	116	2,4	35
Insatisfecho	(91)	93	104	114	32	-	91	2,3	42
Optimismo Personal:									
Optimista	(287)	151	153	157	62	181	200	2,3	39
Pesimista	(133)	55	72	110	23	144	-	2,3	35
Práctica Religiosa:									
Alta	(275)	114	125	142	48	175	114	4,4	29
Media	(234)	112	125	144	51	183	109	3,0	30
Baja	(643)	109	116	144	49	179	114	1,4	38
Postmaterialismo:									
Materialistas	(791)	110	119	143	48	179	111	2,5	-
Post-materialistas	(419)	111	119	144	50	176	116	2,2	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(866)	113	123	147	51	184	115	2,4	33
Insatisfechos	(137)	96	98	136	46	155	100	2,0	40
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(701)	118	132	148	53	184	120	2,6	29
Insatisfechos	(253)	94	90	140	45	172	101	1,9	46
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(421)	102	103	142	46	175	108	1,9	46
Centro	(298)	114	129	142	49	180	113	2,6	32
Derecha	(244)	123	140	146	52	188	123	2,9	20
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(258)	107	111	144	48	173	111	2,3	37
Igual	(571)	110	119	144	50	184	112	2,5	35
Más españoles	(354)	114	122	141	47	173	114	2,4	32
Estado de Animo:									
Bueno	(900)	114	122	151	54	192	119	2,4	35
Malo	(304)	100	110	121	32	139	96	2,5	32
Identificación Espacial:									
Local	(396)	108	112	138	46	180	112	2,5	35
Nacional	(96)	113	124	145	49	173	116	2,6	38
Supranacional	(600)	112	123	146	50	177	112	2,4	30
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(197)	122	138	142	48	181	123	2,6	38
Insatisfechos	(88)	98	97	138	43	168	103	2,0	41
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(1001)	113	122	145	51	181	115	2,4	35
Perjudica	(102)	98	96	139	42	163	101	2,2	40
Beneficio de las CC.AA. en la UE:									
Beneficia	(958)	113	122	146	51	182	115	2,4	35
Perjudica	(129)	102	103	136	41	162	105	2,1	40
Beneficio del Entrevistado en la UE:									
Beneficia	(858)	114	124	148	53	182	116	2,5	37
Perjudica	(100)	99	98	131	37	169	99	2,0	36
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(654)	114	121	150	55	182	119	2,4	38
Baja, Ninguna	(556)	107	116	135	42	173	105	2,5	31
Posición Social:									
Baja	(440)	108	117	135	41	175	106	2,8	27
Media	(612)	111	118	143	49	178	114	2,2	37
Alta	(158)	115	126	167	69	185	125	2,1	45
Intención de Voto:									
PP	(438)	124	141	147	52	183	125	2,8	25
PSOE	(269)	100	103	142	45	173	103	2,1	40
IU	(52)	100	104	127	36	169	100	1,5	62

Cuadro 1.2.1. (Continuación)
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

ABRIL 2000	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1210)	160	137	25	3,7	3,2	109	174	168	163	108	36	22	4
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(364)	166	165	17	4,0	3,3	120	181	173	171	117	54	16	3
Pesimistas	(139)	129	86	31	2,8	3,1	97	151	143	138	109	14	36	7
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(590)	165	144	26	3,8	3,2	110	179	174	170	121	39	20	3
Prestan dinero	(67)	133	133	28	3,8	3,4	112	176	159	152	93	33	12	7
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1036)	165	141	25	3,7	3,2	110	177	172	165	112	37	22	4
Insatisfecho	(91)	127	112	27	3,3	3,4	102	153	141	144	92	28	30	7
Optimismo Personal:														
Optimista	(287)	163	150	22	3,8	3,3	118	180	172	169	128	49	17	5
Pesimista	(133)	137	103	27	3,2	3,5	107	160	150	147	88	24	32	11
Práctica Religiosa:														
Alta	(275)	167	161	23	4,3	3,2	113	174	172	168	100	50	15	-
Media	(234)	167	154	25	3,9	3,2	113	180	174	169	112	44	20	3
Baja	(643)	158	125	25	3,4	3,2	105	173	165	158	111	29	26	7
Postmaterialismo:														
Materialistas	(791)	162	145	25	3,9	3,2	109	174	169	160	103	41	20	3
Post-materialistas	(419)	156	121	27	3,3	3,2	109	175	168	167	118	27	26	8
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(866)	200	151	23	3,8	3,3	113	181	176	171	111	41	21	4
Insatisfechos	(137)	-	74	34	3,1	2,9	90	154	140	139	108	18	28	5
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(701)	177	200	19	4,1	3,3	114	180	175	169	114	57	12	3
Insatisfechos	(253)	125	-	28	2,7	3,0	99	164	156	153	112	3	44	9
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(421)	150	92	19	2,4	3,1	104	169	161	154	112	6	50	11
Centro	(298)	171	163	28	4,0	3,2	112	177	174	170	121	47	8	*
Derecha	(244)	174	183	4	5,4	3,3	117	187	181	174	104	83	3	*
Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(258)	139	115	24	3,4	1,8	100	166	156	147	112	24	19	5
Igual	(571)	165	142	24	3,7	3,0	109	175	169	163	104	37	24	5
Más españoles	(354)	168	143	29	3,7	4,6	114	178	177	172	109	43	22	3
Estado de Animo:														
Bueno	(900)	166	140	26	3,7	3,2	109	177	172	167	113	37	20	4
Malo	(304)	145	129	24	3,5	3,2	109	165	158	151	96	33	28	5
Identificación Espacial:														
Local	(396)	156	133	22	3,6	3,0	112	177	173	162	92	36	26	5
Nacional	(96)	153	152	26	3,7	2,9	108	171	155	152	121	37	25	3
Supranacional	(600)	167	143	24	3,8	3,3	107	174	167	164	113	40	20	3
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(197)	175	151	20	3,9	3,4	200	196	193	186	138	51	18	5
Insatisfechos	(88)	123	99	34	3,1	3,0	-	49	40	47	114	22	27	9
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(1001)	165	141	22	3,7	3,2	117	200	191	182	113	39	22	4
Perjudica	(102)	129	110	35	3,3	3,0	39	-	17	35	99	27	19	11
Beneficio de las CC.AA. en la UE:														
Beneficia	(958)	167	142	21	3,7	3,3	118	198	200	186	113	40	23	4
Perjudica	(129)	129	111	36	3,3	2,9	51	54	-	46	109	26	17	11
Beneficio del Entrevistado en la UE:														
Beneficia	(858)	168	143	21	3,8	3,3	119	198	196	200	114	40	22	3
Perjudica	(100)	128	113	36	3,1	2,9	44	48	33	-	106	23	20	10
Exposición a la Información:														
Alta, Media	(654)	162	139	25	3,6	3,2	113	179	172	167	200	37	19	5
Baja, Ninguna	(556)	158	134	26	3,7	3,2	104	169	164	158	-	35	25	3
Posición Social:														
Baja	(440)	160	141	28	3,7	3,0	105	168	161	155	74	34	24	2
Media	(612)	157	135	25	3,7	3,3	111	175	170	163	121	37	21	5
Alta	(158)	173	136	18	3,4	3,5	113	190	185	182	151	38	23	7
Intención de Voto:														
PP	(438)	175	189	-	4,6	3,4	119	184	180	173	110	100	-	-
PSOE	(269)	153	91	-	2,6	3,2	104	173	172	163	95	-	100	-
IU	(52)	158	94	-	2,4	3,0	102	156	138	138	135	-	-	100

2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA

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 6-9% de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales (un 8% este mes), mientras que tres cuartas partes residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y alrededor de una quinta parte reside en hogares de cinco o más personas. Por comparación con otros países europeos, el promedio habitual resultante de 3,4- 3,3 personas por hogar es relativamente elevado, lo que refleja la persistencia de pautas familiares tradicionales (coexistencia de varias generaciones en un mismo hogar) y la cada vez más tardía emancipación de los hijos del hogar familiar.
- 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. Este mes, al igual que en los últimos cuatro meses, ASEP en su afán por mejorar su sistema de indicadores y también, por adaptarse a los distintos estudios de ámbito internacional en los que participa para poder comparar los datos, ha modificado la pregunta de ocupación del entrevistado y del cabeza de familia, por lo que los cambios que se puedan observar en estas preguntas son debidos a dicha modificación.

- Como puede comprobarse, alrededor de la cuarta parte 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 del mercado laboral.
- La proporción de parados entre los cabezas de familia había fluctuado durante años entre 5-9%, pero desde hace ya más de un año fluctúa entre el 3-5%, lo que es coherente con el descenso en las cifras oficiales del paro.
- 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 (entre un 24-30% habitualmente, aunque ha disminuido significativamente durante los últimos meses, estabilizándose alrededor del 20%), y 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 ± 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 los ingresos mensuales no superan las 150.000 pesetas.
- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio para medir el equipamiento del hogar, la TV en color es el más ubicuo, pues la tienen prácticamente el 100% de los hogares. Más de un tercio de los hogares, además, disponen de 2 o más televisores en color.

Más del 80% de los españoles de 18 y más años son propietarios de su vivienda, y disponen en ella de teléfono.

Alrededor de tres cuartas partes tienen automóvil y vídeo, aunque sólo menos de dos tercios de los hogares tienen equipo de sonido.

Por el contrario, sólo alrededor de un 20% de los entrevistados afirman disponer en sus hogares de lavavajillas, pero alrededor del 30% disponen de ordenador personal y casi la mitad de los entrevistados poseen teléfono móvil (celular), proporción que parece estar creciendo más rápidamente en estos dos artículos que en el primero.

Debe advertirse que desde octubre de 1996 se ha eliminado de esta lista la lavadora, puesto que más del 95% de los entrevistados, desde hace años, afirman tenerla en su hogar, incluyendo en su lugar el teléfono móvil.

En cuanto a la TV en color, aunque no hay dudas de que está presente en más del 95% de los hogares, se ha mantenido en la lista con el fin de diferenciar los hogares en que hay 2 o más receptores (asignándose ahora 1 punto a los que dicen tener 1 receptor, y 2 puntos a los que dicen tener 2 o más receptores).

El promedio de artículos es este mes de 6,2 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 38% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard).

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.

Alrededor de una quinta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, alrededor de la mitad tiene un status socioeconómico

medio y más de otra tercera parte de los hogares pueden catalogarse este mes de status socioeconómico alto o medio-alto.

Debe resaltarse que, a pesar del cambio introducido en la elaboración del ISSEF a causa de los cambios en la escala de ingresos, en el índice de equipamiento del hogar y en la ocupación del cabeza de familia, la serie temporal apenas se ha visto afectada.

Cuadro 2.1.1.
Número de Personas que componen el Hogar en que residen
los Entrevistados

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
1	7	9	7	9	9	10	8	8	7	8	7	8
2	22	20	22	22	22	20	24	25	25	22	24	24
3	23	23	25	23	22	24	23	22	24	25	22	21
4	25	29	28	27	30	27	25	29	27	26	27	29
5	14	13	11	13	13	12	11	10	12	14	12	13
6	5	4	5	3	3	4	6	3	4	4	5	4
7	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1
8 y más	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NS/NC	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*	*
Tamaño Medio del Hogar	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,3

Cuadro 2.1.2.
Status Ocupacional del Cabeza de Familia. (*)

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-99
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Alto	5	6	6	7	7	10	8	11	10	10	10	10
Medio	56	56	55	52	46	37	40	36	38	32	34	37
Bajo	7	6	7	6	18	16	14	15	15	16	18	17
En Paro	3	3	3	4	2	5	9	4	4	5	5	4
Ama de Casa	*	*	*	-	1	2	4	2	3	3	1	3
Jubilado	28	28	29	31	26	29	30	31	29	32	30	28
NS/NC	*	1	1	*	1	1	1	1	*	*	*	1

Cuadro 2.1.3.
Sector Económico del Cabeza de Familia. (*)

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
No Activos	28	28	29	31	27	32	34	34	33	36	32	32
En Paro	3	3	3	4	2	5	4	4	4	5	5	4
Sector Público	6	5	6	4	-	9	10	10	11	9	9	9
Sector Privado												
Cuenta Ajena	50	50	46	46	-	37	37	37	39	35	38	41
Cuenta Propia	13	13	14	14	-	15	14	12	13	14	15	14
NS/NC	*	1	1	*	1	1	*	1	*	*	*	1

(*) Los cambios observados en los datos sobre el status ocupacional y el sector económico del cabeza de familia, a partir de septiembre de 1999, son atribuibles a la modificación de la pregunta sobre la ocupación del cabeza de familia, modificación realizada para adaptarse a criterios internacionales.

Cuadro 2.1.4.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Menos de 50.000 ptas.	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2
De 50 a 75.000 Ptas.	10	9	8	10	10	10	8	11	8	11	7	8
De 75 a 100.000 Ptas.	14	12	12	12	12	12	10	13	12	10	10	10
De 100 a 150.000 Ptas.	25	21	22	22	22	18	18	19	22	22	20	20
De 150 a 200.000 Ptas.	14	14	15	15	16	17	16	18	16	14	18	18
De 200 a 275.000 Ptas.	8	9	9	10	9	9	13	7	10	9	8	13
De 275 a 350.000 Ptas.	4	4	4	4	4	5	6	6	6	5	4	5
De 350 a 500.000 Ptas.	2	2	2	2	2	2	5	3	3	2	3	3
Más de 500.000 Ptas.	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Sin Respuesta	22	26	23	23	21	24	20	19	20	23	27	20

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-99
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
T.V. en color	98	99	99	99	98	98	98	99	99	99	99	98
1 T.V. en color	61	59	60	60	56	58	57	61	57	58	55	56
2 T.V. en color	31	32	31	31	34	32	33	31	35	33	36	36
3 o más T.V. en color	6	8	9	7	8	7	8	7	7	8	8	6
Vivienda Propia	85	86	86	85	82	84	83	85	84	83	81	83
Teléfono	82	88	85	83	84	84	83	83	87	84	83	83
Teléfono Móvil (celular)	26	26	28	30	35	35	35	36	45	42	46	47
Automóvil	73	71	72	72	72	70	73	71	73	72	72	74
Equipo de Sonido	61	61	56	56	61	64	59	61	60	59	61	60
Vídeo	74	72	71	73	74	75	71	74	77	73	76	76
Lavavajillas	20	19	17	18	22	19	21	18	20	18	21	21
Ordenador Personal	24	26	26	24	29	28	28	29	31	28	29	33
Media (x) artículos por Hogar	5,9	5,9	5,9	5,9	6,1	6,0	6,0	6,0	6,2	6,1	6,2	6,2
Coeficiente de Variación (%)	38	39	38	39	39	39	39	40	38	39	38	38

Cuadro 2.1.6.
Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

ABRIL 2000	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	TV Color	Vídeo	Telé-Fono	Teléfono Móvil	Lavava-Jillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	(1210)	83%	74	98	76	83	47	21	60	33	6,2	38
Edad												
18 a 29 años	(316)	73%	80	98	88	83	68	27	84	44	7,1	30
30 a 49 años	(412)	82%	84	98	85	81	59	25	69	43	6,8	32
50 a 64 años	(261)	89%	77	99	75	84	33	19	52	27	6,0	36
65 y más años	(222)	90%	39	96	43	84	15	10	20	8	4,3	45
Posición Social:												
Baja	(440)	84%	60	98	61	81	30	13	39	16	5,2	41
Media	(612)	82%	79	98	82	83	55	23	69	37	6,6	34
Alta	(158)	83%	88	98	93	87	68	38	87	68	7,7	26
Ideología:												
Izquierda	(421)	78%	73	97	79	82	48	21	65	38	6,3	36
Centro	(298)	86%	79	99	79	87	50	24	58	37	6,5	36
Derecha	(244)	88%	71	98	73	83	46	21	59	29	6,2	37
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(477)	85%	90	99	95	89	66	35	84	55	7,7	24.
Medio	(538)	82%	69	97	70	78	39	14	52	23	5,6	37
Medio Bajo	(170)	81%	51	99	50	88	27	12	27	11	4,7	39
Bajo	(25)	60%	4	92	8	24	-	-	-	-	1,9	18
Clientes de:												
Bancos	(339)	84%	80	98	82	83	59	26	72	41	6,8	33
Cajas	(912)	84%	73	98	75	83	47	20	59	32	6,2	38

Cuadro 2.1.7.
Indice de Status Socioeconómico Familiar

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Alto, Medio Alto	28	31	31	32	31	35	40	35	36	31	35	39
Medio	57	52	52	50	55	46	43	46	48	46	46	44
Medio Bajo	13	14	15	14	12	15	14	15	14	20	16	14
Bajo	2	2	2	3	3	4	3	4	2	2	2	2

2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

Siendo los propios entrevistados las unidades básicas de análisis en 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 movilidad geográfica, la posición social y la clase social subjetiva.

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 2-3%. 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. Pese a que esta cifra no es en absoluto alta, hay que señalar que alrededor de la mitad de los entrevistados no superan el nivel de estudios "primarios" y sólo entre el 5-8% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores. Hay que resaltar otra vez que ASEP, para mejorar sus indicadores, ha realizado otra modificación, en este caso respecto a la pregunta sobre el nivel educativo alcanzado por el entrevistado, por lo que los cambios que se observen son debidos a dicha modificación.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (como % sobre la población de 18 y más años o como % sobre el total de activos) es siempre muy similar a la que

ofrece la EPA del INE. Este mes es similar a la del mes pasado, concretamente un 8% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 16% sobre el total de población activa, estabilizando la tendencia a la disminución que se inició hace bastantes meses, aunque esta interrupción no parece implicar que se trate de un auténtico cambio de tendencia, sino más bien de una fluctuación muestral errática. La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, alrededor de 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 (alrededor del 50% de 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 3-7%, (6% este mes, aunque hay que tener en cuenta que dicho valor es producto de la modificación en la pregunta de ocupación y del sector económico en el que trabaja, por lo que veremos en los próximos meses su oscilación), mientras que los que trabajan en el sector privado por cuenta ajena suelen tener un peso relativo entre cuatro y cinco veces superior al 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.
- El índice de movilidad geográfica incorporado desde octubre de 1996, confirma los hallazgos de otras investigaciones según los cuales casi tres cuartas partes de los españoles de 18 y más años viven actualmente en la misma provincia en que nacieron y en la misma provincia en que vivían durante su adolescencia.
- 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.

Debe resaltarse que, a pesar del cambio introducido en la elaboración del Índice de Posición Social a causa de las modificaciones en el nivel educativo y en la ocupación del entrevistado, la serie temporal apenas se ha visto afectada.

- 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.
- Se observa cierta relación directa entre edad y "derechismo" ideológico.
- El "centro social" (líderes de opinión) está compuesto básicamente por personas de 30 a 49 años, de status socioeconómico familiar alto y posicionados ideológicamente más en la izquierda que en el centro o en la derecha.
- La clientela de los bancos tiene una posición social y un status socioeconómico familiar más alto que la de las cajas. Y en cuanto a la ideología, los clientes de bancos se autoposicionan más en la izquierda que los de las cajas.

Cuadro 2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Demográficas**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Sexo												
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
Edad												
18 a 19 años	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
20 a 29 años	22	21	22	21	21	21	22	22	22	21	21	22
30 a 39 años	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
40 a 49 años	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
50 a 59 años	13	13	14	14	14	14	13	14	14	13	14	14
60 a 64 años	8	9	8	8	7	8	8	8	8	9	8	7
65 y más años	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Estado Civil												
Soltero/a	27	29	29	29	28	30	27	29	29	29	29	27
Casado/a	61	58	59	58	59	56	60	58	59	57	59	60
En Pareja	2	2	2	2	2	4	3	2	1	2	2	3
Viudo/a	7	9	8	9	8	8	8	8	8	8	6	8
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	*
Separado/a	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
NS/NC	*	*	*	*	-	*	*	-	-	-	-	-

Cuadro 2.2.2.
Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Educación Entrevistado: (*)												
No Sabe Leer	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
Sabe Leer	16	15	16	13	16	17	14	12	15	17	12	15
Primarios	35	35	35	35	22	24	23	21	28	27	20	29
Bachiller Elemental/EGB	14	11	12	12	23	23	22	24	27	27	28	25
F.P. 1er. Grado	5	6	6	6	-	-	-	-	-	-	-	-
F.P. 2do. Grado	6	6	6	7	-	-	-	-	-	-	-	-
Formación Profesional	-	-	-	-	9	9	9	10	8	8	11	8
Bachiller Superior/BUP	10	10	9	13	8	8	7	8	7	5	10	6
PREU / COU	-	-	-	-	7	2	7	8	3	3	5	3
Titulado Grado Medio	6	6	6	5	7	5	7	8	5	4	5	5
Universitarios	6	7	7	7	7	8	8	7	6	5	7	6
NC	1	1	*	*	*	1	*	*	1	1	*	1
Status Ocupacional del Entrevistado: (*)												
Alto	3	4	3	4	3	6	5	7	6	7	8	6
Medio	33	34	32	31	28	23	26	24	23	20	21	23
Bajo	6	6	5	5	12	10	13	12	12	13	15	13
En Paro	7	6	6	7	7	9	7	8	8	9	8	8
Ama de Casa	26	25	25	24	25	23	24	23	25	23	24	25
Jubilado	18	17	18	19	16	18	17	17	18	18	17	16
Estudiantes	8	8	10	10	8	8	7	8	7	8	8	8
NS/NC	*	*	*	*	*	1	*	*	-	-	*	*
Sector Económico: (*)												
No Activos	51	49	53	53	50	50	50	48	51	50	49	50
En Paro	7	6	6	7	7	9	7	8	8	9	8	8
Sector Público	4	4	4	3	9	6	7	7	7	7	6	6
Privado C. Ajena	31	33	30	30	25	26	27	29	27	25	28	27
Privado C. Propia	6	7	7	8	9	8	9	7	7	9	9	9
NS/NC	*	*	*	*	*	1	*	*	-	-	*	*

(*) Los cambios observados sobre la educación, el status ocupacional y el sector económico del entrevistado, a partir de septiembre de 1999, son atribuibles a la modificación de dichas preguntas; Modificación realizada para adaptarse a criterios internacionales.

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
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	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	6	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	15	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	13	13	13	14	13	13	13	13	13	12	12
Murcia	3	3	2	3	2	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	6	6	6	5	6	6	6
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	27	26	25	26	26	23	24	25	26	26	26	26
Urbano	44	47	46	46	48	48	47	47	45	46	46	48
Metropolitano	29	27	29	28	27	28	29	28	30	28	28	26
Movilidad Geográfica												
No Móviles	72	73	72	73	71	73	73	72	72	72	72	71
Móviles	28	27	28	27	29	27	27	28	28	28	28	29

Cuadro 2.2.4.**Indice de Posición Social**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Muy Baja	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Baja	30	32	33	32	35	33	32	32	33	35	34	32
Media	52	48	50	49	48	49	49	49	51	47	49	51
Alta	12	15	13	15	12	13	14	14	11	12	12	12
Muy Alta	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1

Cuadro 2.2.5.**Distribución de los Entrevistados según la Clase Social Subjetiva con la que se identifican**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.212)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Alta	*	*	*	*	1	*	*	*	*	1	1	*
Media Alta	4	4	5	2	4	5	4	4	5	3	4	6
Media Media	58	58	56	60	59	64	59	57	59	56	59	56
Media Baja	28	28	29	28	27	22	28	30	28	30	30	28
Baja	8	7	7	6	7	7	7	8	5	9	6	7
NS/NC	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3

Cuadro 2.2.6.
Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.
(En porcentaje)

		EDAD				POSICIÓN SOCIAL			IDEOLOGÍA			STATUS SOCIOECONÓMICO FAMILIAR			
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquierda	Centro	Derecha	Alto	Medio	Bajo	Bajo
ABRIL 2000	Total Muestra														
TOTAL	(1210)	26	34	21	18	36	51	13	35	25	20	39	44	14	2
Edad:															
18 a 29 años	(316)	100	-	-	-	35	58	7	35	20	19	54	39	6	1
30 a 49 años	(412)	-	100	-	-	17	59	25	41	27	15	50	41	8	1
50 a 64 años	(261)	-	-	100	-	31	56	13	32	27	22	30	53	15	2
65 y más años	(222)	-	-	-	100	80	20	-	26	25	30	9	49	36	6
Posición Social:															
Baja	(440)	25	16	19	41	100	-	-	31	26	21	11	57	27	5
Media	(612)	30	39	24	7	-	100	-	35	23	20	48	42	8	1
Alta	(158)	15	64	21	-	-	-	100	43	26	17	83	17	1	-
Ideología:															
Izquierda	(421)	27	40	20	14	32	52	16	100	-	-	41	46	11	2
Centro	(298)	21	37	23	18	39	47	14	-	100	-	43	43	13	1
Derecha	(244)	24	25	24	27	38	51	11	-	-	100	43	42	14	1
Status Socioeconómico Familiar:															
Alto, Medio alto	(477)	36	43	17	4	11	62	27	36	27	22	100	-	-	-
Medio	(538)	23	31	26	20	47	48	5	36	24	19	-	100	-	-
Medio Bajo	(170)	11	19	23	47	69	30	1	27	23	20	-	-	100	-
Bajo	(25)	12	16	16	56	80	20	-	32	12	12	-	-	-	100
Clientes de:															
Bancos	(339)	25	41	20	14	28	52	20	40	25	21	53	36	10	1
Cajas	(912)	25	33	22	20	37	50	12	34	25	21	38	45	14	2

2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD

Se incluyen aquí desde Octubre de 1996 un conjunto de indicadores que hacen referencia a orientaciones, identidades y rasgos de personalidad de los entrevistados que, se supone, influyen sobre las actitudes y comportamientos de los individuos en cualquiera de las áreas principales de esta investigación.

Para medir el estado de ánimo se utilizan siete sentimientos más frecuentemente mencionados por los individuos, de los cuales dos pueden considerarse como positivos o "buenos" (contento y eufórico), y los otros cinco como negativos o "malos". Las diferencias por sexo y por edad, aunque también por status socioeconómico familiar y ocupacional, son especialmente interesantes. En general, la mayor parte de los entrevistados parecen disfrutar de un "buen" estado de ánimo, aunque éste tiende a ser algo peor entre los de mayor edad y más bajo status socioeconómico.

La orientación temporal (junto a la identificación espacial) son dos coordenadas esenciales que parecen condicionar las actitudes de los individuos, y que por supuesto influyen de manera básica sobre su personalidad. Son muy pocos los que afirman pensar sobre todo en el pasado (generalmente menos del 10% de los entrevistados), concentrados sobre todo en los de más edad. Pero las proporciones de quienes piensan principalmente en el presente y quienes lo hacen en el futuro han sido habitualmente muy similares, con diferencias significativas según los distintos segmentos sociales, aunque estos últimos meses se observa que la proporción de los que piensa más en el presente es superior a la de quienes piensan más en el futuro. La orientación al futuro está inversamente relacionada con la edad y directamente con el status socioeconómico familiar y con la posición social, pero la relación con otras variables es menos clara.

En cuanto a la identificación espacial o geográfica, se han utilizado dos indicadores. Todas las investigaciones en España y en otros países coinciden en demostrar que los individuos se identifican en gran medida con su pueblo o ciudad, y esto es aún más cierto en España por la escasa movilidad geográfica a la que ya se ha hecho referencia. Un 34% de los entrevistados este mes se identifican con su pueblo o ciudad, y alrededor de un tercio se identifican con España (proporción que parece haberse incrementado estos últimos meses, estabilizándose en torno al 30%), siendo muy pocos los que se

identifican con espacios supranacionales. El sentimiento español-nacionalista es la variable que mejor explica las diferencias de identificación espacial, como cabría esperar, en el sentido de que alrededor de la mitad de los que se consideran sólo españoles o más españoles que nacionalistas se identifican con España, mientras que alrededor de un tercio de los que se consideran sólo nacionalistas o más nacionalistas que españoles se identifican con su Comunidad Autónoma.

Pero, complementando esta información, se utiliza otro indicador relativo a la ciudadanía que los entrevistados desearían que figurase en su pasaporte, observándose que dos terceras partes se refieren a la española, una cuarta parte a la autonómica, y alrededor de un 10% a una ciudadanía supranacional. Una vez más el sentimiento español-nacionalista es la variable que mejor explica las diferencias.

La evaluación personal y la de España son dos indicadores utilizados hace ya varias décadas por Cantril para medir la percepción que los individuos tienen de sí mismos por referencia a la sociedad en la que viven y también al mundo. Se ha prescindido aquí de la evaluación del mundo debido principalmente a que esta investigación se centra especialmente en España, y también por razones de espacio en el cuestionario, así como por el conocimiento que ya se tiene de la relación entre las tres percepciones. Utilizando escalas de 0 a 10 puntos, es habitual encontrar que los individuos se evalúan mejor a sí mismos que a su país, y a éste mejor que al mundo. Asimismo, es habitual que los individuos evalúen a cualquiera de los tres objetos citados mejor en el presente que en el pasado, y mejor aún en el futuro. Aunque en estos últimos años, debido a la crisis económica y a otros factores políticos, los españoles han valorado la situación personal y nacional presente peor que la del pasado, desde hace más de un año parece haberse recuperando la pauta descrita por Cantril para la mayoría de los países, de manera que los españoles vuelven a percibir su situación personal presente, así como la de España, algo mejor que la pasada). La evaluación del futuro es mejor que la del presente respecto al individuo y a España, y la evaluación de España es inferior a la personal en los tres momentos temporales.

Finalmente, y a través del grado de acuerdo-desacuerdo con seis frases, se pretende medir diferentes aspectos de la personalidad, como el dogmatismo, el autoritarismo, el transcendentalismo, el moralismo, la incertidumbre respecto al futuro y el fatalismo.

Aunque cada una de estas dimensiones debería medirse con escalas de ítems muy diversos, se ha seleccionado un sólo ítem para medir cada dimensión sobre la base de la experiencia de su utilización en otras investigaciones.

Tomando en consideración los datos de este mes parece observarse que los españoles pueden ser descritos como:

- Algo dogmáticos, fatalistas y con cierta incertidumbre en el futuro,
- Poco autoritarios y moralistas,
- Muy poco trascendentes.

Todos estos rasgos de personalidad (excepto la incertidumbre en el futuro) parecen ser más acusados cuanto más alta es la edad del entrevistado y mayor su práctica religiosa y su “derechismo” ideológico, y todos varían inversamente con la posición social, pero no se percibe una pauta global de variación con el nacionalismo.

