INFORME A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

MAYO - 2003

MEN –may -03

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 5 al 10 de Mayo de 2.003, 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 22 de Mayo 2.003.

DIRECCION:

JUAN DIEZ NICOLAS

COPYRIGHT ASEP S.A., 2003. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

Págs.

1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP **4**

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP 7
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP 12

2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA **23**

2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES 25
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS 31
2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD 40

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS **45**

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA 46
3.2. PAUTAS DE AHORRO 62
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA 64
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS 67

4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS **75**

4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS 76
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES 90
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS 110
4.4. INTENCIONES DE VOTO 123

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN **146**

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN 149
5.2. PRENSA DIARIA 151
5.3. RADIO 156
5.4. TELEVISION 163
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE 172

6. LA ACTUALIDAD **180**

6.1. LA CRISIS POR IRAK 182
6.2. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS 191

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 ésa, 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. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho indicadores utilizados son:

1. ISC: Indice de Sentimiento del Consumidor
2. IESE: Indice de Evaluación de la Situación Económica.
3. IPA: Indice de Propensión al Ahorro.
4. IA: Indice de Ahorro.
5. ISCV: Indice de Satisfacción con la Calidad de Vida.
6. IO: Indice de Optimismo.
7. IPR: Indice de Práctica Religiosa.
8. IPM: Indice de Postmaterialismo.
9. ISD: Indice de Satisfacción con la Democracia.
10. ISG: Indice de Satisfacción con el Gobierno.
11. IAP: Indice de Alienación Política.
12. IPI: Indice de Posicionamiento Ideológico.
13. ISN: Indice de Sentimiento Nacionalista.
14. ISUE: Indice de Satisfacción con la Pertenencia de España en la UE.
15. IBUE: Indice del Beneficio para España por su Pertenencia a la UE.
16. IBCA: Indice del Beneficio para la Comunidad Autónoma por la Pertenencia de España a la UE.
17. IBEN: Indice del Beneficio para el Entrevistado por la Pertenencia de España a la UE.
18. IEI: Indice 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:

- El Sistema de Indicadores ASEP este mes refleja una clara mejora del clima de la opinión pública, tanto en lo que se refiere a los aspectos económicos como en los políticos. Así, los dos indicadores principales relativos a la situación económica nacional, el Sentimiento del Consumidor y la Evaluación de la Situación Económica han aumentado cinco y doce puntos respectivamente por comparación con los resultados obtenidos en abril, lo que no debe inducir a interpretaciones optimistas, ya que a pesar de ello los dos indicadores continúan por debajo del nivel de equilibrio, indicando que hay muchos más pesimistas e insatisfechos que optimistas y satisfechos. Los dos indicadores, por tanto, retornan a los niveles que alcanzaron en junio-julio del 2002, pero siguen por debajo del nivel de equilibrio. Parece evidente que los españoles han internalizado el mensaje del Gobierno de que la situación económica española es mejor que la que se observa en otros países europeos, y reconocen que esa mejora les afecta. Por supuesto, como se ha dicho, los dos indicadores se mantienen por debajo del nivel de equilibrio (90 y 83 puntos respectivamente en una escala de 0 a 200). Puede por tanto afirmarse que los españoles siguen estando preocupados por la situación económica nacional y por su propia situación económica personal, pero en menor medida que lo estuvieron desde después del verano del 2002.

- Los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), han mejorado también algo al compararlos con los obtenidos a lo largo de este año, pero siguen por debajo de los obtenidos hasta diciembre del 2002. Continuamos creyendo, como en meses anteriores, que la disminución de la propensión al ahorro y de la proporción de ahorradores no debe interpretarse en este caso, como se ha hecho en otras ocasiones (cuando los cambios eran más pequeños y seguían una tendencia descendente a lo largo de varios meses), en el sentido de que los españoles perciben una mejora de la economía y por eso ahorran menos y consumen más. Muy al contrario, eso significa que la gente ya no puede ahorrar aunque quiera, y que incluso ha comenzado a utilizar sus ahorros para vivir, como demuestran diversos estudios y los informes de entidades financieras que han sido publicados en estos últimos meses.

- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a

otro pueden producirse ligeras oscilaciones. La confianza en la situación económica personal, medida por el índice de Optimismo, mejora este mes otra vez en cuatro puntos, volviendo también al nivel que tenía en julio del 2002, pero sigue situado (como lo ha hecho desde hace más de un año) por debajo del nivel de equilibrio, (aunque solo 4 puntos por debajo del nivel de equilibrio este mes). La proporción de post-materialistas se mantiene por cuarto mes consecutivo por encima del 40%, lo que implica que aunque la mayoría de los españoles siguen concediendo más importancia a la seguridad personal y a la seguridad económica (mantener el orden y luchar contra la subida de precios) que a los nuevos valores de participación social, calidad de vida, etc..., poco a poco aumenta la proporción de los que se orientan hacia los nuevos valores.

- Los indicadores políticos también muestran una clara mejora, aunque se mantienen en valores en algunos casos bastante negativos. Así, la Satisfacción con el funcionamiento de la Democracia aumenta significativamente por comparación con el dato del mes pasado, pero sigue muy por debajo de los valores logrados hasta marzo de este año, aunque por supuesto el nivel de satisfacción es bastante alto en todos los casos. Y la Satisfacción con el Gobierno aumenta también significativamente, pero solo recupera el nivel que tenía en febrero de este año, y por supuesto se encuentra muy por debajo del nivel de equilibrio (13 puntos por debajo), indicando más insatisfechos que satisfechos. Debe recordarse que hasta finales del 2002 la Satisfacción con el Gobierno fue habitualmente positiva, es decir, superior al nivel de equilibrio.

- La exposición a la información aumenta este mes significativamente, alcanzando el valor más alto de los últimos doce meses, lo que probablemente se debe a la campaña electoral.

- Los cuatro indicadores relativos a la Unión Europea, muestran todos ellos valores similares pero algo superiores a los de meses precedentes, con valores bastantes altos, indicativos de una clara satisfacción por pertenecer a la UE y de una indiscutible percepción de beneficios (más que de perjuicios) para España, para la Comunidad Autónoma y para el propio entrevistado por esa pertenencia. Estos tres últimos índices son los más altos logrados durante los últimos doce meses. La persistencia de estos valores indica que las actitudes de los españoles hacia la Unión

Europea están muy consolidadas al menos de momento, y su incremento este mes, aunque leve, podría interpretarse, como ya se hizo en meses anteriores, como un deseo de reafirmar un sentimiento europeísta frente al alineamiento del Gobierno con los Estados Unidos en el conflicto de Irak.

- 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 del PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones),
    - Ligero incremento para PSOE e IU,
    - Estabilidad de voto para partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	92	89	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90
2 –IESE	84	82	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83
3 –IPA	132	131	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128
4 –IA	39	39	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36
SOCIALES												
5 –ISCV	176	177	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177
6 –IO	98	94	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96
7 –IPR	2,3	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2
8 –IPM	31	35	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43
POLITICOS												
9 –ISD	145	143	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128
10 –ISG	112	103	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87
11 –IAP	32	35	30	32	34	32	32	35	30	32	34	31
12 –IPI	3,6	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6
13 –ISN	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,0	3,1
14 -ISUE	108	110	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116
15 -IBUE	175	175	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182
16 -IBCA	172	172	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181
17. IBEN	167	167	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177
EXPOSICION A INFORMACION												
18 –IEI	95	100	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	29,7	26,7	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4
- PSOE	25,4	24,2	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9
- IU	3,6	4,9	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0
- Otros	11,6	12,1	12,6	12,5	12,1	11,9	13,9	12,2	11,4	12,9	12,7	10,7
- No Votará	12,0	13,2	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4
- NS/NC	17,7	18,9	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	29,9	28,1	29,3	27,2	29,5	27,0	27,6	26,9	26,9	25,7	22,5	27,7
- PSOE	23,9	25,2	26,0	26,9	25,0	27,1	29,3	28,6	31,0	30,2	32,3	28,4
- IU	3,6	4,1	4,0	4,4	4,5	3,8	3,8	3,9	3,6	3,9	4,4	4,3
- Nacional. Derecha	5,6	5,5	5,1	6,4	5,5	4,9	5,8	5,3	4,9	6,0	5,3	5,1
- Nacional. Izquierda	2,4	2,2	2,3	2,5	2,8	2,1	2,7	2,8	2,4	2,5	2,4	2,3
- Otros	3,7	3,6	3,9	3,9	3,9	3,1	3,5	4,6	3,4	4,2	3,7	3,7
- Abstención	30,9	31,3	29,4	28,7	28,8	32,0	27,3	27,9	27,8	27,5	29,4	28,5

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:	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	15	12	11	10	9	16	10	14	9	11	12	13
Pesimistas	31	30	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30
Propensión al Ahorro												
Ahorran	39	39	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36
Se Endeudan	7	8	7	7	9	7	8	10	9	6	9	8
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	85	84	87	85	84	86	81	81	83	86	83	84
Insatisfechos	8	8	6	6	8	7	9	9	9	5	8	7
Optimismo Personal												
Optimistas	18	14	16	14	14	16	15	16	16	15	15	16
Pesimistas	20	20	19	23	25	26	28	32	27	24	23	19
Práctica Religiosa												
Alta	17	15	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17
Baja	56	62	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58
Postmaterialismo												
Materialistas	69	65	63	66	65	63	57	61	60	60	60	57
Post-materialistas	31	35	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	64	62	65	67	64	71	62	64	56	62	50	56
Insatisfechos	19	20	18	16	16	16	21	18	27	23	31	29
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	46	41	39	38	41	43	33	37	35	32	26	36
Insatisfechos	35	38	40	38	39	40	48	44	50	51	58	49
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	34	37	36	36	34	36	40	36	38	41	40	37
Centro	24	23	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23
Derecha	18	17	16	15	17	12	15	14	16	16	14	17
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	17	16	17	16	18	20	17	18	19	20	20	19
Más españoles	27	25	22	22	28	25	28	33	25	21	19	19
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	16	17	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22
Insatisfechos	8	6	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	83	84	83	83	84	84	83	79	85	85	81	89
Perjudica	8	8	10	10	7	9	12	12	9	8	9	6
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	82	81	82	80	82	82	81	76	82	83	79	88
Perjudica	10	9	11	11	8	11	13	13	11	9	10	7
Beneficio del Entrevistado en la UE:												
Beneficia	76	76	78	77	75	76	77	72	76	77	75	84
Perjudica	10	9	10	10	9	11	12	13	11	10	10	7
Exposición a Información												
Alta	48	50	50	50	51	52	50	54	54	54	50	56
Ninguna	10	10	9	7	7	8	10	8	8	7	7	8
Posición Social												
Alta	13	13	14	13	12	14	13	14	13	14	15	14
Baja	36	37	36	35	36	37	37	40	35	36	34	35
Intención de Voto Directa												
PP	30	27	26	25	28	23	22	24	24	23	19	25
PSOE	25	24	30	28	25	32	31	28	32	32	34	31
IU	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

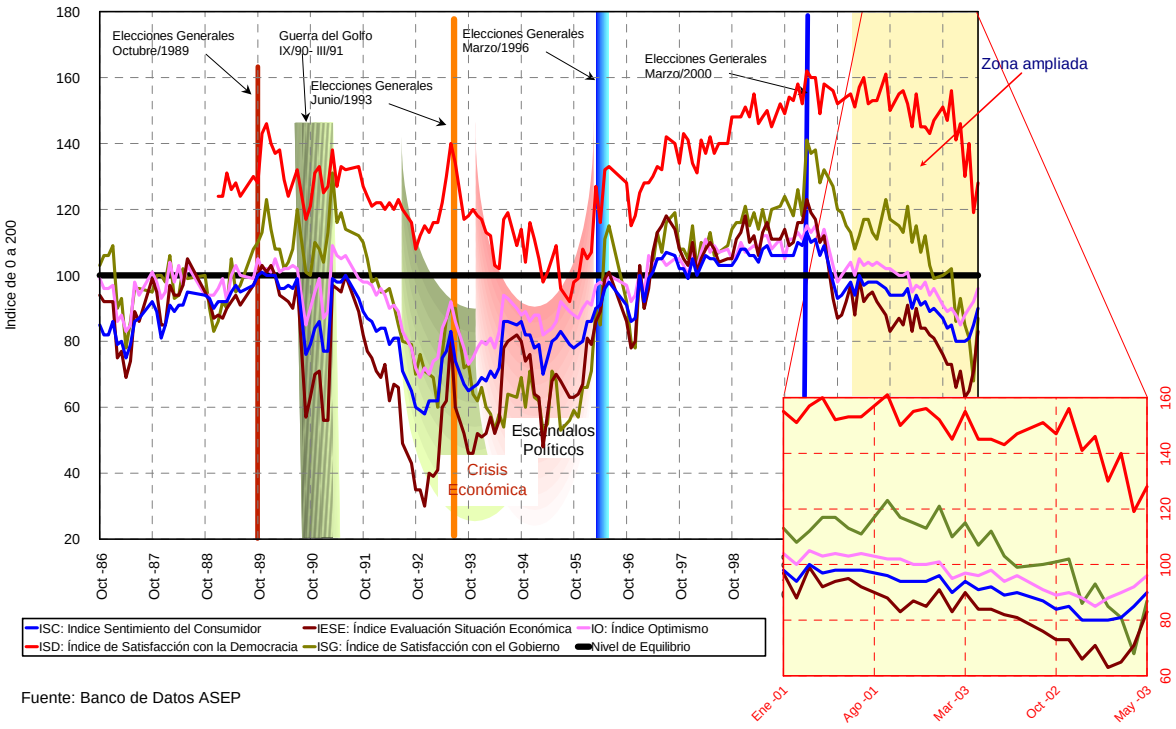
MAYO 2003	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	**(1210)**	**90**	**83**	**128**	**36**	**177**	**96**	**2,2**	**43%**
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(161)	139	200	124	34	186	128	2,3	32%
Pesimistas	(362)	50	-	121	31	166	73	2,0	47%
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(433)	96	87	200	100	188	104	2,2	47%
Prestan dinero	(95)	83	78	-	-	165	87	2,1	30%
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1013)	92	86	131	39	200	99	2,2	43%
Insatisfecho	(83)	65	47	98	14	-	72	2,1	44%
Optimismo Personal:									
Optimista	(189)	132	114	130	40	182	200	2,1	40%
Pesimista	(235)	41	49	111	24	162	-	2,3	35%
Práctica Religiosa:									
Alta	(210)	94	93	128	35	178	96	4,3	35%
Media	(217)	87	85	129	37	176	86	3,0	36%
Baja	(699)	91	81	127	35	177	102	1,4	47%
Postmaterialismo:									
Materialistas	(688)	91	88	124	33	177	94	2,4	-%
Post-materialistas	(522)	89	77	134	39	177	99	2,1	100%
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(683)	96	94	128	36	184	100	2,3	38%
Insatisfechos	(348)	78	63	127	35	168	86	2,0	54%
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(437)	100	102	128	36	182	103	2,6	31%
Insatisfechos	(597)	82	67	128	36	176	91	1,9	53%
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(453)	85	71	129	37	176	94	1,7	55%
Centro	(281)	92	92	126	33	182	95	2,3	32%
Derecha	(204)	104	107	125	34	179	108	3,0	33%
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(226)	84	73	128	38	180	95	2,1	46%
Igual	(710)	91	84	128	36	177	97	2,2	46%
Más españoles	(234)	94	92	124	32	177	93	2,3	33%
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(263)	97	93	128	37	178	102	2,4	42%
Insatisfechos	(69)	84	77	120	35	172	91	2,1	48%
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(1076)	92	85	129	36	177	97	2,2	44%
Perjudica	(79)	78	66	123	34	173	90	2,0	48%
Beneficio de las CC.AA. en la UE:									
Beneficia	(1065)	91	84	129	36	178	96	2,2	44%
Perjudica	(86)	84	78	126	36	168	99	2,1	44%
Beneficio del Entrevistado en la UE:									
Beneficia	(1017)	91	85	130	37	178	97	2,2	44%
Perjudica	(86)	83	75	127	35	171	95	2,1	48%
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(677)	92	85	133	40	178	100	2,2	42%
Baja, Ninguna	(533)	88	81	122	31	176	92	2,3	44%
Posición Social:									
Baja	(425)	87	78	120	29	174	92	2,7	38%
Media	(611)	91	86	129	36	178	95	2,0	45%
Alta	(174)	96	88	145	51	177	109	1,8	51%
Intención de Voto:									
PP	(307)	101	105	127	37	181	101	2,7	29%
PSOE	(373)	85	73	124	32	178	94	1,9	46%
IU	(61)	79	53	122	31	170	98	1,3	79%