Cuadro 2.3.1.**Estado de Animo más frecuente durante la Última Semana.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
- Contento, tranquilo, satisfecho	71	73	74	70	69	67	73	76	74	75	74	73
- Solo, solitario, aislado	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2
- Aburrido	4	3	2	3	3	5	4	3	4	3	3	4
- Cansado, con "estrés", nervioso	8	9	7	9	7	12	8	6	7	7	7	8
- Deprimido, triste	5	3	4	4	6	5	4	4	4	4	4	3
- Eufórico, lleno de vitalidad, entusiasmado	1	1	1	1	2	1	1	1	*	*	1	1
- Preocupado por algo	7	7	8	9	8	6	7	7	8	7	7	8
- NS/NC	1	1	*	1	1	1	1	1	*	*	1	1
- % estado de ánimo bueno	71	74	75	71	71	67	74	77	74	75	75	74
- % estado de ánimo malo	28	25	25	28	28	32	25	23	26	25	24	25

Cuadro 2.3.2.**Estado de Animo más frecuente durante la Semana, por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000											% Estado de Animo	
	Total	Contento	Solo	Aburrido	Cansado	Deprimido	Eufórico	Preocupado	NS/NC		Bueno	Malo
TOTAL	(1210)	73%	2	4	8	3	1	8	1		74	25
Sexo												
Varón	(583)	76%	2	5	6	2	1	8	1		77	22
Mujer	(627)	71%	3	4	9	4	1	7	*		72	28
Edad:												
18 a 29 años	(316)	78%	*	5	9	1	2	4	*		80	20
30 a 49 años	(412)	75%	2	4	9	2	*	8	1		75	24
50 a 64 años	(261)	69%	3	4	8	4	1	11	-		70	30
65 y más años	(222)	70%	5	5	4	8	-	8	*		70	30
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	(73)	78%	-	4	4	1	3	10	-		81	19
Medio	(281)	80%	2	4	6	1	1	6	1		81	18
Bajo	(154)	75%	3	1	12	1	1	5	1		77	22
En paro	(95)	62%	-	10	11	5	-	13	-		62	38
Ama de casa	(307)	68%	5	3	9	6	*	9	-		69	31
Jubilado	(192)	73%	3	7	5	5	-	7	1		73	26
Estudiante	(97)	77%	-	5	9	-	2	6	-		79	21
NS/NC	(3)	34%	-	66	-	-	-	-	-		34	66
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(477)	80%	*	3	7	1	1	7	1		81	19
Medio	(538)	71%	3	5	9	3	1	8	*		71	28
Medio Bajo	(170)	68%	4	5	5	8	1	9	1		69	31
Bajo	(25)	56%	12	8	8	12	-	4	-		56	44

Cuadro 2.3.3.

Pensamientos y Reflexiones a los que dedica más Tiempo.

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
TOTAL	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Al pasado	10	8	7	8	10	8	8	8	9	9	7	8
Al presente	48	46	49	52	48	51	54	52	47	50	50	50
Al futuro	41	43	42	39	41	39	36	39	42	39	41	40
NS/NC	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
INDICE	69	65	65	69	69	69	72	69	67	69	66	67

Cuadro 2.3.4.

Orientación Temporal, por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	TOTAL	Pasado	Presente	Futuro	NS/NC	INDICE
TOTAL	(1210)	8%	50	40	2	67
Edad:						
18 a 29 años	(316)	4%	46	50	1	54
30 a 49 años	(412)	4%	49	45	2	59
50 a 64 años	(261)	9%	52	37	2	72
65 y más años	(222)	19%	52	24	4	95
Posición Social:						
Baja	(440)	14%	49	34	3	79
Media	(612)	4%	49	45	2	60
Alta	(158)	3%	54	41	2	62
Ideología:						
Izquierda	(421)	6%	48	44	1	63
Centro	(298)	6%	51	41	1	65
Derecha	(244)	9%	47	41	2	68
Status Socioeconómico						
Familiar:						
Alto, Medio alto	(477)	4%	45	50	1	54
Medio	(538)	9%	52	37	2	72
Medio Bajo	(170)	13%	54	29	5	84
Bajo	(25)	24%	56	16	4	109
Práctica Religiosa:						
Alta	(275)	13%	45	38	4	76
Media	(234)	7%	50	41	3	66
Baja	(643)	5%	51	42	1	63
Cientes de:						
Bancos	(339)	6%	50	41	2	65
Cajas	(912)	8%	50	40	2	69

Cuadro 2.3.5.**Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	XII-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
TOTAL	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Su pueblo o ciudad	34	39	41	41	37	35	37	31	30	33	34	34
Su provincia	5	8	7	7	7	7	6	6	8	8	8	8
Su Comunidad Autónoma	18	15	15	18	17	17	15	17	19	18	18	18
España	33	30	31	26	32	32	36	38	34	32	31	32
Europa (UE)	3	1	1	3	1	2	2	2	3	2	3	2
Occidente	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
El Mundo	6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	6	6
Ninguno	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	1
NS/NC	1	1	*	*	1	1	*	1	*	1	*	*

Cuadro 2.3.6.**Espacio Geográfico con el que se siente más Identificado,
por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	(1210)	34%	8	18	32	8	1
Edad:							
18 a 29 años	(316)	32%	8	19	29	10	3
30 a 49 años	(412)	32%	7	16	33	12	1
50 a 64 años	(261)	38%	7	20	30	4	1
65 y más años	(222)	36%	8	19	35	2	*
Posición Social:							
Baja	(440)	43%	9	19	26	3	1
Media	(612)	30%	7	18	34	9	1
Alta	(158)	22%	6	16	37	17	1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(258)	39%	11	36	9	4	2
Tan nac. como esp.	(571)	37%	9	18	28	8	1
Más españoles	(354)	26%	4	6	53	10	1
Clientes de:							
Bancos	(339)	34%	8	15	32	10	1
Cajas	(912)	36%	7	19	31	7	1

Cuadro 2.3.7.**Ciudadanía que le Gustaría Declarar en su Pasaporte.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
TOTAL	(1.214)	(1.213)	(1.213)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Comunidad Autónoma	25	27	24	25	22	21	20	18	27	26	25	27
España	65	65	68	67	68	67	70	69	63	64	65	65
Europa (UE)	6	4	4	6	7	8	7	8	7	6	6	5
Otros	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
NS/NC	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1

Cuadro 2.3.8.**Ciudadanía que le gustaría declarar en su Pasaporte, por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	Comunidad Autónoma	España	Europa (UE)	Otros	NS/NC
TOTAL	(1210)	27%	65	5	2	1
Edad:						
18 a 29 años	(316)	30%	61	5	3	1
30 a 49 años	(412)	23%	66	6	3	1
50 a 64 años	(261)	29%	65	5	1	1
65 y más años	(222)	28%	68	2	*	2
Posición Social:						
Baja	(440)	34%	62	2	*	2
Media	(612)	24%	66	5	3	1
Alta	(158)	17%	68	12	2	1
Ideología:						
Izquierda	(421)	30%	59	7	2	1
Centro	(298)	27%	67	5	1	-
Derecha	(244)	23%	71	3	2	*
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(258)	64%	30	4	*	2
Tan nac. como esp.	(571)	26%	67	3	2	1
Más españoles	(354)	2%	88	7	3	*
Recuerdo de Voto:						
PP	(408)	18%	78	3	1	1
PSOE	(243)	23%	70	5	-	2
IU	(44)	36%	41	11	9	2
Nacionalistas derecha	(82)	63%	29	5	1	1
Nacionalistas izquierda	(20)	50%	40	10	-	-
Otros, en blanco	(49)	28%	64	4	4	-
No votará	(215)	32%	57	7	3	1
No sabe	(8)	25%	50	-	25	-
No contesta	(134)	25%	63	5	5	2
Clientes de:						
Bancos	(339)	26%	63	7	3	1
Cajas	(912)	28%	65	4	2	1

Cuadro 2.3.9.
Evaluación de la Situación Personal y de España

ABRIL 2000	PERSONAL			ESPAÑA		
	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1ºño
Total	(1.210)	(1.210)	(1.210)	(1.210)	(1.210)	(1.210)
%						
10. Muy bien	3	3	6	1	1	2
9.	3	4	7	1	1	5
8.	13	13	18	7	10	13
7.	23	23	20	17	18	15
6.	25	27	19	28	27	19
5.	23	21	11	32	30	19
4.	6	4	2	8	6	5
3.	2	2	1	2	3	3
2.	1	1	1	2	1	1
1.	1	1	1	*	*	1
0. Muy mal	*	1	1	1	1	1
NS/NC	1	*	15	2	1	17
% Opinan	99	100	85	98	99	83
X Valoración	6,2	6,3	6,8	5,7	5,8	6,2
% Discrepancia	27	26	26	26	26	30

Cuadro 2.3.10.
Evaluación de la Situación Personal y de España (Valoración Media).

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
Personal												
- Hace 1 año	6,2	6,2	6,4	6,2	6,2	6,2	6,3	6,2	6,3	6,2	6,3	6,2
- Actualmente	6,3	6,4	6,5	6,3	6,3	6,3	6,4	6,3	6,4	6,3	6,4	6,3
- Dentro de 1 año	6,6	6,9	7,1	6,8	7,0	6,9	6,9	6,8	6,9	7,0	7,0	6,8
España												
- Hace 1 año	5,4	5,4	5,4	5,6	5,4	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,7	5,7
- Actualmente	5,5	5,6	5,6	5,7	5,5	5,6	5,7	5,6	5,5	5,6	5,9	5,8
- Dentro de 1 año	5,8	5,9	5,9	6,0	5,9	6,0	6,1	6,0	5,9	6,0	6,3	6,2

Cuadro 2.3.11.

**Evaluación de la Situación Personal y de España (Valoración Media),
por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	PERSONAL			ESPAÑA		
		Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
TOTAL	(1210)	6,2	6,3	6,8	5,7	5,8	6,2
Edad:							
18 a 29 años	(316)	6,3	6,6	7,4	5,6	5,7	6,2
30 a 49 años	(412)	6,3	6,4	7,0	5,8	5,9	6,2
50 a 64 años	(261)	6,2	6,1	6,5	5,7	5,9	6,2
65 y más años	(222)	5,8	5,8	5,9	5,7	5,9	6,1
Posición Social:							
Baja	(440)	6,0	6,1	6,5	5,7	5,8	6,1
Media	(612)	6,3	6,3	7,0	5,7	5,8	6,2
Alta	(158)	6,4	6,5	7,0	5,8	5,9	6,2
Ideología:							
Izquierda	(421)	6,1	6,2	6,8	5,3	5,3	5,5
Centro	(298)	6,3	6,4	6,9	5,9	6,1	6,5
Derecha	(244)	6,4	6,6	7,0	6,3	6,6	7,1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(258)	6,1	6,3	6,8	5,4	5,5	5,7
Tan nac. como esp.	(571)	6,2	6,3	6,8	5,8	6,0	6,3
Más españoles	(354)	6,2	6,2	6,9	5,8	5,9	6,3
Práctica Religiosa:							
Alta	(275)	6,1	6,2	6,5	6,0	6,2	6,6
Media	(234)	6,2	6,3	6,9	6,0	6,1	6,5
Baja	(643)	6,2	6,3	6,9	5,5	5,6	5,9
Cientes de:							
Bancos	(339)	6,2	6,4	7,1	5,8	5,9	6,2
Cajas	(912)	6,2	6,3	6,8	5,7	5,8	6,2

Cuadro 2.3.12.**Grado de Acuerdo con las siguientes Frases.**

ABRIL 2000	Muy de Acuerdo	Más Bien de Acuerdo	Más Bien en Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	NS/NC	INDICE
- De todas las religiones que hay en el mundo, probablemente sólo una es la verdadera (Dogmatismo).....	19%	26	21	27	6	97
- En un mundo complicado como el actual lo mejor es atenerse a lo que nos digan las autoridades y expertos en quienes podamos confiar (Autoritarismo).....	8%	32	34	21	5	85
- Lo más importante no es tener éxito en este mundo, sino lo que ocurra más allá (Transcendentalismo).....	8%	15	34	33	11	56
- Todo cambia tan rápidamente en estos tiempos que uno difícilmente puede ya distinguir entre el bien y el mal (Moralismo).....	8%	25	36	26	5	71
- El futuro es tan inseguro, que lo mejor que se puede hacer es vivir al día (Incertidumbre respecto al futuro).....	18%	38	27	15	3	115
- La situación internacional es ya tan compleja que países como España apenas si pueden tomar decisiones importantes sobre sus propios asuntos (Fatalismo).....	8%	29	35	15	13	87

Cuadro 2.3.13.**Indices de Personalidad.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
- Dogmatismo	105	101	109	106	105	108	97	95	87	98	100	97
- Autoritarismo	81	83	83	89	83	76	79	68	81	86	80	85
- Transcendentalismo	69	61	59	64	61	60	55	51	55	62	60	56
- Moralismo	82	76	72	78	80	77	70	63	72	72	69	71
- Incertidumbre respecto al futuro	121	108	107	112	110	120	115	102	106	110	109	115
- Fatalismo	104	97	96	107	103	99	98	89	91	92	91	87

Cuadro 2.3.14.**Indices de Personalidad, por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	Dogmatismo	Autoritarismo	Transcendentalismo	Moralismo	Incertidumbre	Fatalismo
TOTAL	(1210)	97	85	56	71	115	87
Edad:							
18 a 29 años	(316)	64	68	37	71	133	78
30 a 49 años	(412)	79	66	42	64	110	89
50 a 64 años	(261)	123	103	68	70	110	93
65 y más años	(222)	146	122	97	82	102	90
Posición Social:							
Baja	(440)	121	98	73	86	120	92
Media	(612)	86	83	50	68	115	85
Alta	(158)	69	56	34	40	98	81
Ideología:							
Izquierda	(421)	77	72	46	65	114	93
Centro	(298)	104	87	58	67	115	81
Derecha	(244)	115	98	68	79	105	83
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(258)	85	95	59	84	123	92
Tan nac. como esp.	(571)	105	86	56	67	112	81
Más españoles	(354)	94	76	56	69	111	94
Práctica Religiosa:							
Alta	(275)	146	120	90	83	115	98
Media	(234)	119	91	74	69	114	90
Baja	(643)	73	73	39	67	115	81
Clientes de:							
Bancos	(339)	93	84	49	71	114	90
Cajas	(912)	97	85	56	72	114	85

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

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 la que hicieron 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 **Indices 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 Indices, 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 Indices 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 Indices, 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 Detectadas en los diez últimos años en relación con la evaluación de la coyuntura económica.

Aunque los españoles sienten la evolución de la economía de una forma distinta de un mes a otro, los datos acumulados son los que permiten conocer la tendencia que ésta adopta a largo plazo. Por otra parte, cualquiera que sea la tendencia, los resultados de los sondeos efectuados durante los diez últimos años por ASEP han permitido constatar la existencia de ciertas pautas estables. Son las siguientes:

- Los entrevistados tienden a creer normalmente que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será mejor que la actual.
- En segundo lugar, los españoles solían valorar mejor siempre la situación económica del país que la personal, aunque desde 1999 se ha modificado esta pauta, equilibrándose los índices de ambos sentimientos.
- Su situación económica personal presente suele ser valorada más negativamente 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 derecha) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un optimismo más pronunciado.

La Evaluación de la Coyuntura Económica en Abril 2000

Tras conocerse los resultados de las últimas elecciones generales de marzo de 2000, la vida política ha regresado a su normalidad, entrando en una fase de estabilidad en la que coinciden, por un lado, el conocimiento de la inminente constitución de un gobierno sólido, como consecuencia de la obtención de la mayoría absoluta del PP, así como la confirmación de que la política económica actual, cuyos buenos resultados han sido evidentes, tendrá una continuidad en los próximos años. Si a estos hechos se añade que la población puede haber experimentado una moderación general en sus sentimientos expresados, tras la euforia propia de las fases de precampaña y campaña, entonces tendríamos los tres elementos que explican los resultados de este mes de abril, es decir unos índices muy positivos pero que no alcanzan los niveles de hace un mes.

El hecho de que la opinión pública vea confirmada la posibilidad de prolongar la política económica actual sin necesidad de contar con apoyos de minorías ni nacionalistas podría haber desencadenado una lógica consolidación del optimismo en el conjunto de todas las capas de la población, lo que se ha traducido en un excelente ISC-5, situado del 110, al coincidir nuevamente unos eficientes resultados en los cuatro índices parciales.

Por lo que respecta a los índices que miden la situación del país,, los españoles ratifican que su situación es percibida como mejor que hace seis meses (ISC3= 114) en una proporción 5 ocho puntos inferior a la del mes pasado pero 10 puntos por encima de la de hace un año. Por otra parte, la población española estima que la situación económica del país incluso promete ser mejor en los próximos seis meses, a tenor del ISC4= 113, cuyo resultado es tres puntos superior al del mes pasado pero 9 puntos superior al de abril de 1999.

No hay un solo segmento de la muestra cuyo ISC5 quede por debajo del nivel de equilibrio, ni siquiera los que se autodefinen con ideología de izquierda, lo que explica que el IESE roce otra vez el índice (119), trece puntos más que hace un año.

Las esperanzas de buena evolución para España han alcanzado incluso unos niveles que pueden ser exagerados en algunos segmentos, mostrando el estado de euforia que caracteriza actualmente a una buena parte de la opinión pública. En concreto, es obligada la referencia al IESE = 140 referido al segmento de entrevistados que se autodefinen con ideología de derechas.

Si la economía española ha ido evolucionando muy positivamente durante el conjunto de los cuatro últimos años, es lógico que los españoles en su conjunto realicen una evaluación especialmente positiva tras confirmarse la victoria del partido que lo ha hecho posible, pues seguramente establecen un juicio de valor mucho más amplio en el tiempo, no mirando tanto el último dato de inflación sino efectuando una visión de conjunto de un periodo más largo. En enero se decía que esta actitud podía estar unida al carácter especial del año 2.000, lo que explicaría que, por primera vez desde que se realiza el sondeo ASEP, solamente se hubieran encontrado cinco datos por debajo del índice de equilibrio 100, sumando todos los datos registrados por características socioeconómicas en los cinco ISC`s, así como en el IESE y el Índice de Optimismo. Sin

embargo, son ya cuatro los meses consecutivos en los que la actualidad se ve alterada por acontecimientos muy diversos que, sin embargo, no han impedido mantener los índices en un nivel muy positivo y sin precedentes.

El ISC`1 que mide el sentimiento sobre la economía presente de uno mismo es, de hecho, uno de los más altos ASEP (ISC1= 104), tres puntos superior al de hace un año, aunque dos menos que en marzo.

Estos datos no vienen sino a expresar que la confianza de los españoles es absoluta en la gestión de los recursos por parte de la administración, así como en la coyuntura que está favoreciendo el desarrollo económico general, gracias a la presentación constante de estadísticas que ponen de manifiesto la buena marcha dl país, la disminución de la tasa de paro y las felicitaciones que la Unión Europea y la OCDE expresan al gobierno español por su política económica.

Los españoles muestran en su conjunto un sentimiento de optimismo marcado en niveles superiores a los de cualquier otro mes del pasado, excepto marzo de 2000. El ISC5 se establece en un nivel 110 y el sentimiento sobre la economía particular de uno mismo con respecto a seis meses atrás ha sido satisfactorio si se compara con las alcanzadas durante los tres últimos años, y más aún si se relaciona con los conocidos en los diez últimos años.

Los segmentos de la muestra que no han alcanzado el nivel de equilibrio en lo que afecta a este índice ISC-1 han sido solamente 6, sin descender en ningún caso por debajo del índice 98, a excepción de los de 50 a 64 años (ISC1= 97) y los de status bajo y medio bajo (ISC1=92), los endeudados (90), los que viven al día (95) y los de posición social baja (99) que son quienes han mostrado un sentimiento más pesimista que optimista, no solamente en este caso sino también en relación a su economía particular futura, así como la marcha actual y previsible del país en su conjunto. Por otra parte, los de ideología de izquierda han expresado lo propio en relación a la economía presente del país.

Al analizar los ISC`s restantes, incluido el ISC3 que es de 114, no encontramos sin embargo ningún grupo por debajo del nivel de equilibrio lo que sin duda confirma la generalización del optimismo entre todos los grupos sociales, incluso por encima de las diferencias ideológicas entre gobernantes y gobernados.

El sentimiento actual del consumidor español se encuentra pues en un estado de equilibrio total y con una tendencia clara al optimismo, un sentimiento no exclusivo de unos pocos segmentos de la población, sino reflejo de un sentir popular, cualquiera que sea su perfil socioeconómico.

En todo caso, sí podría decirse que, dentro de ese sentimiento compartido de equilibrio, existen aún seis grupos de individuos cuyo estado se resiste de forma casi imperceptible a adoptar una actitud decididamente optimista, en oposición al resto de la población: Los españoles de más edad, de 65 y más años, los individuos con ideología de izquierda, quizás por ver sus partidos políticos en la oposición, los endeudados y las personas que padecen un bajo status socioeconómico familiar. Con todo, estos grupos se auto definen prácticamente como personas cuyo sentimiento es de equilibrio.

Habitualmente, siempre se había sostenido que los españoles eran más optimistas al contemplar la situación del país que la personal. Sin embargo, como si el cambio de siglo quisiera romper todas las pautas del pasado, este sondeo muestra un marco distinto, hasta el punto de que el Índice de Optimismo Personal (IO= 113) es similar al Índice de Evaluación de la Situación Económica del País (IESE= 119), aunque sin superarlo, como sucediera por primera vez en diciembre de 1999.

Esta representación del sentimiento de los españoles no puede ser propia de un estado anímico puntual, sino más bien el resultado de un sentimiento que se ha ido consolidando durante los cuatro últimos años.

Es curioso observar que, en relación a abril de 1999, todos los índices han mantenido niveles altos similares a los de febrero, aún sin alcanzar los niveles de marzo, incluso en los relativo a la economía de uno mismo.

En estas circunstancias, el ISC5 es uno de los mayores registrados por ASEP hasta la fecha, pero gracias no solo a los ISC`s que miden el sentimiento con respecto a la economía del país sino también de la economía de uno mismo.

No debe sorprender que el Índice de Optimismo quede establecido en el nivel 113, 5 puntos más que hace un año, mientras que el IESE se eleva hasta el nivel 119, trece puntos por encima que en abril de 1999.

Si se repasa todo el periodo de la Era Aznar, se comprueba que el Índice de Evaluación de la Situación Económica se estabiliza alrededor del nivel 120, superando el nivel 118 que tuvo en julio de 1997 o enero de 1999, lo que se interpretaría como que los españoles perciben la estabilidad económica como un signo de que las cosas mejoran realmente. Sin embargo, cuando se analiza la evolución del índice de optimismo (IO) en el mismo periodo de la era Aznar, se comprueba una evolución muy positiva, lo que significaría que los españoles creen que la mejoría es cada vez más palpable en el seno de su propia economía y piensan, con cautela, que las condiciones actuales favorecen la consolidación de su situación particular de cara al futuro.

Cuadro 3.1.1.**Indices del Sentimiento del Consumidor**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
ISC-1												
Econ.Person. Presente	101	103	104	100	101	93	101	104	107	102	106	104
ISC-2												
Econ. Person. Futura	108	110	112	109	111	109	111	109	110	110	112	112
ISC-3												
Econ. País Presente	104	109	112	108	108	111	106	107	110	111	119	114
ISC-4												
Econ. País Futura	104	109	112	107	106	109	106	105	111	112	116	113
ISC-5	104	108	110	106	106	106	106	106	110	109	113	110

Cuadro 3.1.2.**Indice Global del Sentimiento del Consumidor (ISC-5),
por Características Socioeconómicas.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISC-5	104	108	110	106	106	106	106	106	110	109	113	110
Edad:												
Menos de 30 años	113	113	117	113	116	111	116	115	114	115	117	119
30 a 49 años	105	109	109	107	106	106	104	105	110	109	112	109
50 a 64 años	97	105	104	101	102	104	104	104	109	104	108	105
65 y más años	98	101	104	99	98	100	99	98	102	105	116	109
Posición Social:												
Baja	102	104	105	103	101	104	101	102	108	106	112	108
Media	104	109	112	105	109	107	108	107	110	110	113	111
Alta	109	112	115	112	111	108	112	111	113	112	121	115
Ideología:												
Izquierda	96	101	102	99	97	101	101	99	102	101	101	102
Centro	109	111	113	108	115	106	108	106	108	110	115	114
Derecha	117	118	128	117	114	114	119	121	121	121	132	123
Propensión al ahorro:												
Endeudados	104	100	102	92	93	100	101	99	105	101	109	102
Vive al día	97	104	106	102	99	100	103	100	104	104	110	105
Ahorran	113	114	118	115	117	114	111	114	115	116	119	117
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	112	115	120	114	113	112	112	112	114	116	116	116
Medio	103	107	108	103	106	105	104	113	108	107	113	108
Medio bajo	96	97	101	100	96	97	99	106	104	103	111	105
Bajo	86	94	71	96	86	91	86	95	104	98	101	97
Cientes de:												
Bancos	108	112	113	110	108	108	110	110	112	110	115	113
Cajas	103	108	111	107	107	107	106	106	109	109	114	111

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Mejor	16	15	16	14	15	12	14	15	17	15	18	16
Igual	70	73	72	72	70	67	74	73	72	72	71	73
Peor	15	12	12	14	14	19	12	12	10	13	11	11
NS/NC	*	*	*	*	1	2	*	-	*	*	*	-
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	101	103	104	100	101	93	101	104	107	102	106	104

Situación del País respecto a hace seis meses:

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Mejor	21	22	23	20	23	21	18	19	22	21	29	24
Igual	59	60	62	63	60	66	68	66	64	65	59	63
Peor	17	14	11	12	15	9	12	12	12	10	10	10
NS/NC	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3
ISC-3 (Econ. del País Presente)	104	109	112	108	108	111	106	107	110	111	119	114

Cuadro 3.1.4.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISC-1	101	103	104	100	101	93	101	104	107	102	106	104
Edad:												
Menos de 30 años	113	112	113	110	112	101	111	115	117	109	113	115
30 a 49 años	104	104	105	101	103	92	100	104	106	103	106	103
50 a 64 años	88	96	96	91	93	88	98	101	104	95	95	97
65 y más años	92	97	92	92	90	91	95	90	100	97	111	100
Posición Social:												
Baja	97	98	98	96	93	93	95	97	99	95	104	99
Media	101	103	107	99	104	94	102	104	110	105	104	106
Alta	109	113	109	108	113	93	113	117	118	108	122	115
Ideología:												
Izquierda	98	99	99	95	94	91	100	96	103	98	99	100
Centro	101	106	104	97	107	95	101	106	104	102	105	105
Derecha	104	108	118	115	108	94	112	116	116	114	120	111
Propensión al ahorro:												
Endeudados	96	84	84	86	82	80	90	87	93	89	98	90
Viven al día	92	96	100	94	93	90	100	95	104	94	100	95
Ahorran	112	114	114	111	113	100	105	115	112	114	116	115
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	109	113	117	110	111	98	109	114	115	112	110	116
Medio	100	102	102	96	100	94	99	103	105	99	106	99
Medio bajo	90	91	90	90	83	85	92	86	98	95	102	92
Bajo	68	82	56	88	71	68	83	82	104	83	91	92
Clientes:												
Bancos	104	108	110	102	106	96	104	106	114	104	106	108
Cajas	100	104	105	101	101	94	101	105	106	102	107	104

Cuadro 3.1.5.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISC-3	104	109	112	108	108	111	106	107	110	111	119	114
Edad:												
Menos de 30 años	106	106	117	112	113	111	112	107	111	110	118	116
30 a 49 años	105	112	109	107	106	112	101	106	111	110	118	112
50 a 64 años	99	108	110	107	109	114	107	110	113	109	116	109
65 y más años	104	105	114	104	103	107	103	103	106	115	127	119
Posición Social:												
Baja	100	104	107	105	106	107	101	104	110	111	120	113
Media	104	112	114	107	109	114	108	108	110	111	117	114
Alta	113	108	117	116	110	115	109	109	113	110	123	116
Ideología:												
Izquierda	90	98	98	99	94	103	97	97	99	97	101	100
Centro	114	113	119	116	120	112	109	109	110	112	123	122
Derecha	127	125	142	118	119	125	124	128	128	134	140	134
Propensión al ahorro:												
Endeudados	107	102	112	90	89	108	104	97	108	102	118	106
Viven al día	96	104	106	105	100	104	101	102	103	108	116	109
Ahorran	113	115	121	117	120	121	112	113	117	116	123	120
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	113	113	121	118	112	119	111	111	115	116	118	118
Medio	101	108	109	103	107	109	103	106	107	109	120	112
Medio bajo	99	101	106	105	104	103	102	101	110	109	118	112
Bajo	96	100	73	94	87	92	83	102	113	100	109	100
Clientes de:												
Bancos	108	112	114	113	110	115	111	114	112	116	123	116
Cajas	103	108	114	109	107	112	106	107	110	109	118	114

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Mejor	17	18	18	17	18	16	17	15	16	17	18	16
Igual	67	67	68	68	65	70	70	72	72	68	67	71
Peor	8	7	6	8	8	7	6	6	6	6	6	6
NS/NC	7	8	8	8	9	7	8	8	6	9	8	6
ISC-2 (Economía Personal Futura)	108	110	112	109	111	109	111	109	110	110	112	110

Situación de España dentro de seis meses:

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Mejor	16	19	19	17	19	17	15	15	19	18	24	21
Igual	59	59	60	61	56	66	67	64	62	62	57	62
Peor	13	9	8	10	13	8	9	10	8	6	8	8
NS/NC	12	13	13	13	12	9	9	11	10	14	12	9
ISC-4 (Economía del País Futura)	104	109	112	107	106	109	106	105	111	112	116	113

Cuadro 3.1.7.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISC-2	108	110	112	109	111	109	111	109	110	110	112	110
Edad:												
Menos de 30 años	127	120	122	121	126	122	126	125	118	125	122	125
30 a 49 años	108	113	113	113	110	108	110	107	110	110	110	107
50 a 64 años	97	105	103	100	104	102	103	101	105	103	107	103
65 y más años	96	98	96	98	97	101	100	96	101	97	108	102
Posición Social:												
Baja	106	105	104	107	103	109	105	103	109	107	109	108
Media	110	111	115	110	115	109	113	111	110	111	113	110
Alta	112	119	119	112	116	110	117	112	109	115	118	115
Ideología:												
Izquierda	103	108	111	105	106	106	109	107	106	108	104	105
Centro	108	113	111	109	115	111	115	105	108	110	113	111
Derecha	122	113	119	119	116	113	116	116	116	113	126	116
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	112	110	103	103	109	108	106	115	112	108	112	100
Vive al día	101	108	110	105	102	104	109	103	106	105	109	104
Ahorran	117	113	118	117	120	114	114	113	113	117	116	117
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	116	118	123	117	119	117	120	115	114	117	115	117
Medio	109	110	108	108	110	108	107	108	109	110	112	107
Medio bajo	96	99	104	98	97	97	104	96	101	100	106	103
Bajo	82	90	74	106	84	100	88	95	104	103	95	92
Clientes de:												
Bancos	115	115	117	116	111	113	115	113	111	108	112	113
Cajas	108	111	113	109	111	110	110	108	109	111	113	110

Cuadro 3.1.8.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISC-4	104	109	112	107	106	109	106	105	111	112	116	113
Edad:												
Menos de 30 años	107	114	117	107	115	110	114	112	114	114	117	117
30 a 49 años	103	108	109	109	104	111	104	102	110	112	115	111
50 a 64 años	103	110	105	106	103	112	107	104	109	110	115	112
65 y más años	100	105	115	102	102	103	98	103	102	111	119	113
Posición Social:												
Baja	104	109	109	106	104	107	102	105	108	112	115	113
Media	103	111	112	105	109	110	108	105	110	110	116	113
Alta	104	106	115	112	106	112	107	108	113	115	119	114
Ideología:												
Izquierda	93	100	101	99	95	103	99	98	101	102	100	102
Centro	112	112	118	111	116	108	106	105	110	115	118	119
Derecha	116	128	133	116	112	125	123	125	123	124	142	131
Propensión al ahorro												
Endeudados	100	105	108	89	92	105	104	98	109	104	109	114
Vive al día	100	106	108	104	100	102	101	102	105	109	114	112
Ahorran	110	114	118	115	116	120	112	114	116	115	120	116
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	110	115	118	111	108	115	110	110	114	118	119	116
Medio	101	110	111	104	107	107	106	104	110	109	114	112
Medio Bajo	101	97	103	105	101	104	99	98	108	109	117	113
Bajo	100	103	82	97	100	104	89	100	96	103	109	104
Clientes de												
Bancos	105	115	111	108	106	111	112	108	109	114	120	114
Cajas	102	108	113	108	106	111	105	106	112	112	117	113

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo												
	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Optimista	24	25	26	22	26	21	23	22	24	24	26	24
Indiferente	61	63	63	64	60	62	65	66	65	63	62	65
Pesimista	16	13	11	14	15	17	12	12	11	13	12	11
IO	108	112	115	108	111	105	111	111	113	111	115	113

Indice de Evaluación de la Situación Económica												
	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Optimistas	26	28	28	25	30	26	23	24	29	28	34	30
Indiferentes	55	56	60	61	52	62	63	62	58	61	54	58
Pesimistas	20	16	12	14	19	12	14	14	13	11	11	12
IESE	106	113	116	111	111	114	109	110	116	116	123	119

Cuadro 3.1.10.**Índice de Optimismo (IO), por Características del Entrevistado**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total IO	108	112	115	108	111	105	111	111	113	111	115	113
Edad:												
Menos de 30 años	130	126	130	125	133	120	132	132	125	127	129	133
30 a 49 años	110	115	115	112	111	104	109	111	116	113	112	109
50 a 64 años	91	104	101	94	98	94	100	104	105	98	101	102
65 y más años	92	95	92	90	95	96	97	88	103	96	114	103
Posición Social:												
Baja	102	102	104	103	101	103	104	101	109	104	111	106
Media	109	115	119	108	116	105	112	114	115	115	114	114
Alta	118	124	123	115	123	108	124	123	119	116	128	125
Ideología:												
Izquierda	101	108	113	104	105	103	110	108	109	105	106	108
Centro	106	116	114	105	119	104	113	107	109	112	114	113
Derecha	122	114	125	122	116	112	120	120	123	120	133	123
Propensión Ahorro:												
Endeudado	104	103	99	88	104	97	108	109	107	102	110	98
Vive al Día	97	106	110	102	98	99	107	101	109	101	108	101
Ahorra	121	120	125	121	126	112	115	121	119	125	123	125
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	119	124	130	121	124	114	124	122	121	124	120	126
Medio	107	110	111	105	110	104	105	110	111	108	115	106
Medio bajo	93	97	99	90	90	91	98	92	104	99	108	100
Bajo	68	79	58	97	84	81	83	87	108	90	77	92
Clientes de:												
Bancos	117	118	124	114	116	109	118	116	118	111	114	118
Cajas	107	112	115	108	111	106	110	111	112	111	116	113

Cuadro 3.1.11.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total IESE	106	113	116	111	111	114	109	110	116	116	123	119
Edad:												
Menos de 30 años	110	117	122	112	120	115	119	115	116	119	122	121
30 a 49 años	106	112	112	112	108	116	104	107	119	115	122	117
50 a 64 años	102	112	113	110	110	117	111	110	116	113	119	116
65 y más años	106	109	117	107	105	109	103	106	108	119	130	122
Posición Social:												
Baja	105	112	112	109	108	109	104	106	116	117	122	117
Media	106	115	117	109	113	116	112	110	115	116	123	118
Alta	110	107	121	121	113	123	112	115	118	118	126	126
Ideología:												
Izquierda	90	98	100	100	94	104	98	99	102	101	102	103
Centro	117	119	125	117	125	112	111	110	116	119	126	129
Derecha	131	137	147	125	125	136	131	132	134	140	152	140
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	105	105	114	83	90	111	109	99	109	107	119	115
Vive al día	100	109	110	108	102	103	102	103	108	112	120	114
Ahorran	116	119	125	123	125	129	117	119	123	123	128	124
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	115	118	125	121	116	124	117	116	120	124	123	124
Medio	104	113	114	107	110	111	106	108	113	113	123	115
Medio bajo	100	102	106	106	104	106	101	101	113	114	123	120
Bajo	96	103	82	94	93	100	89	100	104	100	109	100
Clientes de:												
Bancos	111	117	116	113	112	119	115	117	117	124	129	121
Cajas	104	112	119	113	111	116	110	109	115	115	122	119

3.2. PAUTAS DE AHORRO

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

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:

- Aproximadamente la mitad de los españoles suele vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Otro diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de un tercio ahorra parte de lo que gana.
- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, dándose el caso opuesto entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los mayores, que dependen de sus pensiones de jubilación.

Este mes se detecta un leve incremento del IPA, situado ahora en el nivel 143, totalmente estructural, eso sí, superando en 12 puntos al de hace un año, cuando alcanzaba el nivel 135, lo que indicaría que la mejor situación de los españoles permite incluso ahorrar una parte del dinero percibido, pese al nuevo rebrote inflacionista y las recientes subidas de los tipos de interés.

También pueden haber influido las mejores condiciones que se presentan actualmente, sin olvidar las buenas perspectivas económicas, especialmente tras ver incrementado su poder adquisitivo, por la revisión de las retenciones realizada en el primer semestre y la consolidación del futuro de las pensiones. Otro de los indicadores que otorga un valor mayor a este supuesto está en que la propensión al ahorro es menor en casi todas las capas de la población, sea cual sea su status y posición social, su edad o condición socioeconómica, lo que significaría que la situación económica afecta igual a todas las capas sociales.

Cuadro 3.2.1.
Situación Financiera del Hogar

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Me prestan dinero	2	3	4	3	4	5	3	3	3	3	2	2
Gasto mis ahorros	5	5	3	5	5	4	4	5	4	3	3	3
Gasto lo que gano	50	48	49	54	46	48	48	48	43	53	53	44
Ahorro algo	40	39	40	34	41	38	41	41	45	37	39	46
Ahorro bastante	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3
NS/NC	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	1
IPA	135	134	134	128	135	131	136	137	142	133	135	143

Cuadro 3.2.2.
Índice de Propensión al Ahorro (IPA), por Características Socioeconómicas de los Hogares

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total IPA	135	134	134	128	135	131	136	137	142	133	135	143
Edad:												
18-29 años	142	139	132	133	144	131	135	140	147	137	137	150
30-49 años	138	139	137	130	140	138	143	142	143	138	141	147
50-64 años	135	131	135	128	135	129	136	135	142	128	132	141
65 y más años	121	120	127	119	114	121	124	123	130	125	126	128
Posición Social:												
Baja	129	121	126	122	122	122	126	127	136	125	127	135
Media	137	137	133	126	140	131	138	138	144	135	137	143
Alta	147	154	152	151	154	155	151	156	151	153	153	167
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	157	151	143	147	150	149	150	153	154	148	145	160
Medio	131	132	131	122	135	128	13	134	139	130	132	139
Medio Bajo	116	109	124	116	104	108	116	116	127	124	128	116
Bajo	95	107	117	83	90	108	92	105	91	93	109	112
Clientes de:												
Bancos	146	140	139	136	140	137	139	140	145	136	141	148
Cajas	136	134	137	128	135	135	138	138	141	135	137	142

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

Una de las peculiaridades del Índice de Satisfacción con la calidad de la vida está en que expresa un sentimiento del consumidor que trasciende su propia situación económica, al intervenir sensaciones más subjetivas como la propia felicidad y las relaciones personales. Por esta misma razón también, el ISCV suele estar sujeto a variaciones insignificantes entre un mes y otro, adquiriendo un valor más interesante precisamente en meses como el actual, cuando la variación que se produce es mayor a la habitual.

Sin embargo, el ISCV indica que la percepción de la opinión pública no es muy estable en estos últimos meses, al presentar altibajos constantes e implicando contrastes como el índice 178 de este mes . En cualquier caso el índice está siempre muy por encima del nivel de equilibrio, lo que confirma la estabilidad de dicho indicador. La valoración media alcanza los 3,9 puntos, en línea con lo habitual.

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 se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal.

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 respectivamente en los niveles 144 y 167.

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.

Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Muy Satisfechos	9	10	14	11	10	12	12	10	8	10	11	10
Satisfechos	72	73	72	71	73	67	69	74	77	75	74	76
Indiferentes	8	8	7	10	8	14	10	7	7	7	6	7
Insatisfechos	9	7	6	7	7	7	8	7	6	7	8	7
Muy Insatisfechos	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NS/NC	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ISCV	171	176	179	174	176	171	171	178	179	177	176	178
Valoración Media	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9
% Discrepancia	22	20	19	21	21	21	21	19	19	20	20	19

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)

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISCV	171 (3,8)	176 (3,8)	179 (3,9)	174 (3,8)	176 (3,8)	171 (3,8)	171 (3,8)	178 (3,9)	179 (3,8)	177 (3,8)	176 (3,8)	178 (3,9)
Edad:												
Menos de 30 años	183 (3,9)	183 (3,9)	185 (4,0)	185 (4,0)	180 (3,9)	174 (3,9)	175 (3,9)	185 (4,0)	183 (3,9)	178 (3,9)	183 (3,9)	186 (4,0)
30 a 49 años	167 (3,7)	179 (3,9)	178 (3,9)	177 (3,9)	180 (3,9)	173 (3,8)	170 (3,8)	178 (3,9)	179 (3,8)	179 (3,9)	176 (3,9)	180 (3,9)
50 a 64 años	163 (3,7)	169 (3,8)	182 (3,9)	167 (3,7)	174 (3,8)	163 (3,7)	173 (3,8)	176 (3,8)	174 (3,8)	176 (3,8)	167 (3,7)	173 (3,8)
65 y más años	170 (3,7)	167 (3,7)	162 (3,7)	159 (3,6)	163 (3,6)	172 (3,8)	167 (3,7)	170 (3,7)	178 (3,8)	176 (3,8)	176 (3,8)	170 (3,7)
Posición social:												
Baja	170 (3,7)	170 (3,8)	177 (3,9)	171 (3,8)	168 (3,7)	168 (3,8)	168 (3,8)	176 (3,8)	176 (3,8)	176 (3,8)	180 (3,9)	175 (3,8)
Media	172 (3,8)	176 (3,8)	178 (3,9)	175 (3,8)	180 (3,9)	173 (3,8)	171 (3,8)	178 (3,9)	179 (3,8)	178 (3,8)	173 (3,8)	178 (3,9)
Alta	172 (3,9)	186 (4,0)	186 (4,0)	179 (3,9)	183 (3,9)	170 (3,8)	180 (4,0)	184 (4,0)	189 (4,0)	181 (3,9)	175 (3,8)	185 (4,0)
Ideología:												
Izquierda	169 (3,8)	174 (3,8)	176 (3,9)	173 (3,8)	173 (3,8)	166 (3,8)	168 (3,8)	176 (3,8)	176 (3,8)	172 (3,7)	168 (3,7)	175 (3,8)
Centro	173 (3,8)	179 (3,9)	183 (4,0)	176 (3,8)	178 (3,8)	173 (3,8)	176 (3,9)	177 (3,8)	182 (3,9)	184 (3,9)	181 (3,9)	180 (3,9)
Derecha	179 (3,9)	187 (3,9)	188 (4,0)	176 (3,9)	183 (3,9)	181 (3,9)	180 (3,9)	185 (4,0)	185 (3,9)	186 (4,0)	183 (4,0)	188 (4,0)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	181 (3,9)	184 (3,9)	188 (4,0)	184 (3,9)	182 (3,9)	177 (3,9)	177 (3,9)	188 (4,0)	187 (4,0)	186 (3,9)	179 (3,9)	186 (4,0)
Medio	168 (3,7)	175 (3,8)	180 (3,9)	174 (3,8)	178 (3,8)	173 (3,8)	171 (3,8)	180 (3,9)	177 (3,8)	178 (3,9)	176 (3,8)	176 (3,8)
Medio bajo	164 (3,7)	160 (3,7)	164 (3,7)	156 (3,6)	158 (3,5)	156 (3,6)	164 (3,7)	159 (3,6)	166 (3,7)	166 (3,7)	172 (3,8)	167 (3,7)
Bajo	146 (3,5)	164 (3,6)	102 (3,0)	151 (3,5)	132 (3,3)	142 (3,5)	136 (3,3)	136 (3,3)	171 (3,7)	146 (3,4)	150 (3,5)	144 (3,5)
Clientes de:												
Bancos	176 (3,8)	179 (3,9)	184 (4,0)	177 (3,9)	174 (3,8)	175 (3,9)	172 (3,8)	178 (3,9)	181 (3,9)	181 (3,9)	179 (3,9)	183 (3,9)
Cajas	170 (3,8)	175 (3,8)	180 (3,9)	175 (3,8)	177 (3,8)	174 (3,8)	172 (3,8)	180 (3,9)	179 (3,8)	179 (3,9)	177 (3,8)	178 (3,9)

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, algo más de un 80 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. La clientela total de Bancos o Cajas ha sido del 91% este mes).

Tomando en consideración los datos que se presentan a continuación, se constata que la proporción de clientes de instituciones financieras es prácticamente igual o superior al 80% en todos los segmentos de la población.

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 16% 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 mayor posición social (46%).

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 se aproxima al 90%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro un 43% 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 tiende a disminuir en comparación con los que tuvieron lugar hace un año. Sucede lo mismo entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja, lo que no impide seguir afirmando que estos indicadores son muy estables y varían menos de lo que cabría pensar, incluso cuando las condiciones del mercado se ven alteradas por los frecuentes cambios en los tipos de interés, como sucede últimamente.

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.

Conviene recordar que, aunque los bancos Central Hispano y Santander, por una parte, y BBV y Argentaria por otra parte, han comunicado su fusión para crear el BSCH y el BBVA respectivamente, no existen clientes del BSCH ni del BBVA "sensu stricto" ni oficinas bancarias, por lo que aún parece más acertado preguntar por la clientela de dichos bancos por separado. Hecha esa aclaración, el BBV (7,9%) cuenta con una clientela actualmente superior a la de Argentaria (4,0%), Banco Santander (4,1%), BCH (6,7%) y Banesto (2,8%). Por su parte, Banco Popular (1,7%) conoce un porcentaje de clientes sensiblemente inferior.

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 (un 42,3% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (8,9% y 15,1%, respectivamente) tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales.

Es interesante observar en esta ocasión el elevado porcentaje de individuos que declara ser cliente de BBV y Argentaria, por contraste con BCH y Santander.

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 un Banco o Caja)**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total Clientes	89	90	90	90	90	86	91	90	93	90	91	91
Edad:												
Menos de 30 años	86	88	86	90	88	82	88	88	90	89	90	87
30 a 49 años	90	91	90	92	91	88	91	91	94	90	91	93
50 a 64 años	88	89	93	90	90	86	93	92	96	92	91	90
65 y más años	92	92	92	88	91	89	93	89	90	89	90	94
Posición Social:												
Baja	88	89	88	89	89	84	89	88	90	86	90	89
Media	89	89	89	90	91	86	92	89	94	91	91	92
Alta	88	94	93	92	93	94	92	95	97	96	93	95
Status Socioeconómico												
Familiar:												
Alto, Medio alto	92	94	96	92	93	93	94	94	95	95	95	94
Medio	89	90	88	89	90	86	92	88	92	89	90	90
Medio bajo	83	81	82	92	89	80	82	86	88	87	86	88
Bajo	86	86	82	80	81	64	89	82	92	83	68	92

Cuadro 3.4.2.

Clientela de Instituciones Bancarias (En Porcentajes)

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total I.B.	33	30	35	32	33	33	33	29	29	31	35	31
Edad:												
Menos de 30 años	30	31	36	34	29	32	35	27	30	27	35	31
30 a 49 años	38	33	38	35	39	35	35	35	30	36	39	36
50 a 64 años	34	28	33	32	34	33	37	30	30	28	33	28
65 y más años	27	24	25	21	26	30	22	18	26	29	31	23
Posición Social:												
Baja	27	24	28	28	26	28	27	20	23	26	30	24
Media	33	31	36	30	37	33	34	30	31	31	35	31
Alta	48	37	43	44	40	45	44	45	37	43	48	46
Status Socioeconómico												
Familiar:												
Alto, Medio alto	42	36	44	41	40	40	40	38	37	38	40	40
Medio	32	29	32	28	31	29	30	23	27	28	33	25
Medio bajo	19	20	24	25	24	29	23	24	21	27	32	23
Bajo	15	13	8	14	16	20	22	16	5	16	6	13
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	14	14	18	16	14	14	16	13	14	15	18	16

Cuadro 3.4.3.

Clientela de Cajas de Ahorro (En Porcentajes)

[illegible]

Cuadro 3.4.4.

Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

% que tienen C/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro

INSTITUCION FINANCIERA	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.079)	(1.089)	(1.096)	(1.079)	(1.096)	(1.049)	(1.102)	(1.087)	(1.126)	(1.093)	(1.095)	(1.105)
Santander	3,8	3,9	4,6	6,2	4,4	5,8	5,1	4,3	4,7	4,4	4,2	4,1
Popular	1,5	1,9	1,7	2,0	2,6	1,1	1,6	1,6	1,4	1,1	2,1	1,7
Banesto	3,9	2,8	3,7	3,3	3,3	2,8	5,0	2,8	2,2	2,5	4,1	2,8
Bilbao-Vizcaya	7,2	6,8	8,5	7,6	8,0	8,5	9,8	6,7	8,8	9,7	9,3	7,9
Central-Hispano	6,8	5,3	6,2	5,3	6,2	4,8	5,7	6,5	7,2	5,2	7,2	6,7
Argentaria	6,1	6,0	6,8	4,6	6,3	6,1	4,7	4,0	5,1	5,3	5,2	4,0
Otros Bancos	7,2	5,6	5,6	6,6	5,9	6,8	5,6	6,4	4,6	6,2	7,7	5,8
Caja de Madrid	10,2	9,7	10,2	10,9	10,3	9,3	9,2	9,8	10,4	8,0	8,8	8,9
La Caixa	13,9	16,1	13,2	15,5	14,9	13,5	14,8	14,0	13,6	14,8	13,0	15,1
Caja de Cataluña	3,1	2,7	2,4	2,9	2,6	2,6	2,6	3,0	2,5	2,5	2,2	3,1
Caja de Galicia	3,6	2,9	3,2	3,0	4,1	3,2	3,9	4,6	3,4	4,2	3,1	4,2
Ibercaja	3,4	4,1	3,6	4,0	2,9	4,5	3,0	4,7	3,4	3,7	3,4	3,3
Bancaja	4,7	3,4	3,6	4,7	3,7	4,0	3,8	4,0	4,9	3,5	4,4	3,4
BBK	3,7	4,7	4,6	4,1	3,7	4,4	4,2	4,1	4,8	5,2	4,7	4,4
Caixa Orense	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,5	0,7	0,4	0,4	0,5	0,2
Unicaja	3,4	5,1	4,0	3,4	4,0	4,3	3,6	4,6	3,9	3,7	3,5	4,5
Cajas de Ahorros (Otras)	38,1	39,6	40,1	37,4	37,6	36,8	39,8	40,8	41,4	41,7	39,8	42,3

(*) 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 POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

La experiencia derivada de diversas investigaciones pasadas ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas de los entrevistados que puedan ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles. Entre ellas se consideran desde hace años algunos indicadores ideológicos básicos, como la ideología, la religiosidad, el sentimiento nacionalista, el recuerdo de voto, el postmaterialismo, la satisfacción con la incorporación de España a la Unión Europea, y la percepción de beneficios derivados de esta incorporación para España y para la Comunidad Autónoma.

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), pero se suelen agregar las siete categorías en solo tres a efectos analíticos, agrupando las tres primeras como izquierda y las tres últimas como derecha.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, pero similar al de la suma del centro y la derecha, pero desde hace casi cuatro años, ha disminuido el peso de la izquierda, hasta el punto de que el centro y la derecha suelen mostrar, conjuntamente, un peso mayor que la izquierda. Este mes la proporción de personas que se declaran de derecha es del 21%, algo más de la mitad que la proporción que se declara de izquierda (35%), y la proporción que se declara de centro es del 25%, de manera que la suma de centro y derecha es este mes once puntos porcentuales superior a la izquierda.

La proporción de entrevistados que se autoposiciona en la izquierda vuelve a ser mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, con la excepción de los de práctica religiosa media y los votantes de partidos nacionalistas de centro y derecha (que se posicionan principalmente en el centro), y los mayores de 65 años, los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan mayoritariamente en la derecha).

Además, la proporción de los que se posicionan en la izquierda supera a la proporción de la suma de los que se posicionan en el centro y la derecha entre los nacionalistas, los de baja práctica religiosa y los votantes del PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda.

El "izquierdismo" suele estar positivamente relacionado con la posición social, lo que sugiere que las minorías del "centro social" suelen seguir identificándose con la izquierda y con el status socioeconómico familiar. Por el contrario, el "derechismo" está positivamente relacionado con la edad, y sobre todo, con la religiosidad.

Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha y el centro; los votantes de los partidos nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los votantes de los partidos nacionalistas de izquierda se autoposicionan en la izquierda, y los que dicen que no votaron, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica, pero parecen situarse preferentemente en el centro.

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 definen habitualmente como católicos, 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 entre un 17-23% afirman tener una alta práctica religiosa (23% este mes), mientras que algo más de la mitad afirman practicar poco su religión.

La práctica religiosa está positivamente relacionada con la edad y con el "derechismo", e inversamente con la posición social y el status socioeconómico familiar. Además, la práctica religiosa es más alta entre los votantes del PP, y más baja entre los votantes de IU y de los partidos nacionalistas de izquierda.

Una tercera dimensión que, en el caso español tiene especial importancia, es la que se refiere al sentimiento nacionalista/español. La identificación con alguna cultura regional ha tenido siempre importancia en España, pero el proceso autonómico que ha acompañado a la transición democrática ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

Se comprueba así que, mientras un 3-8% de los entrevistados se sienten generalmente sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), entre un 16-26% se sienten sólo españoles (un 18% este mes). Tomando en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el sentimiento español supera claramente al nacionalista.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 47% este mes) afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

El sentimiento "nacionalista" no suele superar el 25% en casi ningún segmento social, excepto entre los de izquierda, y los votantes de IU y de partidos nacionalistas.

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de marzo de 2000, 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.

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos, 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.

Este mes se observa un recuerdo de voto inferior a los resultados obtenidos en las elecciones del pasado 12 de marzo de 2000 con respecto al PSOE, IU y a partidos nacionalistas de izquierda, ya que el recuerdo de voto hacia el PP, hacia los partidos

nacionalistas de centro y derecha y hacia "otros" partidos supera los resultados obtenidos. En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de marzo de 2000 y el voto ahora recordado. En general, la discrepancia entre el voto recordado y los resultados reales suele ser mayor cuanto más tiempo ha pasado desde la celebración de las últimas elecciones. Debe resaltarse que la diferencia entre el voto recordado y el real (en %) es este mes mayor entre el PP y el PSOE que entre PSOE e IU.

Además, entre un 11-17% de los entrevistados (un 12% este mes) no suelen contestar 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.

Desde hace años, ASEP ha venido utilizando la escala de 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.

La escala de materialismo/post-materialismo está dividida en dos listas de ítems en las que los ítems postmaterialistas han sido señalados con *.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de mantener el orden y luchar contra la subida de precios (ambos materialistas) y, si se toman en cuenta las dos menciones que podía dar cada entrevistado, los más citados volverían a ser "la lucha contra la subida de precios", y "mantener el orden en la nación" (los dos ítems materialistas). Así pues, entre los dos objetivos más citados como prioritarios este mes parecen predominar los materialistas, por utilizar la terminología de Inglehart.

En la segunda lista, los ítems 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. No debe dejar de señalarse que entre los cuatro objetivos más citados este mes se observa cierto predominio de los objetivos materialistas sobre los postmaterialistas.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas. El 35% 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.

La proporción de post-materialistas es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), es mayor cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico y cuanto más a la izquierda se autoposiciona el entrevistado.

La opinión sobre la pertenencia de España a la Unión Europea se sitúa este mes otra vez por encima del nivel de equilibrio (lo que indica que la proporción de quienes están muy satisfechos es algo mayor que la de quienes no están nada satisfechos), y algo más de tres cuartas partes de los entrevistados están algo satisfechos. Los segmentos sociales más satisfechos son los de alta posición social, los de derecha, los de alta práctica religiosa y los votantes del PP, pero sólo los de bajo status socioeconómico familiar y los que no saben qué votaron en las últimas elecciones se sienten algo insatisfechos con la pertenencia de España a la UE. Por otra parte, alrededor de tres cuartas partes de los entrevistados opinan habitualmente que esa pertenencia es más bien beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos mismos. Este mes no hay ningún segmento social que considere que esa pertenencia ha sido más perjudicial que beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos.

Cuadro 4.1.1.
Autoposicionamiento Ideológico

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Extrema Izquierda	1	1	*	1	1	*	*	*	1	1	1	1
Izquierda	20	20	22	22	20	20	20	19	21	20	16	18
Centro Izquierda	15	13	16	15	14	13	15	18	14	13	17	16
Centro	28	31	24	28	25	24	22	25	22	26	29	25
Centro Derecha	8	8	9	10	10	11	11	9	10	11	13	13
Derecha	6	6	7	6	9	8	8	7	10	8	9	8
Extrema Derecha	*	*	*	*	*	1	*	-	*	1	1	-
NS/NC	22	22	21	18	21	24	24	22	23	20	15	20
Posicionamiento Medio (IPI)	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,7	3,8	3,7

Cuadro 4.1.2.
Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1210)	35%	25	21
Edad:				
18 a 29 años	(316)	35%	20	19
30 a 49 años	(412)	41%	27	15
50 a 64 años	(261)	32%	27	22
65 y más años	(222)	26%	25	30
Posición Social:				
Baja	(440)	31%	26	21
Media	(612)	35%	23	20
Alta	(158)	43%	26	17
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(477)	36%	27	22
Medio	(538)	36%	24	19
Medio Bajo	(170)	27%	23	20
Bajo	(25)	32%	12	12
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(258)	45%	22	17
Tan nacionalista como español	(571)	33%	27	20
Más español	(354)	31%	23	23
Práctica Religiosa:				
Alta	(275)	16%	27	34
Media	(234)	26%	30	21
Baja	(643)	44%	23	15
Recuerdo de Voto:				
PP	(408)	6%	32	46
PSOE	(243)	82%	8	2
IU	(44)	95%	-	-
Nacionalista derecha	(82)	27%	36	26
Nacionalista izquierda	(20)	75%	5	-
Otros, en blanco	(49)	25%	49	8
No votó	(215)	31%	23	9
No sabe	(8)	-%	63	-
No contesta	(134)	26%	29	4
Clientes de:				
Bancos	(339)	40%	25	21
Cajas	(912)	34%	25	21

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Alta	21	22	20	17	23	21	22	22	21	21	21	23
Media	21	20	20	23	20	18	17	19	20	20	19	19
Baja	51	51	54	54	50	54	58	55	55	54	54	53
NS/NC	7	7	6	6	7	6	4	5	5	5	6	5
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,4	2,4	2,4	2,3	2,5	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas

ABRIL 2000	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1210)	23%	19	53
Edad:				
18 a 29 años	(316)	10%	13	67
30 a 49 años	(412)	12%	20	63
50 a 64 años	(261)	35%	22	42
65 y más años	(222)	48%	23	28
Posición Social:				
Baja	(440)	34%	22	40
Media	(612)	17%	17	60
Alta	(158)	14%	18	61
Ideología:				
Izquierda	(421)	11%	14	68
Centro	(298)	25%	23	50
Derecha	(244)	38%	20	40
Status Socioeconómico				
Familiar:				
Alto, Medio alto	(477)	16%	17	61
Medio	(538)	24%	20	51
Medio Bajo	(170)	37%	21	40
Bajo	(25)	36%	32	24
Recuerdo de Voto:				
PP	(408)	34%	24	41
PSOE	(243)	14%	19	62
IU	(44)	-%	11	84
Nacionalista derecha	(82)	29%	12	54
Nacionalista izquierda	(20)	5%	19	51
Otros, en blanco	(49)	22%	16	51
No votó	(215)	14%	13	63
No sabe	(8)	24%	38	25
No contesta	(134)	23%	22	51
Clientes de:				
Bancos	(339)	21%	19	55
Cajas	(912)	23%	20	53

Cuadro 4.1.5.**Sentimiento Nacionalista-Español**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Sólo Nacionalista	3	8	6	6	7	5	6	5	5	7	7	5
Más Nac. que español	17	17	16	15	16	13	14	13	15	14	13	16
Tan Nac. como español	44	47	42	47	42	48	43	45	44	43	50	47
Más español que Nac.	9	11	11	11	12	11	13	13	11	8	10	11
Sólo se siente español	22	16	22	18	22	20	22	22	23	26	18	18
NS/NC	4	3	2	3	2	4	2	3	2	2	1	2
Media Nacionalismo (ISN)	3,3	3,1	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2

Cuadro 4.1.6.**Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas**

ABRIL 2000	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1210)	21%	47	29
Edad:				
18 a 29 años	(316)	23%	47	26
30 a 49 años	(412)	21%	45	32
50 a 64 años	(261)	18%	50	31
65 y más años	(222)	23%	48	28
Posición Social:				
Baja	(440)	23%	56	20
Media	(612)	22%	43	33
Alta	(158)	17%	39	42
Ideología:				
Izquierda	(421)	28%	45	26
Centro	(298)	19%	52	27
Derecha	(244)	18%	46	33
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(477)	21%	47	30
Medio	(538)	22%	46	29
Medio Bajo	(170)	20%	50	29
Bajo	(25)	24%	52	24
Recuerdo de Voto:				
PP	(408)	14%	49	34
PSOE	(243)	19%	48	32
IU	(44)	30%	50	18
Nacionalista derecha	(82)	45%	49	6
Nacionalista izquierda	(20)	65%	20	15
Otros, en blanco	(49)	28%	47	25
No votó	(215)	25%	41	30
No sabe	(8)	-%	63	37
No contesta	(134)	17%	51	29
Cientes de:				
Bancos	(339)	22%	42	33
Cajas	(912)	21%	50	27

Cuadro 4.1.7.**Partido Votado en las Elecciones Generales de 2000**

	Resultados Reales de 1996	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	Resultados Reales de 2000	III-00	IV-00
Total Electores	(32.531.074)	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(33.969.640)	(1.207)	(1.210)
		%												
PP	30,2	21,8	25,6	23,8	25,5	25,3	28,0	24,5	26,6	28,4	28,7	30,4	34,8	33,7
PSOE	29,1	23,3	25,7	27,6	24,5	23,6	23,2	26,4	26,6	24,3	22,7	23,3	19,1	20,1
IU	8,2	5,1	4,1	7,0	6,3	4,9	4,4	3,6	5,1	5,9	6,0	3,7	4,6	3,6
Nacionalistas Derecha	6,3	5,4	4,9	5,9	5,4	5,4	5,6	4,4	4,7	4,5	5,0	5,5	7,2	6,8
Nacionalistas Izquierda	1,8	1,4	1,9	1,3	2,0	1,8	1,9	2,6	2,0	2,0	2,0	2,1	1,7	1,6
Otros	2,5	1,6	1,6	2,0	1,7	3,2	2,9	2,1	3,1	3,0	2,4	3,7	3,6	4,0
No Votó	21,9	24,9	19,5	18,3	19,9	20,6	21,7	22,5	19,4	20,6	21,3	31,3	17,1	17,8
NS/NC	-	16,5	16,7	14,1	14,7	15,2	12,3	13,9	12,5	11,3	11,9	-	11,9	12,4

Nota: Hasta Marzo 2000 los partidos políticos nacionalistas y otros partidos están agrupados de distinta forma a como lo están a partir de Abril 2000., ya que a partir de dicho mes los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de Marzo '00 : Partidos nacionalistas de centro y derecha (CIU, PNV, PA, EA y CC) y Partidos Nacionalistas de izquierda (ERC, BNG, IC-V, CHA, EH/HB).