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

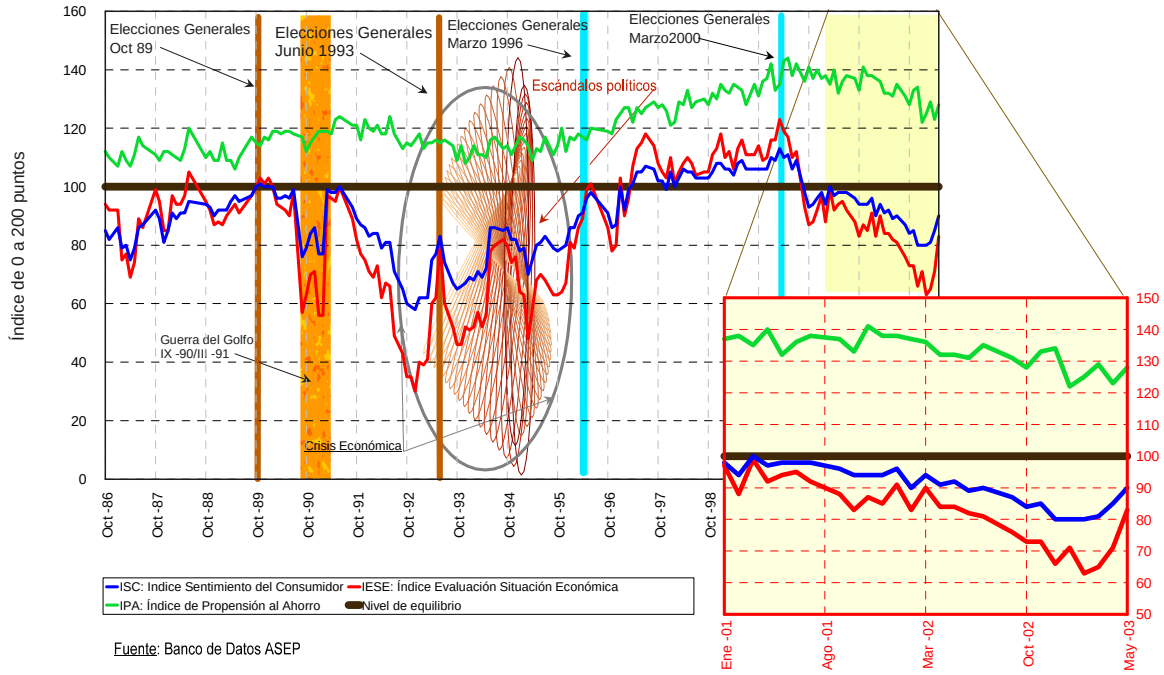
MAYO 2003	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	**(1210)**	**128**	**87**	**31%**	**3,6**	**3,1**	**116**	**182**	**181**	**177**	**112**	**25**	**31**	**5**
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(161)	144	127	29%	4,1	3,3	128	187	178	182	128	39	24	1
Pesimistas	(362)	96	55	32%	3,2	3,0	113	175	175	172	112	13	38	8
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(433)	128	87	33%	3,5	3,0	117	184	182	179	124	26	27	4
Prestan dinero	(95)	131	87	26%	3,6	3,0	113	171	171	168	103	31	31	6
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1013)	132	88	30%	3,6	3,0	117	183	182	178	113	26	31	5
Insatisfecho	(83)	80	65	37%	3,3	3,1	118	178	178	171	106	18	28	10
Optimismo Personal:														
Optimista	(189)	139	97	31%	3,6	3,1	125	181	174	176	128	25	31	6
Pesimista	(235)	110	69	34%	3,3	3,2	115	176	176	173	104	19	35	6
Práctica Religiosa:														
Alta	(210)	143	126	29%	4,4	3,0	123	183	181	174	111	43	18	1
Media	(217)	136	106	37%	3,9	3,2	116	185	185	182	99	31	24	*
Baja	(699)	119	70	28%	3,2	3,0	113	182	180	177	117	19	37	7
Postmaterialismo:														
Materialistas	(688)	138	102	31%	3,8	3,1	117	182	179	176	113	32	29	2
Post-materialistas	(522)	113	66	30%	3,3	3,0	115	183	183	178	110	17	33	9
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(683)	200	119	27%	3,8	3,1	122	191	190	187	115	36	28	4
Insatisfechos	(348)	-	29	31%	3,0	2,8	106	170	169	162	112	8	42	8
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(437)	175	200	23%	4,4	3,2	123	191	187	185	115	59	13	1
Insatisfechos	(597)	91	-	29%	2,9	2,9	112	177	177	172	115	3	48	9
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(453)	104	34	17%	2,4	3,0	111	181	180	176	120	3	60	11
Centro	(281)	143	115	35%	4,0	3,1	118	187	185	180	107	33	16	3
Derecha	(204)	168	166	10%	5,5	3,3	128	190	188	184	133	83	4	-
Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(226)	96	58	28%	3,2	1,8	115	172	171	167	119	14	35	5
Igual	(710)	135	86	31%	3,6	3,0	114	184	184	178	104	26	31	5
Más españoles	(234)	138	116	29%	3,8	4,5	123	188	183	184	129	35	26	4
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(263)	142	102	28%	3,8	3,0	200	199	198	196	131	37	26	3
Insatisfechos	(69)	70	62	31%	3,2	2,7	-	54	48	42	87	12	28	9
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(1076)	133	90	29%	3,6	3,1	122	200	198	192	116	27	31	5
Perjudica	(79)	64	44	38%	3,0	2,8	37	-	10	19	84	9	29	9
Beneficio de las CC,AA, en la UE:														
Beneficia	(1065)	133	89	29%	3,6	3,1	123	199	200	193	116	27	31	5
Perjudica	(86)	67	58	36%	3,1	2,9	40	26	-	23	91	10	32	7
Beneficio del Entrevistado en la UE:														
Beneficia	(1017)	134	90	29%	3,6	3,1	124	199	198	200	116	27	31	5
Perjudica	(86)	58	50	36%	3,1	2,8	41	40	28	-	88	10	31	6
Exposición a la Información:														
Alta, Media	(677)	129	86	28%	3,6	3,1	121	187	185	182	200	29	30	5
Baja, Ninguna	(533)	126	87	34%	3,5	3,0	110	176	176	171	-	21	33	5
Posición Social:														
Baja	(425)	126	93	32%	3,7	2,9	116	180	178	172	86	25	33	2
Media	(611)	130	83	30%	3,5	3,1	116	183	182	178	117	25	31	6
Alta	(174)	124	85	31%	3,4	3,2	118	189	186	185	159	27	25	8
Intención de Voto:														
PP	(307)	171	179	-%	4,8	3,3	129	192	190	187	127	100	-	-
PSOE	(373)	112	39	-%	2,7	3,0	113	184	181	178	107	-	100	-
IU	(61)	99	25	-%	2,4	3,0	103	174	177	172	112	-	-	100

EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



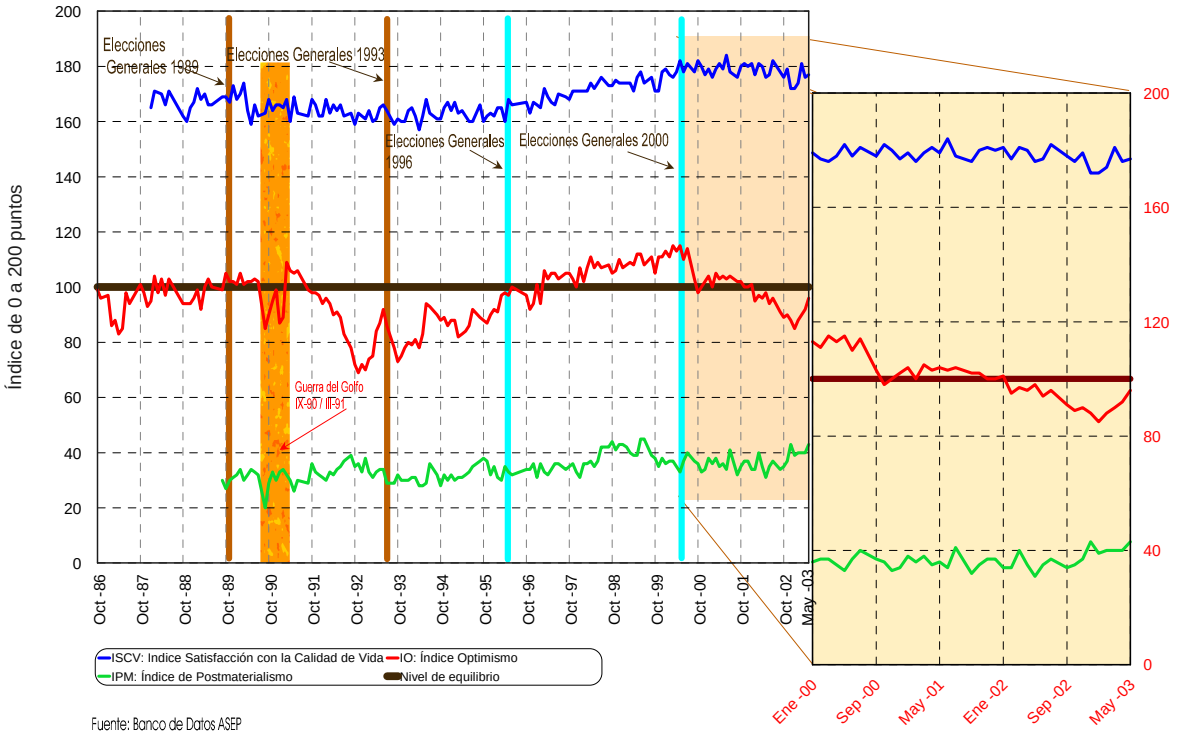
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES ECONÓMICOS Y DE CONSUMO