Cuadro 4.1.8.**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y los Resultados Electorales de 2000.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	-8,4	-4,6	-6,4	-4,7	-4,9	-2,2	-5,7	-3,6	-1,8	-1,5	+3,8	+3,3
PSOE	-5,8	-3,4	-1,5	-4,6	-5,5	-5,9	-2,7	-2,5	-4,8	-6,4	-4,6	-3,2
IU	-3,1	-4,1	-1,2	-1,9	-3,3	-3,8	-4,6	-3,1	-2,3	-2,2	+0,8	-0,1
Nacionalistas Derecha	-0,9	-1,4	-0,4	-0,9	-0,9	-0,7	-1,9	-1,6	-1,8	-1,3	+1,4	+1,3
Nacionalistas Izquierda	-0,4	+0,1	-0,5	+0,2	0,0	+0,1	+0,8	+0,2	+0,2	+0,2	+0,2	-0,5
Otros	-0,9	-0,9	-0,5	-0,8	+0,7	+0,4	-0,4	+0,6	+0,5	-0,1	-0,6	+0,3
No Votó	+3,0	-2,4	-3,6	-2,0	-1,3	-0,2	+0,6	-2,5	-1,3	-0,6	-12,9	-13,5
NS/NC	+16,5	+16,7	+14,1	+14,7	+15,2	+12,3	+13,9	+12,5	+11,3	+11,9	+11,9	+12,4
Indice de Discrepancia	19,5	16,8	14,1	14,9	15,9	12,8	15,3	13,3	12,0	12,1	18,1	17,3
Diferencias en porcentajes respecto a 1996:												
PP	-28	-15	-21	-16	-16	-7	-19	-12	-6	-5	+12	+11
PSOE	-20	-12	-5	-16	-19	-20	-9	-9	-16	-22	-19	-14
IU	-38	-50	-15	-23	-40	-46	-56	-38	-28	-27	+21	-3
Nacionalistas Derecha	-14	-22	-6	-14	-14	-11	-30	-25	-29	-21	+24	+24
Nacionalistas Izquierda	-22	+6	-28	+11	0	+6	+44	+11	+11	+11	+13	-24
Otros	-36	-36	-20	-32	+28	+16	-16	+24	+20	-4	-14	+8
No Votó	+14	-11	-16	-9	-6	-1	+3	-11	-6	-3	-43	-43

Cuadro 4.1.9.**Objetivo más Importante que España debería Esforzarse por Conseguir en los Próximos Diez Años**

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
ABRIL 2000	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Última Mención
Total	(1.210)	(1.210)	(1.210)
%			
- Mantener el orden en la nación.....	30	48	20
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	22	42	19
- Luchar contra la subida de los precios.....	28	60	14
* - Proteger la libertad de expresión.	17	42	19
- Ninguno.....	*	*	12
- NS/NC.....	3	3	16

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
ABRIL 2000	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
Total	(1.210)	(1.210)	(1.210)
%			
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	18	39	16
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	4	11	37
* - Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	14	35	16
* - Proteger el medio ambiente.....	12	42	13
- Mantener una economía estable.....	21	58	8
- Luchar contra la delincuencia.....	18	53	11
* - Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	6	29	21
* - Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	4	17	22
- Ninguno.....	*	2	14
- NS/NC.....	3	3	15

*** Items de carácter postmaterialista.**

Cuadro 4.1.10.

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

	IV-99	V-99	VI-98	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total PM	39	39	45	45	39	38	35	38	36	37	37	35
Edad												
18 a 29 años	48	50	57	59	55	54	52	48	50	50	45	46
30 a 49 años	43	43	50	51	42	40	36	46	36	40	39	39
50 a 64 años	33	27	34	37	28	32	25	26	28	30	34	26
65 y más años	24	29	30	25	23	21	23	21	25	20	24	20
Posición Social												
Baja	27	33	36	33	31	30	29	31	27	32	28	27
Media	44	40	47	49	43	41	39	40	39	40	41	37
Alta	49	47	61	61	50	52	38	45	49	41	44	45
Ideología												
Izquierda	51	46	53	52	48	51	44	48	46	46	44	46
Centro	31	38	43	45	40	38	36	29	35	33	33	32
Derecha	26	21	30	42	28	26	25	25	25	26	31	20
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	44	44	57	56	49	48	39	42	43	45	45	39
Medio	40	38	41	42	37	36	33	36	33	36	34	34
Medio bajo	27	30	36	37	27	29	31	32	29	29	28	27
Bajo	4	25	32	23	13	19	28	29	13	10	18	16
Clientes de												
Bancos	42	40	47	44	40	36	32	38	37	37	38	36
Cajas	39	38	44	46	39	40	35	37	35	38	36	33

Cuadro 4.1.11.
Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE.

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Muy Satisfecho	18	17	19	19	22	22	19	20	20	20	21	16
Algo Satisfecho	65	66	65	66	62	61	67	66	67	64	64	67
Nada Satisfecho	10	10	8	8	10	8	7	7	6	7	7	7
NS/NC	6	8	8	7	6	9	7	8	8	10	9	9
ISUE	108	106	112	111	112	115	111	113	114	113	114	109

Cuadro 4.1.12.
Satisfacción del Entrevistado con la pertenencia de España a la Unión Europea,
por Características Socioeconómicas

ABRIL 2000	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1210)	16%	67	7	9	109
Edad:						
18 a 29 años	(316)	18%	68	7	7	111
30 a 49 años	(412)	16%	71	7	5	109
50 a 64 años	(261)	16%	66	8	10	108
65 y más años	(222)	14%	60	7	18	107
Posición Social:						
Baja	(440)	12%	66	7	15	105
Media	(612)	19%	66	8	7	111
Alta	(158)	17%	77	3	3	113
Ideología:						
Izquierda	(421)	15%	65	11	10	104
Centro	(298)	18%	71	5	6	112
Derecha	(244)	21%	70	4	4	117
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(477)	19%	70	7	5	112
Medio	(538)	17%	67	8	9	109
Medio Bajo	(170)	10%	63	8	19	102
Bajo	(25)	-%	52	8	40	92
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(258)	12%	66	11	11	100
Tan nacionalista como español	(571)	15%	69	6	10	109
Más español	(354)	21%	65	7	7	114
Práctica Religiosa:						
Alta	(275)	20%	62	7	12	113
Media	(234)	15%	73	3	9	113
Baja	(643)	15%	67	10	8	105
Recuerdo de Voto:						
PP	(408)	21%	71	4	5	117
PSOE	(243)	15%	65	9	11	106
IU	(44)	18%	61	18	2	100
Nacionalista derecha	(82)	11%	75	6	7	105
Nacionalista izquierda	(20)	5%	75	5	15	100
Otros, en blanco	(49)	18%	71	8	2	110
No votó	(215)	14%	63	9	14	105
No sabe	(8)	-%	62	25	12	75
No contesta	(134)	14%	60	9	17	105
Cientes de:						
Bancos	(339)	19%	67	7	7	113
Cajas	(912)	15%	69	7	9	108

Cuadro 4.1.13.**Grado de Beneficio de la Pertenencia a la Unión Europea
para España, para su Comunidad Autónoma y para el Entrevistado.****ESPAÑA**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
%												
Muy beneficioso	15	14	18	16	20	20	18	18	16	18	16	15
Algo beneficioso	66	65	63	65	61	62	66	65	65	63	65	68
Algo perjudicial	9	9	7	8	8	7	6	7	8	6	6	7
Muy perjudicial	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	2
NS/NC	9	11	11	9	8	10	9	8	10	12	11	9
IBUE	170	167	172	170	170	175	177	174	173	173	174	174

COMUNIDAD AUTONOMA

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
%												
Muy beneficioso	13	12	16	16	19	18	17	17	16	17	15	14
Algo beneficioso	64	62	61	62	58	60	63	62	63	60	63	66
Algo perjudicial	11	12	8	10	11	9	8	10	9	9	8	8
Muy perjudicial	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3
NS/NC	9	11	12	10	8	10	9	9	10	12	11	10
IBCA	163	159	166	165	161	167	170	166	169	166	168	168

ENTREVISTADO

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
%												
Muy beneficioso	10	11	15	12	16	16	13	14	13	14	14	11
Algo beneficioso	54	53	52	56	51	54	57	55	57	56	55	60
Algo perjudicial	8	10	7	7	9	8	7	7	8	6	8	6
Muy perjudicial	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2
NS/NC	25	24	24	22	21	21	21	21	21	23	21	21
IBENT	153	152	158	158	155	160	161	160	160	162	159	163

Cuadro 4.1.14.

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

ABRIL 2000	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	(1210)	174	168	163
Edad:				
18 a 29 años	(316)	180	171	167
30 a 49 años	(412)	177	169	167
50 a 64 años	(261)	171	170	162
65 y más años	(222)	165	162	149
Posición Social:				
Baja	(440)	168	161	155
Media	(612)	175	170	163
Alta	(158)	190	185	182
Ideología:				
Izquierda	(421)	169	161	154
Centro	(298)	177	174	170
Derecha	(244)	187	181	174
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(477)	182	177	172
Medio	(538)	172	166	160
Medio Bajo	(170)	162	153	149
Bajo	(25)	164	164	140
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(258)	166	156	147
Tan nacionalista como español	(571)	175	169	163
Más español	(354)	178	177	172
Práctica Religiosa:				
Alta	(275)	174	172	168
Media	(234)	180	174	169
Baja	(643)	173	165	158
Recuerdo de Voto:				
PP	(408)	187	182	175
PSOE	(243)	172	171	162
IU	(44)	162	138	136
Nacionalista derecha	(82)	187	180	176
Nacionalista izquierda	(20)	160	155	145
Otros, en blanco	(49)	163	167	159
No votó	(215)	168	156	152
No sabe	(8)	125	125	125
No contesta	(134)	157	151	150
Clientes de:				
Bancos	(339)	178	167	166
Cajas	(912)	174	168	162

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

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 función de 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 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 como porcentaje respecto a la media aritmética.

Este mes se ha preguntado por la imagen de siete instituciones o grupos sociales, cuatro fijas (Fuerzas Armadas, Bancos, Gobierno de la Nación y Corona), y otras tres variables, que este mes han sido los Tribunales de Justicia, la Unión Europea y la Administración Pública del Estado. En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas siete instituciones o grupos sociales en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones desde hace doce meses, para poder comprobar su estabilidad (y por tanto su fiabilidad), ya que se pueden comparar los datos de varias instituciones en diferentes meses. En función de estos resultados pueden hacerse las siguientes consideraciones:

- El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general bastante alto, superior al 85% en todos los casos este mes, 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.
- La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite para diferenciar entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que este mes ni un sólo grupo social ha sido valorado por debajo de los 4,5 puntos.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,1 en una escala de 0 a 10 puntos), la Unión Europea (5,8), el Gobierno de la Nación (5,6), las Fuerzas Armadas (5,4), los Bancos (5,0), la Administración Pública del Estado (4,9) y los Tribunales de Justicia (4,6 puntos).

- 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, se observa que ninguna institución tiene una imagen realmente controvertida.

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 por las que se ha preguntado durante el último año, tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite relacionar entre sí 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 mensual por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- La edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual, dependiendo en gran medida de la institución valorada. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, más alta es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones fijas, pero en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede generalmente con los Bancos, y este mes con los Tribunales de Justicia y la Unión Europea.
- La posición social sí 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. En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Este mes, se observa que la valoración de todas las instituciones es más alta entre los de derecha y más baja entre los de izquierda.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado durante el último año 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.

Puesto que habitualmente se ha utilizado un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que en otros tiempos era frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno representaba insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno era una crítica a la democracia, ASEP 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 la mayoría de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, y sólo un 12% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos. El índice se calcula mediante la diferencia entre los satisfechos y los insatisfechos (sumando 100 para estandarizar), por lo que 100 se considera el nivel de equilibrio. El nivel de satisfacción este mes alcanza uno de los valores más altos de los últimos catorce años. Además, la satisfacción con el funcionamiento de 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 los de derecha están más satisfechos con el funcionamiento de la democracia que los de izquierda, y los votantes del PP están más satisfechos que los del PSOE. En general, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia no muestra pautas de relación muy estables con otros indicadores.

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 pregunta también específicamente a los entrevistados su grado de satisfacción general con éste.

El ISG sigue situándose por encima del nivel de equilibrio, lo que equivale a una proporción mayor de satisfechos que de insatisfechos. El índice de Satisfacción con el Gobierno este mes alcanza uno de los valores más altos de los últimos catorce años, tal

y como sucedía con el índice de Satisfacción con la Democracia. Concretamente, la Satisfacción con el Gobierno es once puntos superior al valor más alto de los últimos doce meses, sin contar con el valor del mes pasado, a pesar de que los valores obtenidos este año eran de por sí los más altos desde siempre.

Este mes el 58% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 21% están insatisfechos.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que sólo unos pocos segmentos sociales se muestran todavía este mes algo insatisfechos con el Gobierno, concretamente los de izquierda y los votantes del PSOE, de IU y de partidos nacionalistas de izquierda, mientras que los de mayor edad, y los que se autoposicionan ideológicamente en el centro, y muy especialmente los que lo hacen en la derecha y los votantes del PP, parecen realmente satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales (% que conocen)

[illegible]

[illegible]

Cuadro 4.2.3.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales (Valoración media)

[illegible]

Cuadro 4.2.4.

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

[illegible]

Cuadro 4.2.5.**Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+6,0)	MEDIA (4,5-6,0)	BAJA (-4,5)
Alto (+85%)	La Corona La ONCE La Policía Nacional Cáritas Los Médicos La Universidad La Cruz Roja La Constitución La Unión Europea	Los Jueces Los Bancos Las Fuerzas Armadas La Iglesia El Gobierno de la Nación Su Ayuntamiento Los Periodistas Televisión Española (TVE) Los Sindicatos La OTAN El Congreso de los Diputados La Guardia Civil La Administración Pública del Estado	Los Políticos Los Partidos Políticos Los Tribunales de Justicia
Medio (70-85%)		El Tribunal Supremo El Tribunal Constitucional El Senado CCOO UGT El Defensor del Pueblo Las Organizaciones Empresariales La ONU	
Bajo (-70%)		La CEOE	

Cuadro 4.2.6.**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Instituciones y Grupos Sociales****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+85%)	Los Políticos	Los Tribunales de Justicia Los Partidos Políticos La Iglesia El Gobierno de la Nación Los Jueces Los Sindicatos La OTAN	La Corona La Policía Nacional La Guardia Civil La ONCE Cáritas Los Médicos Su Ayuntamiento Los Periodistas Los Bancos Televisión Española (TVE) La Universidad La Cruz Roja La Constitución La Unión Europea El Congreso de los Diputados Las Fuerzas Armadas La Administración Pública del Estado
Medio (70-85%)		UGT	El Tribunal Supremo El Tribunal Constitucional El Defensor del Pueblo CCOO El Senado Las Organizaciones Empresariales La ONU
Bajo (-70%)			La CEOE

Cuadro 4.2.7.**Valoración e Imagen Controvertida de
Instituciones y Grupos Sociales****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+6,0)			La Corona La ONCE La Policía Nacional Cáritas Los Médicos La Universidad La Unión Europea La Cruz Roja La Constitución
Media (4,5-6,0)		Los Sindicatos La Iglesia El Gobierno de la Nación Los Jueces La OTAN UGT	El Tribunal Constitucional La ONU El Tribunal Supremo El Senado El Defensor del Pueblo Su Ayuntamiento Los Periodistas Los Bancos Televisión Española (TVE) CCOO El Congreso de los Diputados Las Organizaciones Empresariales La CEOE La Guardia Civil Las Fuerzas Armadas La Administración Pública del Estado
Baja (-4,5)	Los Políticos	Los Tribunales de Justicia Los Partidos Políticos	

Cuadro 4.2.8.**Valoración Media de Instituciones y Grupos Sociales,
por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	Los Tribunales de Justicia	La Admini stración Pública	Las Fuerzas Armadas	Los Bancos	La Unión Europea	Gobierno de la Nación	La Corona
TOTAL	(1210)	4,6	4,9	5,4	5,0	5,8	5,6	7,1
Edad:								
18 a 29 años	(316)	4,7	4,7	5,0	5,2	5,9	5,1	6,4
30 a 49 años	(412)	4,5	4,8	5,2	4,8	5,8	5,4	6,9
50 a 64 años	(261)	4,6	5,0	5,5	4,7	5,7	6,0	7,6
65 y más años	(222)	4,7	5,2	6,0	5,1	5,9	6,2	7,7
Posición Social:								
Baja	(440)	4,6	5,0	5,5	5,1	5,8	5,8	7,5
Media	(612)	4,5	4,8	5,3	4,9	5,8	5,5	6,9
Alta	(158)	4,8	4,8	5,2	4,9	5,9	5,4	6,5
Ideología:								
Izquierda	(421)	4,3	4,4	4,9	4,8	5,7	4,4	6,3
Centro	(298)	4,7	5,3	5,8	5,2	6,0	6,3	7,5
Derecha	(244)	5,1	5,4	5,9	5,2	6,2	6,9	7,7
Status Socioeconómico								
Familiar:								
Alto, Medio alto	(477)	4,8	5,0	5,4	5,1	6,1	5,7	6,8
Medio	(538)	4,5	4,8	5,3	4,9	5,7	5,6	7,2
Medio Bajo	(170)	4,0	4,8	5,6	4,7	5,4	5,6	7,4
Bajo	(25)	5,2	5,1	5,5	4,7	5,2	5,4	7,6
Recuerdo de Voto:								
PP	(408)	5,0	5,5	6,1	5,3	6,2	7,1	7,9
PSOE	(243)	4,2	4,6	5,5	4,9	5,9	4,6	7,2
IU	(44)	4,8	4,2	3,8	3,8	5,2	3,8	5,6
Nacionalistas derecha	(82)	4,2	4,4	4,0	5,0	5,9	5,2	6,1
Nacionalistas izquierda	(20)	4,2	4,6	3,5	4,2	5,5	3,7	4,2
Otros, en blanco	(49)	4,7	5,0	5,5	4,8	5,2	4,8	6,4
No votó	(215)	4,4	4,4	4,8	4,8	5,3	4,9	6,5
No sabe	(8)	4,9	3,7	4,6	5,3	5,0	5,2	7,6
No contesta	(134)	4,4	4,8	5,2	4,9	5,8	5,5	7,2
Cientes de:								
Bancos	(339)	4,5	4,9	5,3	5,0	5,8	5,6	6,8
Cajas	(912)	4,6	4,9	5,3	4,9	5,8	5,6	7,1

Cuadro 4.2.9.**Ranking de Notoriedad****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

	%Opinan
1. Los Médicos	98
2. La Cruz Roja	97
3. La ONCE	97
4. Televisión Española (TVE)	96
5. Cáritas	96
6. La Guardia Civil	95
7. La Corona	94
8. El Gobierno de la Nación	94
9. La Iglesia	94
10. Su Ayuntamiento	94
11. Los Periodistas	94
12. Los Políticos	93
13. La Policía Nacional	93
14. Los Bancos	93
15. La Constitución	92
16. Las Fuerzas Armadas	91
17. Los Jueces	90
18. Los Tribunales de Justicia	90
19. La Administración Pública del Estado	90
20. Los Partidos Políticos	89
21. Los Sindicatos	88
22. La Unión Europea	87
23. La Universidad	87
24. La OTAN	86
25. El Congreso de los Diputados	86
26. El Defensor del Pueblo	83
27. La ONU	82
28. El Tribunal Supremo	82
29. Las Organizaciones Empresariales	81
30. El Senado	79
31. El Tribunal Constitucional	76
32. UGT	75
33. CCOO	72
34. La CEOE	54

Cuadro 4.2.10.**Ranking de Valoración****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

	Valoración media (x)
1. La Cruz Roja	8,0
2. La ONCE	7,9
3. Cáritas	7,6
4. La Corona	7,0
5. La Universidad	6,9
6. La Constitución	6,6
7. Los Médicos	6,6
8. La Policía Nacional	6,4
9. La Unión Europea	6,0
10. La Guardia Civil	6,0
11. La ONU	5,8
12. El Defensor del Pueblo	5,7
13. Su Ayuntamiento	5,7
14. Los Periodistas	5,5
15. Televisión Española (TVE)	5,5
16. Las Fuerzas Armadas	5,4
17. El Tribunal Constitucional	5,3
18. La Iglesia	5,3
19. El Gobierno de la Nación	5,1
20. El Tribunal Supremo	5,0
21. El Senado	5,0
22. Las Organizaciones Empresariales	5,0
23. CCOO	4,9
24. El Congreso de los Diputados	4,9
25. La CEOE	4,9
26. La Administración Pública del Estado	4,9
27. UGT	4,8
28. Los Bancos	4,8
29. Los Jueces	4,7
30. Los Sindicatos	4,7
31. La OTAN	4,5
32. Los Tribunales de Justicia	4,4
33. Los Partidos Políticos	4,2
34. Los Políticos	3,7

Cuadro 4.2.11.**Ranking de Dispersión Opinática****ABRIL 1999 - ABRIL, 2000**

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	26
2. La ONCE	26
3. La Universidad	31
4. Cáritas	31
5. Los Médicos	32
6. La Unión Europea	34
7. La Constitución	36
8. La Policía Nacional	38
9. La Corona	40
10. Los Periodistas	40
11. La Administración Pública del Estado	40
12. La ONU	41
13. El Defensor del Pueblo	42
14. Las Organizaciones Empresariales	43
15. El Senado	43
16. Su Ayuntamiento	44
17. La Guardia Civil	44
18. El Tribunal Constitucional	45
19. Televisión Española (TVE)	45
20. El Congreso de los Diputados	46
21. Los Bancos	46
22. La CEOE	47
23. CCOO	48
24. El Tribunal Supremo	49
25. Las Fuerzas Armadas	49
26. El Gobierno de la Nación	50
27. UGT	51
28. Los Jueces	52
29. Los Partidos Políticos	53
30. Los Sindicatos	54
31. Los Tribunales de Justicia	54
32. La Iglesia	56
33. La OTAN	58
34. Los Políticos	67

Cuadro 4.2.12.

Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia en España

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
%												
Muy Satisfecho	3	5	4	3	6	4	4	4	6	3	6	5
Satisfecho	61	61	62	58	62	61	64	64	64	64	68	66
Indiferente	16	14	17	21	14	16	14	16	14	16	14	16
Insatisfecho	15	15	13	14	14	14	12	12	10	12	9	10
Muy Insatisfecho	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2
NS/NC	2	2	1	2	1	3	3	2	4	3	1	2
ISD	146	148	150	145	152	149	154	153	158	152	162	160
% Opinan	98	98	99	98	99	97	97	98	96	97	99	98
Valoración Media	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,5	3,6	3,5	3,7	3,6
% Discrepancia	27	28	26	26	27	26	24	25	24	26	23	23

Cuadro 4.2.13.

**Índice de Satisfacción con el Funcionamiento de la
Democracia en España. por Características Socioeconómicas.**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISD	146	148	150	145	152	149	154	153	158	152	162	160
Edad												
18 a 29 años	143	137	140	135	152	137	145	148	156	145	153	154
30 a 49 años	145	150	147	144	150	150	155	151	159	153	161	161
50 a 64 años	145	145	160	157	156	156	155	155	165	154	169	166
65 y más años	155	162	160	148	152	157	164	162	152	156	171	160
Posición Social												
Baja	152	149	153	143	153	145	159	156	155	152	163	160
Media	144	149	152	144	150	149	152	148	156	149	162	157
Alta	141	141	139	152	159	160	152	162	174	158	163	173
Ideología												
Izquierda	136	132	145	138	137	133	142	141	142	140	150	150
Centro	159	162	160	153	166	161	163	160	168	158	169	171
Derecha	168	173	175	163	170	173	169	179	179	175	180	174
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	139	145	145	146	158	152	154	156	161	154	160	164
Medio	151	150	153	145	152	149	156	153	157	152	164	162
Medio bajo	140	141	152	140	144	144	150	146	156	148	159	151
Bajo	151	168	154	154	129	136	149	149	151	147	186	124
Recuerdo de Voto												
PP	167	172	168	164	171	172	169	178	178	172	178	178
PSOE	149	151	160	147	150	142	161	149	148	146	165	159
IU	116	112	130	131	132	141	114	130	150	140	143	153
Nac. Derecha	158	136	156	123	173	160	145	144	147	144	161	155
Nac. Izquierda	106	87	106	96	100	108	128	121	113	117	158	125
Otro. en blanco	121	150	92	140	143	140	139	143	161	138	160	165
No votó	135	127	127	134	138	127	143	140	151	140	138	138
NS/NC	142	147	152	144	152	156	157	149	160	150	157	153
Cientes de												
Bancos	148	147	151	143	158	153	154	158	160	156	160	163
Cajas	148	148	153	148	154	150	157	154	159	152	164	160

Cuadro 4.2.14.**Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.204)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
	%											
Muy Satisfecho	5	7	5	6	6	5	5	4	6	7	10	9
Algo Satisfecho	41	43	41	40	42	44	45	44	47	41	52	49
Indiferente	22	19	22	26	22	23	20	20	18	21	17	20
Algo Insatisfecho	21	20	21	18	18	19	19	22	19	20	14	16
Muy Insatisfecho	11	10	10	8	10	7	10	8	8	10	7	5
NS/NC	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	*	1
ISG	114	120	114	120	121	124	121	118	126	118	141	137
% Opinan	99	99	99	99	99	98	99	99	99	99	100	99
Valoración Media	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,1	3,4	3,4
% Discrepancia	37	37	37	34	36	33	36	35	35	36	32	31

Cuadro 4.2.15.

**Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG).
por Características de los Entrevistados**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total ISG	114	120	114	120	121	124	121	118	126	118	141	137
Edad:												
- 30 años	110	113	107	113	120	108	116	106	123	103	134	123
30-49 años	108	113	109	116	112	120	115	109	118	112	135	132
50-64 años	121	122	117	123	129	137	131	129	134	129	148	150
65 y más años	125	139	130	131	130	138	129	139	136	138	155	151
Posición Social												
Baja	120	126	116	126	126	128	131	129	133	122	147	141
Media	111	115	117	113	118	121	117	111	122	113	136	135
Alta	112	121	100	125	115	123	116	117	119	123	145	136
Ideología												
Izquierda	75	74	71	89	76	78	80	74	78	66	92	92
Centro	141	144	142	139	140	144	145	140	144	139	160	163
Derecha	167	183	178	170	180	177	177	181	182	182	190	182
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	119	121	109	120	123	126	122	121	125	123	145	141
Medio alto	113	118	119	119	122	127	122	115	128	114	135	135
Medio Bajo	114	119	110	117	113	112	120	121	128	120	149	133
Bajo	104	135	93	131	100	117	109	116	96	123	159	120
Recuerdo de Voto												
PP	173	181	180	172	179	182	179	183	184	180	188	187
PSOE	79	86	76	96	86	90	95	82	85	73	101	92
IU	63	60	69	85	47	78	77	59	76	42	73	84
Nac. Derecha	111	107	98	91	130	131	119	107	118	115	132	130
Nac. Izquierda	52	44	62	58	27	100	41	54	67	96	105	85
Otros. en blanco	100	115	75	85	88	98	108	117	127	104	118	105
No votó	106	110	101	103	108	98	108	98	115	109	119	115
NS/NC	122	118	134	129	135	122	122	125	128	122	145	144
Clientes de												
Bancos	118	128	118	123	128	125	127	125	136	130	144	136
Cajas	112	118	113	121	118	128	120	116	124	118	141	139

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Se ha medido 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).

Los líderes de los tres principales partidos políticos, además de Felipe González, son conocidos por casi la totalidad de los entrevistados. Más del 75% opinan este mes sobre José M^a Aznar, Felipe González y Manuel Chaves, más del 60% califican a Javier Solana, Francisco Frutos y Esperanza Aguirre, y menos del 50% sobre Luisa Fernanda Rudi. De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., en los cuales se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado durante el último año, 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. Entre los líderes fijos, más del 90% de los entrevistados suelen opinar sobre José M^a Aznar, alrededor del 80% lo hacen sobre Chaves (que como Presidente de la Comisión Gestora del PSOE, es el único líder visible que tiene el partido socialista), y alrededor del 70% califican a Francisco Frutos, que se incorporó a principios de año como líder fijo en sustitución de Julio Anguita. El porcentaje de los que opinan sobre otros personajes públicos varía mucho de unos a otros.
- c. Las valoraciones asignadas este mes a diversos personajes han sido: José M^a Aznar (5,6 en una escala de 0 a 10 puntos), Javier Solana (5,5), Esperanza Aguirre y Luisa Fernanda Rudi (ambas 5,2 puntos), Felipe González (5,0), Manuel Chaves (4,8) y Francisco Frutos (4,5 puntos). Puede comprobarse que, por tercer mes consecutivo, la valoración de Aznar es superior a la de Felipe González, que ha pasado en unos meses de ser habitualmente el primero en el ranking, a ocupar ahora una posición muy por la mitad de la lista.
- 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 en general más alta que la de las instituciones.

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 más alta en los grupos de más edad, con la excepción de Francisco Frutos, que tal y como le sucedía a Julio Anguita es mejor valorado por los menores de 50 años.
- b. La posición social y el status socioeconómico no 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). No obstante, se suele observar una relación negativa entre las valoraciones y la posición social y el status socioeconómico familiar (aunque no es una pauta general).
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. Las valoraciones de José M^a Aznar, Esperanza Aguirre y Luisa Fernanda Rudi son más altas cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Solana, Chaves y Frutos son más altas cuanto más a la izquierda se posiciona el entrevistado.

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 meses, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

[illegible]

[illegible]

Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos (Valoración Media)

[illegible]

Cuadro 4.3.4.

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

[illegible]

Cuadro 4.3.5.**Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+5,5)	MEDIA (4,0-5,5)	BAJA (-4,0)
Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez Baltasar Garzón	Felipe González José M ^a Aznar Josep Borrell Joaquín Almunia Julio Anguita Jaime Mayor Oreja Rodrigo Rato Manuel Chaves Javier Solana Loyola de Palacio Pasqual Maragall Javier Arenas Ana Botella	José Barrionuevo Jordi Pujol Xabier Arzallus Francisco Alvarez Cascos Bill Clinton Slobodan Milosevic Bill Clinton Slobodan Milosevic Mario Conde Jesús Gil
Medio (50-70%)		Eduardo Serra Rosa Díez Manuel Pimentel Francisco Frutos Esperanza Aguirre	Rafael Arias Salgado Josep Piqué
Bajo (-50%)		Luisa Fernanda Rudi	

Cuadro 4.3.6.**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+70%)	Jordi Pujol Manuel Fraga Bill Clinton Slobodan Milosevic Mario Conde Jesús Gil José Barrionuevo Xabier Arzallus	Felipe González José M ^a Aznar Julio Anguita Josep Borrell Francisco Alvarez Cascos Rodrigo Rato Manuel Chaves Loyola de Palacio Pasqual Maragall Joaquín Almunia Ana Botella Jaime Mayor Oreja Javier Arenas	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez Baltasar Garzón Javier Solana
Medio (50-70%)		Eduardo Serra Josep Piqué Rafael Arias Salgado Rosa Díez Manuel Pimentel Francisco Frutos	Esperanza Aguirre
Bajo (-50%)			Luisa Fernanda Rudi

Cuadro 4.3.7.**Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos****ABRIL 1999 - ABRIL 2000**

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+5,5)			Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez Baltasar Garzón
Media (4,0-5,5)		Felipe González Josep Borrell José M ^a Aznar Eduardo Serra Julio Anguita Rodrigo Rato Manuel Chaves Loyola de Palacio Rosa Díez Pasqual Maragall Joaquín Almunia Manuel Pimentel Ana Botella Francisco Frutos Jaime Mayor Oreja Javier Arenas	Javier Solana Josep Piqué Esperanza Aguirre Luisa Fernanda Rudi
Baja (-4,0)	Jordi Pujol Bill Clinton Slobodan Milosevic Mario Conde Jesús Gil José Barrionuevo Xabier Arzallus	Francisco Alvarez Cascos Rafael Arias Salgado	

Cuadro 4.3.8.

**Valoración Media de Personajes Públicos,
por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2000	TOTAL	Esperanza Aguirre	Felipe González	Javier Solana	Franciso Frutos	Manuel Chaves	Luisa Fernanda Rudi	José María Aznar
TOTAL	(1210)	5,2	5,0	5,5	4,5	4,8	5,2	5,6
Edad:								
18 a 29 años	(316)	4,7	4,7	5,1	4,5	4,6	4,7	5,0
30 a 49 años	(412)	5,2	5,1	5,3	4,5	4,7	5,1	5,4
50 a 64 años	(261)	5,6	5,1	5,7	4,4	4,8	5,6	6,2
65 y más años	(222)	6,0	5,3	6,0	4,4	5,3	5,9	6,3
Posición Social:								
Baja	(440)	5,3	5,3	5,7	4,5	5,1	5,5	5,8
Media	(612)	5,3	4,9	5,4	4,4	4,7	5,1	5,5
Alta	(158)	5,0	4,7	5,5	4,5	4,6	5,1	5,3
Ideología:								
Izquierda	(421)	4,2	6,0	5,6	4,9	5,5	4,4	4,1
Centro	(298)	5,8	4,6	5,6	4,4	4,5	5,7	6,3
Derecha	(244)	6,4	3,9	5,3	4,1	4,2	6,3	7,5
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(477)	5,2	4,8	5,4	4,4	4,6	5,2	5,6
Medio	(538)	5,3	5,2	5,5	4,6	4,9	5,2	5,6
Medio Bajo	(170)	5,1	5,1	5,5	4,1	5,0	5,2	5,6
Bajo	(25)	5,9	6,4	5,3	5,3	5,8	4,4	5,2
Recuerdo de Voto:								
PP	(408)	6,5	4,1	5,4	4,1	4,2	6,3	7,6
PSOE	(243)	4,6	7,4	6,4	5,1	6,7	4,6	4,2
IU	(44)	3,1	4,2	4,8	6,2	4,2	4,1	3,4
Nacionalista derecha	(82)	4,7	4,4	5,1	4,1	4,3	5,0	4,9
Nacionalista izqda.	(20)	2,2	3,5	4,8	4,3	3,9	3,5	2,8
Otros, en blanco	(49)	4,8	4,2	5,4	4,7	4,4	5,3	4,6
No votó	(215)	4,4	4,5	4,6	4,0	4,0	4,0	4,7
No sabe	(8)	4,3	5,0	5,0	5,0	4,7	5,0	5,7
No contesta	(134)	5,2	5,3	5,8	4,6	4,7	4,8	5,5
Cientes de:								
Bancos	(339)	5,2	5,0	5,6	4,4	4,7	5,3	5,7
Cajas	(912)	5,3	5,0	5,4	4,4	4,8	5,3	5,6

Cuadro 4.3.9.**Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos**

ABRIL 1999 - ABRIL 2000	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	94
2. Reina Dña. Sofía	94
3. José M ^a Aznar	92
4. Felipe González	92
5. Infanta Cristina	90
6. Príncipe Felipe	90
7. Bill Clinton	89
8. Jesús Gil	88
9. Julio Anguita	88
10. Josep Borrell	88
11. Infanta Elena	87
12. Baltasar Garzón	87
13. Jordi Pujol	86
14. Mario Conde	86
15. Adolfo Suárez	85
16. Slobodan Milosevic	85
17. Joaquín Almunia	83
18. Ana Botella	82
19. Francisco Alvarez Cascos	81
20. Loyola de Palacio	80
21. Javier Solana	78
22. Jaime Mayor Oreja	78
23. Xabier Arzallus	78
24. José Barrionuevo	76
25. Manuel Chaves	76
26. Javier Arenas	73
27. Pasqual Maragall	72
28. Rodrigo Rato	71
29. Josep Piqué	67
30. Esperanza Aguirre	67
31. Francisco Frutos	62
32. Rafael Arias Salgado	61
33. Eduardo Serra	54
34. Rosa Díez	52
35. Manuel Pimentel	52
36. Luisa Fernanda Rudi	46

Cuadro 4.3.10.**Ranking de Valoración de Personajes Públicos**

ABRIL 1999 - ABRIL 2000	Valoración Media (x)
1. Reina Dña. Sofía	7,7
2. El Rey Juan Carlos	7,4
3. Príncipe Felipe	6,8
4. Infanta Cristina	6,8
5. Infanta Elena	6,6
6. Baltasar Garzón	6,0
7. Adolfo Suárez	5,8
8. Pasqual Maragall	5,3
9. Javier Solana	5,3
10. Esperanza Aguirre	5,2
11. Luisa Fernanda Rudi	5,2
12. Jaime Mayor Oreja	5,1
13. Felipe González	5,0
14. José M ^a Aznar	5,0
15. Rodrigo Rato	4,8
16. Javier Arenas	4,7
17. Loyola de Palacio	4,7
18. Rosa Díez	4,6
19. Manuel Chaves	4,6
20. Manuel Pimentel	4,5
21. Joaquín Almunia	4,4
22. Eduardo Serra	4,3
23. Francisco Frutos	4,3
24. Josep Borrell	4,2
25. Ana Botella	4,2
26. Julio Anguita	4,0
27. Bill Clinton	3,9
28. Rafael Arias Salgado	3,9
29. Francisco Alvarez Cascos	3,9
30. Jordi Pujol	3,8
31. Josep Piqué	3,7
32. José Barrionuevo	3,5
33. Xabier Arzallus	2,8
34. Jesús Gil	2,1
35. Mario Conde	1,9
36. Slobodan Milosevic	0,8

Cuadro 4.3.11.**Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos**

ABRIL 1999 - ABRIL 2000	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina D ^a Sofía	34
2. El Rey Juan Carlos	38
3. Infanta Cristina	39
4. Príncipe Felipe	40
5. Adolfo Suárez	42
6. Infanta Elena	43
7. Javier Solana	44
8. Luisa Fernanda Rudi	44
9. Baltasar Garzón	45
10. Esperanza Aguirre	46
11. Pasqual Maragall	50
12. Jaime Mayor Oreja	51
13. Joaquín Almunia	54
14. Eduardo Serra	54
15. Rosa Díez	54
16. Manuel Pimentel	54
17. Francisco Frutos	54
18. Manuel Chaves	54
19. Felipe González	56
20. Loyola de Palacio	56
21. Rodrigo Rato	57
22. Javier Arenas	57
23. Josep Borrell	57
24. José M ^a Aznar	58
25. Rafael Arias Salgado	59
26. Julio Anguita	62
27. Ana Botella	63
28. Francisco Alvarez Cascos	65
29. Josep Piqué	65
30. José Barrionuevo	69
31. Bill Clinton	73
32. Jordi Pujol	73
33. Xabier Arzallus	85
34. Mario Conde	130
35. Jesús Gil	131
36. Slobodan Milosevic	211

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 de voto 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 ámbito de la muestra en la mayoría de las 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.

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 relativos a los partidos a los que se 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 "susceptible de ser votado", sin ningún otro compromiso por parte del entrevistado.

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PP y del PSOE, que alcanzan el 42 y el 30 por ciento respectivamente, proporciones que implican un aumento de la proporción del PP y del PSOE respecto al mes pasado. IU suele obtener un electorado potencial cercano al 10 por ciento. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 8%, mientras que los de izquierda suelen tener un electorado potencial del 2-4%.

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 los partidos nacionalistas de izquierda (27%) y el PP (22%) son los más rechazados.

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 PP y el PSOE tienen una imagen suficientemente definida como para provocar actitudes claramente expresadas por parte de alrededor 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 elecciones generales del 3 de marzo de 1996 y las del pasado 12 de marzo de 2000. 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 marzo de 1996 o 2000. 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 (14,1%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

Sólo la intención de voto hacia el PSOE es este mes inferior a sus resultados reales en las últimas elecciones, ya que la de los demás partidos es superior o igual.

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 14% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (9,1% frente al 30,0% real de las elecciones del pasado 12 de marzo de 2000), pero ello no implica necesariamente menor abstención. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (23,2%) sería casi siete puntos porcentuales inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Por tales razones, y teniendo en cuenta 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".

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 del 3 de marzo de 1996 y los del 12 de marzo de 2000, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilitan en los Cuadros 4.4.2. y 4.4.3. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos.

Todos los partidos muestran este mes un recuerdo de voto superior a sus resultados reales (excepto el PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda). Por otra parte, la intención es este mes superior al recuerdo de voto para todos los partidos, por lo que sus posibles pérdidas (medidas por la intención directa de voto) pueden ser menores de lo que parece. La intención de voto a "otros" partidos suele estar muy sobre-estimada.

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 mayores de 50 años, los de derecha y los de centro y los de alto status socioeconómico familiar.
- b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los de izquierda.
- c. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de posición social alta y los de izquierda.
- d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los de centro.
- e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero algo mayor entre los de izquierda.
- f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, están relativamente más representados entre los menores de 30 años y los de alto status socioeconómico familiar.
- g. 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 marzo de 2000) 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 o "sobre-valoración" de dicho voto, 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 77% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que lo hicieron en marzo de 2000, lo que significa una alta proporción de voto estable. Los saldos demuestran que el PP es este mes el partido que tiene un saldo neto más positivo. Para aclarar más la interpretación del Cuadro 4.4.5. 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 de 2000.
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en las últimas elecciones 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 2000 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 últimas elecciones, 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 PP y el del PSOE 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 las

últimas elecciones. El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en las últimas elecciones generales, representaba antes de las elecciones 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 es del 23%.

Puede comprobarse que los mayores incrementos de electorado corresponden este mes al PP y al PSOE, y las mayores pérdidas también al PSOE y al PP.

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 autopoicionamiento 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 respecto a todos los partidos. Y recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los resultados reales de 2000) para casi todos los partidos (excepto para el PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda).
- b) Intención de voto inferior a los resultados reales de marzo '00 para el PSOE.

Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones de 2000, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.

Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales ABRIL 2000

	Resultados Reales en marzo 2000	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
	%			
PP	30,4	33,7	36,2	32,0
PSOE	23,3	20,1	22,2	24,8
IU	3,7	3,6	4,3	3,8
Nac. Centro y Dcha.	5,5	6,8	6,9	6,1
Nac. Izqda.	2,1	1,6	2,6	2,5
Otros	3,7	4,0	4,6	3,8
Abstención	31,3	17,8	9,1	27,0
NS/NC	-	12,4	14,1	-
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, PA, EA y CC.

Y los partidos "nacionalistas" de izquierda incluyen a los siguientes partidos: ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA.

Si esta estimación fuese correcta, los datos proporcionarían unos resultados poco diferentes a los registrados en 2000. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Leve incremento para casi todos los partidos,
- Estabilidad de voto para IU y "otros" partidos,
- Y pérdidas de más de cuatro puntos para la abstención estimada.

Cuadro 4.4.1.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
%												
Podría Votar:												
PP	32	36	33	37	36	34	34	35	37	37	43	42
PSOE	34	34	35	36	33	33	32	36	33	29	30	30
IU	11	10	13	13	11	11	9	9	11	12	10	10
Nacionalistas Derecha	8	8	10	8	10	10	8	8	7	8	11	8
Nacionalistas Izquierda	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4
Otros	5	5	8	6	6	6	4	4	3	3	4	6
No Votará	12	9	7	8	8	10	10	10	8	7	8	8
NS	10	9	9	7	9	7	11	9	9	11	5	5
NC	7	7	7	7	7	8	7	5	6	6	9	6
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	44	39	42	40	39	41	40	41	37	38	35	36
PSOE	56	55	51	54	55	55	56	51	53	57	50	55
IU	71	70	69	68	68	71	73	77	72	73	70	63
Nacionalistas Derecha	84	86	82	84	84	81	88	86	86	89	83	85
Nacionalistas Izquierda	66	68	65	62	67	67	72	63	72	69	72	69
Otros	93	93	90	92	86	85	92	92	93	94	91	91
Nunca Votaría:												
PP	24	25	25	23	25	25	26	24	26	25	22	22
PSOE	10	11	14	10	12	12	12	13	14	14	15	15
IU	18	20	18	19	21	18	18	14	17	15	20	17
Nacionalistas Derecha	8	6	8	8	6	9	4	6	7	3	6	7
Nacionalistas Izquierda	31	28	32	34	29	29	24	34	26	29	24	27
Otros	2	2	2	2	8	9	4	4	4	3	5	3
No Votará	6	5	6	5	5	5	6	5	4	4	5	4
NS	16	16	13	14	13	14	16	15	17	18	13	16
NC	9	8	8	9	7	9	7	5	6	6	10	6

(*) 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												Resultados Reales de		
	III-96	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	III-00	IV-00	
Total Electores	(32.531.074)	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(33.969.640)	(1.207)	(1.210)	
	%														
PP	30,2	24,9	30,0	26,7	28,1	29,1	27,9	27,2	29,5	31,8	32,7	30,4	36,3	36,2	
PSOE	29,1	23,7	24,5	25,8	26,7	24,2	25,6	26,9	27,0	26,2	23,3	23,3	21,5	22,2	
IU	8,2	5,5	5,0	6,3	6,8	5,4	5,6	4,4	5,2	6,3	6,9	3,7	5,0	4,3	
Nacionalistas Derecha	6,3	6,4	5,3	7,0	6,3	6,4	7,0	5,2	5,0	4,8	6,0	5,5	7,0	6,9	
Nacionalistas Izquierda	1,8	2,0	2,1	1,7	2,3	2,6	2,2	3,1	2,4	1,8	1,8	2,1	2,7	2,6	
Otros	2,5	4,7	5,1	4,5	4,4	4,3	4,1	4,2	4,1	3,7	4,6	3,7	4,0	4,6	
No (Votó) Votará	21,9	13,0	8,6	8,4	8,8	9,9	11,9	11,3	11,2	8,4	7,9	31,3	8,8	9,1	
NS/NC	-	19,8	19,4	19,6	16,6	18,1	15,7	17,7	15,6	17,0	16,8	-	14,7	14,1	

Nota: Hasta Marzo 2000 los partidos políticos nacionalistas y otros partidos están agrupados de distinta forma a como lo están a partir de Abril 2000., ya que a partir de dicho mes los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de Marzo '00 : Partidos nacionalistas de centro y derecha (CIU, PNV, PA, EA y CC) y Partidos Nacionalistas de izquierda (ERC, BNG, IC-V, CHA, EH/HB).

Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 2000

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	-5,3	-0,2	-3,5	-2,1	-1,1	-2,3	-3,0	-0,7	+1,6	+2,5	+5,3	+5,8
PSOE	-5,4	-4,6	-3,3	-2,4	-4,9	-3,5	-2,2	-2,1	-2,9	-5,8	-2,2	-1,1
IU	-2,7	-3,2	-1,9	-1,4	-2,8	-2,6	-3,8	-3	-1,9	-1,3	+1,2	+0,6
Nacionalistas Derecha	+0,1	-1,0	+0,7	0,0	+0,1	+0,7	-1,1	-1,3	-1,5	-0,3	+1,2	+1,4
Nacionalistas Izquierda	+0,2	+0,3	-0,1	+0,5	+0,8	+0,4	+1,3	+0,6	0	0	+1,2	+0,5
Otros	+2,2	+2,6	+2,0	+1,9	+1,8	+1,6	+1,7	+1,6	+1,2	+2,1	-0,2	+0,9
No Votará	-8,9	-13,3	-13,5	-13,1	-12,0	-10,0	-10,6	-10,7	-13,5	-14,0	-21,2	-22,2
NS/NC	+19,8	+19,4	+19,6	+16,6	+18,1	+15,7	+17,7	+15,6	+17,0	+16,8	+14,7	+14,1
Indice Discrepancia	22,3	22,3	22,3	19,0	20,8	18,4	20,7	17,8	19,8	21,4	23,6	23,3
Diferencia en porcentaje respecto a 1996:												
PP	-18	-1	-12	-7	-4	-8	-10	-2	+5	+8	+17	+19
PSOE	-19	-16	-11	-8	-17	-12	-8	-7	-10	-20	-9	-5
IU	-33	-39	-23	-17	-34	-32	-46	-37	-23	-16	+32	+16
Nacionalistas Derecha	+2	-16	+11	0	+2	+11	-17	-21	-24	-5	+21	+25
Nacionalistas Izquierda	+11	+17	-6	+28	+44	+22	+72	+33	0	0	+80	+24
Otros	+88	+104	+80	+76	+72	+64	+68	+64	+48	+84	-5	+24
No Votará	-41	-61	-62	-60	-55	-46	-48	-49	-62	-64	-71	-71

Cuadro 4.4.3.**Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+3,1	+4,4	+2,9	+2,6	+3,8	-0,1	+2,7	+2,9	+3,4	+4,0	+1,5	+2,5
PSOE	+0,4	-1,2	-1,8	+2,2	+0,6	+2,4	+0,5	+0,4	+1,9	+0,6	+2,4	+2,1
IU	+0,4	+0,9	-0,7	+0,5	+0,5	+1,2	+0,8	+0,1	+0,4	+0,9	+0,4	+0,7
Nacionalistas Derecha	+1,0	+0,4	+1,1	+0,9	+1,0	+1,4	+0,8	+0,3	+0,3	+1,0	-0,2	+0,1
Nacionalistas Izquierda	+0,6	+0,2	+0,4	+0,3	+0,8	+0,3	+0,5	+0,4	-0,2	-0,2	+1,0	+1,0
Otros	+3,1	+3,5	+2,5	+2,7	+1,1	+1,2	+2,1	+1,0	+0,7	+2,2	+0,4	+0,6
No Votará	-11,9	-10,9	-9,9	-11,1	-10,7	-9,8	-11,2	-8,2	-12,2	-13,4	-8,3	-8,7
NS/NC	+3,3	+2,7	+5,5	+1,9	+2,9	+3,4	+3,8	+3,1	+5,7	+4,9	+2,8	+1,7
Indice Discrepancia	11,9	12,1	12,4	11,1	10,7	9,9	11,2	8,2	12,2	13,6	8,5	8,7
Diferencia en												
Porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	+14	+17	+12	+10	+15	+0	+11	+11	+12	+14	+4	+7
PSOE	+2	-5	-6	+9	+2	+10	+2	+2	+8	+3	+13	+10
IU	+8	+22	-10	+8	+10	+27	+22	+2	+7	+15	+9	+19
Nacionalistas Derecha	+18	+8	+19	+17	+18	+25	+18	+6	+7	+20	-3	+2
Nacionalistas Izquierda	+43	+10	+31	+15	+44	+16	+19	+20	-10	-10	+60	+62
Otros	+194	+219	+125	+159	+34	+41	+100	+32	+23	+92	+11	+15
No Votará	-48	-56	-54	-56	-52	-45	-50	-42	-59	-63	-48	-49
NS/NC	+20	+16	+39	+13	+19	+28	+27	+25	+50	+41	+24	+14

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

ABRIL 2000	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	(1210)	36%	22	4	7	3	5	9	7	7
Edad:										
18 a 29 años	(316)	32%	21	5	5	4	8	12	7	5
30 a 49 años	(412)	35%	21	4	6	2	4	12	9	6
50 a 64 años	(261)	41%	22	5	9	2	2	3	7	10
65 y más años	(222)	40%	27	2	8	2	3	6	6	7
Posición Social:										
Baja	(440)	34%	24	2	7	2	4	9	9	8
Media	(612)	37%	21	5	6	3	5	9	7	6
Alta	(158)	38%	23	7	9	4	4	8	3	5
Ideología:										
Izquierda	(421)	6%	50	11	5	5	5	6	7	4
Centro	(298)	47%	8	*	12	1	7	8	9	6
Derecha	(244)	83%	3	*	8	*	2	2	*	2
Status Socioeconómico										
Familiar:										
Alto, Medio alto	(477)	43%	19	5	7	3	8	8	4	5
Medio	(538)	32%	25	5	6	4	3	8	10	7
Medio Bajo	(170)	32%	21	3	9	-	3	15	8	9
Bajo	(25)	24%	32	-	4	-	-	16	12	12
Recuerdo de Voto:										
PP	(408)	92%	1	*	1	*	-	*	3	2
PSOE	(243)	3%	89	*	-	-	1	1	5	1
IU	(44)	-%	5	82	-	2	-	2	7	2
Nacionalistas derecha	(82)	1%	2	-	88	-	2	4	2	-
Nacionalistas izquierda	(20)	5%	-	-	-	95	-	-	-	-
Otros, en blanco	(49)	6%	4	4	2	2	67	6	6	2
No votó	(215)	15%	13	4	3	4	6	41	10	3
No sabe	(8)	25%	-	-	-	-	-	-	50	25
No contesta	(134)	11%	9	1	2	-	3	7	23	44
Clientes de:										
Bancos	(339)	39%	23	5	4	3	6	9	6	5
Cajas	(912)	36%	22	4	8	2	4	9	7	6

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	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
PP	+3,1	+4,4	+2,9	+2,6	+3,8	-0,1	+2,7	+2,9	+3,4	+4,0	+1,5	+2,5
PSOE	+0,4	-1,2	-1,8	+2,2	+0,6	+2,4	+0,5	+0,4	+1,9	+0,6	+2,4	+2,1
IU	+0,4	+0,9	-0,7	+0,5	+0,5	+1,2	+0,8	+0,1	+0,4	+0,9	+0,4	+0,7
Nacionalistas Derecha	+1,0	+0,4	+1,1	+0,9	+1,0	+1,4	+0,8	+0,3	+0,3	+1,0	-0,2	+0,1
Nacionalistas Izquierda	+0,6	+0,2	+0,4	+0,3	+0,8	+0,3	+0,5	+0,4	-0,2	-0,2	+1,0	+1,0
Otros, blanco	+3,1	+3,5	+2,5	+2,7	+1,1	+1,2	+2,1	+1,0	+0,7	+2,2	+0,4	+0,6
No Votará	-11,9	-10,9	-9,9	-11,1	-10,7	-9,8	-11,2	-8,2	-12,2	-13,4	-8,3	-8,7
NS/NC	+3,3	+2,7	+5,5	+1,9	+2,9	+3,4	+3,8	+3,1	+5,7	+4,9	+2,8	+1,7
Indice de Discrepancia	11,9	12,1	12,4	11,1	10,7	9,9	11,2	8,2	12,2	13,6	8,5	8,7
Voto Estable	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
PP	17,4	21,7	20,2	21,6	21,8	23,5	20,6	23,7	23,9	25,3	31,9	31,0
PSOE	18,2	19,0	21,3	20,2	18,6	20,1	21,6	21,5	20,2	18,6	17,0	17,9
IU	3,6	3,3	4,8	5,0	3,8	3,5	2,6	3,7	3,9	4,4	3,8	3,0
Nacionalistas Derecha	4,2	3,5	5,0	4,5	4,1	4,7	3,1	3,4	3,2	4,0	5,4	5,9
Nacionalistas Izquierda	1,0	1,3	0,9	1,4	1,3	1,6	2,2	1,6	1,5	1,5	1,3	1,5
Otros, blanco	1,0	0,9	0,9	1,2	1,7	1,4	0,8	1,6	1,2	1,2	1,2	2,7
No Votará	9,1	5,8	6,0	5,7	7,8	8,9	8,2	7,8	6,2	5,5	7,2	7,4
NS/NC	10,3	10,2	10,0	9,3	10,0	7,6	8,9	7,1	6,8	8,1	9,4	8,0
Total	64,8	65,7	69,1	68,9	69,1	71,3	68,0	70,4	66,8	68,6	78,2	77,4

Cuadro 4.4.5. (Continuación)

**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:	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
PP	7,5	8,3	6,5	6,5	7,3	4,4	6,6	5,8	7,9	7,4	4,4	5,2
PSOE	5,5	5,5	4,5	6,5	5,6	5,5	5,3	5,5	6,0	4,7	4,5	4,3
IU	1,9	1,7	1,5	1,8	1,6	2,1	1,8	1,5	2,4	2,5	1,2	1,3
Nacionalistas Derecha	2,2	1,8	2,0	1,8	2,3	2,3	2,1	1,6	1,6	2,0	1,6	1,0
Nacionalistas Izquierda	1,0	0,8	0,8	0,9	1,3	0,6	0,9	0,8	0,3	0,3	1,4	1,1
Otros, blanco	3,7	4,2	3,6	3,2	2,6	2,7	3,4	2,5	2,5	3,4	1,8	1,9
No Votará	3,9	2,8	2,4	3,1	2,1	3,0	3,1	3,4	2,2	2,4	1,6	1,7
NS/NC	9,5	9,2	9,6	7,3	8,1	8,1	8,8	8,5	10,2	8,7	5,3	6,1
Total	35,2	34,3	30,9	31,1	30,9	28,7	32,0	29,6	33,1	31,4	21,8	22,6
Pérdidas hacia Otros												
Partidos:	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
PP	4,4	3,9	3,6	3,9	3,5	4,5	3,9	2,9	4,5	3,4	2,9	2,7
PSOE	5,1	6,7	6,3	4,3	5,0	3,1	4,8	5,1	4,1	4,1	2,1	2,2
IU	1,5	0,8	2,2	1,3	1,1	0,9	1,0	1,4	2,0	1,6	0,8	0,6
Nacionalistas Derecha	1,2	1,4	0,9	0,9	1,3	0,9	1,3	1,3	1,3	1,0	1,8	0,9
Nacionalistas Izquierda	0,4	0,6	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,1
Otros, blanco	0,6	0,7	1,1	0,5	1,5	1,5	1,3	1,5	1,8	1,2	1,4	1,3
No Votará	15,8	13,7	12,3	14,2	12,8	12,8	14,3	11,6	14,4	15,8	9,9	10,4
NS/NC	6,2	6,5	4,1	5,4	5,2	4,7	5,0	5,4	4,5	3,8	2,5	4,4
Total	35,2	34,3	30,9	31,1	30,9	28,7	32,0	29,6	33,1	31,4	21,8	22,6

Cuadro 4.4.6.**Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP**

	Resultados Reales en												Resultados Reales en		
	III-96	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00		III-00	IV-00	
Total Electores	(32.531.074)	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)		(33.969.640)	(1.207)	(1.210)
	%														
PP	30,2	29,1	31,2	30,9	29,7	30,7	28,4	29,4	30,6	31,9	31,8		30,4	31,8	32,0
PSOE	29,1	27,8	25,5	27,1	28,4	27,2	28,7	28,3	27,3	28,3	26,1		23,3	23,6	24,8
IU	8,2	7,3	7,8	6,6	6,2	6,8	6,6	6,8	6,9	6,9	7,6		3,7	4,8	3,8
Nacional.Drcha	6,3	6,9	6,1	7,1	6,7	6,4	6,8	6,6	6,1	5,6	6,5		5,5	6,2	6,1
Nac. Izda.	1,8	2,2	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,4	2,2	1,5	1,6		2,1	2,4	2,5
Otros	2,5	2,9	3,3	3,0	2,9	2,6	2,8	2,4	2,7	2,6	2,9		3,7	4,6	3,8
Abstención	21,9	23,8	24,0	23,2	23,9	24,2	24,6	24,1	24,2	23,2	23,5		31,3	26,6	27,0

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

5. Utilización de Medios de Comunicación

ANTECEDENTES

Durante las pasadas elecciones generales de marzo de 2000 se confirmó una vez más la importancia que todos los sectores de la sociedad conceden a los medios de comunicación como canalizadores y formadores de opiniones sobre la mayoría de los temas que interesan a nuestra sociedad.