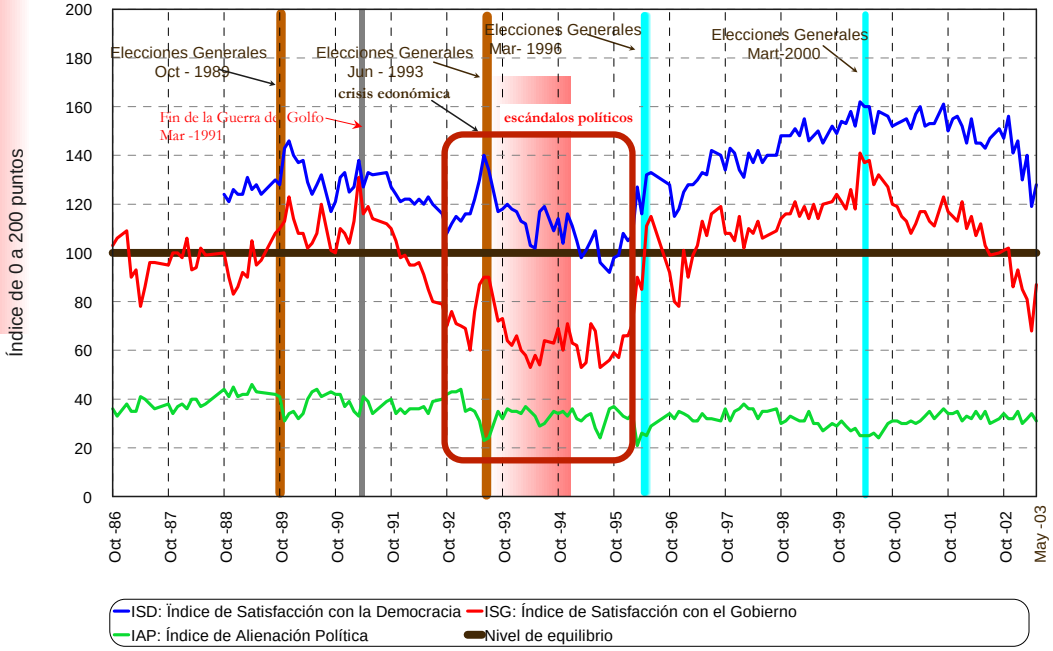
Fuente: Banco de Datos ASEP

Evolución de los Indicadores Sociales



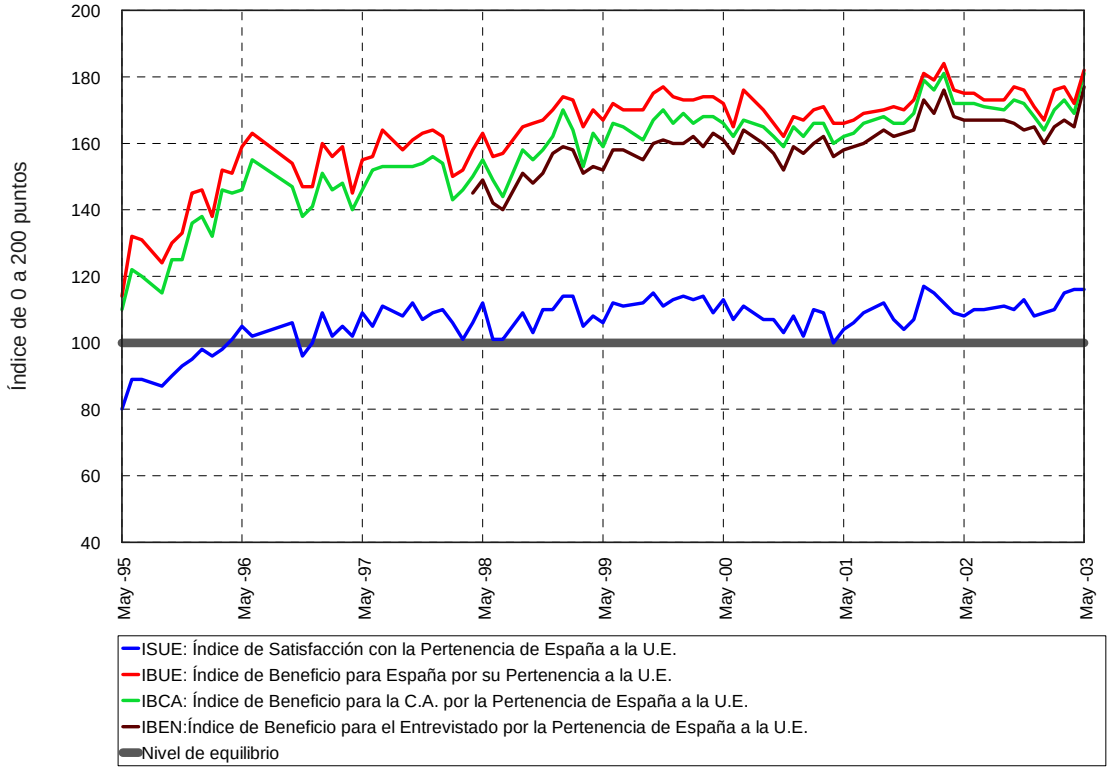
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLÍTICOS



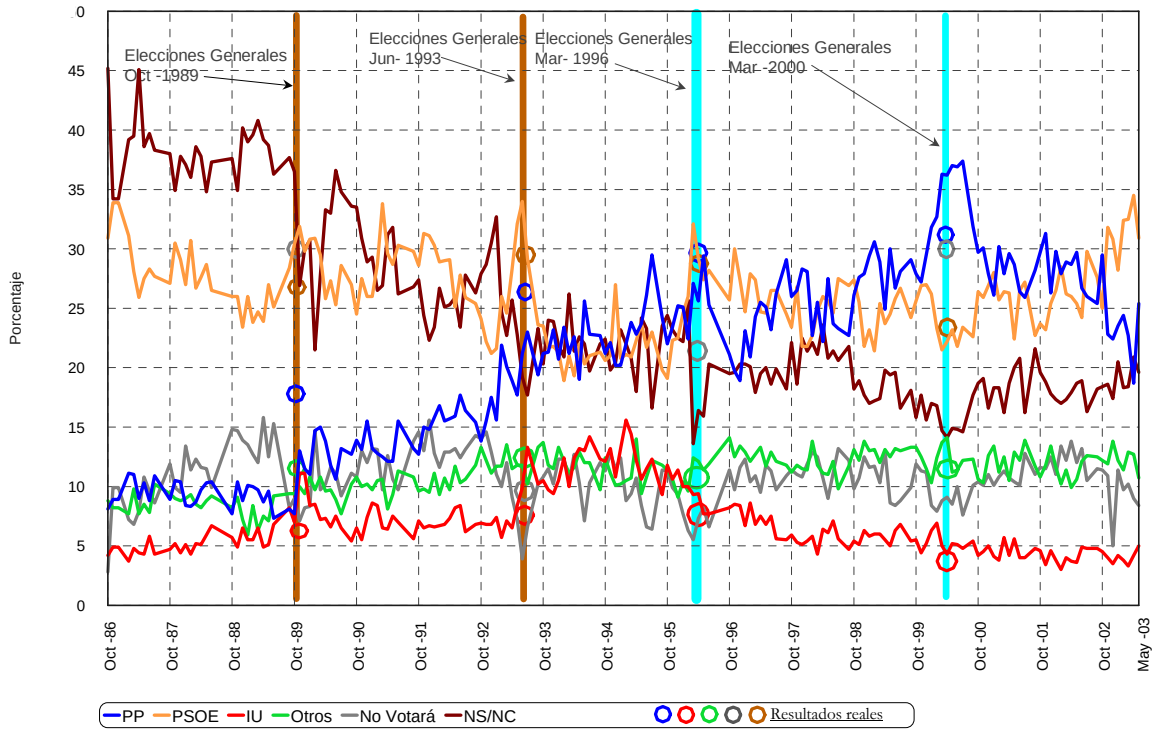
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



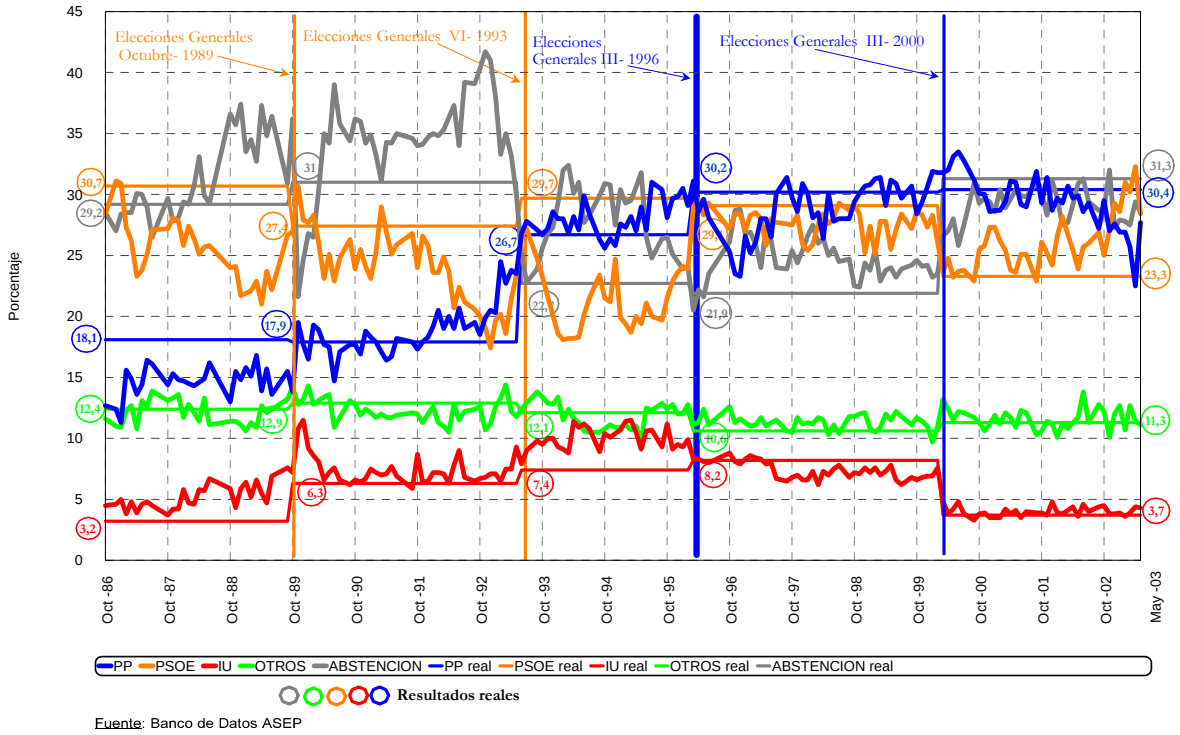
Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO DIRECTA



Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO ESTIMADA



Fuente: Banco de Datos ASEP

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 cuatro características de los hogares que parecen suficientemente descriptivas: 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 2.1.2. 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:

- 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.

- Como puede comprobarse, alrededor de la tercera 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 cuatro años fluctúa entre el 3-5%, lo que es coherente con 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 24-40% habitualmente), 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 los 900 euros.

- 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 30% de los entrevistados afirman disponer en sus hogares de lavavajillas, pero alrededor del 40% disponen de ordenador personal y más de dos tercios de los entrevistados poseen teléfono móvil (celular), proporción que parece estar creciendo más rápidamente en estos dos artículos que en el primero, y sobre todo el aumento es espectacular en cuanto al teléfono móvil.

  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 6,8 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 37% (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 Indice 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.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Alto	11	11	13	11	11	12	13	13	11	12	12	11
Medio	35	36	35	36	35	35	34	33	37	36	36	34
Bajo	20	17	18	18	16	18	16	16	17	17	16	18
En Paro	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
Ama de Casa	1	1	1	1	1	1	*	1	*	1	1	2
Jubilado	29	31	29	29	31	29	31	32	30	30	30	32
NS/NC	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1

Cuadro 2.1.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
No Activos	30	32	30	30	33	31	32	34	31	32	32	34
En Paro	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
Sector Público	9	10	10	9	9	9	9	8	10	9	8	8
Sector Privado												
Cuenta Ajena	41	41	42	42	40	41	40	36	39	42	42	40
Cuenta Propia	14	13	13	13	13	15	14	17	16	14	15	14
NS/NC	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Menos de 300 euros	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1
De 301 a 450 euros	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6	7	5
De 451 a 600 euros	8	9	8	8	9	11	8	11	10	9	9	10
De 601 a 900 euros	16	19	19	15	15	15	17	19	16	17	14	17
De 901 a 1.200 euros	16	13	14	14	14	13	14	14	15	14	15	16
De 1.201 a 1.650 euros	12	7	9	11	7	8	8	7	9	9	11	11
De 1.651 a 2.100 euros	6	5	5	7	6	6	5	4	5	6	5	6
De 2.101 a 3.000 euros	4	2	3	2	1	3	2	1	3	2	2	2
Más de 3.000 euros	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2
Sin Respuesta	31	35	33	34	39	36	37	37	34	35	34	31

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
T.V. en color	96	99	98	99	98	98	98	99	99	98	98	98
1 T.V. en color	53	55	55	55	54	53	54	55	54	55	52	52
2 T.V. en color	35	37	36	38	35	35	36	34	34	35	36	38
3 o más T.V. en color	8	8	8	7	8	9	8	9	11	7	10	8
Vivienda Propia	82	85	84	82	84	85	86	83	84	83	84	86
Teléfono	81	84	81	83	84	84	84	84	82	84	84	84
Teléfono Móvil (celular)	64	64	66	67	68	70	70	69	67	69	68	69
Automóvil	73	72	73	74	73	74	75	71	73	73	71	70
Equipo de Sonido	61	61	62	63	62	66	65	61	62	63	62	66
Vídeo	79	78	80	79	81	78	81	80	78	80	79	79
Lavavajillas	23	24	23	21	22	27	23	26	25	25	28	32
Ordenador Personal	38	37	36	36	38	42	38	40	38	41	39	40
Media (x) artículos por Hogar	6,5	6,5	6,5	6,5	6,6	6,8	6,7	6,6	6,7	6,7	6,7	6,8
Coeficiente de Variación (%)	38	37	38	36	37	37	36	37	37	36	37	37

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

Mayo 2003	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)**	**86%**	**70**	**98**	**79**	**84**	**69**	**32**	**66**	**40**	**6.8**	**37**
Edad												
18 a 29 años	(279)	81%	77	99	90	83	87	37	88	56	7.6	28
30 a 49 años	(444)	83%	79	98	89	82	79	36	81	48	7.4	30
50 a 64 años	(235)	89%	75	98	77	87	66	32	58	35	6.7	37
65 y más años	(251)	93%	39	98	52	84	35	17	24	12	4.8	47
Posición Social:												
Baja	(425)	89%	52	98	63	80	50	18	40	19	5.5	45
Media	(611)	85%	77	98	87	85	77	37	76	46	7.3	31
Alta	(174)	82%	86	99	94	86	87	47	95	69	8.2	23
Ideología:												
Izquierda	(453)	85%	74	98	83	84	73	32	76	49	7.1	33
Centro	(281)	85%	74	98	82	87	74	35	64	41	7.0	35
Derecha	(204)	86%	63	99	70	80	61	33	57	34	6.4	42
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(455)	87%	88	100	94	88	85	44	87	56	8.1	23
Medio	(544)	84%	62	97	74	81	64	26	58	32	6.2	40
Medio Bajo/Bajo	(210)	86%	48	99	59	83	49	20	43	24	5.4	46
Clientes de:												
Bancos	(338)	86%	72	98	83	88	78	37	71	51	7.3	35
Cajas	(918)	86%	71	98	79	83	68	30	66	39	6.7	37

Cuadro 2.1.6.