El debate permanente 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.

NOVEDADES MÁS RELEVANTES EN EL MES DE ABRIL 2000

El sondeo de este mes de abril coincide con la fase posterior a la victoria por mayoría absoluta del Partido Popular en las elecciones del 12 de marzo, siendo ésta la principal noticia de un periodo en el que no han existido acontecimientos locales de relieve para la opinión pública, siendo el caso de “Elián González” la única novedad de ámbito internacional destacada por el conjunto de medios de comunicación. Las noticias de ámbito deportivo han sido, en todo caso, las que han tratado de cubrir el espacio vacío de noticias de relevancia en un periodo en el que la población no tenía otra preocupación que disfrutar del periodo vacacional de Semana Santa, coincidiendo con un periodo de estabilidad económica consolidado tras los resultados de las elecciones generales recientes.

En esas circunstancias, abril ha permitido retomar la tendencia negativa habitual en el índice de exposición a la información. A tenor de los datos, los españoles hemos estado algo menos expuestos a la información durante el mes de abril que en marzo. Es evidente que las elecciones generales, unidas al fuerte protagonismo de partidos de fútbol en competiciones europeas, habían servido para que la opinión pública entrara en un mayor contacto con los espacios informativos en su conjunto. Sin embargo, la lectura de los datos que se presentan en abril confirman la realidad de dicho “espejismo”,

conduciendo así a un IEI del 108, reflejo fiel de la apatía y el desinterés que se han apoderado de la población en su conjunto en unos niveles superiores a los que cabría prever: No hay asunto informativo lo suficientemente importante como para conseguir que la población consuma información en las mismas proporciones que hace unos años. Sin ir más lejos, el mismo índice era de 119 hace un año.

Por poner un ejemplo, los índices de lectura de diarios son peores que los registrados hace un año en su conjunto y en el caso particular de las grandes cabeceras de ámbito nacional.

En radio, la tendencia es la misma, siendo preocupante la pérdida de oyentes que padecen los programas de la mañana.

En televisión, la audiencia total de informativos del mediodía y de la tarde noche es menor que hace un año, especialmente en La Primera y A3TV, aunque también afecta a Telecinco.

En síntesis, los datos registrados en abril son peores que los de marzo porque ya ha quedado olvidada la etapa electoral, mostrando así la ausencia generalizada de exposición a la información habitual.

En cualquier caso, la tendencia negativa de la prensa y la radio parece afectar también en esta ocasión a la televisión en la medida en que la audiencia está “estancada” y no encuentra contenidos de relieve informativo. Sin embargo, la situación es más preocupante en el caso de emisoras con Onda Cero y COPE y por ende, la radio matinal y la de tarde en su conjunto, hasta el punto de que COPE ha tenido que prescindir de María Teresa Campos por las tardes, aunque la razón argüida ha sido “por motivos personales”, es decir la misma excusa que cuando tuvieron lugar los cambios de otros conductores de la COPE.

siendo igualmente inquietante la evolución de ciertos diarios como El Mundo, El Correo y El Periódico de Cataluña, que muestran claros síntomas de debilidad.

Conviene apuntar asimismo que El Mundo ha sido la excepción a la tendencia generalizada de pérdida de audiencia, si bien este hecho solamente puede ser atribuido a la promoción iniciada por este diario para ofrecer películas famosas en vídeo al precio excepcional de 375 pesetas casi todos los días.

Los resultados sobre seguimiento de informativos adquieren una relevancia preferente y, más particularmente, la percepción que los españoles tienen sobre el nivel de objetividad de las principales cadenas de radio y televisión y diarios en relación a los distintos partidos políticos. Precisamente por esta razón conviene prestar una atención especial a los resultados que se obtienen en este sondeo, pues en ellos se observa que, efectivamente, la opinión pública percibe un cierto favoritismo hacia el PP desde La Primera de TVE, aunque también desde RNE, COPE y ABC. Por su parte, el público opina que El País favorece al PSOE.

Dicho esto, también es necesario apuntar que, si bien es verdad que la actitud hacia los contenidos es una de la varas de medición del comportamiento hacia los medios, otra bien distinta es la que hace referencia a la penetración cuantitativa. En este segundo plano, ha de subrayarse que los datos de abril solamente pueden ser calificados como deficientes para los medios. Dicho de otra manera, el índice de exposición a la información ha sido muy bajo, rozando el nivel de equilibrio al quedar situado en un IEI = 108, lo que sin duda puede ser interpretado como un rechazo de la audiencia hacia la forma que adquieren los contenidos de los medios estudiados.

La lectura de diarios ha alcanzado un índice discreto de un 44%, siendo únicamente 32 las cabeceras que han alcanzado el 0,5% de lectores y solamente cinco las que han superado el 2% de seguidores: El País, ABC, El Mundo, Marca y La Vanguardia. Ni siquiera El Periódico y El Correo obtienen ese 2% de lectores.

De hecho, si se analiza la evolución experimentada por los distintos medios de comunicación, es decir prensa radio y televisión, puede afirmarse que el descenso en el IEI viene principalmente motivado por la escasa penetración de la prensa y la radio, pues la televisión, aunque no incrementa su audiencia, tampoco puede decirse que sufra pérdidas significativas, mostrando más bien una situación de estancamiento.

Si hubiera que señalar los principales responsables de la evolución tan negativa de la audiencia de informativos, sin duda habría que apuntar a la prensa en su conjunto, la radio en su conjunto y de una forma particular la crisis de Onda Cero y COPE.

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACION

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, televisión y radio, para lo cuál 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 ahora la lectura de diarios, la audiencia de programas de opinión en la radio 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 alto status socioeconómico familiar.
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

Como ya se ha indicado, el índice registrado este mes solamente puede ser considerado como deficiente, pues indican que la población ignora de forma creciente la actualidad política y económica de España, quizás porque nuestra democracia empieza a consolidar una fase de madurez y, en consecuencia, una disminución del entusiasmo por el debate político, habida cuenta que la evolución de España es positiva en su conjunto.

Ello explicaría que el IEI se sitúe en un nivel 108, tan solo ocho puntos por encima del nivel de equilibrio.

Se constata que todos los segmentos de la muestra han estado menos expuestos a la información que hace un año y de una forma mucho más pronunciada los segmentos tradicionalmente peor informados, es decir los de mayor edad, con menor posición social, los residentes en zonas rurales y con un menor status socioeconómico. Sin embargo, estos segmentos, que son por otra parte los que no alcanzan el nivel de equilibrio, se ven en esta ocasión acompañados por los individuos residentes en zonas urbanas e incluso los de status socioeconómico medio.

Así, el IEI está actualmente en el nivel 108 cuando hace un año era de 119, es decir que la evolución experimenta una caída interanual de once puntos, fuera de los niveles normales.

En la actualidad, los individuos con posición social baja (IEI= 74) y de status socioeconómico familiar bajo (IEI= 24) son los que alcanzan el nivel más bajo.

Cuadro 5.1.1.**Índice de Exposición a la Información**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.207)
	%											
Alta	17	20	19	20	24	20	17	18	20	15	16	14
Media	42	41	40	41	42	42	39	40	41	37	40	40
Baja	37	36	37	36	31	36	40	38	37	44	40	43
Ninguna	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3
IEI	119	122	119	121	132	123	113	116	121	103	113	108

Cuadro 5.1.2.**Índice de Exposición a Información (IEI), por
Características Socioeconómicas**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total IEI	119	122	119	121	132	123	113	116	121	103	113	108
Edad:												
- 30 años	121	119	123	121	134	119	114	121	118	105	108	107
30-49 años	133	138	129	136	144	130	118	125	129	118	119	121
50-64 años	118	117	118	125	129	123	114	115	128	102	122	109
65 y más años	92	100	95	88	108	113	100	92	100	75	96	84
Posición Social:												
Baja	83	92	82	87	100	93	77	83	93	65	92	74
Media	132	132	131	129	145	129	124	129	130	116	116	121
Alta	160	155	166	168	172	179	158	154	162	168	157	151
Hábitat:												
Rural	98	105	98	114	117	112	84	97	116	83	109	86
Urbano	118	120	119	112	139	116	109	113	114	94	109	113
Metropolitano	142	140	137	141	132	143	142	139	135	138	122	122
Ideología:												
Izquierda	127	131	124	125	140	125	126	124	124	113	115	112
Centro	120	126	119	121	131	137	116	115	103	110	109	121
Derecha	127	128	136	137	149	133	123	126	139	109	122	104
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	143	147	145	157	155	142	141	136	141	138	130	132
Medio	114	116	113	110	129	118	94	109	111	95	108	98
Medio Bajo	96	88	88	86	88	109	97	106	106	77	92	86
Bajo	72	107	86	63	97	51	78	53	83	40	72	24
Clientes:												
Bancos	135	139	139	134	146	142	129	125	136	124	137	127
Cajas	116	122	116	122	129	123	111	117	120	103	107	108

5.2. **PRENSA DIARIA**

Cuando un diario concreto no tiene lectores, lo lógico es pensar que ese diario carece de los elementos de atracción necesarios para ser aceptado. Sin embargo, cuando todos los diarios muestran un estancamiento de lectores durante un periodo largo e ininterrumpido, eso quiere decir que el problema no está solamente en los diarios concretos, sino fuera de ellos. Así podría describirse la situación de la prensa en España: El sector pierde lectores, no porque los periódicos no tengan calidad, sino porque la coyuntura política, económica y social no acompaña. Al existir una fuerte estabilidad en todos los campos, no hay noticias y, al no haber noticias, no hay razón para leer periódicos, pues su esencia, la noticia, no es atractiva, mientras que su valor añadido, el comentario periodístico, carece de sentido, al no haber noticias que comentar.

El descenso de lectores en prensa es imparable, a menos que los diarios busquen su éxito “lanzando anzuelos” extrínsecos a su función natural. Dicho de otra forma, cuando un producto pierde atractivo, a veces la solución está en ofrecer algo impropio del mismo. Así se explicaría el éxito puntual de El Mundo este mes de abril: Su equipo comercial habrá supuesto que si las circunstancias estables que caracterizan a España en estos últimos tiempos no propician que la población lea periódicos, quizás sea mejor proporcionar películas de vídeo a precios de saldo (375 pesetas unidad). La fórmula no es nueva sino que data de mediados de los años 80. Sin embargo, sí son nuevas dos de las características de dicha promoción: la regularidad, la mecánica, que obliga a comprar El Mundo casi todos los días y, finalmente, el precio muy competitivo. Ha de recordarse además que la selección de películas es necesariamente popular en la medida en que fueron los lectores quienes votaron los títulos de la colección como los mejores de la historia, a través de una encuesta realizada por el propio diario El Mundo.

Este comentario viene a colación porque demuestra que un diario puede obtener una de sus mejores progresiones parciales de los últimos años, en este caso +0,7 puntos, en un periodo en el que el conjunto de los diarios de toda España pierden lectores.

La prensa en general lleva ya más de un año padeciendo una pérdida continuada de lectores hasta el punto de que, a fecha de hoy, los datos solamente pueden ser calificados como negativos, pese al estancamiento global del porcentaje de abril en el 44%, un dato que no oculta la pérdida de otro punto porcentual con respecto al dato de abril de 1999.

Así, El País, cuyo porcentaje de lectores es de un 5,0% de lectores, confirma sus dificultades para mantener el nivel del 5% después de cinco meses, como si poco a poco perdiera su condición de referente clave, aún sin perder su condición de líder. De hecho, El País gozaba de un 5,2% de seguidores hace un año.

Mientras, El Mundo se recupera, como ya se ha comentado y alcanza un 2,2%, insuficiente en cualquier caso para igualar el 3% de hace un año.

ABC pierde una décima con respecto a marzo y dos con respecto a abril de 1999, es decir que su tendencia es equivalente a la de El País, pero con un dato peor, en concreto un 2,4% de lectores.

La Vanguardia es otro de los diarios de gran tirada que obtiene resultados positivos, con progresos en el último mes de cuatro décimas y de 0,3 puntos porcentuales en relación a su situación de hace un año.

Dentro de Cataluña, El Periódico tampoco muestra una recuperación real de lectores al mantenerse en torno al 1,6%, acumulando una pérdida de 0,7 puntos porcentuales en el último año, lo que le hace descender en el ránking.

En otras palabras, la línea descendente de El País, ABC y la prensa provincial es suficiente para explicar la tendencia general de estancamiento, contrarrestada con la evolución positiva de El Mundo, La Vanguardia y Marca en abril.

Todos los diarios que cuentan con mejores porcentajes de lectura vuelven a perder lectores, lo que resulta especialmente preocupante en el caso de El Correo, cuyo porcentaje es ahora del 1,6%, es decir 0,6 puntos menos que hace un año.

Lo cierto es que el porcentaje general de lectores no pasa del 44%, perdiendo un punto en relación a abril de 1999.

Los diarios de provincias han tenido, en su conjunto, una evolución descendente, lo que explica que el número de publicaciones que no alcanzan el 0,5% de lectores sea de 32.

El número de diarios cuyo índice de lectura ha sido igual o superior al 0,5 confirma el estancamiento experimentado hace un año, ahora que el sentimiento del consumidor con respecto a la economía es más elevado. Se confirma por lo tanto la sospecha que se

aventuraba hace unos meses, cuando se afirmaba que la proximidad de los porcentajes de lectores al 0,5% hacía presagiar la situación negativa que ahora comienza a vislumbrarse con mayor claridad.

% de Lectores el Día de Ayer

	Abril 1999	Marzo 2000	Abril 2000	Diferencia 4/99 VS 4/00
El País	5,2	5,1	5,0	-0,1
Marca	1,8	1,4	2,4	+1,0
El Mundo	3,0	1,5	2,2	+0,7
ABC	2,6	2,5	2,4	-0,1
El Periódico	3,0	1,8	1,9	+0,1

El País mantiene firme su liderazgo, si bien aumenta terreno con su inmediato seguidor, ABC, quizás porque, desde un punto de vista editorial, es el que está mostrando una mejor condición para aglutinar a los lectores con ideología de izquierda, mientras que aquellos con una ideología más liberal se dividen entre quienes optan por ABC y quienes prefieren El Mundo, sin olvidar una pequeña porción de lectores jóvenes que se inclinan por La Razón y Diario 16.

Sin embargo, entre los lectores catalanes, las opciones de El Periódico y La Vanguardia siguen siendo las únicas realmente respaldadas con un porcentaje superior al 0,5%, con la novedad de que El Periódico cede una parte de su hegemonía, mientras La Vanguardia recupera lectores.

Entre los diarios deportivos, Marca mantiene un importante 2,4% de lectores, sobre todo gracias a las competiciones de fútbol.

Por lo tanto,, seguiría siendo válido afirmar que La Razón y Diario 16 estarían vendiendo los suficientes ejemplares para “dañar” los resultados de ABC y El Mundo, respectivamente, pero sin obtener la difusión necesaria para considerarles periódicos de interés para la sociedad.

Cuadro 5.2.1.

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

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Total Lectores Periódicos	45	48	48	47	53	50	48	48	47	42	44	44
Edad:												
-30 años	54	53	52	52	59	54	52	53	48	45	47	45
30-49 años	50	57	55	57	61	56	54	54	53	51	48	53
50-64 años	44	46	46	44	51	47	45	46	47	39	47	44
65 y más años	26	29	33	26	34	39	35	32	36	24	31	28
Posición Social:												
Baja	25	29	28	28	34	34	29	30	32	22	31	26
Media	53	55	54	51	62	54	53	54	51	49	49	51
Alta	70	72	77	74	81	82	76	73	73	76	64	71
Ideología:												
Izquierda	51	53	54	51	57	54	52	52	46	47	47	49
Centro	45	53	44	44	54	54	50	48	44	44	44	47
Derecha	46	46	52	56	60	56	54	49	54	43	46	42
Status Socioeconómico												
Familiar:												
Alto, Medio Alto	61	63	64	66	70	63	63	60	59	61	55	57
Medio	42	46	44	41	50	48	38	44	42	35	40	39
Medio bajo	30	31	32	29	29	36	40	39	39	30	35	29
Bajo	22	32	22	12	26	21	22	16	20	13	9	12
Clientes de:												
Bancos	52	58	57	52	62	59	56	54	56	53	53	53
Cajas	44	48	47	48	52	50	48	48	46	42	43	44

Cuadro 5.2.2.
Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer (*)

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
El País	5,2	5,9	6,3	5,2	6,2	6,7	5,8	5,1	5,0	4,7	5,1	5,0
ABC	2,6	2,8	3,2	2,5	2,3	2,7	3,1	2,7	2,6	2,7	2,5	2,4
Diario 16	-	-	-	-	-	0,6	-	0,5	0,6	-	-	-
El Mundo	3,0	3,0	1,6	4,0	2,5	2,7	3,3	1,6	1,6	1,6	1,5	2,2
El Periódico de Cataluña	3,0	3,4	2,2	2,6	3,1	3,5	2,7	3,9	3,4	2,8	1,8	1,9
La Vanguardia	2,2	2,4	2,8	1,8	1,6	2,6	1,4	2,7	1,0	2,0	2,1	2,5
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	2,3	1,8	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	2,4	1,9	1,3	1,5	1,6
Las Provincias	0,6	1,0	0,6	0,5	-	0,6	0,7	0,6	0,7	0,7	1,1	0,7
El Faro de Vigo	-	0,7	0,5	-	1,5	1,0	1,0	0,5	0,9	0,8	1,2	1,2
La Voz de Galicia	1,1	1,3	1,4	1,0	1,5	2,0	1,0	2,2	2,6	1,8	1,9	1,6
As	0,6	-	-	-	-	0,6	-	0,6	0,7	-	0,5	0,8
Heraldo de Aragón	1,2	1,2	1,5	0,5	0,9	1,6	1,6	1,3	-	0,9	1,2	1,1
Levante	1,3	1,1	0,7	0,9	0,9	0,6	0,7	1,4	0,9	1,0	0,9	0,7
Diario Vasco	1,0	0,7	1,4	1,3	0,5	1,5	1,2	0,7	0,5	0,8	0,6	1,1
El Día	-	-	-	0,7	1,3	-	-	0,5	-	-	0,6	-
Avui	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-
La Verdad	1,1	0,7	1,1	1,8	0,7	0,6	0,7	0,8	0,8	0,7	0,8	0,9
Marca	1,8	2,5	2,5	2,3	4,2	3,4	2,8	2,4	2,2	2,3	1,4	2,4
La Nueva España	0,8	1,1	0,7	1,3	1,6	1,8	1,6	1,0	1,2	1,1	1,2	1,3
Diario Montañés	1,1	0,5	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	-	-	-	0,5	-
Deia	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario de Navarra	-	0,9	0,7	-	0,7	0,7	0,7	0,7	1,1	0,7	0,9	0,8
Información	0,5	0,7	1,1	0,9	0,7	0,7	0,7	-	1,2	-	0,8	0,9
Norte de Castilla	-	1,4	1,2	0,6	-	1,1	0,7	0,9	1,8	0,5	0,6	0,7
Sur	1,4	0,9	1,1	0,8	1,7	0,6	0,7	0,6	1,3	1,2	1,0	1,3
Diario de Burgos	-	-	-	0,7	-	0,6	-	-	0,6	-	-	0,6
Diario de León	0,5	0,7	-	-	-	-	0,5	0,5	0,7	-	1,2	-
Ultima Hora	-	0,7	0,7	-	-	-	0,6	0,5	0,6	0,6	-	0,8
El Ideal	0,7	0,7	0,4	-	0,7	0,5	0,6	0,7	1,1	0,7	0,5	0,7
Hoy	1,0	0,7	1,4	0,7	1,3	0,7	0,8	1,1	0,7	0,6	1,2	0,5
Diario de Cádiz	0,6	0,7	-	0,8	-	0,6	-	0,8	-	0,5	-	0,8
Progreso	0,6	-	-	0,5	0,8	-	-	-	-	-	-	0,3
Córdoba	0,6	-	0,5	-	0,7	1,2	-	-	0,5	-	-	0,5
Diario Mallorca	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
Canarias-7	0,8	-	0,7	0,6	-	0,6	-	-	-	0,5	-	0,6
El Comercio	-	0,6	-	0,5	-	-	-	-	-	-	0,6	-
El Segre	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Diario de Jaen	0,6	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	-	0,5	-	-	0,7	-	-	-	-	0,6
El Punt Diari	-	-	-	0,5	0,6	-	-	-	0,5	-	-	-
La Región	0,7	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-
El Mundo Deportivo	-	0,5	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-
La Voz de Asturias	-	-	0,6	-	-	-	-	0,7	0,5	-	0,9	-
La Provincia	-	-	0,5	0,7	0,7	1,0	0,7	0,7	0,5	0,5	-	0,7
El Correo Gallego	0,7	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
La Opinión	-	0,5	-	-	0,6	-	-	0,5	-	-	0,5	-
Diario de Jerez	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mediterráneo	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
Egin	-	-	-	-	0,7	-	0,7	-	-	-	-	-
Gaceta Regional	-	-	-	-	0,6	-	0,5	-	0,6	-	-	-
La Rioja	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	0,7	-

(*) 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. **RADIO**

El análisis del medio radiofónico se centra en la medición de la audiencia de los espacios informativos radiofónicos que tienen lugar en SER, COPE, RNE y Onda Cero en tres franjas horarias:

- Entre 6 y 10 de la mañana
- Entre 5 y 8 de la tarde
- Entre 8 y 12 de la noche

Más concretamente, se consulta sobre los programas informativos que tienen lugar en dichas franjas horarias, cuyo nombre y conductor son facilitados a cada entrevistado (ver Cuadro 5.3.2.).

Como se indicaba al comienzo de este informe, la radio es el otro medio que, poco a poco, va sumergiéndose en unos niveles de audiencia ciertamente preocupantes que invitan a hablar de crisis. La cifra del 26% de seguidores de informativos radiofónicos solamente puede ser calificada como pésima. Es una cifra muy discreta en comparación con las registradas a lo largo de los últimos años e invita a la reflexión, a la vez que confirma una de las afirmaciones que tantas veces se ha señalado en el sondeo ASEP: Las cadenas de radio siguen manteniendo los esquemas de 1993, cuando la situación política era muy distinta.

De una manera más acentuada, las tertulias de la tarde y los informativos nocturno parecen condenados a convertirse en programas de culto para selectas minorías, a tenor del 9% y el 7% de individuos que conectan respectivamente con cada uno de ellos. Son las cifras más bajas en el último año y tienden a empeorar, lo que trae consecuencias como la que se adelantaba en la introducción, al apuntar la destitución de María Teresa Campos en La Tarde de COPE, confirmando que, tras la muerte de Encarna Sánchez, COPE no encuentra una sustituta capaz de igualar la audiencia de dicha locutora, tras el fracaso posterior de Mari Cruz Soriano.

El dato menos esperanzador es el que afecta a la audiencia de la mañana, pues los informativos de esta franja horaria tienden a ir por el mismo camino perdiendo oyentes un mes tras otro, al situarse en un 23% de seguidores, tres puntos menos que hace un mes y 6 menos que hace un año.

Marta Robles no parece por el momento ser capaz de recuperar la audiencia perdida, mientras que Boris Izaguirre tampoco parece aportar una audiencia extra al programa de Gemma Nierga en la cadena SER, por lo que sigue siendo válido afirmar que no se trata de cambiar a los profesionales de su lugar, sino de revisar los formatos actuales de los informativos, pues la fórmula de los debates típica de los primeros años 90 está gastada y demanda nuevas ideas para atraer a la audiencia.

En abril del 2000, los resultados obtenidos han reflejado pues un nuevo retroceso de audiencia en la radio, es decir que persisten los problemas ya comentados en otros sondeos.

En estas circunstancias, el índice general de audiencia es ahora del 26%, es decir siete puntos inferior al de hace un año, un dato muy negativo.

Debe insistirse una vez más en lo preocupante que resulta que la audiencia global de los informativos de la mañana sea solamente del 23% en su conjunto, 6 puntos por debajo que hace un año, y que la audiencia de las tertulias de la tarde o de los espacios de noticias de la noche ni siquiera reúna en su conjunto a más de un 9% y un 7% de la población respectivamente.

Si se observan los datos de las tertulias de la tarde, el programa de Marta Robles obtiene un mínimo de un 2% al igual que Nieves Herrero en Radio Nacional y que María Teresa Campos en COPE, tres por debajo que la SER, que cuenta con un 5%, confirmando que Gemma Nierga, muestra una mayor facultad para arrastrar más radioyentes, lo que indicaría que su fórmula es la que muestra una mejor aceptación y atractivo en la actualidad.

Lo mismo sucede por la noche, donde la Cadena Ser vuelve a situarse por delante de las demás cadenas, con un 4% de oyentes, superando en dos puntos a La Linterna de la COPE, cuyos resultados son claramente peores desde que Luis Herrero delegara en Federico Jiménez Losantos, aunque mantiene la segunda plaza ante una debilitada Onda Cero incapaz de sobrepasar el 1% de seguidores. Por lo tanto, la audiencia de la noche ni siquiera llega al 7%.

Si a estos datos añadimos que la audiencia de tres de los cuatro grandes informativos de la mañana es peor que hace un año, con una pérdida conjunta de 6 puntos para la franja

horaria en relación con abril de 1999, entonces comprendemos que el índice general sea tan bajo, pues está reflejando la progresiva desintegración de la audiencia en las cuatro cadenas más importantes de España, convirtiendo el espectro radiofónico en un mercado excesivamente atomizado donde la cadena SER acoge la audiencia más afín a la ideología de izquierda y donde RNE y COPE pugnan por la audiencia situada ideológicamente en el centro y la derecha.

Como ya se ha indicado, si estos espacios informativos basan su estructura en el debate y la reflexión enfrentada entre opiniones opuestas, el interés que despiertan es menor porque no reflejan una realidad cuyo punto más sobresaliente es la ausencia de dicho debate político.

Con todo, se observa por lo tanto que, en esta ocasión, los datos no son tampoco favorables a la radio, pues no ha progresado con respecto a su situación de hace un año.

Hace un año aproximadamente un tercio de la población escuchaba la radio durante la mañana mientras que en la actualidad, algo menos de una cuarta parte de la población escucha alguno de estos programas informativos de radio (23%), una cifra alta si se compara con el 9 por ciento de radioyentes que conectan con este medio entre las 5 y las 8 de la tarde, y superior al de la franja compuesta por las cuatro últimas horas de la noche, entre las 20 y las 24 horas, que no supera tampoco el 7%.

La audiencia de radio es pues siete puntos porcentuales menor que hace un año y empeora cuatro puntos con respecto al dato de hace un mes, beneficiando sobre todo a los programas informativos de la SER en todas las franjas, puesto que las demás cadenas permanecen estancadas o pierden seguidores. De hecho, la Cadena SER es en la actualidad la más escuchada por la mañana, con un 8% de seguidores, tres puntos por delante de COPE, mientras se frena la progresión de RNE, que no pasa del 7%.

De la misma forma, debe subrayarse que “La Ventana” mantiene su liderazgo de la tarde con un 5% de seguidores, superando en tres puntos a Marta Robles en Onda Cero y en otros dos al programa de Nieves Herrero, mientras que “Hora 25” lidera la noche.

El nuevo siglo tampoco ha supuesto variación alguna en lo que se refiere a la proporción de oyentes que sintonizan con las cuatro principales cadenas de radio en las tres franjas horarias, por lo que sigue siendo válido afirmar que, aunque es frecuente que

en todos los programas de radio estudiados existan segmentos socioeconómicos cuya proporción es mayor a la media para el conjunto de dicho segmento, se siguen manteniendo ciertos sobrepesos muy pronunciados en todos ellos. Así, comenzando por los informativos de la mañana, se puede decir que "La Mañana" de COPE cuenta con una proporción especialmente importante de radioyentes entre 30 y 49 años, con ideología de derecha y con un nivel de educación medio.

Sin embargo, el programa de Onda Cero "Protagonistas" presenta sobrepesos con respecto a la media entre los de posición social alta y status socioeconómico alto. "Hoy por Hoy" de la Cadena SER, confirma una vez más que la proporción de radioyentes entre 50 y 64 años y con ideología de izquierda es superior a la que tiene lugar en los otros dos programas citados.

Entre los programas de la tarde, Marta Robles de Onda Cero cuenta ahora con un número algo sobre dimensionado de radioyentes con ideología de centro y los más jóvenes. "La Tarde" de COPE, por su parte muestra sobrepesos significativos entre los de 65 y más años y con ideología de derecha. Finalmente, cuando se comparan los programas informativos de la noche, se confirma que la SER presenta un sobrepeso significativo entre los mayores de 50 años, mientras que en Onda Cero son los de edades entre 18 y 29 años quienes concentran la proporción más importante de su audiencia.

En síntesis, puede afirmarse sin ningún tipo de dudas que, con independencia de los sobrepesos señalados, los programas informativos de radio se nutren básicamente de radioyentes jóvenes de posición social media, con ideología de izquierda y con un índice de exposición a la información más bien bajo.

Cuadro 5.3.1.
Perfil de Radioyentes de Programas Informativos y Magazines según el Bloque Horario.

ABRIL 2000	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.	Noche 8-12 h.
TOTAL	(1210)	(317)	(277)	(113)	(74)
	%				
Edad:					
18 a 29 años	26	23	23	27	26
30 a 49 años	34	40	38	41	42
50 a 64 años	22	21	22	20	19
65 y más años	18	16	16	12	13
Posición Social:					
Baja	36	26	26	18	15
Media	51	56	55	68	65
Alta	13	18	19	13	20
Ideología:					
Izquierda	35	40	40	44	43
Centro	25	27	28	22	20
Derecha	20	20	19	21	20
Hábitat de Residencia:					
Rural	26	20	18	23	13
Urbano	48	54	55	51	58
Metropolitano	26	26	27	26	28
Educación del entrevistado:					
Baja	37	27	27	23	23
Media	51	54	53	60	56
Alta	12	19	20	18	22
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	39	47	48	49	48
Medio	44	40	40	41	47
Medio Bajo	14	13	11	11	5
Bajo	2	-	-	-	-
Clientes de:					
Bancos	28	36	39	39	40
Cajas	75	73	73	72	69
Exposición a la Información:					
Alta	14	54	54	56	58
Media	40	44	44	41	39
Baja	43	2	2	4	3

Cuadro 5.3.2.

**Audiencia de Programas de Radio: Informativos y Magazines
(En Porcentajes)**

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
TOTAL	(1.214)	(1.213)	(1.223)	(1.198)	(1.213)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.207)	(1.210)
Entre 6 y 10 h. Mañana												
- "La Mañana" de Luis Herrero (COPE)	8	8	10	8	7	7	7	7	9	7	7	5
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO)	7	7	6	8	7	8	6	8	7	5	7	6
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER)	10	8	10	10	12	10	9	8	10	9	9	8
- "Buenos días" con Carlos Herrera (RNE)	7	7	6	8	8	7	5	6	6	6	7	7
% Radioyentes de Mañana	29	28	28	31	32	28	24	26	29	28	26	23
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
- "La Ventana", de Gemma Nierga (SER)	3	5	4	5	6	4	3	5	5	5	4	5
- "La Tarde", de M ^a Teresa Campos (COPE)	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2
- "A toda radio" Marta Robles (Onda Cero) *	2	3	3	4	4	2	1	2	2	1	2	2
- "Lo que es la vida", de Nieves Herrero (RNE)	2	3	2	4	4	3	2	3	3	2	2	2
% Radioyentes de Tarde	11	14	11	16	16	11	9	10	13	12	11	9
Entre las 8 y las 12 h. Noche												
- "La Brújula", de Concha García Campoy (ONDA CERO)	3	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER)	4	4	5	4	6	4	3	4	4	4	4	4
- "La Linterna", de Federico Jiménez Losantos (COPE)	3	3	4	2	4	2	3	2	4	3	3	2
- "El ojo crítico", de Eduardo Sotillos (RNE)	1	1	1	1	1	1	1	*	1	*	1	*
- "24 horas", de Manuel Antonio Rico (RNE)	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
% de Radioyentes de Noche	10	11	11	11	14	9	9	8	11	9	9	7
% Total de Oyentes de Informativos	33	34	33	35	38	33	29	31	34	27	30	26

(*) Hasta VII-99, "La Hora de Julia" de Julia Otero

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

ABRIL 2000	Total	Mañana				Tarde				Noche				
		La Mañana	Prota-Gonistas	Hoy por hoy	Buenos días	La Ventana	La Tarde	A toda radio	Lo que es la Vida	La Brújula	Hora 25	La Linterna	El ojo Crítico	24 Horas
TOTAL	(1210)	(61)	(68)	(97)	(83)	(57)	(24)	(18)	(20)	(11)	(47)	(20)	(5)	(13)
						%								
Edad:														
18 a 29 años	26	16	19	26	25	37	13	22	10	27	28	15	-	-
30 a 49 años	34	33	39	41	35	43	38	39	46	46	49	31	-	32
50 a 64 años	22	28	26	21	20	14	33	27	25	18	13	30	80	23
65 y más años	18	23	16	12	19	7	17	11	19	9	10	24	20	45
Posición Social:														
Baja	36	31	25	19	31	12	37	11	25	9	10	30	40	46
Media	51	56	60	55	51	69	63	78	65	73	64	55	20	46
Alta	13	13	15	26	18	19	-	11	10	18	26	15	40	8
Ideología:														
Izquierda	35	28	33	53	35	51	29	45	50	28	55	20	20	39
Centro	25	34	26	22	34	19	21	17	35	45	13	30	40	31
Derecha	20	29	26	11	22	16	33	33	10	27	11	35	-	15
Hábitat de Residencia:														
Rural	26	20	10	13	26	16	38	11	30	-	13	20	20	-
Urbano	48	59	60	56	48	59	54	39	45	64	60	50	40	61
Metropolitano	26	21	29	31	25	25	8	50	25	36	28	30	40	39
Educación del entrevistado:														
Baja	37	41	32	19	26	12	50	17	35	18	17	34	40	54
Media	51	46	55	52	54	67	46	72	35	64	58	56	-	31
Alta	12	13	13	29	19	21	4	11	30	18	26	10	60	16
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	39	46	43	59	46	58	29	39	46	37	53	45	40	39
Medio	44	48	40	31	41	35	54	45	35	63	40	44	60	46
Medio Bajo	14	7	18	10	13	7	17	17	20	-	6	10	-	15
Bajo	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cientes de:														
Bancos	28	36	38	45	34	46	29	28	40	55	40	40	60	46
Cajas	75	79	66	70	76	74	75	56	70	64	68	75	60	62
Exposición a la Información:														
Alta	14	53	50	54	53	60	33	56	70	82	60	45	80	53
Media	40	47	50	43	45	37	62	44	25	18	36	55	20	39
Baja	43	-	-	3	2	3	4	-	5	-	4	-	-	8

5.4 **TELEVISION**

Tras el retorno a la “normalidad”, una vez concluidas las elecciones generales de marzo, la televisión ha demostrado una vez más ser el único medio que, a duras penas, resiste el retroceso generalizado de individuos expuestos a la información en el conjunto de medios de comunicación, a tenor del 94% de personas que han visto algún informativo televisivo. Este porcentaje es el mismo que hace un mes y un punto por debajo del registrado hace un año, confirmando el estancamiento, dentro de unos niveles muy aceptables.

Efectivamente, los espacios informativos de televisión son los que mejor provecho han extraído del proceso electoral, no tanto para incrementar su audiencia, que no ha aumentado, sino para amortiguar una pérdida de seguidores que, en otras circunstancias, habría sido inevitable ante la falta de asuntos de relieve para la opinión pública. En otras palabras, no puede decirse que el proceso electoral haya servido de revulsivo para animar a los españoles a conectar con este tipo de espacios. Sin embargo, el protagonismo de las competiciones europeas de fútbol y casos como el “amarillismo” puesto de manifiesto con el caso de Elían González parecen haber cubierto el hueco dejado por los comicios, salvando al medio televisivo de una pérdida de seguidores.

Ninguna de las grandes cadenas de ámbito nacional se ha librado de perder audiencia, ni siquiera Telecinco, mientras que La Primera de TVE ha incrementado en 0,1 puntos su porcentaje de seguidores de hace un mes al mediodía, ampliando diferencias con A3TV, cuyo estancamiento es evidente en lo que llevamos de año, tal y como sucede con Telecinco.

El seguimiento de espacios informativos al mediodía ha recuperado un punto para situarse en un 83%, mientras que durante la tarde ha perdido otros tres puntos para establecerse en un 77%, es decir cinco puntos menos que hace dos meses y 7 menos que hace un año.

Por su parte, La 2 también mantiene su buen nivel del 10% de televidentes, quizás porque se mantiene fiel a su línea editorial resistiendo los efectos del nuevo formato de Telecinco, más similar al suyo.

La audiencia total de televisión es pues de un 94%, una cifra difícilmente superable porque, en estos niveles, hablar de un 95% o un 98% es prácticamente lo mismo, en el sentido de que hablamos de una población que, en su totalidad, afirma ver algún informativo a través de este medio.

Aunque todas las cadenas han salido perjudicadas, en esta ocasión ha sido La Primera de TVE la cadena más favorecida, al recuperar una leve proporción de su audiencia al mediodía, en contraste con el notable retroceso de sus competidores, especialmente A3TV.

La Primera está captando otra vez más televidentes que A3TV y ésta a su vez, más que Telecinco, puesto que sus respectivos porcentajes son distintos, variando al mediodía entre el 40% de La Primera y el 24% de A3TV, o el 34% de La Primera y el 19% de A3TV, por la tarde- noche.

La Primera de TVE no ve peligrar su liderato, pero sí será probable que continúen las alternancias en el ranking relativo a la pugna de Telecinco y A3TV por la segunda plaza, si bien en un contexto más negativo para las privadas, dado que sus porcentajes de seguidores han vuelto a bajar, después de casi un año, por debajo del 20% en la tarde noche.

En abril del 2000, La Primera ha conseguido un 40% de seguidores al mediodía, lo que le permite aventajar a A3TV en 16 puntos porcentuales.

Por la tarde- noche, La Primera también consolida su liderazgo, con un 34% y su ventaja es en este caso también de 15 puntos sobre A3TV.

En cualquier caso, la estructura de la audiencia de boletines informativos de televisión es muy estable, es decir que, entre un mes y otro, aunque aumente o disminuya el número de televidentes y sus preferencias en cuanto a la programación, ello no afecta apenas al nivel de audiencia de informativos ni a su tipología a nivel global, por lo que los grupos que habitualmente conectan en mayor proporción son los de 30 a 49 años (34%), de posición social media (51%), con ideología de izquierda (34%) y de status socioeconómico medio (44%). De hecho, los porcentajes que se registran para cada uno de estos grupos difieren de forma poco significativa con respecto a los registrados en meses anteriores.

También se confirma que esta constatación es válida tanto si se analiza la estructura de la audiencia de boletines informativos del mediodía como de la noche y la madrugada. La Primera de TVE se mantiene como la cadena con mayor audiencia de boletines informativos, con un 40% de seguidores durante la mañana y un 34% por la noche, en contraste con el 24% y el 19% de A3TV o el 21% y el 17% de Telecinco en ambas franjas. Sin embargo, ha de recalcar que los fichajes de Matias Prats y Sáenz de Buruaga por A3TV no han servido para alcanzar al TVE en dichas franjas horarias. La 2 se sitúa en un 10%, cinco veces superior al conocido por Canal Plus (2%).

Cualitativamente, es importante destacar que Juan Ramón Lucas parece haber conseguido alcanzar la audiencia de su antecesor y pugnar con Antena 3TV, si bien ha sorprendido lo rápida que ha sido la entrada y salida por su programa del ex- periodista deportivo de Telemadrid Javier Reyero.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, la progresiva pérdida de televidentes que se apuntaba en meses pasados no impiden que se mantenga la fuerte diferencia entre La Primera de TVE y sus competidores.

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Boletín Informativo del Mediodía:												
TVE1	41	43	40	43	38	40	41	40	41	40	39	40
Antena 3 TV	24	25	25	25	23	25	25	24	27	28	26	24
Tele 5	19	20	22	21	20	23	22	23	28	24	24	21
Boletín Informativo de la Noche												
TVE1	36	39	35	33	34	34	35	32	35	35	35	34
Antena 3 TV	20	24	21	21	20	22	21	20	24	22	22	19
Tele 5	20	20	22	19	17	19	19	22	24	21	21	17

Debe concluirse por lo tanto que los resultados de abril ratifican una vez más el liderazgo de La Primera. Por otra parte, merece subrayarse que el peso destinado al fútbol en los boletines informativos puede estar explicando sus elevados índices de audiencia.

Otra de las observaciones que merece una atención especial es el grado de seguimiento que tienen los boletines informativos de cada canal autonómico dentro de su Comunidad Autónoma. En este sentido, se ha podido constatar que el porcentaje de personas que sigue estos espacios al mediodía resulta especialmente significativo entre los vascos que afirman ver el informativo de ETB2 (48%), que supera a TV3 (45%).

Por la noche, la proporción de seguidores del informativo de ETB2 sigue siendo alta (49% lo ven), superando a quienes sintonizan TV3 (40%).

Al comparar el perfil socioeconómico de la audiencia de cada informativo, es interesante constatar cómo las diferencias entre las tres principales cadenas de televisión tienden a disminuir progresivamente.

Así, por ejemplo, sigue siendo cierto que la población de la Tercera Edad, con un menor nivel económico y educativo, residente en las zonas rurales y con ideología de izquierda tiene una importancia algo mayor entre la audiencia de los informativos de La Primera de TVE, mientras que en A3TV adquiere un peso más alto la población más joven, con una mayor posición social y residente en zonas metropolitanas.

Sin embargo, estos sobrepesos son mucho menos pronunciados que hace dos años, por lo que puede afirmarse que el perfil de la audiencia de los tres canales mencionados se asemeja más entre sí, sobre todo en lo concerniente a la ideología.

Durante la madrugada, no se producen diferencias en el perfil de los televidentes en función de la cadena. Sin embargo, sí se aprecia claramente cómo los más jóvenes, de posición social media y alta y residentes en zonas metropolitanas son los que siguen estos espacios, mientras que la población con un nivel educativo bajo, de mayor edad y los residentes en zonas rurales dejan de ver la televisión.

En esta franja horaria se venía observando durante los últimos meses que el informativo de A3TV era emitido en horas más tardías en la madrugada, lo que explicaría que su liderazgo hubiera perdido fuerza. El cambio ha supuesto sin embargo un rechazo claro de la audiencia, como se refleja en el liderazgo de La Primera (3%), en perjuicio de A3TV (2%), pese a que este último es conducido por Rosa María Mateo.

Finalmente, no puede dejar de comentarse como negativo el hecho de que la audiencia de la madrugada no alcance siquiera el 6% global, cuando dicha cifra era de un 12% hace un año, quizás como consecuencia de la pérdida de tres puntos de TVE en el último mes, al haber retrasado en exceso su horario de emisión.

Cuadro 5.4.1.**Perfil de Televidentes de Boletines informativos en el día de ayer según el Bloque Horario.**

ABRIL 2000	Total Muestra	Total audiencia	Audiencia		
			Mediodía	Noche	Madrugada
TOTAL	(1210)	(1138)	(1002)	(929)	(78)
			%		
Edad:					
18 a 29 años	26	26	26	23	31
30 a 49 años	34	34	32	35	43
50 a 64 años	22	22	22	22	16
65 y más años	18	19	20	19	10
Posición Social:					
Baja	36	36	37	35	20
Media	51	51	51	51	63
Alta	13	13	13	14	17
Ideología:					
Izquierda	35	34	34	34	36
Centro	25	25	25	26	31
Derecha	20	20	22	20	23
Hábitat de Residencia:					
Rural	26	25	25	26	28
Urbano	48	49	48	49	58
Metropolitano	26	26	27	26	14
Educación del entrevistado:					
Baja	37	37	39	38	28
Media	51	51	49	50	53
Alta	12	12	12	12	19
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	39	40	41	40	63
Medio	44	44	43	44	26
Medio Bajo	14	14	14	14	10
Bajo	2	2	2	2	1
Clientes de:					
Bancos	28	28	27	28	38
Cajas	75	76	76	78	73
Exposición a la Información:					
Alta	14	15	14	16	10
Media	40	42	42	41	46
Baja	43	43	44	42	44

Cuadro 5.4.2.

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión según el
espacio horario y el Canal de Televisión.
(En Porcentajes)**

	IV-99		V-99		VI-99		VII-99		IX-99		X-99	
Total			N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1, Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.214)	41	(1.213)	43	(1.223)	40	(1.198)	43	(1.213)	38	(1.213)	40
- Antena 3 con M. Prats y Susana Griso	(1.214)	24	(1.213)	25	(1.223)	25	(1.198)	25	(1.213)	23	(1.213)	25
- Tele 5, con Angels Barceló	(1.214)	19	(1.213)	20	(1.223)	22	(1.198)	21	(1.213)	20	(1.213)	23
Canales Autonómicos:												
-Andalucía: Canal Sur	(209)	32	(208)	30	(210)	29	(208)	31	(205)	23	(206)	27
- Cataluña: TV3	(194)	45	(196)	45	(196)	39	(185)	49	(195)	46	(196)	52
- Com. Valenciana: C9	(117)	21	(116)	31	(119)	25	(121)	13	(120)	32	(122)	34
- Galicia: TV G	(87)	44	(88)	40	(88)	48	(87)	44	(88)	42	(87)	60
- Madrid: Telemadrid	(154)	25	(155)	23	(153)	24	(153)	27	(166)	18	(154)	15
- País Vasco: ETB 2	(69)	32	(69)	26	(69)	39	(67)	48	(68)	50	(68)	32
% Televidentes de Mediodía	(1.214)	84	(1.213)	84	(1.223)	85	(1.198)	88	(1.213)	85	(1.213)	87
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y M. Escario	(1.214)	36	(1.213)	39	(1.223)	35	(1.198)	33	(1.213)	34	(1.213)	34
- La 2, con Lorenzo Milá.	(1.214)	10	(1.213)	9	(1.223)	10	(1.198)	9	(1.213)	9	(1.213)	10
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.214)	20	(1.213)	24	(1.223)	21	(1.198)	21	(1.213)	20	(1.213)	22
- Tele 5, Juan R. Lucas	(1.214)	20	(1.213)	20	(1.223)	22	(1.198)	19	(1.213)	17	(1.213)	19
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.214)	2	(1.213)	2	(1.223)	1	(1.198)	1	(1.213)	1	(1.213)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(209)	21	(208)	22	(210)	20	(208)	21	(205)	17	(206)	16
- Cataluña: TV3	(194)	44	(196)	41	(196)	42	(185)	48	(195)	44	(196)	48
- Comunidad Valenciana: C9	(117)	25	(116)	20	(119)	18	(121)	12	(120)	26	(122)	19
- Galicia: TVG	(87)	37	(88)	33	(88)	46	(87)	34	(88)	17	(87)	32
- Madrid: Telemadrid	(154)	25	(155)	24	(153)	23	(153)	24	(166)	19	(154)	12
- País Vasco: ETB 2	(69)	28	(69)	38	(69)	41	(67)	46	(68)	38	(68)	28
% Televidentes de Noche	(1.214)	84	(1.213)	85	(1.223)	84	(1.198)	84	(1.213)	82	(1.213)	83
MADRUGADA:												
- TVE-1, con José Ribagorda y J.J.Santos	(1.214)	7	(1.213)	5	(1.223)	5	(1.198)	11	(1.213)	8	(1.213)	6
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.214)	4	(1.213)	4	(1.223)	3	(1.198)	2	(1.213)	3	(1.213)	4
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.214)	3	(1.213)	3	(1.223)	2	(1.198)	3	(1.213)	3	(1.213)	3
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(209)	1	(208)	2	(210)	-	(208)	1	(205)	4	(206)	2
- Cataluña: TV3	(194)	2	(196)	1	(196)	1	(185)	2	(195)	2	(196)	4
- Galicia: TVG	(87)	2	(88)	-	(88)	6	(87)	-	(88)	4	(87)	3
- País Vasco: ETB 2	(69)	-	(69)	-	(69)	1	(67)	3	(68)	-	(68)	1
% Televid.de Madrugada	(1.214)	13	(1.213)	11	(1.223)	10	(1.198)	17	(1.213)	15	(1.213)	12
% Total de Televidentes	(1.214)	95	(1.213)	95	(1.223)	93	(1.198)	95	(1.213)	95	(1.213)	95

Cuadro 5.4.2. (Continuación)
Audiencia de Programas Informativos de Televisión según el
espacio horario y el Canal de Televisión.
(En Porcentajes)

	XI-99		XII-99		I-00		II-00		III-00		IV-00	
Total	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1: Ana Blanco y Jesús Álvarez	(1.211)	41	(1.209)	39	(1.213)	41	(1.214)	40	(1.207)	39	(1.210)	40
- Antena 3 M. Prats y Susana Griso	(1.211)	25	(1.209)	24	(1.213)	27	(1.214)	28	(1.207)	26	(1.210)	24
- Tele 5, con Angels Barceló	(1.211)	22	(1.209)	23	(1.213)	28	(1.214)	24	(1.207)	24	(1.210)	21
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(204)	24	(203)	32	(206)	24	(208)	27	(205)	20	(209)	21
- Cataluña: TV3	(195)	39	(192)	46	(193)	54	(193)	41	(196)	42	(194)	45
- Com. Valenciana: C9	(119)	29	(120)	21	(121)	39	(118)	27	(119)	28	(120)	22
- Galicia: TV G	(87)	31	(88)	18	(87)	37	(88)	20	(86)	32	(87)	15
- Madrid: Telemadrid	(155)	13	(155)	23	(155)	12	(155)	21	(151)	9	(151)	14
- País Vasco: ETB 2	(68)	31	(68)	35	(66)	41	(68)	34	(68)	47	(69)	48
% Televidentes de Mediodía	(1.211)	85	(1.209)	84	(1.213)	86	(1.214)	84	(1.207)	82	(1.210)	83
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y Mario Escario	(1.211)	35	(1.209)	32	(1.213)	35	(1.214)	35	(1.207)	35	(1.210)	34
- La 2, con Lorenzo Milá	(1.211)	11	(1.209)	10	(1.213)	8	(1.214)	10	(1.207)	10	(1.210)	10
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.211)	21	(1.209)	20	(1.213)	24	(1.214)	22	(1.207)	22	(1.210)	19
- Tele 5, con Juan R. Lucas	(1.211)	19	(1.209)	22	(1.213)	24	(1.214)	20	(1.207)	21	(1.210)	17
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.211)	1	(1.209)	2	(1.213)	2	(1.214)	1	(1.207)	2	(1.210)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(204)	18	(203)	18	(206)	20	(208)	18	(205)	19	(209)	12
- Cataluña: TV3	(195)	38	(192)	42	(193)	47	(193)	44	(196)	37	(194)	40
- Comunidad Valenciana: C9	(119)	23	(120)	14	(121)	37	(118)	25	(119)	18	(120)	19
- Galicia: TVG	(87)	18	(88)	9	(87)	29	(88)	14	(86)	16	(87)	15
- Madrid: Telemadrid	(155)	10	(155)	16	(155)	12	(155)	10	(151)	8	(151)	17
- País Vasco: ETB 2	(68)	31	(58)	22	(66)	44	(68)	41	(68)	46	(69)	49
% Televidentes de Noche	(1.211)	82	(1.209)	79	(1.213)	83	(1.214)	82	(1.207)	80	(1.210)	77
MADRUGADA:												
- TVE-1, con José Ribagorda y J.J.Santos	(1.211)	7	(1.209)	5	(1.213)	7	(1.214)	4	(1.207)	6	(1.210)	3
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.211)	3	(1.209)	3	(1.213)	3	(1.214)	2	(1.207)	2	(1.210)	2
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.211)	3	(1.209)	3	(1.213)	3	(1.214)	2	(1.207)	2	(1.210)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(204)	1	(203)	2	(206)	1	(208)	2	(205)	2	(209)	1
- Cataluña: TV3	(195)	2	(192)	7	(193)	2	(193)	1	(196)	2	(194)	2
- Galicia: TVG	(87)	5	(88)	2	(87)	-	(88)	-	(86)	2	(87)	2
- País Vasco: ETB 2	(68)	-	(68)	-	(66)	10	(68)	2	(68)	2	(69)	1
% Televidentes de Madrugada	(1.211)	12	(1.209)	11	(1.213)	12	(1.214)	8	(1.207)	10	(1.210)	6
% Total de Televidentes	(1.211)	94	(1.209)	94	(1.213)	95	(1.214)	94	(1.207)	94	(1.210)	94

Cuadro 5.4.3.**Audiencia de los distintos Boletines informativos de Televisión según el Bloque Horario.**

ABRIL 2000	Total	MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
		TVE1	Antena 3	Tele 5	TVE1	La 2	Antena 3	Tele 5	Canal Plus	TVE1	Antena 3	Tele 5
TOTAL	(1210)	(480)	(294)	(255)	(413)	(123)	(225)	(209)	(20)	(36)	(21)	(20)
%												
Edad:												
18 a 29 años	26	17	34	32	17	27	25	26	30	22	38	40
30 a 49 años	34	30	31	34	31	37	38	36	55	42	48	40
50 a 64 años	22	26	23	19	26	22	23	24	15	19	9	20
65 y más años	18	27	12	16	26	13	14	14	-	16	5	-
Posición Social:												
Baja	36	43	32	30	43	20	34	29	-	22	23	-
Media	51	47	55	55	47	59	53	57	75	70	58	80
Alta	13	9	13	15	11	21	13	15	25	8	19	20
Ideología:												
Izquierda	35	28	31	39	26	38	24	41	70	28	34	45
Centro	25	26	27	20	26	24	33	22	5	36	34	20
Derecha	20	27	21	20	26	16	19	18	10	28	28	25
Hábitat de Residencia:												
Rural	26	29	23	22	31	20	27	23	30	30	33	10
Urbano	48	43	48	49	46	44	51	49	55	56	48	70
Metropolitano	26	28	29	29	23	36	22	28	15	14	19	20
Educación del entrevistado:												
Baja	37	51	35	31	48	24	37	32	5	33	29	10
Media	51	39	53	53	42	53	52	54	55	50	52	70
Alta	12	10	13	16	10	23	11	14	40	17	19	20
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	39	33	44	49	33	49	43	43	60	59	62	80
Medio	44	46	45	36	47	40	43	42	30	30	24	15
Medio Bajo	14	17	9	13	18	10	12	14	5	8	14	5
Bajo	2	4	2	2	3	2	2	1	5	3	-	-
Clientes de:												
Bancos	28	29	29	29	29	30	32	33	50	31	62	45
Cajas	75	77	78	73	78	80	78	75	75	72	72	75
Exposición a la Información:												
Alta	14	11	14	19	13	24	12	21	35	11	5	10
Media	40	42	43	40	40	51	44	39	45	42	33	55
Baja	43	48	43	40	47	26	45	41	20	47	62	35

5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE

Este capítulo incluye una pregunta para conocer la opinión de los entrevistados sobre posibles favoritismos hacia el PSOE o el PP en el tratamiento que estos dos partidos reciben en los principales canales de televisión, cadenas de radio y periódicos.

Tal y como ya se ha avanzado en la introducción, el proceso electoral ha servido para que los españoles obtengan una visión muy distinta de la habitual en lo que se refiere el nivel de imparcialidad de las cadenas de televisión, especialmente la pública, de tal manera que, si la neutralidad era la tónica general y dominante todos los meses, en esta ocasión se observa como una clara mayoría del 39% percibe un favoritismo de La primera de TVE hacia el PP, que contrasta con el 27% que la ve como neutral y el 1% que afirma verla como favorable al PSOE.

Sean cuales sean las cadenas de televisión restantes o las cadenas de radio mencionadas (excepto RNE), una proporción significativamente mayoritaria opina que el tratamiento de la información es más bien neutro, si bien es verdad que la proporción de quienes aprecian un favoritismo hacia el PP supera a la de quienes intuyen una visión más favorable hacia el PSOE, tanto en las cadenas de televisión A3TV y Telecinco como en las cadenas de radio COPE y Onda Cero.

Aún prevaleciendo en la población la imagen de neutralidad ya mencionada, se detecta en el polo opuesto que la proporción de individuos que aprecia un favoritismo al PSOE es mayor en la Cadena SER, en Canal Plus y en El País.

Cuando se comparan las respuestas referidas a los diarios sugeridos, El País, ABC y El Mundo, la orientación de las respuestas es bien distinta. Así, una mayoría del 26% ve favoritismo del ABC hacia el PP y otro 15% ve favoritismo de El Mundo a ese mismo partido, mientras que un importante 17% detecta un favoritismo hacia el PSOE en El País. Curiosamente, es la primera vez que coinciden las proporciones de individuos que detectan favoritismo hacia PSOE y neutralidad en el caso de El País, así como favoritismo hacia el PP y neutralidad en El Mundo, confirmando que ambos diarios se alejan progresivamente de la línea de afinidad ideológica que les caracterizó en el pasado, más aún tras los resultados de las últimas elecciones y tras las críticas vertidas

contra dichos diarios por su falta de independencia y parcialidad, especialmente en el primer caso..

Aunque estos resultados son expuestos con más detalle en los cuadros 5.5.1., 5.5.2. y 5.5.3., debe concluirse que la opinión pública observa con cierta neutralidad la información facilitada a través de las principales cadenas de televisión, radio y prensa, pero siendo mayor la proporción de personas que advierte un cierto favoritismo hacia el PP que hacia el PSOE, siendo El País y la cadena SER las únicas excepciones claras en beneficio del PSOE y ABC y COPE en favor del PP, tal como viene poniéndose de relieve de forma inequívoca todos los meses.

Cuadro 5.5.1.

Calificación del tratamiento informativo que ofrecen los siguientes medios al PSOE y al PP, según la opinión de los entrevistados.

ABRIL 2000	Más favorable al PSOE	Más bien neutro	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	1%	27	39	*	33
Antena 3	2%	37	21	*	40
Tele 5	8%	42	8	*	43
Canal Plus	6%	31	3	1	59
Canal Autonómico	4%	28	12	10	45
Cadenas de Radio					
RNE	*%	16	20	1	63
La SER	10%	20	4	*	66
COPE	1%	15	15	*	68
Onda Cero	1%	19	7	1	72
Periódicos					
ABC	1%	11	26	1	62
El País	17%	16	5	1	63
El Mundo	2%	15	15	1	66

Cuadro 5.5.2.

Índice Favorable/En contra del tratamiento Informativo que ofrecen los siguientes Medios al PSOE y al PP, según la opinión de los entrevistados.

	IV-99	V-99	VI-99	VII-99	IX-99	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	III-00	IV-00
Canales de TV												
TVE 1	64	60	64	57	60	63	58	59	55	60	59	62
Antena 3	83	82	83	81	80	84	82	82	85	82	78	82
Tele 5	96	98	99	99	101	101	98	99	102	101	99	100
Canal Plus	102	101	103	100	103	104	107	104	106	103	102	102
Canal Autonómico	96	95	97	95	94	98	97	95	97	95	93	92
Cadenas de Radio												
RNE	79	77	79	75	75	79	76	75	74	80	76	80
La SER	107	106	108	106	108	107	110	110	108	105	107	106
COPE	80	82	82	80	81	84	81	85	85	88	83	86
Onda Cero	94	94	94	94	94	94	93	95	93	95	93	94
Periódicos												
ABC	66	66	65	64	63	68	64	67	69	72	69	76
El País	122	118	118	116	122	120	124	121	118	119	116	115
El Mundo	80	83	85	81	81	82	81	82	82	85	86	87

Significado del Índice: El índice se calcula tomando como punto de partida el nivel de equilibrio = 100, al que se suman los puntos que señalan favoritismo al PSOE y restando los puntos que indican favoritismo al PP. Por lo tanto, cuanto más se eleva el índice por encima de 100, mayor es el favoritismo al PSOE y cuanto más bajo se sitúa por debajo de 100, mayor es el favoritismo hacia el PP. Los valores próximos al índice de equilibrio = 100 expresan por lo tanto un importante nivel de controversia en la opinión pública.

Ejemplo:

	Más favorable al PSOE	Más favorable al PP
Telecinco	1%	42%

Índice = $100 + 1 - 42 = 59$

Cuadro 5.5.3

Índice del tratamiento informativo que los Medios de Comunicación ofrecen respecto a los dos principales partidos.