Indice de Status Socioeconómico Familiar

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Alto, Medio Alto	38	31	33	37	33	35	36	31	35	34	37	38
Medio	44	51	48	45	46	48	45	50	47	49	44	45
Medio Bajo	15	16	16	17	19	15	17	18	16	15	17	16
Bajo	2	2	2	1	2	2	2	2	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 2.001 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.

- 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

7% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 14% sobre el total de población activa, con una tendencia a estabilizarse que se inició hace bastantes meses. 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), 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 Indice 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 Indice 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 los bancos.

Cuadro 2.2.1.

Distribución de los Entrevistados por Características Demográficas

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(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	6	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
20 a 29 años	20	22	22	21	21	21	21	19	19	19	19	19
30 a 39 años	19	18	19	19	19	19	18	20	20	20	21	20
40 a 49 años	16	16	15	15	15	15	16	16	17	17	16	17
50 a 59 años	15	14	15	15	14	14	15	12	12	12	13	12
60 a 64 años	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	8
65 y más años	18	18	18	18	18	18	18	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	29	30	29	29	28	31	28	29	26	27	27	26
Casado/a	58	57	57	55	57	55	56	56	58	59	59	59
En Pareja	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
Viudo/a	7	7	7	8	8	9	8	8	7	9	8	7
Divorciado/a	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2
NS/NC	-	*	*	*	-	*	-	-	*	-	*	*

Cuadro 2.2.2.

Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
Sabe Leer	16	14	16	14	14	13	15	14	13	15	14	16
Primarios	25	18	21	23	24	26	22	24	25	24	25	24
Bachiller Elemental/EGB	27	25	29	28	27	26	25	26	26	27	28	27
Formación Profesional	7	10	8	8	8	9	10	8	9	8	9	7
Bachiller Superior/BUP	7	8	8	7	8	6	8	7	7	7	7	8
PREU / COU	3	7	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4
Titulado Grado Medio	5	8	6	7	6	6	7	6	8	6	5	4
Universitarios	8	8	8	8	7	8	9	7	6	7	7	8
NC	1	*	1	2	1	1	*	1	1	1	1	1
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	6	6	7	6	6	7	7	8	6	7	8	7
Medio	23	24	24	23	24	23	23	22	23	24	25	21
Bajo	15	13	14	15	12	15	13	13	14	14	14	16
En Paro	8	7	7	7	8	8	9	8	8	7	6	7
Ama de Casa	22	22	26	23	24	24	24	22	23	23	22	24
Jubilado	17	18	14	17	17	15	16	20	17	19	18	18
Estudiantes	8	9	8	9	9	7	8	6	7	6	6	6
NS/NC	*	*	-	1	1	1	1	*	1	1	1	1
Sector Económico:												
No Activos	48	49	48	49	50	47	49	49	49	49	47	49
En Paro	8	7	7	7	8	8	9	8	8	7	6	7
Sector Público	7	7	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6
Privado C. Ajena	29	29	31	31	27	30	29	27	27	30	31	30
Privado C. Propia	8	7	7	7	8	8	6	10	9	8	9	8
NS/NC	*	*	-	1	1	1	1	*	1	1	1	1

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Comunidad Autónoma												
Andalucía	18	17	17	17	17	18	18	18	17	17	18	18
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	15	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	12	13	13	13	13	13	13
Murcia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	10
Hábitat												
Rural	24	26	25	23	24	24	24	24	24	24	23	22
Urbano	51	49	49	51	50	51	51	50	50	51	52	52
Metropolitano	25	25	26	25	26	26	25	25	26	25	25	26
Movilidad Geográfica												
No Móviles	73	74	74	74	72	71	72	72	74	73	72	72
Móviles	27	26	26	26	28	29	28	28	26	27	28	28

Cuadro 2.2.4.

Indice de Posición Social

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy Baja	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
Baja	33	33	33	32	32	34	34	36	32	32	30	32
Media	51	50	49	52	52	49	50	46	52	50	52	50
Alta	12	12	14	12	12	13	13	12	12	13	14	13
Muy Alta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Cuadro 2.2.5.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Alta	*	*	1	*	*	1	*	*	1	-	*	*
Media Alta	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
Media Media	60	61	62	59	58	61	63	61	63	64	62	62
Media Baja	30	29	27	30	29	26	26	28	26	27	26	26
Baja	6	5	5	6	6	5	4	4	4	4	5	6
NS/NC	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	4	2

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.

(En porcentaje)

MAYO 2003	Total Muestra	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	Medio Bajo/Bajo
TOTAL	**(1210)**	**23**	**37**	**20**	**21**	**35**	**50**	**14**	**37**	**23**	**17**	**38**	**45**	**18**
Edad:														
18 a 29 años	(279)	100	-	-	-	32	60	7	39	25	10	49	41	10
30 a 49 años	(444)	-	100	-	-	15	56	29	46	21	14	55	39	6
50 a 64 años	(235)	-	-	100	-	31	58	11	35	23	20	24	53	23
65 y más años	(251)	-	-	-	100	78	22	-	23	27	27	7	53	40
Posición Social:														
Baja	(425)	21	15	17	46	100	-	-	29	24	18	12	55	32
Media	(611)	28	41	22	9	-	100	-	40	24	16	43	45	11
Alta	(174)	12	74	14	-	-	-	100	49	19	17	79	19	2
Ideología:														
Izquierda	(453)	24	45	18	13	27	54	19	100	-	-	44	42	14
Centro	(281)	24	33	19	24	36	53	12	-	100	-	41	44	15
Derecha	(204)	14	30	23	33	38	47	15	-	-	100	41	44	15
Status Socioeconó mico Familiar:														
Alto, Medio alto	(455)	30	54	12	4	12	58	30	44	25	18	100	-	-
Medio	(544)	21	32	23	25	43	51	6	35	23	17	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(210)	14	13	26	48	66	33	1	30	20	15	-	-	100
Clientes de:														
Bancos	(338)	20	41	21	18	27	54	19	39	25	17	45	40	15
Cajas	(918)	22	37	20	21	36	50	14	39	24	16	38	46	16

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 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 (proporción que parece haberse estabilizado estos últimos meses, aunque este mes ha aumentado, estabilizándose en torno al 30-34%), y alrededor de un tercio se identifican con España (este mes es igual a los que se identifican con su pueblo o ciudad), 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.

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 dos años 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.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
TOTAL	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Su pueblo o ciudad	39	36	33	34	33	37	31	34	33	32	41	34
Su provincia	6	6	7	9	7	5	8	5	8	6	5	6
Su Comunidad Autónoma	17	16	18	20	14	19	18	20	20	20	18	17
España	33	36	35	31	38	32	35	33	33	34	27	34
Europa (UE)	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
Occidente	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-	*
El Mundo	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	6
Ninguno	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NS/NC	*	*	*	*	*	*	*	1	1	1	1	*

Cuadro 2.3.2.

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

MAYO 2003	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	**(1210)**	**34%**	**6**	**17**	**34**	**8**	**1**
Edad:							
18 a 29 años	(279)	34%	7	18	29	11	1
30 a 49 años	(444)	34%	7	16	34	8	*
50 a 64 años	(235)	34%	5	16	37	7	-
65 y más años	(251)	36%	4	18	34	6	1
Posición Social:							
Baja	(425)	41%	6	18	29	4	1
Media	(611)	34%	6	16	34	9	*
Alta	(174)	20%	5	17	41	17	1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(226)	40%	5	39	9	7	1
Tan nac. como esp.	(710)	37%	7	13	36	6	*
Más españoles	(234)	23%	4	9	53	11	*
Clientes de:							
Bancos	(338)	39%	8	15	29	9	*
Cajas	(918)	34%	5	18	34	8	1

Cuadro 2.3.3.

Evaluación de la Situación Personal y de España

MAYO 2003	PERSONAL			ESPAÑA		
	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1año
Total	**(1.205)**	**(1.205)**	**(1.205)**	**(1.205)**	**(1.205)**	**(1.205)**
			%			
10. Muy bien	4	4	6	1	1	1
9.	4	4	6	2	1	3
8.	17	18	19	7	6	8
7.	21	20	18	11	9	10
6.	24	24	18	22	22	17
5.	20	21	16	30	29	22
4.	5	5	4	12	12	7
3.	2	2	2	7	11	8
2.	1	1	*	3	4	5
1.	*	1	*	1	1	1
0. Muy mal	1	1	1	2	3	2
NS/NC	1	1	11	2	2	17
% Opinan	99	99	89	98	98	83
X Valoración	6,4	6,3	6,6	5,2	5,0	5,3
% Discrepancia	27	28	27	34	37	40

Cuadro 2.3.4.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
Personal												
- Hace 1 año	6,3	6,3	6,3	6,2	6,2	6,3	6,1	6,3	6,3	6,3	6,2	6,4
- Actualmente	6,2	6,3	6,3	6,2	6,1	6,2	6,1	6,2	6,2	6,3	6,1	6,3
- Dentro de 1 año	6,6	6,7	6,7	6,6	6,4	6,7	6,4	6,6	6,5	6,6	6,5	6,6
España												
- Hace 1 año	5,5	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3	5,0	5,2	5,0	5,2	5,1	5,2
- Actualmente	5,4	5,2	5,2	5,1	5,1	5,1	4,8	4,9	4,7	4,9	4,7	5,0
- Dentro de 1 año	5,5	5,3	5,2	5,3	5,2	5,2	4,8	5,0	4,7	4,9	4,8	5,3

Cuadro 2.3.5.

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

MAYO 2003	TOTAL	PERSONAL			ESPAÑA		
		Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
TOTAL	**(1210)**	**6,4**	**6,3**	**6,6**	**5,2**	**5,0**	**5,3**
Edad:							
18 a 29 años	(279)	6,6	6,7	7,2	5,1	4,8	5,1
30 a 49 años	(444)	6,4	6,3	6,8	5,3	5,0	5,3
50 a 64 años	(235)	6,3	6,1	6,4	5,1	5,0	5,2
65 y más años	(251)	6,2	6,1	6,1	5,4	5,3	5,4
Posición Social:							
Baja	(425)	6,3	6,2	6,4	5,2	5,0	5,3
Media	(611)	6,3	6,3	6,7	5,2	5,0	5,2
Alta	(174)	6,8	6,7	7,2	5,3	5,1	5,4
Ideología:							
Izquierda	(453)	6,3	6,2	6,5	4,6	4,3	4,5
Centro	(281)	6,5	6,4	6,8	5,6	5,4	5,6
Derecha	(204)	6,6	6,7	6,8	6,3	6,1	6,6
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(226)	6,3	6,2	6,6	4,8	4,5	5,0
Tan nac, como esp,	(710)	6,4	6,4	6,7	5,2	5,0	5,1
Más españoles	(234)	6,3	6,2	6,4	5,7	5,4	5,9
Práctica Religiosa:							
Alta	(210)	6,4	6,4	6,7	5,6	5,5	5,9
Media	(217)	6,3	6,2	6,6	5,6	5,5	5,8
Baja	(699)	6,4	6,3	6,6	5,0	4,7	4,9
Clientes de:							
Bancos	(338)	6,6	6,5	6,9	5,3	5,2	5,4
Cajas	(918)	6,3	6,3	6,6	5,2	5,0	5,2

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

Pautas Detectadas en los 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 once 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 comparada con la de hace seis meses.

- En segundo lugar, desde 1999, los españoles tienden a valorar mejor la situación económica personal que la del país. La situación económica personal presente solía ser valorada más negativamente que las tres situaciones restantes, aunque, desde finales del 2000, la situación presente de uno mismo es percibida como mejor que la situación presente y futura del país.

- 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 en este caso) 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 Mayo 2003

La Guerra de Iraq llegó a su fin y, aunque resulte grotesco, la velocidad con que se desarrollan los acontecimientos y las prioridades periodísticas perciben dicho conflicto como algo muy lejano en el tiempo, entre otros motivos, porque la sociedad anda inmersa en los mensajes de los candidatos municipales y autonómicos de cara a los comicios del próximo 25 de mayo.

El final del conflicto en Iraq ha generado una recuperación importante del sentimiento de los consumidores en todas las vertientes analizadas habitualmente por ASEP, eso sí, permaneciendo en todos los casos por debajo del nivel de equilibrio, lo que implica que el pesimismo prevalece incluso en unos niveles inferiores a los de hace un año.

En todo caso, es evidente que el rápido fin de la guerra ha contribuido de un modo determinante para que los índices de optimismo y de la evaluación de la situación económica del país experimenten el quinto incremento parcial consecutivo, de tal manera que el IESE regresa al nivel de hace un año, mientras que el índice de optimismo se acerca por primera vez a un nivel no conocido desde julio de 2002, cuando era de IO= 96.

En mayo de 2003, el ISC-1, que mide la situación de uno mismo en relación a 6 meses atrás, ha ascendido cuatro puntos, mientras que el ISC2 se eleva otros tres puntos y se sitúa en el ISC2= 99. Los españoles perciben una lenta pero ininterrumpida recuperación de su optimismo particular, sobre todo a raíz del motivo ya apuntado.

Por otra parte, la aparente superación del caso "Prestige" y el final de la guerra parecen ser argumentos válidos al menos por el momento, para recobrar un atisbo de optimismo sobre las perspectivas sobre la economía general del país y para confiar nuevamente en la buena marcha previsible del país.

El ISC-1 = 91 es en todo caso 1 punto menor que hace un año. La confianza en el futuro personal sí ha cambiado claramente en esta ocasión en relación con la percepción de hace un mes, mostrándose pese a todo tres puntos por debajo que en mayo de 2002, de tal forma que el ISC2= 99 contrasta con el de mayo de 2002 cuando se quedaba en el ISC2= 102.

En relación con la imagen de España, se produce un cierto antagonismo. Así, los españoles han observado un deterioro muy pronunciado durante todo el año 2002, lo que explica que el ISC3= 81 sea ahora un punto superior al de hace un año, cuando el mes pasado era 11 puntos inferior al que tenía lugar abril de 2002, justo cuando España estrenaba moneda. Es evidente por lo tanto que los españoles tienden a recuperar la esperanza en una mejora de las perspectivas económicas de España para dentro de seis meses, eso sí lentamente, de modo que el ISC4 recupera 7 puntos adicionales este mes (en abril recuperó 5) y alcanza el nivel 90, solamente dos puntos menor que en mayo de 2002.