ABRIL 2000	Total	CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO				PERIODICOS		
		TVE1	A3	Tele 5	Canal Plus	Canales Autonómicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	(1210)	62	82	100	102	92	80	106	86	94	76	115	87
Edad:													
18 a 29 años	(316)	62	77	103	108	91	80	110	83	92	73	121	84
30 a 49 años	(412)	53	76	96	101	90	77	108	83	95	69	115	85
50 a 64 años	(261)	63	84	100	99	90	80	102	88	94	78	115	89
65 y más años	(222)	77	95	102	100	98	88	103	94	99	87	107	95
Posición Social:													
Baja	(440)	75	89	100	101	97	90	103	95	96	89	105	95
Media	(612)	56	78	98	103	90	76	106	81	94	70	118	84
Alta	(158)	47	77	106	103	85	71	115	76	91	62	128	77
Ideología:													
Izquierda	(421)	49	74	95	105	92	72	108	79	91	66	118	79
Centro	(298)	65	88	99	103	92	82	108	86	95	74	117	91
Derecha	(244)	68	85	106	100	89	82	106	89	96	81	116	91
Hábitat de Residencia:													
Rural	(313)	66	83	97	102	95	83	103	91	96	81	111	94
Urbano	(584)	60	81	98	102	91	79	107	85	94	73	114	84
Metropolitano	(313)	61	82	105	103	90	81	109	83	94	74	120	87
Educación del entrevistado:													
Baja	(448)	74	89	99	99	94	87	101	93	97	88	106	94
Media	(616)	58	80	99	104	93	79	108	83	93	72	116	85
Alta	(142)	41	68	105	105	79	65	113	76	91	52	134	75
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(477)	53	78	101	106	88	76	110	81	93	67	123	82
Medio	(538)	64	82	98	101	93	82	104	87	95	78	110	88
Medio Bajo	(170)	75	89	99	99	100	86	103	93	98	86	109	95
Bajo	(25)	84	88	104	96	96	92	96	96	100	96	104	96
Clientes de:													
Bancos	(339)	56	79	103	105	88	76	109	81	92	69	120	83
Cajas	(912)	63	81	100	102	92	80	107	87	95	77	114	88
Exposición a la Información:													
Alta	(172)	43	71	97	108	86	67	115	67	83	60	125	73
Media	(482)	55	79	102	101	89	74	108	83	94	68	121	83
Baja	(517)	73	86	99	102	96	90	102	94	98	87	107	95

6. LA ACTUALIDAD

6. La Actualidad

Tres temas han acaparado este mes la actualidad informativa, las primeras decisiones políticas de Aznar, la crisis en el PSOE, y la sentencia en el caso Conde.

6.1. PRIMERAS DECISIONES DE AZNAR

Las primeras decisiones más importantes adoptadas por Aznar desde las elecciones han sido, sin lugar a dudas, la de proponer, como Presidente del Partido Popular (no como Presidente del Gobierno), a dos mujeres para ocupar las presidencias respectivas del Congreso de los Diputados y del Senado, y en segundo lugar, la de iniciar un diálogo tendente a buscar el apoyo a su investidura y a un posible pacto de legislatura (aunque no lo necesitase) con Coalición Canaria y con Convergencia i Unió.

El respaldo de la opinión pública española a la primera de estas dos decisiones ha sido abrumadora. La mitad de los entrevistados se manifiestan muy de acuerdo con el nombramiento de Luisa Fernanda Rudi y de Esperanza Aguirre como Presidentas, respectivamente, del Congreso de los Diputados y del Senado. Y más de un tercio adicional se muestran también de acuerdo con la decisión. Es decir, nada menos que un 85% de los españoles de 18 y más años están de acuerdo con estos dos nombramientos, y sólo un 2% afirman estar en desacuerdo con ellos.

Se observa un alto grado de acuerdo con el nombramiento de estas dos mujeres para dichos cargos en todos los segmentos sociales sin excepción.

Por otra parte, casi la mitad de los entrevistados (45%) se muestran también de acuerdo con la decisión de Aznar de "buscar el apoyo de la minoría canaria y de la minoría catalana para ser Presidente, a pesar de no necesitar ninguna ayuda", si bien un 21% de los entrevistados se muestran en desacuerdo con esta decisión.

Sólo los votantes de partidos nacionalistas de izquierda están en desacuerdo con la búsqueda de apoyos por parte de Aznar. Y quienes más de acuerdo están con dicha búsqueda son los de alta posición social, los de centro y de derecha, los de alto status socioeconómico familiar, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP y de los partidos nacionalistas de centro y derecha.

Cuadro 6.1.1.Grado de acuerdo con la decisión de Aznar de nombrar a dos mujeres para
para presidir el Congreso y el Senado, por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	Total	Totalmente de acuerdo	Más bien de acuerdo	No lo se	Más bien en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	49%	36	10	2	*	3	183
<u>Edad:</u>								
18 a 29 años	(316)	49%	39	9	1	-	3	187
30 a 49 años	(412)	54%	33	9	2	*	2	185
50 a 64 años	(261)	51%	34	11	2	*	3	183
65 y más años	(222)	38%	37	16	3	*	5	172
<u>Posición Social</u>								
Baja	(440)	48%	31	15	2	-	4	176
Media	(612)	51%	38	7	1	*	2	188
Alta	(158)	46%	39	12	1	1	1	183
<u>Ideología</u>								
Izquierda	(421)	46%	37	11	2	1	3	180
Centro	(298)	53%	38	6	1	-	2	190
Derecha	(244)	54%	35	9	1	*	*	189
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>								
Alto, Medio alto	(477)	58%	33	6	1	*	1	190
Medio	(538)	46%	36	13	1	*	2	181
Medio Bajo	(170)	37%	37	15	3	-	8	171
Bajo	(25)	20%	52	16	-	4	8	168
<u>Clientes de</u>								
Bancos	(339)	52%	34	9	2	-	2	184
Cajas	(912)	48%	37	10	2	*	3	183
<u>Hábitat:</u>								
Rural	(313)	50%	27	15	3	-	5	174
Urbano	(584)	51%	38	8	2	*	2	186
Metropolitano	(313)	45%	41	10	*	1	3	185
<u>Exposición a la Información:</u>								
Alta	(172)	55%	33	9	1	-	1	187
Media	(482)	51%	37	9	2	-	2	186
Baja	(517)	45%	36	12	2	1	4	179
Ninguna	(39)	44%	28	23	-	-	5	172
<u>Nacionalismo</u>								
Más nacionalista	(258)	46%	38	10	2	*	3	182
Tan nac. como esp	(571)	49%	35	11	2	*	3	182
Más español	(354)	51%	35	10	1	*	3	184
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>								
Satisfechos	(701)	56%	33	8	1	*	2	187
Indiferentes	(243)	41%	35	16	3	-	5	173
Insatisfechos	(253)	38%	45	12	1	1	3	180
<u>Satisfacción con la Democracia</u>								
Satisfechos	(866)	50%	37	8	2	*	2	186
Indiferentes	(187)	46%	26	18	3	1	6	168
Insatisfechos	(137)	46%	37	13	-	1	3	182
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 1996</u>								
PP	(408)	59%	32	7	1	-	1	190
PSOE	(243)	45%	36	11	2	1	4	178
IU	(44)	48%	34	18	-	-	-	182
Nacion.derecha	(82)	49%	41	6	1	-	2	189
Nacion.izquierda	(20)	35%	45	15	-	5	-	175
Otros, en blanco	(49)	45%	47	6	2	-	-	190
No votó	(215)	41%	37	15	1	*	5	176
No sabe	(8)	50%	37	13	-	-	-	187
No contesta	(134)	43%	35	14	3	-	5	175

Cuadro 6.1.2.

Grado de acuerdo con la decisión de Aznar de buscar apoyo de los nacionalistas
canarios y catalanes para ser Presidente de Gobierno,
por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	Total	Totalmente de acuerdo	Más bien de acuerdo	No lo se	Más bien en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	17%	28	21	13	8	13	124
<u>Edad:</u>								
18 a 29 años	(316)	18%	30	19	14	8	10	126
30 a 49 años	(412)	18%	26	20	16	9	12	119
50 a 64 años	(261)	18%	30	21	10	9	12	128
65 y más años	(222)	14%	25	25	10	6	20	123
<u>Posición Social</u>								
Baja	(440)	14%	22	28	11	6	18	119
Media	(612)	18%	30	17	14	10	11	124
Alta	(158)	22%	34	15	13	7	8	136
<u>Ideología</u>								
Izquierda	(421)	13%	28	18	15	14	13	111
Centro	(298)	20%	32	22	13	6	7	133
Derecha	(244)	22%	30	20	13	5	12	134
<u>Status Socioeconómico</u>								
<u>Familiar</u>								
Alto, Medio alto	(477)	22%	31	15	12	9	10	133
Medio	(538)	15%	25	25	14	8	12	118
Medio Bajo	(170)	10%	27	22	14	5	22	118
Bajo	(25)	12%	24	20	-	16	28	120
<u>Clientes de</u>								
Bancos	(339)	18%	32	14	18	9	9	124
Cajas	(912)	16%	29	21	12	8	13	125
<u>Hábitat:</u>								
Rural	(313)	14%	20	27	12	10	17	113
Urbano	(584)	18%	30	18	14	9	11	126
Metropolitano	(313)	18%	31	19	13	6	14	129
<u>Exposición a la Información:</u>								
Alta	(172)	24%	27	18	11	12	8	129
Media	(482)	16%	33	20	13	8	10	128
Baja	(517)	15%	25	22	14	8	17	118
Ninguna	(39)	28%	5	30	10	5	20	118
<u>Nacionalismo</u>								
Más nacionalista	(258)	15%	26	21	12	11	14	118
Tan nac. como esp	(571)	16%	29	20	13	7	15	125
Más español	(354)	20%	28	20	14	8	9	126
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>								
Satisfechos	(701)	22%	31	18	11	7	11	135
Indiferentes	(243)	13%	21	29	14	7	16	114
Insatisfechos	(253)	10%	25	21	17	15	12	103
<u>Satisfacción con la</u>								
<u>Democracia</u>								
Satisfechos	(866)	18%	32	19	13	7	11	129
Indiferentes	(187)	17%	16	28	9	10	20	114
Insatisfechos	(137)	16%	20	19	18	13	13	105
<u>Recuerdo de Voto</u>								
<u>Elecciones Generales 1996</u>								
PP	(408)	22%	33	17	12	5	11	137
PSOE	(243)	13%	23	18	16	15	15	106
IU	(44)	16%	25	13	14	27	5	100
Nacion.derecha	(82)	21%	35	18	9	6	11	141
Nacion.izquierda	(20)	10%	15	30	35	10	-	79
Otros, en blanco	(49)	16%	45	19	4	12	4	145
No votó	(215)	14%	23	26	13	5	19	120
No sabe	(8)	13%	25	37	-	25	-	113
No contesta	(134)	14%	22	29	13	5	17	118

6.2. LA CRISIS EN EL PSOE

La crisis de liderazgo abierta en el PSOE tras la dimisión de Almunia como Secretario General nada más conocer los resultados de las elecciones constituye uno de los elementos más preocupantes de la vida política española, puesto que deja al Gobierno no sólo con mayoría absoluta en ambas cámaras, sino sin oposición parlamentaria durante al menos varios meses, lo cual no cabe duda que representa un hecho importante para el pleno ejercicio de la vida democrática.

Una de las primeras cuestiones que la Comisión Gestora del PSOE tendrá que resolver es la forma en que se elegirá al nuevo Secretario General y al nuevo candidato a Presidente, puesto que son cargos distintos que pueden, o no, coincidir en la misma persona. Pues bien, aunque un tercio de los entrevistados no opina sobre estas dos cuestiones, casi la mitad son partidarias de que tanto el Secretario General como el Candidato (46% y 49% respectivamente) sean elegidos por "todos los militantes a través de elecciones primarias", y sólo proporciones inferiores en todos los casos al 15% serían partidarios de que uno u otro cargos sean elegidos por los compromisarios del PSOE en un Congreso, o que sean elegidos por las personas importantes del PSOE.

Todos los segmentos sociales respaldan la opción de elegir tanto al secretario general como al candidato del PSOE a la Presidencia del Gobierno a través de unas elecciones primarias.

Por otra parte, y mediante pregunta abierta, sin sugerir ningún nombre, se pidió a los entrevistados que señalaran a quién votarían para Secretario General y para Candidato a la Presidencia del Gobierno en próximas elecciones. Un 48% y un 50% de los entrevistados no contestaron, respectivamente, a cada una de estas dos preguntas. Y sólo Felipe González fue mencionado por un 18% y un 17% respectivamente para Secretario General y Candidato. Todos los demás nombres fueron mencionados por menos de un 10% de entrevistados, destacando entre ellos José Borrell, José Bono, Javier Solana, Manuel Chaves, Pasqual Maragall y Rosa Díez. La interpretación más plausible parece ser la de que los españoles no parecen conocer suficientemente a los líderes del PSOE, y que ese conocimiento se ve reducido además a los que en el pasado han tenido mayor relieve en los medios de comunicación. En segundo lugar, parece también evidente que los españoles no parecen diferenciar entre Secretario General y Candidato, lo que sugiere que consideran que ambos cargos deben recaer en la misma persona.

Proporciones similares se observan entre los distintos segmentos sociales, aunque conviene resaltar que la preferencia por Felipe González es mayor entre los de izquierda, los de bajo status socioeconómico familiar, los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la Democracia y entre los mismos votantes del PSOE. Los demás miembros del partido socialista no superan el 15% en ningún segmento social.

Cuadro 6.2.1.Forma de elección del Secretario General del PSOE y el Candidato del PSOE a la
Presidencia del Gobierno.

ABRIL 2000	Secretario	
	General	Candidato
Total	(1.210) %	(1.210) %
– Debe ser elegido por los compromisarios del PSOE en un Congreso	12	11
– Debe ser elegido por las personas importantes del PSOE	11	9
– Debe ser elegido por todos los militantes a través de elecciones primarias	46	49
– NS/NC	31	32

Cuadro 6.2.2.Forma de elección del Secretario General del PSOE y del Candidato del PSOE
a la Presidencia del Gobierno, por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	Secretario General				Candidato		
	Total	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Total	(1210)	12%	11	46	11%	9	49
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(316)	14%	14	48	11%	11	54
30 a 49 años	(412)	12%	11	49	10%	9	53
50 a 64 años	(261)	12%	9	46	11%	8	48
65 y más años	(222)	10%	8	35	10%	7	37
<u>Posición Social</u>							
Baja	(440)	8%	8	39	9%	6	41
Media	(612)	13%	11	50	12%	9	54
Alta	(158)	19%	17	47	12%	16	55
<u>Ideología</u>							
Izquierda	(421)	13%	11	55	11%	9	58
Centro	(298)	14%	12	48	14%	8	50
Derecha	(244)	14%	11	41	10%	10	45
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>							
Alto, Medio alto	(477)	15%	13	51	12%	11	55
Medio	(538)	11%	11	46	10%	9	49
Medio Bajo	(170)	10%	5	33	10%	3	36
Bajo	(25)	4%	8	20	4%	8	24
<u>Clientes de</u>							
Bancos	(339)	13%	12	53	13%	9	55
Cajas	(912)	12%	11	47	10%	9	49
<u>Hábitat:</u>							
Rural	(313)	7%	7	46	8%	5	46
Urbano	(584)	13%	11	50	11%	9	52
Metropolitano	(313)	16%	16	37	12%	12	45
<u>Exposición a la Información:</u>							
Alta	(172)	17%	13	52	12%	10	59
Media	(482)	14%	10	48	13%	7	52
Baja	(517)	9%	11	43	7%	10	45
Ninguna	(39)	13%	15	31	13%	13	31
<u>Nacionalismo</u>							
Más nacionalista	(258)	11%	8	48	9%	7	49
Tan nac. como esp	(571)	10%	11	46	9%	10	47
Más español	(354)	16%	12	45	14%	8	52
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>							
Satisfechos	(701)	12%	12	43	11%	10	45
Indiferentes	(243)	9%	11	48	7%	7	53
Insatisfechos	(253)	17%	7	52	12%	7	57
<u>Satisfacción con la Democracia</u>							
Satisfechos	(866)	14%	12	46	12%	9	51
Indiferentes	(187)	4%	13	40	6%	9	41
Insatisfechos	(137)	10%	6	50	8%	7	51
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales</u>							
<u>1996</u>							
PP	(408)	12%	10	44	11%	8	46
PSOE	(243)	14%	11	52	12%	10	55
IU	(44)	7%	9	73	9%	7	71
Nacion.derecha	(82)	13%	13	51	13%	12	53
Nacion.izquierda	(20)	15%	10	70	5%	5	85
Otros, en blanco	(49)	25%	6	53	23%	2	57
No votó	(215)	10%	11	40	7%	9	46
No sabe	(8)	-%	25	24	-%	13	37
No contesta	(134)	9%	11	32	7%	8	37

- 1) Debe ser elegido por los compromisarios del PSOE en un Congreso
- 2) Debe ser elegido por las personas importantes del PSOE
- 3) Debe ser elegido por todos los militantes a través de elecciones primarias

Cuadro 6.2.3.Secretario General del PSOE y Candidato del PSOE a la Presidencia del Gobierno
preferidos por el entrevistado.

ABRIL 2000	Secretario General	Candidato
Total	(1.210) %	(1.210) %
– Felipe González	18	17
– José Borrell	6	7
– Pasqual Maragall	4	4
– José Bono	6	6
– Manuel Chaves	5	4
– Alfonso Guerra	1	1
– Javier Solana	5	5
– Francisco Vázquez	*	-
– Juan Carlos Rodríguez Ibarra	1	1
– Juan Alberto Belloch	1	*
– Ramón Jaúregui	1	*
– Nicolás Redondo Terreros	1	*
– Rosa Díez	3	3
– Otro: ¿quién? _____	1	1
– NS/NC	48	50

Cuadro 6.2.4.

Secretario General del PSOE, preferido por el entrevistado,
por Características Socioeconómicas
(mencionado por el 4% o más de los entrevistados)

ABRIL 2000	Total	Felipe Gonzalez	José Borrell	Pasqual Maragall	José Bono	Manuel Chaves	Javier Solana	Otros	Ns/Nc
Total	(1210)	18%	6	4	6	5	5	7	48
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(316)	14%	7	6	4	5	4	8	51
30 a 49 años	(412)	18%	7	3	8	4	6	8	45
50 a 64 años	(261)	20%	6	2	8	6	5	6	46
65 y más años	(222)	20%	5	3	4	6	4	4	54
<u>Posición Social</u>									
Baja	(440)	19%	5	3	4	5	4	4	55
Media	(612)	18%	7	4	7	5	5	9	45
Alta	(158)	13%	9	4	10	6	8	6	43
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(421)	27%	12	4	7	5	4	10	30
Centro	(298)	14%	5	4	7	4	7	5	54
Derecha	(244)	14%	3	3	6	9	5	7	54
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(477)	14%	7	4	8	6	6	9	46
Medio	(538)	21%	7	4	6	4	4	6	47
Medio Bajo	(170)	17%	4	2	2	6	5	6	58
Bajo	(25)	28%	4	-	4	8	-	-	56
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(339)	18%	9	3	7	4	7	9	42
Cajas	(912)	18%	6	4	6	6	5	6	48
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(313)	19%	4	3	6	6	4	6	50
Urbano	(584)	15%	9	4	7	6	6	8	47
Metropolitano	(313)	21%	5	3	5	3	4	7	50
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(172)	19%	9	5	8	5	8	14	30
Media	(482)	15%	8	4	7	5	6	6	49
Baja	(517)	20%	4	3	6	5	3	5	53
Ninguna	(39)	15%	5	-	3	3	5	13	57
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(258)	18%	8	5	3	4	5	8	49
Tan nac. como esp	(571)	20%	5	3	5	8	4	7	49
Más español	(354)	16%	7	3	11	2	7	7	47
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(701)	15%	5	3	6	6	6	7	52
Indiferentes	(243)	19%	7	3	7	6	4	5	50
Insatisfechos	(253)	24%	12	6	6	2	4	9	36
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(866)	17%	7	3	7	5	5	8	47
Indiferentes	(187)	15%	5	5	4	6	3	5	56
Insatisfechos	(137)	26%	7	3	2	6	5	4	47
<u>Recuerdo de Voto Elecciones</u>									
<u>Generales 1996</u>									
PP	(408)	14%	3	1	8	7	6	6	56
PSOE	(243)	37%	14	3	10	7	4	7	17
IU	(44)	11%	11	7	4	5	-	14	45
Nacion.derecha	(82)	13%	6	12	5	4	5	4	50
Nacion.izquierda	(20)	5%	10	-	5	-	5	10	65
Otros, en blanco	(49)	10%	4	-	6	10	6	12	51
No votó	(215)	16%	5	6	2	1	3	8	59
No sabe	(8)	-%	-	13	-	-	13	-	75
No contesta	(134)	8%	6	2	4	1	8	5	64

Cuadro 6.2.5.

**Candidato del PSOE a la Presidencia del Gobierno para las próximas elecciones,
preferido por el entrevistado, por Características Socioeconómicas**
(mencionado por el 4% o más de los entrevistados)

ABRIL 2000	Total	Felipe Gonzalez	José Borrell	Pasqual Maragall	José Bono	Manuel Chaves	Javier Solana	Otros	Ns/Nc
Total	(1210)	17%	7	4	6	4	5	7	50
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(316)	15%	9	7	4	3	5	7	51
30 a 49 años	(412)	17%	7	2	8	4	6	8	47
50 a 64 años	(261)	19%	7	3	6	6	4	5	50
65 y más años	(222)	18%	5	4	5	5	4	4	54
<u>Posición Social</u>									
Baja	(440)	19%	6	3	5	4	4	4	55
Media	(612)	17%	8	4	7	5	5	8	47
Alta	(158)	11%	9	7	9	4	9	6	44
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(421)	27%	13	5	7	5	4	9	31
Centro	(298)	13%	4	3	7	3	7	5	55
Derecha	(244)	10%	4	4	6	7	5	6	57
<u>Status Socioeconómico</u>									
<u>Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(477)	12%	8	5	7	4	7	9	48
Medio	(538)	20%	8	4	6	4	4	5	48
Medio Bajo	(170)	19%	2	3	3	5	4	6	59
Bajo	(25)	28%	4	-	4	4	-	4	56
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(339)	16%	9	4	8	3	8	9	43
Cajas	(912)	17%	7	5	6	5	4	5	50
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(313)	19%	5	3	7	4	4	5	52
Urbano	(584)	16%	9	4	5	5	6	8	47
Metropolitano	(313)	15%	6	4	7	3	4	6	53
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(172)	15%	9	6	9	5	9	15	30
Media	(482)	14%	8	4	6	4	5	6	50
Baja	(517)	20%	5	3	5	4	3	4	55
Ninguna	(39)	15%	5	-	3	3	5	13	57
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(258)	16%	9	5	3	4	5	7	51
Tan nac. como esp	(571)	19%	6	4	4	6	4	6	50
Más español	(354)	14%	8	3	11	2	7	7	47
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(701)	14%	6	3	7	5	6	5	54
Indiferentes	(243)	18%	7	3	7	4	3	7	51
Insatisfechos	(253)	23%	11	7	5	3	4	10	36
<u>Satisfacción con la</u>									
<u>Democracia</u>									
Satisfechos	(866)	15%	8	4	8	4	6	7	49
Indiferentes	(187)	15%	5	5	3	6	3	5	57
Insatisfechos	(137)	26%	8	3	1	4	4	6	48
<u>Recuerdo de Voto Elecciones</u>									
<u>Generales 1996</u>									
PP	(408)	12%	4	2	7	5	6	5	59
PSOE	(243)	35%	15	4	9	8	4	7	17
IU	(44)	11%	14	7	4	2	2	16	43
Nacion.derecha	(82)	11%	6	12	7	3	4	6	50
Nacion.izquierda	(20)	5%	-	5	5	-	10	5	70
Otros, en blanco	(49)	10%	4	-	6	6	6	18	49
No votó	(215)	18%	6	6	3	*	3	4	60
No sabe	(8)	-%	-	25	-	-	-	-	75
No contesta	(134)	8%	6	1	4	1	8	5	66

6.3. CASO MARIO CONDE

Más de la mitad de los entrevistados (55%) consideran que la condena impuesta a Mario Conde por el caso Banesto, ocho años de prisión y más de mil millones de pesetas a pagar a Banesto, ha sido insuficiente, y un tercio adicional (33%) creen que ha sido adecuada, pero sólo un 2% de los entrevistados opina que la sentencia ha sido excesiva.

En todos los segmentos sociales sin excepción predomina la opinión de que la condena impuesta a Mario Conde ha sido insuficiente. Aunque podemos resaltar que, los menores de 30 años y los votantes del PP parecen creer en mayor medida que el resto de la muestra que dicha condena es adecuada.

Teniendo en cuenta las críticas que se suelen escuchar, en el sentido de que en los delitos de dinero las condenas reales de prisión son cortas, y que en la práctica se ven aún más reducidas, y que además los condenados no suelen devolver el dinero por declararse insolventes, de manera que pueden disponer del mismo una vez cumplida la pena de prisión, se planteó a los entrevistados la pregunta de si estarían dispuestos a pasar cinco años efectivos y completos en una cárcel (sin necesidad de cometer ningún delito), si al salir se les entregaran como compensación MIL MILLONES de pesetas libres de impuestos.

Aunque la situación planteada es evidentemente irreal, resulta muy curioso comprobar que un 17% de los entrevistados admiten que aceptarían la propuesta con toda seguridad o probablemente, aunque la inmensa mayoría (61%) afirma rotundamente que no la aceptaría con toda seguridad. En general parece que los españoles no están muy dispuestos a ingresar en la cárcel aún por poco tiempo y aunque la recompensa por estar allí sea de mil millones de pesetas.

Se observan proporciones muy similares en todos los segmentos sociales, destacando que son los más jóvenes y los insatisfechos con el funcionamiento de la Democracia quienes aceptarían en mayor medida que el resto de entrevistados dicha propuesta.

Cuadro 6.3.1.Opinión sobre la condena a Mario Conde,
por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	Total	Excesiva	Adecuada	Insuficiente	Ns/Nc
Total	(1210)	2%	33	55	9
<u>Edad:</u>					
18 a 29 años	(316)	3%	43	47	7
30 a 49 años	(412)	2%	28	61	9
50 a 64 años	(261)	2%	33	57	9
65 y más años	(222)	3%	31	53	14
<u>Posición Social</u>					
Baja	(440)	3%	35	50	12
Media	(612)	2%	33	58	8
Alta	(158)	3%	30	60	8
<u>Ideología</u>					
Izquierda	(421)	3%	27	63	7
Centro	(298)	2%	39	51	8
Derecha	(244)	3%	37	52	8
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>					
Alto, Medio alto	(477)	3%	36	55	7
Medio	(538)	2%	33	57	8
Medio Bajo	(170)	2%	28	53	17
Bajo	(25)	4%	32	36	28
<u>Clientes de</u>					
Bancos	(339)	4%	33	57	6
Cajas	(912)	2%	33	55	10
<u>Hábitat:</u>					
Rural	(313)	2%	32	53	13
Urbano	(584)	3%	32	58	7
Metropolitano	(313)	2%	36	52	10
<u>Exposición a la Información:</u>					
Alta	(172)	2%	33	55	10
Media	(482)	2%	35	55	7
Baja	(517)	2%	33	55	10
Ninguna	(39)	5%	18	57	20
<u>Nacionalismo</u>					
Más nacionalista	(258)	3%	35	52	10
Tan nac. como esp	(571)	2%	35	54	9
Más español	(354)	2%	30	58	10
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>					
Satisfechos	(701)	3%	38	49	10
Indiferentes	(243)	2%	29	61	9
Insatisfechos	(253)	2%	25	67	6
<u>Satisfacción con la Democracia</u>					
Satisfechos	(866)	2%	35	55	9
Indiferentes	(187)	3%	30	56	12
Insatisfechos	(137)	4%	33	56	8
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 1996</u>					
PP	(408)	2%	40	49	9
PSOE	(243)	2%	24	66	8
IU	(44)	-%	30	59	11
Nacion.derecha	(82)	1%	39	55	5
Nacion.izquierda	(20)	5%	20	50	25
Otros, en blanco	(49)	4%	36	53	6
No votó	(215)	3%	34	55	9
No sabe	(8)	-%	75	13	13
No contesta	(134)	2%	26	57	14

Cuadro 6.3.2.

Opinión de si aceptaría la oferta de pasar cinco años en la cárcel
por 1000 millones de pesetas, por Características Socioeconómicas.

ABRIL 2000	Total	La aceptaría, con toda seguridad	Probablemente la aceptaría	Probablemente no la aceptaría	Con toda seguridad no la aceptaría	Ns/Nc	INDICE
Total	(1210)	9%	8	14	61	7	42
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(316)	10%	14	15	54	7	55
30 a 49 años	(412)	10%	9	15	61	6	43
50 a 64 años	(261)	9%	6	16	63	5	36
65 y más años	(222)	5%	4	11	69	11	29
<u>Posición Social</u>							
Baja	(440)	6%	5	15	65	8	32
Media	(612)	11%	11	14	57	6	51
Alta	(158)	8%	6	15	64	7	35
<u>Ideología</u>							
Izquierda	(421)	9%	9	16	59	7	43
Centro	(298)	7%	9	17	62	4	36
Derecha	(244)	9%	8	11	68	5	38
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>							
Alto, Medio alto	(477)	9%	10	13	62	6	44
Medio	(538)	9%	8	18	58	7	42
Medio Bajo	(170)	11%	4	7	69	9	39
Bajo	(25)	4%	4	8	60	24	40
<u>Clientes de</u>							
Bancos	(339)	11%	10	15	58	5	48
Cajas	(912)	9%	8	14	63	7	40
<u>Hábitat:</u>							
Rural	(313)	7%	7	17	63	6	35
Urbano	(584)	9%	10	14	60	7	44
Metropolitano	(313)	11%	7	13	61	8	46
<u>Exposición a la Información:</u>							
Alta	(172)	8%	11	16	62	3	42
Media	(482)	9%	9	14	61	7	42
Baja	(517)	10%	7	14	60	9	43
Ninguna	(39)	13%	8	10	66	3	44
<u>Nacionalismo</u>							
Más nacionalista	(258)	8%	11	14	60	7	46
Tan nac. como esp	(571)	8%	8	14	63	7	40
Más español	(354)	12%	7	15	59	7	44
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>							
Satisfechos	(701)	8%	8	14	64	6	38
Indiferentes	(243)	10%	11	14	56	9	50
Insatisfechos	(253)	11%	9	15	57	8	48
<u>Satisfacción con la Democracia</u>							
Satisfechos	(866)	8%	8	15	64	5	36
Indiferentes	(187)	10%	13	14	50	12	59
Insatisfechos	(137)	17%	9	10	55	9	61
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 1996</u>							
PP	(408)	8%	6	16	65	6	33
PSOE	(243)	7%	8	14	63	9	38
IU	(44)	9%	7	27	55	2	34
Nacion.derecha	(82)	6%	7	18	62	6	33
Nacion.izquierda	(20)	5%	-	20	60	15	25
Otros, en blanco	(49)	10%	14	4	67	4	54
No votó	(215)	18%	13	12	50	7	70
No sabe	(8)	12%	38	12	38	-	100
No contesta	(134)	6%	7	12	64	10	37