Se diría que los españoles han recuperado la falta de esperanza y de optimismo que habían ido acumulando desde el pasado mes de noviembre, primero con el "Prestige" y

después con el conflicto de Iraq, retornando a la normalidad y con el entusiasmo renovado de unas elecciones autonómicas y municipales en las que la incertidumbre sobre el ganador aviva el interés por votar.

Pese a ello, uno de los datos que mejor refleja la persistencia del pesimismo estriba en que solamente cuatro segmentos de la población han conocido un ISC por encima del nivel de equilibrio, en concreto, el ISC2 de los menores de 30 años, situado en un ISC2= 113, el ISC2 de los de derecha, establecido en un ISC2= 104, el ISC-2 de quienes ahorran situado en el nivel 105 y el de los individuos con ideología de derecha, ISC2= 104. Al analizar el Indice de Optimismo, estos mismos segmentos muestran respectivamente los niveles 113 en los menores de 30 años y de 104 entre quienes ahorran, el IO= 108 entre los de derecha y el IO= 109 entre los de alta posición social.

Solamente en estos casos se detecta que un grupo de españoles todavía cree que su futuro económico particular será mejor que el actual dentro de seis meses, siendo levemente superior la proporción de optimistas sobre los pesimistas.

Como novedad, se detecta finalmente que los individuos con ideología de derecha recuperan el nivel de equilibrio en todos los isc`s.

El ISC1 es de 91, es decir un punto por debajo del nivel de hace un año.

El ISC2 es de 99, es decir tres puntos inferior al de hace un año.

En relación con los sentimientos de cara a la economía española, los datos son mejores:

El ISC3 está en el nivel 81, es decir 1 punto superior al registrado en mayo de 2002.

El ISC4 que mide la previsión para dentro de seis meses queda establecido en un nivel 90, es decir 2 puntos por debajo que hace un año.

El ISC5 queda pues situado en un ISC5= 90, 2 puntos por debajo que en mayo de 2002, aunque por primera vez se advierten síntomas de que puede llegar la recuperación económica ansiada.

☛ Como consecuencia de lo anterior, el Indice de Optimismo no supera el nivel 96, y el Indice de Evaluación de la Situación Económica no pasa del nivel 83, quedando ambos índices por debajo del nivel de hace un año, en concreto 4 y 1 punto por debajo respectivamente.

- Al medir el sentimiento sobre la economía presente particular, ningún segmento supera tampoco el nivel de equilibrio, excepto los mencionados con ideología de derecha, mientras que los de menos de 30 años, los que ahorran, con ideología de derecha y los de alta posición social alta son los únicos en rebasar ese nivel al medir el ISC2.

Cuadro 3.1.1.

Indices del Sentimiento del Consumidor.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
ISC-1												
Econ. Person. Presente	92	90	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91
ISC-2												
Econ. Person. Futura	102	99	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99
ISC-3												
Econ. País Presente	80	81	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81
ISC-4												
Econ. País Futura	92	87	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90
ISC-5	92	89	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90

Cuadro 3.1.2.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISC-5	**92**	**89**	**90**	**87**	**84**	**85**	**80**	**80**	**80**	**81**	**85**	**90**
Edad:												
Menos de 30 años	102	98	102	95	93	94	90	86	86	88	92	97
30 a 49 años	91	90	90	87	85	86	80	79	78	81	82	90
50 a 64 años	86	86	82	78	76	79	72	77	75	79	83	87
65 y más años	84	80	84	84	79	80	76	80	79	76	81	86
Posición Social:												
Baja	88	85	87	85	83	82	77	78	78	79	81	87
Media	94	92	91	87	84	88	84	80	79	82	86	91
Alta	94	93	95	89	87	85	77	87	83	82	89	96
Ideología:												
Izquierda	85	84	84	82	80	79	76	74	73	74	80	85
Centro	96	94	92	89	90	90	83	87	86	87	86	92
Derecha	102	98	100	99	93	91	90	93	88	90	94	104
Propensión al ahorro:												
Endeudados	88	80	85	78	81	86	73	73	66	75	75	83
Vive al día	87	85	87	83	79	79	78	76	77	76	82	88
Ahorran	98	96	95	92	92	94	84	88	86	90	92	96
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	95	93	95	90	90	91	82	88	83	84	88	96
Medio	90	89	90	86	82	82	82	77	79	81	84	89
Medio bajo	87	84	84	82	82	81	73	76	73	78	80	82
Bajo	81	68	76	75	68	82	58	79	89	70	75	65
Clientes de:												
Bancos	93	89	90	86	85	89	83	83	83	83	88	89
Cajas	91	89	91	86	84	84	81	81	79	81	83	91

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Mejor	11	9	9	9	9	10	10	9	10	10	10	10
Igual	69	71	71	70	67	65	64	59	65	66	68	70
Peor	19	19	20	21	24	25	26	32	25	24	23	19
NS/NC	*	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*	*
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	92	90	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91

Situación del País respecto a hace seis meses:

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Mejor	10	9	8	6	6	8	6	9	7	8	9	10
Igual	57	59	61	60	57	55	51	45	49	46	49	58
Peor	30	29	28	31	34	35	41	43	42	43	38	29
NS/NC	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
ISC-3 (Econ. del País Presente)	80	81	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81

Cuadro 3.1.4.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISC-1	**92**	**90**	**89**	**89**	**85**	**85**	**83**	**77**	**85**	**86**	**87**	**91**
Edad:												
Menos de 30 años	107	105	108	103	101	98	94	87	97	97	98	99
30 a 49 años	90	88	87	89	85	87	85	76	85	88	86	90
50 a 64 años	88	85	79	79	76	79	75	71	77	78	87	89
65 y más años	80	76	80	79	73	72	74	73	77	79	76	86
Posición Social:												
Baja	87	84	82	82	79	76	80	73	77	82	78	86
Media	94	93	92	90	88	90	86	77	87	87	90	91
Alta	98	94	100	100	92	93	80	90	95	93	98	102
Ideología:												
Izquierda	91	88	84	84	85	84	82	73	81	82	85	90
Centro	93	89	89	90	93	87	86	81	92	90	88	89
Derecha	99	100	95	100	92	88	90	88	88	88	91	104
Propensión al ahorro:												
Endeudados	76	73	70	76	78	77	73	64	63	81	70	80
Viven al día	89	88	86	82	78	76	77	71	79	78	83	86
Ahorran	99	96	97	99	95	99	91	91	98	101	99	100
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	98	95	96	94	92	94	87	90	94	90	96	98
Medio	91	90	88	87	84	82	85	71	82	87	83	88
Medio bajo	83	81	82	82	80	78	72	73	72	76	79	85
Bajo	77	62	78	65	61	77	67	72	83	73	79	57
Clientes:												
Bancos	91	89	85	86	85	92	85	81	87	90	93	92
Cajas	92	90	90	89	85	84	84	78	84	86	85	92

Cuadro 3.1.5.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISC-3	**80**	**81**	**80**	**75**	**73**	**73**	**65**	**67**	**65**	**65**	**72**	**81**
Edad:												
Menos de 30 años	88	84	88	81	75	78	71	66	66	66	74	82
30 a 49 años	78	81	78	73	74	71	62	63	60	63	67	79
50 a 64 años	76	78	76	71	68	70	59	69	64	67	73	81
65 y más años	77	78	79	77	75	72	68	73	72	65	76	82
Posición Social:												
Baja	76	77	80	74	74	75	63	69	70	65	72	77
Media	82	81	81	78	71	74	70	65	62	66	71	84
Alta	82	89	80	72	76	65	54	67	62	60	74	80
Ideología:												
Izquierda	68	71	70	70	63	59	55	56	53	53	92	71
Centro	91	93	87	80	81	86	73	76	74	77	77	85
Derecha	95	94	96	93	89	80	80	84	83	79	85	104
Propensión al ahorro:												
Endeudados	72	72	84	62	78	75	58	60	56	60	61	77
Viven al día	76	76	78	73	67	68	64	64	65	60	70	79
Ahorran	86	88	83	80	80	80	67	72	65	72	77	85
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	85	82	83	77	77	75	65	70	65	66	72	85
Medio	78	81	81	75	70	72	68	66	63	63	74	79
Medio bajo	73	79	74	74	74	70	61	62	66	70	66	74
Bajo	72	83	71	70	61	82	47	78	89	54	72	73
Clientes de:												
Bancos	82	80	78	75	71	74	65	69	68	66	74	79
Cajas	79	80	81	75	74	72	66	67	64	65	69	82

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Mejor	13	10	12	10	11	13	10	13	11	10	11	10
Igual	70	72	73	73	70	66	70	61	66	69	68	72
Peor	11	12	10	13	14	14	16	19	17	15	15	12
NS/NC	6	6	5	4	5	7	5	7	6	6	6	6
ISC-2 (Economía Personal Futura)	102	99	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99

Situación de España dentro de seis meses:

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Mejor	10	8	8	8	6	7	7	11	6	8	9	9
Igual	60	59	65	63	60	57	56	50	52	52	55	61
Peor	18	21	19	23	24	24	28	27	32	30	26	19
NS/NC	11	12	9	7	9	12	9	12	10	10	10	11
ISC-4 (Economía del País Futura)	92	87	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90

Cuadro 3.1.7.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISC-2	**102**	**99**	**102**	**97**	**96**	**100**	**94**	**94**	**94**	**96**	**96**	**99**
Edad:												
Menos de 30 años	115	112	118	107	113	114	106	104	106	109	109	113
30 a 49 años	105	101	104	102	98	103	95	96	96	98	95	101
50 a 64 años	94	94	90	85	85	89	85	86	86	90	93	88
65 y más años	90	82	90	90	84	88	86	86	85	83	88	88
Posición Social:												
Baja	97	92	96	96	93	93	88	87	90	91	90	96
Media	104	104	104	97	98	104	96	96	96	98	99	98
Alta	109	102	111	100	99	102	102	107	100	99	102	109
Ideología:												
Izquierda	102	98	99	95	100	100	96	92	92	92	96	96
Centro	100	100	102	97	99	96	90	98	97	98	96	100
Derecha	106	100	106	103	97	102	99	100	95	101	102	104
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	111	92	96	95	96	110	92	88	78	96	90	92
Vive al día	97	96	98	94	91	93	93	90	91	91	93	95
Ahorran	108	104	108	102	104	107	96	101	104	103	104	105
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	106	104	107	102	104	108	98	105	101	100	102	107
Medio	102	100	102	98	94	95	96	90	94	97	95	97
Medio bajo	98	91	95	88	93	97	84	87	80	85	92	88
Bajo	83	74	78	80	75	79	69	78	100	87	82	52
Clientes de:												
Bancos	104	100	106	97	101	104	97	97	99	99	103	96
Cajas	101	99	102	96	96	98	95	94	94	96	96	100

Cuadro 3.1.8.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISC-4	**92**	**87**	**89**	**85**	**82**	**84**	**79**	**84**	**74**	**78**	**83**	**90**
Edad:												
Menos de 30 años	98	90	93	89	84	87	86	86	75	79	87	94
30 a 49 años	91	88	90	83	82	83	80	81	72	76	82	90
50 a 64 años	87	85	84	79	77	78	69	82	72	82	79	89
65 y más años	91	83	87	89	85	87	78	88	80	77	86	88
Posición Social:												
Baja	90	85	88	87	85	83	76	83	77	79	83	88
Media	94	88	89	84	80	86	83	84	72	78	83	91
Alta	98	88	91	84	82	79	73	86	74	75	83	94
Ideología:												
Izquierda	78	79	82	80	74	72	72	74	65	68	76	82
Centro	98	94	92	90	88	91	81	92	81	84	84	96
Derecha	108	99	104	98	94	92	93	101	84	93	100	105
Propensión al ahorro												
Endeudados	94	81	88	79	74	82	70	80	65	64	77	82
Vive al día	88	82	86	81	78	80	78	81	74	75	81	90
Ahorran	97	95	92	90	88	90	83	88	76	86	88	92
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	92	90	92	87	86	88	80	88	72	79	84	94
Medio	91	86	89	85	80	81	80	83	76	77	83	90
Medio Bajo	93	86	85	82	81	81	76	80	74	81	85	83
Bajo	93	64	75	85	77	92	48	89	84	68	68	78
Clientes de												
Bancos	93	87	89	84	83	86	83	85	77	77	81	88
Cajas	91	88	90	84	82	84	79	85	74	78	83	92

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Optimista	18	14	16	14	14	16	15	16	16	15	15	16
Indiferente	62	66	65	64	60	58	57	52	57	61	62	65
Pesimista	20	20	19	23	25	26	28	32	27	24	23	19
IO	98	94	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96

Indice de Evaluación de la Situación Económica

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Optimistas	15	12	11	10	9	10	10	14	9	11	12	13
Indiferentes	54	58	58	56	54	52	48	42	45	43	47	57
Pesimistas	31	30	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30
IESE	84	82	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83

Cuadro 3.1.10.

Indice de Optimismo (IO), por Características del Entrevistado.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total IO	**98**	**94**	**96**	**91**	**89**	**90**	**88**	**85**	**88**	**90**	**92**	**96**
Edad:												
Menos de 30 años	118	112	121	106	112	108	105	100	108	109	110	113
30 a 49 años	101	96	95	94	89	94	89	85	90	93	92	97
50 a 64 años	87	87	81	77	74	76	77	74	76	80	89	86
65 y más años	78	75	82	78	75	74	72	77	75	76	77	86
Posición Social:												
Baja	89	86	88	85	83	80	79	78	81	85	81	92
Media	102	99	100	92	92	96	92	85	90	92	96	95
Alta	108	100	107	101	94	97	94	102	102	98	105	109
Ideología:												
Izquierda	97	93	92	87	94	89	90	84	87	85	91	94
Centro	99	96	96	91	96	89	88	90	95	93	94	95
Derecha	105	102	103	99	91	94	95	94	85	100	100	108
Propensión Ahorro:												
Endeudado	102	89	89	84	88	100	85	80	60	90	74	87
Vive al Día	91	92	92	84	80	79	86	78	82	82	89	91
Ahorra	107	99	103	99	100	102	91	97	104	104	103	104
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	105	102	103	97	97	101	95	99	99	95	102	106
Medio	96	95	95	89	86	85	89	79	86	92	89	93
Medio bajo	93	83	91	83	86	82	72	78	74	77	84	86
Bajo	72	57	75	65	68	79	60	78	77	73	75	42
Clientes de:												
Bancos	98	93	99	89	91	97	91	85	92	95	98	96
Cajas	98	95	97	90	89	88	89	86	88	91	91	96

Cuadro 3.1.11.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total IESE	**84**	**82**	**81**	**76**	**73**	**73**	**66**	**71**	**63**	**65**	**71**	**83**
Edad:												
Menos de 30 años	94	88	87	84	78	76	76	70	64	67	72	87
30 a 49 años	83	84	80	74	71	72	64	67	61	63	67	82
50 a 64 años	73	79	77	67	66	70	58	69	58	67	70	83
65 y más años	82	77	79	78	77	74	66	78	71	63	78	83
Posición Social:												
Baja	81	79	80	75	76	74	64	72	66	64	70	78
Media	87	83	82	77	71	74	72	68	60	66	71	86
Alta	78	88	83	76	71	66	54	73	68	61	74	88
Ideología:												
Izquierda	65	73	71	70	62	57	56	59	51	50	60	71
Centro	95	92	85	84	81	85	74	84	74	78	74	92
Derecha	105	96	102	91	91	84	84	90	76	82	94	107
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	82	75	87	62	75	72	62	67	53	52	62	78
Vive al día	78	75	78	73	66	66	65	68	64	59	70	81
Ahorran	92	92	84	82	80	82	69	75	64	75	75	87
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	86	86	86	79	76	78	68	75	62	66	72	88
Medio	81	81	80	75	70	70	68	70	63	63	72	83
Medio bajo	84	79	78	73	74	69	61	64	63	69	68	75
Bajo	76	64	71	65	68	78	47	89	89	54	61	68
Clientes de:												
Bancos	85	82	82	76	72	74	68	72	67	64	72	83
Cajas	83	82	82	74	73	73	67	72	62	64	69	84

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 (Indice 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.

El IPA ha caído 4 puntos con respecto a hace un año pero se recupera 5 puntos en relación con el mes de abril, es decir que se sitúa en un IPA= 128, lo que indica que los españoles han visto en el final de la guerra y el inicio de las vacaciones dos buenos motivos para atreverse a gastarse lo que ganan en mayores proporciones que otros meses, optando por vivir al día, eso sí, evitando el endeudamiento.

Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Me prestan dinero	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3
Gasto mis ahorros	4	4	4	3	5	4	4	6	6	4	5	5
Gasto lo que gano	52	52	49	53	51	53	50	56	55	58	59	55
Ahorro algo	38	38	40	36	36	37	40	30	32	33	30	34
Ahorro bastante	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
NS/NC	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	
IPA	132	131	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128

Cuadro 3.2.2.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total IPA	**132**	**131**	**135**	**131**	**128**	**133**	**134**	**122**	**125**	**129**	**123**	**128**
Edad:												
18-29 años	128	130	131	131	126	134	132	122	128	129	122	130
30-49 años	141	136	144	140	139	139	141	128	127	135	132	134
50-64 años	130	133	137	127	128	133	129	123	124	132	124	127
65 y más años	122	122	125	119	112	119	129	112	118	115	107	115
Posición Social:												
Baja	121	121	129	122	120	123	125	116	118	120	110	120
Media	135	135	135	134	127	135	136	123	125	130	127	129
Alta	149	145	152	142	160	152	151	138	141	147	137	145
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	143	148	147	146	135	148	144	136	138	138	135	135
Medio	127	126	134	127	132	126	132	119	120	128	117	129
Medio Bajo	122	118	118	111	114	121	123	110	111	117	111	113
Bajo	104	115	107	122	84	108	100	100	122	82	107	79
Clientes de:												
Bancos	137	140	142	139	134	139	137	129	133	134	127	130
Cajas	133	132	135	131	129	134	134	123	126	130	123	130

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El Indice de Satisfacción con la calidad de la vida expresa un sentimiento que trasciende la propia situación económica del entrevistado, 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. Así se explica el índice 177 de este mes, 1 punto más que el mes anterior y que hace un año, aunque muy por encima del nivel de equilibrio, lo que confirma la estabilidad de dicho indicador. La valoración media alcanza los 3,8 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, aunque los de status socioeconómico bajo lo manifiesten en menor medida (ISCV=126).

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. El grado de satisfacción suele ser mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que entre los encuestados más jóvenes, si bien los diferentes valores medios 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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Muy Satisfechos	11	10	11	13	10	11	10	7	5	6	5	6
Satisfechos	74	74	77	72	73	75	72	74	77	80	78	78
Indiferentes	6	8	6	8	8	6	10	9	8	8	8	9
Insatisfechos	7	6	5	5	7	6	8	8	8	5	7	6
Muy Insatisfechos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1
NS/NC	1	*	1	1	1	1	-	2	1	1	1	1
ISCV	176	177	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177
Valoración Media	3,8	3,8	3,9	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8
% Discrepancia	21	21	18	19	20	19	21	21	20	17	19	19

Cuadro 3.3.2.

Indice de Satisfacción con la Calidad de Vida, por Características Socioeconómicas de los Entrevistados

(Valor medio de 1 a 5 puntos indicado entre paréntesis)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISCV	176	177	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177
	(3,8)	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Edad:												
Menos de 30 años	181	187	186	186	185	186	183	182	182	188	183	186
	(3,9)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**
30 a 49 años	182	180	183	182	175	182	176	170	176	182	178	177
	(3,9)	**(3,9)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**
50 a 64 años	167	170	179	174	176	179	166	173	163	182	172	173
	(3,7)	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,9)**	**(3,7)**	**(3,8)**
65 y más años	170	165	175	167	165	167	157	162	171	171	166	171
	(3,7)	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,7)**
Posición social:												
Baja	168	172	178	174	171	175	164	169	167	174	168	174
	(3,7)	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,8)**
Media	181	178	183	180	177	179	178	171	177	184	179	178
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Alta	183	187	186	186	184	192	175	180	180	188	183	177
	(3,9)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(4,0)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**
Ideología:												
Izquierda	169	173	179	175	173	177	172	173	172	181	178	176
	(3,7)	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Centro	189	186	184	184	185	185	176	174	180	183	180	182
	(4,0)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**
Derecha	186	185	184	180	186	180	175	180	178	185	177	179
	(4,0)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	187	189	184	186	187	185	178	182	185	186	184	180
	(4,0)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**
Medio	175	173	184	178	177	178	170	170	170	182	174	176
	(3,8)	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Medio bajo	159	169	170	164	159	174	167	158	161	173	164	175
	(3,6)	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,8)**	**(3,6)**	**(3,8)**
Bajo	142	149	176	169	148	151	153	166	144	136	168	126
	(3,4)	**(3,4)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,5)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,7)**	**(3,5)**	**(3,4)**	**(3,6)**	**(3,2)**
Clientes de:												
Bancos	176	178	179	178	178	180	175	179	178	182	179	179
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Cajas	178	177	183	179	177	180	172	172	176	181	176	178
	(3,8)	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Transcurridos cinco meses de 2003, BBVA continua duplicando la clientela declarada del SCH, incrementando la diferencia con respecto a los meses anteriores de 2003.

Clientela declarada por la opinión pública

	Mayo 2002	Mayo 2003	Dif
La Caixa	15,4%	15,5,%	+0,1
BBVA	14,5%	14,0%	-0,5
SCH	7,9%	7,2%	- 0,7
Caja Madrid	9,1%	9,9%	+ 0,8
Banesto	4,0%	3,4%	- 0,6
Popular	2,4%	2,0%	-0,4

La diferencia general entre BBVA y SCH se ha ampliado desde los 6,6 puntos porcentuales que les separaban en abril 2002 hasta los 6,8 puntos actuales, es decir que la clientela declarada del BBVA duplica a la del SCH.

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 93% 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 (30%) y un 14% 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 (38%).

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 80%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro (82%) un 39% 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.

En primer lugar, conviene destacar una vez más que BBVA (14,0%) y La Caixa (15,5%) son las entidades financieras que más clientes están captando en los últimos años, hasta el punto de que La Caixa alcanza la cifra de 15,5%, por delante del 9,9% de Caja Madrid.

La clientela del BBVA representaría un 14,0%, superando una vez más a la del Santander Central Hispano es de 7,2%. Por su parte, Banesto alcanza el 3,4% y Popular no supera el 2,0%. Por lo que respecta a las Cajas de Ahorro, se han desglosado de forma nominal, debido a la política expansionista que la mayoría de ellas están realizando fuera de su territorio de origen. Así, se puede comprobar que La Caixa y Caja de Madrid (15,5% y 9,9%, respectivamente) tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales, mientras que el resto de cajas reúne un 63,2% de clientes.

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)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total Clientes	**91**	**90**	**90**	**92**	**91**	**90**	**94**	**91**	**90**	**92**	**90**	**93**
Edad:												
Menos de 30 años	89	86	87	91	87	87	92	90	89	90	88	88
30 a 49 años	93	91	91	93	92	92	95	91	92	96	92	94
50 a 64 años	92	93	88	93	95	89	92	91	92	89	91	95
65 y más años	90	90	91	92	91	90	94	93	89	91	90	94
Posición Social:												
Baja	89	86	89	92	90	89	92	92	90	89	88	92
Media	92	92	90	92	90	90	94	90	91	93	90	92
Alta	93	94	87	94	95	91	94	93	92	96	93	96
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	94	94	91	95	93	92	94	95	93	95	93	96
Medio	91	90	90	92	92	88	95	90	90	91	90	92
Medio bajo	86	85	85	86	88	90	89	90	87	90	85	88
Bajo	85	72	78	100	77	88	80	83	78	86	78	89

Cuadro 3.4.2.

Clientela de Instituciones Bancarias
(En Porcentajes)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total I.B.	**32**	**29**	**30**	**30**	**32**	**32**	**31**	**31**	**30**	**31**	**29**	**30**
Edad:												
Menos de 30 años	28	28	30	30	29	27	31	31	28	28	28	27
30 a 49 años	35	32	35	34	35	38	36	34	36	36	29	33
50 a 64 años	36	31	27	33	33	33	28	31	29	34	36	32
65 y más años	27	24	24	21	30	24	26	27	21	22	23	26
Posición Social:												
Baja	26	21	24	22	25	23	25	27	21	26	21	23
Media	33	31	32	32	34	35	32	31	31	30	31	32
Alta	45	45	41	44	42	41	45	44	46	49	39	38
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	38	39	36	38	40	41	37	40	37	38	37	35
Medio	29	26	28	27	29	26	29	26	26	28	26	27
Medio bajo	26	22	25	23	28	28	23	32	24	26	19	27
Bajo	25	-	20	20	17	13	23	13	22	10	27	29
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	12	13	14	13	13	17	14	16	15	13	14	14

Cuadro 3.4.3.

Clientela de Cajas de Ahorro
(En Porcentajes)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total C.A.	**77**	**82**	**82**	**80**	**78**	**82**	**80**	**82**	**82**	**80**	**82**	**82**
Edad:												
Menos de 30 años	78	83	79	77	79	84	80	80	78	79	82	83
30 a 49 años	77	80	80	81	78	78	79	81	81	79	83	81
50 a 64 años	72	82	85	80	77	85	84	82	85	76	80	81
65 y más años	82	82	82	84	77	84	80	84	86	84	84	82
Posición Social:												
Baja	80	85	84	84	82	86	82	84	87	82	86	85
Media	76	81	80	79	77	80	81	82	80	82	80	81
Alta	73	74	80	76	74	80	74	74	76	68	82	75
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	75	77	80	77	74	78	80	79	81	78	81	79
Medio	78	82	81	83	80	84	80	83	82	80	82	84
Medio bajo	79	87	84	82	80	86	83	80	84	81	86	82
Bajo	83	100	86	80	83	87	83	93	86	95	78	71
Clientes de:												
Bancos	29	37	39	35	32	44	37	41	40	34	40	39
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Cuadro 3.4.4.

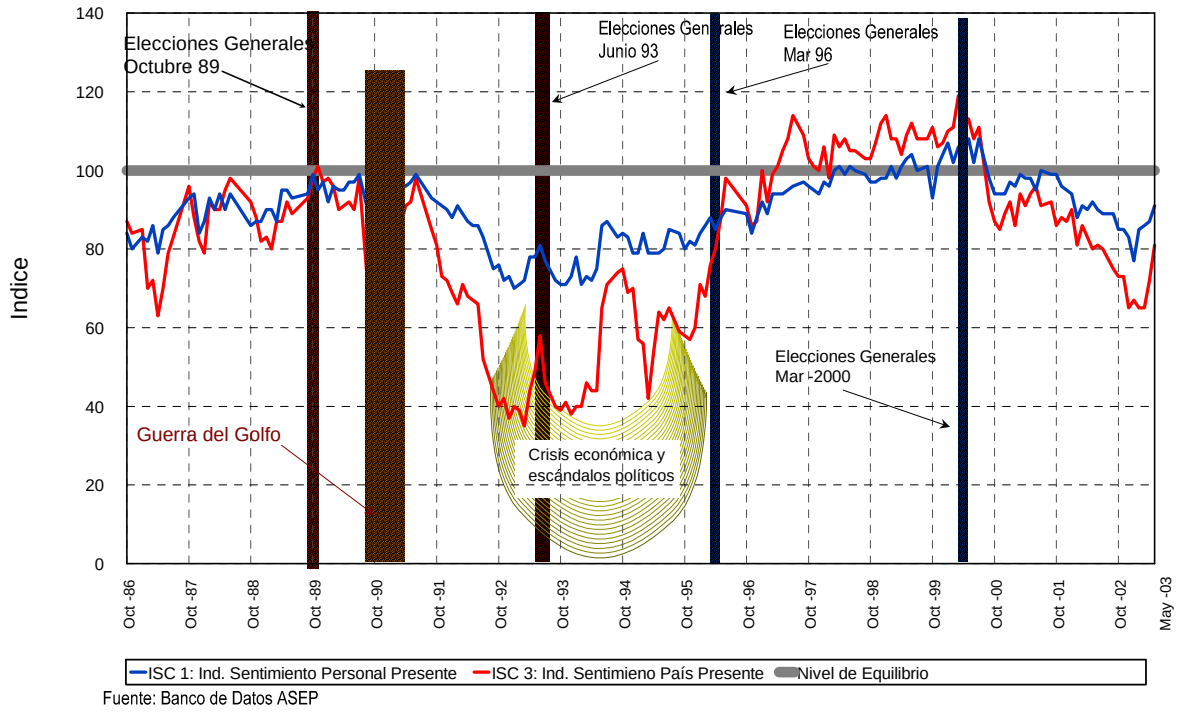
Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

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

INSTITUCION FINANCIERA	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Base: Tiene C/C o Libreta	**(1.101)**	**(1.099)**	**(1.085)**	**(1.118)**	**(1.099)**	**(1.078)**	**(1.133)**	**(1.109)**	**(1.093)**	**(1.114)**	**(1.086)**	**(1.124)**
SCH	7,9	8,5	7,1	8,2	9,9	9,7	8,3	7,7	7,4	7,9	6,8	7,2
BBVA	14,5	12,9	15,6	12,3	14,8	15,1	14,0	15,0	15,0	15,8	15,3	14,0
Popular	2,4	1,4	2,6	2,8	2,0	2,0	1,9	2,1	2,1	1,6	1,5	2,0
Banesto	4,0	3,3	1,7	2,4	2,5	2,7	3,9	2,2	2,6	2,6	2,5	3,4
Otros Bancos	6,1	4,8	5,0	6,5	5,6	5,3	5,0	6,2	5,1	5,1	4,6	5,4
Caja de Madrid	9,1	10,7	10,1	11,4	10,4	10,2	7,9	10,2	9,3	8,6	10,3	9,9
La Caixa	15,4	17,4	17,9	13,8	17,6	16,8	15,4	15,7	16,5	15,3	16,1	15,5
Caja de Cataluña	2,5	2,8	3,0	2,4	2,3	2,2	2,5	2,5	2,7	2,0	2,9	2,3
Caja de Galicia	5,2	3,4	3,3	2,8	3,3	3,6	4,4	3,1	5,0	2,0	5,0	4,1
Ibercaja	2,5	4,0	3,3	4,5	3,6	3,7	2,8	3,4	3,0	2,9	3,2	3,2
Bancaja	2,8	2,7	3,0	3,6	3,3	3,4	3,9	2,9	5,0	4,2	2,0	4,3
BBK	2,2	3,7	3,3	2,9	4,0	3,1	3,3	3,6	2,3	2,4	3,5	2,9
Caixa Orense	-	-	0,4	0,2	0,7	0,4	0,2	0,2	0,5	0,3	-	-
Unicaja	4,2	3,4	4,4	3,0	3,2	4,0	3,0	5,1	3,9	4,0	3,6	3,2
Caja Rural	8,1	6,9	7,1	5,7	6,1	5,7	6,2	7,2	8,0	7,1	8,3	4,7
CAM	4,0	4,5	4,0	3,6	5,1	4,3	4,9	3,8	3,8	4,1	4,5	3,7
Caja San Fernando	1,3	1,0	1,8	1,7	1,4	2,1	2,6	2,1	2,8	1,6	1,7	1,8
Caja España	1,8	0,9	1,6	1,6	0,8	2,8	2,6	2,1	1,5	1,4	2,0	1,5
Cajas de Ahorros (Otras)	25,7	29,0	26,4	29,3	24,0	27,1	27,1	27,6	24,8	27,3	26,9	31,5

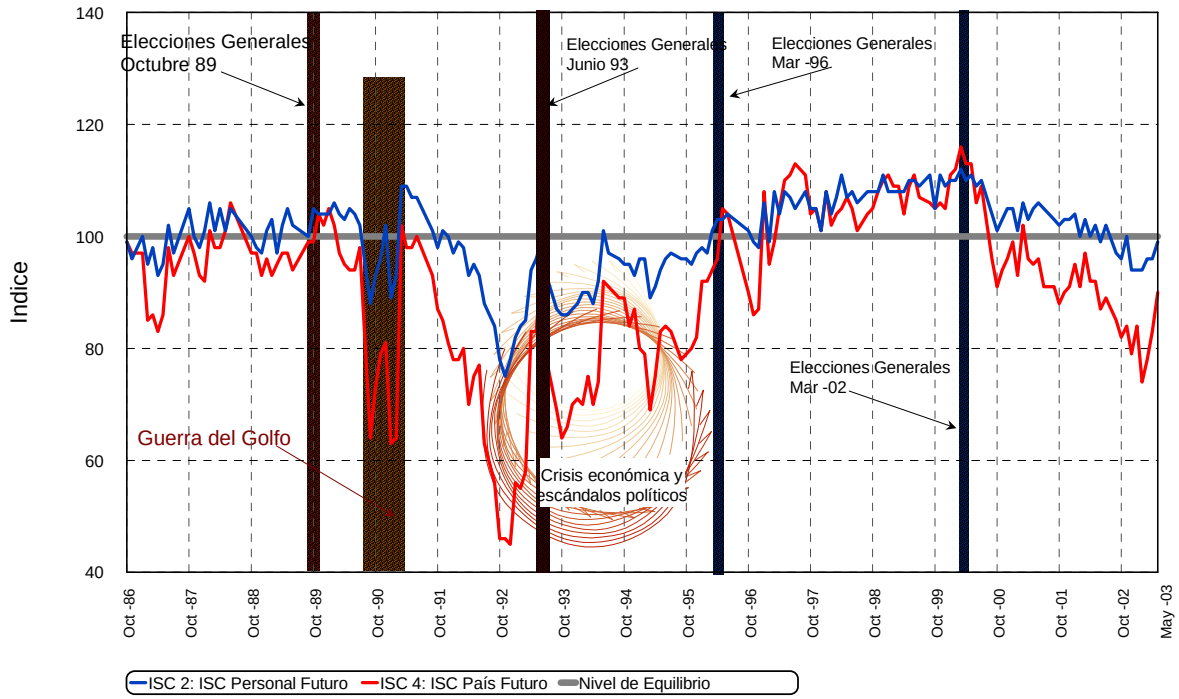
(*) Los porcentajes de clientes de instituciones financieras suman más de cien porque, lógicamente, cada entrevistado podía citar ser cliente de más de un banco o caja.

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR PRESENTE (PERSONAL Y DEL PAIS)



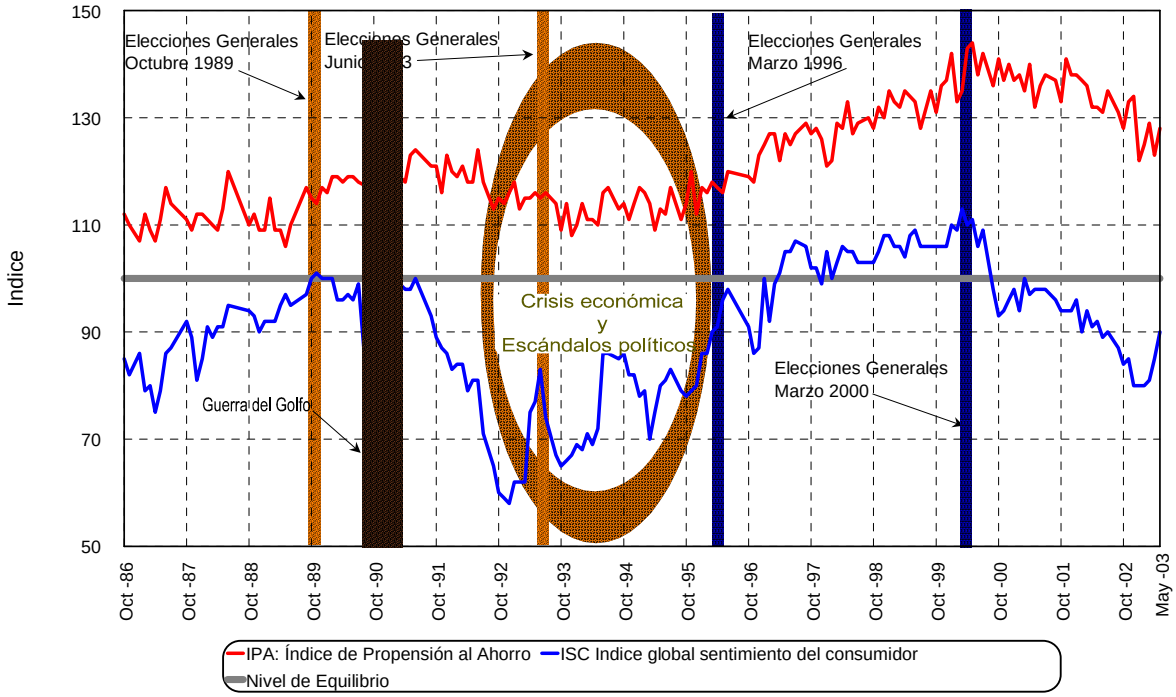
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR FUTURO (PERSONAL Y DEL PAIS)



Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE GLOBAL DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN AL AHORRO



Fuente: Banco de Datos ASEP

4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS

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 1996, 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 17%, menos de la mitad que la proporción que se declara de izquierda (38%), y la proporción que se declara de centro es del 23%, de manera que la suma de centro y derecha es este mes dos puntos 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 que no contestan lo que votaron en las últimas elecciones (que se posicionan principalmente en el centro), y los de práctica religiosa alta 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 jóvenes, los de

posición social y status socioeconómico alto, los más nacionalistas, los de práctica religiosa baja, los votantes del PSOE, IU, partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos

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 también con el sentimiento nacionalista. Por el contrario, el "derechismo" está positivamente relacionado con la edad, el sentimiento español y 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 18-23% afirman tener una alta práctica religiosa (17% 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. Además, la práctica religiosa es más alta entre los votantes del PP, y más baja entre los votantes de PSOE, IU y los votantes de 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 acompañó 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 4-7% de los entrevistados se sienten generalmente sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), entre un 17-26% se sienten sólo españoles (un 10% 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 59% 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 votantes 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 PP y partidos nacionalistas, ya que el recuerdo de voto hacia PSOE, IU y "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.

Además, entre un 10-14% de los entrevistados (un 13% 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 luchar contra la subida de precios y mantener el orden en la nación y en tercer lugar dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas (uno de los objetivos es 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", "mantener el orden en la nación" y "dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas". 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, proteger el medio ambiente y luchar contra la delincuencia. No debe dejar de señalarse que entre los tres 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. Más de cuatro de cada diez 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), y 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, al mismo nivel que le mes pasado, algo por encima del nivel de equilibrio (lo que indica que la proporción de quienes están muy satisfechos es superior que la de quienes no están nada satisfechos), observándose que dos terceras partes de los entrevistados están algo satisfechos. Se observa una gran controversia entre los distintos segmentos sociales y su satisfacción con la pertenencia de España a la Unión Europea, así ningún segmento social se siente insatisfecho con la pertenencia de España a la UE, excepto los votantes de partidos nacionalistas.

Por otra parte, alrededor de dos terceras partes de los entrevistados opinan habitualmente que esa pertenencia es más bien beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos mismos. Y 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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Extrema Izquierda	*	1	*	1	1	*	*	*	1	1	*	*
Izquierda	17	20	20	18	18	19	22	20	21	23	22	21
Centro Izquierda	17	16	16	18	16	17	18	16	17	18	17	17
Centro	24	23	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23
Centro Derecha	10	10	10	8	11	7	10	8	10	9	8	9
Derecha	8	6	6	7	6	5	6	5	6	7	6	8
Extrema Derecha	*	*	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-
NS/NC	23	23	21	22	26	25	21	26	23	20	23	22
Posicionamiento Medio (IPI)	3,6	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	**(1210)**	**38%**	**23**	**17**
Edad:				
18 a 29 años	(279)	39%	25	10
30 a 49 años	(444)	46%	21	14
50 a 64 años	(235)	35%	23	20
65 y más años	(251)	23%	27	27
Posición Social:				
Baja	(425)	29%	24	18
Media	(611)	40%	24	16
Alta	(174)	49%	19	17
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(455)	44%	25	18
Medio	(544)	35%	23	17
Medio Bajo/Bajo	(210)	30%	20	15
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(226)	48%	16	11
Tan nacionalista como español	(710)	38%	25	17
Más español	(234)	28%	25	22
Práctica Religiosa:				
Alta	(210)	18%	22	39
Media	(217)	23%	30	18
Baja	(699)	49%	23	11
Recuerdo de Voto:				
PP	(327)	5%	32	51
PSOE	(334)	72%	11	2
IU	(51)	77%	14	-
Nacionalista derecha	(49)	31%	47	6
Nacionalista izquierda	(9)	100%	-	-
Otros, en blanco	(47)	60%	19	6
No votó	(234)	31%	26	6
No sabe	(30)	17%	26	7
No contesta	(129)	21%	23	5
Clientes de:				
Bancos	(338)	39%	25	17
Cajas	(918)	39%	24	16

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Alta	17	15	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17
Media	19	16	16	16	17	17	17	17	17	17	19	18
Baja	56	62	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58
NS/NC	8	6	5	7	7	6	7	6	6	7	9	7
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,3	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	**TOTAL**	**Alta**	**Media**	**Baja**
TOTAL	**(1210)**	**17%**	**18**	**58**
Edad:				
18 a 29 años	(279)	8%	11	69
30 a 49 años	(444)	9%	18	64
50 a 64 años	(235)	21%	24	52
65 y más años	(251)	38%	20	39
Posición Social:				
Baja	(425)	29%	21	44
Media	(611)	12%	18	63
Alta	(174)	8%	12	74
Ideología:				
Izquierda	(453)	8%	11	75
Centro	(281)	16%	23	57
Derecha	(204)	40%	19	39
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(455)	11%	16	66
Medio	(544)	19%	17	55
Medio Bajo/Bajo	(210)	27%	23	46
Recuerdo de Voto:				
PP	(327)	32%	24	40
PSOE	(334)	11%	17	68
IU	(51)	2%	2	86
Nacionalista derecha	(49)	22%	12	63
Nacionalista izquierda	(9)	-%	-	100
Otros, en blanco	(47)	8%	13	72
No votó	(234)	12%	16	61
No sabe	(30)	20%	20	54
No contesta	(129)	17%	22	51
Clientes de:				
Bancos	(338)	17%	18	58
Cajas	(918)	18%	18	58

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Sólo Nacionalista	4	3	3	3	5	5	4	3	5	4	7	4
Más Nac. que español	13	13	14	13	13	14	13	14	14	16	14	15
Tan Nac. como español	53	57	59	61	51	54	53	47	53	57	57	59
Más español que Nac.	8	8	8	9	10	10	11	10	10	9	7	9
Sólo se siente español	18	17	14	13	17	15	16	24	16	13	12	10
NS/NC	4	2	2	1	4	2	3	2	3	2	3	3
Media Nacionalismo (ISN)	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,0	3,1

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	**(1210)**	**19%**	**59**	**19**
Edad:				
18 a 29 años	(279)	21%	62	14
30 a 49 años	(444)	21%	56	18
50 a 64 años	(235)	15%	62	20
65 y más años	(251)	16%	56	26
Posición Social:				
Baja	(425)	20%	62	15
Media	(611)	18%	58	21
Alta	(174)	18%	53	23
Ideología:				
Izquierda	(453)	24%	59	14
Centro	(281)	13%	62	21
Derecha	(204)	12%	61	26
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(455)	18%	59	20
Medio	(544)	18%	60	18
Medio Bajo/Bajo	(210)	22%	53	22
Recuerdo de Voto:				
PP	(327)	12%	60	26
PSOE	(334)	19%	64	16
IU	(51)	20%	53	24
Nacionalista derecha	(49)	57%	31	10
Nacionalista izquierda	(9)	78%	22	-
Otros, en blanco	(47)	19%	62	15
No votó	(234)	19%	58	17
No sabe	(30)	20%	57	23
No contesta	(129)	15%	58	22
Clientes de:				
Bancos	(338)	19%	58	20
Cajas	(918)	19%	60	18

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2000.

	Resultados Reales de 2000	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
PP	**30,4**	29,1	27,2	26,1	27,6	27,9	24,5	23,6	25,1	26,6	27,0	24,6	27,0
PSOE	**23,3**	24,6	22,6	27,1	24,8	23,2	26,5	26,4	24,3	27,7	27,9	27,8	27,6
IU	**3,7**	3,1	4,4	4,8	4,1	4,0	2,8	3,5	4,1	3,8	3,3	3,5	4,2
Nacionalistas Derecha	**5,5**	4,1	4,3	5,5	5,1	4,3	4,6	4,5	4,5	5,0	4,6	5,2	4,1
Nacionalistas Izquierda	**2,1**	2,1	2,0	1,8	1,7	1,0	2,0	2,1	2,1	1,6	1,8	2,3	0,8
Otros	**3,7**	2,6	3,8	3,0	3,6	3,0	4,7	4,9	3,8	4,4	4,4	3,6	3,9
No Votó	**31,3**	20,0	21,8	19,6	21,1	23,9	21,4	22,8	22,2	18,3	18,0	18,7	19,3
NS/NC	**-**	14,4	13,9	12,1	12,0	12,7	13,5	12,2	13,9	12,6	13,0	14,3	13,1

*** A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).**

Cuadro 4.1.8.

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

	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Diferencias en puntos Porcentuales:											
PP	-3,2	-4,3	-2,8	-2,5	-5,9	-6,8	-5,3	-3,8	-3,4	-5,8	-3,4
PSOE	-0,7	+3,8	+1,5	-0,1	+3,2	+3,1	+1,0	+4,4	+4,6	+4,5	+4,3
IU	+0,7	+1,1	+0,4	+0,3	-0,9	-0,2	+0,4	+0,1	-0,4	-0,2	+0,5
Nacionalistas Derecha	-1,2	0	-0,4	-1,2	-0,9	-1,0	-1,0	-0,5	-0,9	-0,3	-1,4
Nacionalistas Izquierda	-0,1	-0,3	-0,4	-1,1	-0,1	0	0	-0,5	-0,3	+0,2	-1,3
Otros	+0,1	-0,7	-0,1	-0,7	+1,0	+1,2	+0,1	+0,7	+0,7	-0,1	+0,2
No Votó	-9,5	-11,7	-10,2	-7,4	-9,9	-8,5	-9,1	-13,0	-13,3	-12,6	-12,0
NS/NC	+13,9	+12,1	+12,0	+12,7	+13,5	+12,2	+13,9	+12,6	+13,0	+14,3	+13,1
Indice de Discrepancia	14,7	17,0	13,9	13,0	17,7	16,5	15,4	17,8	18,3	19,0	18,1
Diferencias en porcentajes respecto a 1996 y a 2000:											
PP	-10	-14	-9	-8	-19	-22	-17	-12	-11	-19	-11
PSOE	-3	+16	+6	-1	+14	+13	+4	+19	+20	+19	+18
IU	+19	+30	+11	+8	-24	-5	+11	+3	-11	-5	+14
Nacionalistas Derecha	-22	0	-7	-22	-16	-18	-18	-9	-16	-5	-25
Nacionalistas Izquierda	-5	-14	-19	-52	-5	0	0	-24	-14	+10	-62
Otros	+3	-19	-3	-19	+27	+32	+3	+19	+19	-3	+5
No Votó	-30	-37	-33	-24	-32	-27	-29	-42	-42	-40	-38

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
MAYO 2003	**1 ª Mención**	**1ª y 2ª Mención**	**Ultima Mención**
Total	**(1.210)**	**(1.210)**	**(1.210)**
		%	
- Mantener el orden en la nación.....	26	44	17
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	25	48	19
- Luchar contra la subida de los precios.....	30	65	14
* - Proteger la libertad de expresión.	17	35	22
- Ninguno.....	*	1	13
- NS/NC.....	2	2	14

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
MAYO 2003	**1ª Mención**	**1ª, 2ª y 3ª Mención**	**Penúltima o Ultima Mención**
Total	**(1.210)**	**(1.210)**	**(1.210)**
		%	
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	15	31	16
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	3	10	39
*- 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.....	18	44	13
*- Proteger el medio ambiente.....	10	46	10
- Mantener una economía estable.....	20	56	11
- Luchar contra la delincuencia.....	18	52	16
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	10	35	22
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	4	14	24
- Ninguno.....	*	1	11
- NS/NC.....	3	3	12

*** Items de carácter postmaterialista**.

Cuadro 4.1.10.

Porcentaje de Post-Materialistas, según Características Socioeconómicas

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total PM	**31**	**35**	**37**	**34**	**35**	**37**	**43**	**39**	**40**	**40**	**40**	**43**
Edad												
18 a 29 años	38	46	50	46	47	49	51	50	50	53	51	54
30 a 49 años	31	40	39	36	38	40	47	41	43	47	44	47
50 a 64 años	30	26	28	27	29	28	38	34	36	31	34	39
65 y más años	21	22	22	22	21	26	31	26	26	25	26	28
Posición Social												
Baja	27	28	32	29	25	28	37	33	28	31	32	38
Media	32	40	38	35	41	42	46	43	47	44	44	44
Alta	37	41	42	45	40	48	51	42	43	55	45	51
Ideología												
Izquierda	39	45	45	44	48	47	52	49	51	52	48	55
Centro	30	31	29	33	34	36	39	33	35	33	34	32
Derecha	22	25	27	26	16	22	37	28	26	26	25	33
Status Socioeconómico Familiar												
Alto, Medio alto	35	45	41	38	38	41	50	47	44	46	44	46
Medio	29	32	35	35	37	35	42	36	39	41	37	41
Medio bajo	28	29	35	26	28	40	34	33	38	32	40	42
Bajo	11	21	28	37	17	9	47	22	11	9	22	42
Clientes de												
Bancos	27	35	39	32	36	42	44	41	47	40	39	39
Cajas	33	37	37	36	36	37	44	39	40	42	41	44

Cuadro 4.1.11.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
						%						
Muy Satisfecho	16	17	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22
Algo Satisfecho	70	70	68	67	68	72	69	66	69	68	63	69
Nada Satisfecho	8	6	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6
NS/NC	7	7	6	8	8	4	4	7	6	5	8	4
ISUE	108	110	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116

Cuadro 4.1.12.

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

MAYO 2003	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	**(1210)**	**22%**	**69**	**6**	**4**	**116**
Edad:						
18 a 29 años	(279)	23%	68	6	3	117
30 a 49 años	(444)	21%	71	6	2	116
50 a 64 años	(235)	23%	68	6	3	117
65 y más años	(251)	20%	67	5	9	115
Posición Social:						
Baja	(425)	21%	66	6	6	116
Media	(611)	22%	70	6	3	116
Alta	(174)	23%	71	5	1	118
Ideología:						
Izquierda	(453)	18%	73	7	2	111
Centro	(281)	23%	70	5	2	118
Derecha	(204)	31%	60	3	5	128
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(455)	24%	70	4	2	119
Medio	(544)	21%	70	6	3	116
Medio Bajo/Bajo	(210)	19%	64	9	8	110
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(226)	25%	60	10	6	115
Tan nacionalista como español	(710)	20%	72	6	3	114
Más español	(234)	25%	69	2	4	123
Práctica Religiosa:						
Alta	(210)	27%	61	5	7	123
Media	(217)	21%	70	6	4	116
Baja	(699)	19%	72	6	3	113
Recuerdo de Voto:						
PP	(327)	32%	62	3	3	128
PSOE	(334)	20%	72	5	3	116
IU	(51)	8%	82	8	2	100
Nacionalista derecha	(49)	17%	71	10	2	107
Nacionalista izquierda	(9)	-%	89	11	-	89
Otros, en blanco	(47)	15%	79	6	-	109
No votó	(234)	16%	74	7	3	109
No sabe	(30)	10%	73	7	10	103
No contesta	(129)	25%	56	10	8	115
Clientes de:						
Bancos	(338)	26%	65	6	4	120
Cajas	(918)	21%	70	5	4	116

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy beneficioso	17	16	18	17	16	21	17	17	18	18	17	22
Algo beneficioso	66	67	65	66	68	64	66	62	67	67	64	67
Algo perjudicial	6	6	8	8	6	7	10	9	7	6	8	6
Muy perjudicial	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
NS/NC	9	8	7	8	9	7	5	9	6	7	10	4
IBUE	175	175	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182

COMUNIDAD AUTONOMA

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy beneficioso	16	16	17	17	15	19	16	16	16	17	17	21
Algo beneficioso	66	65	65	64	67	63	65	60	65	66	62	67
Algo perjudicial	8	7	8	9	6	8	11	10	8	7	9	6
Muy perjudicial	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1
NS/NC	9	10	7	9	10	7	6	11	7	8	11	5
IBCA	172	172	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181

ENTREVISTADO

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy beneficioso	14	14	15	14	13	16	15	14	14	14	14	18
Algo beneficioso	62	63	63	63	62	60	63	59	63	62	61	66
Algo perjudicial	8	6	7	8	7	8	10	10	8	7	9	6
Muy perjudicial	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	1
NS/NC	14	15	12	13	16	13	10	14	12	14	15	9
IBENT	167	167	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177

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

MAYO 2003	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	**(1210)**	**182**	**181**	**177**
Edad:				
18 a 29 años	(279)	182	180	179
30 a 49 años	(444)	184	183	180
50 a 64 años	(235)	183	181	175
65 y más años	(251)	179	177	171
Posición Social:				
Baja	(425)	180	178	172
Media	(611)	183	182	178
Alta	(174)	189	186	185
Ideología:				
Izquierda	(453)	181	180	176
Centro	(281)	187	185	180
Derecha	(204)	190	188	184
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(455)	188	187	184
Medio	(544)	181	180	176
Medio Bajo/Bajo	(210)	173	171	165
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(226)	172	171	167
Tan nacionalista como español	(710)	184	184	178
Más español	(234)	188	183	184
Práctica Religiosa:				
Alta	(210)	183	181	174
Media	(217)	185	185	182
Baja	(699)	182	180	177
Recuerdo de Voto:				
PP	(327)	191	190	187
PSOE	(334)	183	181	179
IU	(51)	182	174	168
Nacionalista derecha	(49)	174	172	160
Nacionalista izquierda	(9)	157	157	157
Otros, en blanco	(47)	173	177	171
No votó	(234)	185	183	175
No sabe	(30)	170	170	177
No contesta	(129)	167	167	162
Clientes de:				
Bancos	(338)	182	180	178
Cajas	(918)	182	182	178

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 la Unión Europea, la OTAN y la ONU. 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 muy alto, alrededor del 90% en todos los casos este mes, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que casi la totalidad de la población española se siente suficientemente capacitada e interesada 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 ningún grupo social ha sido valorado por debajo de los 4,5.

- La valoración de las cuatro instituciones fijas este mes es superior a la del mes anterior, de manera que el ranking de este mes es el siguiente: la Corona (6,4 puntos en una escala de 0 10 puntos), la Unión europea (6,2 puntos), las Naciones Unidas (5,5 puntos), las Fuerzas Armadas (5,0 puntos), la OTAN (4,8 puntos), los Bancos (4,7 puntos) y el Gobierno de la Nación (4,5 puntos). Por comparación con las valoraciones que estas instituciones recibieron en meses pasados, se observa unas puntuaciones similares en la valoración de todas ellas, puesto que los la Unión Europea obtuvo entre 6,0 y 6,3 puntos en sondeos anteriores, la OTAN 4,6 y 4,8

puntos y la ONU 5,5 puntos, lo que sugiere una fuerte estabilidad de la opinión pública en lo que respecta a su actitud hacia estas instituciones.

- 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.

- 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. Aunque 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, para todos las instituciones.

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 28% 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 de este mes es superior que el mes pasado. Además, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia parece ser una cuestión poco controvertida.

Puesto que ya se examinó la relación entre este Indice y los otros indicadores del Sistema, sólo se presentan algunas otras especificaciones interesantes. Así, se comprueba que los de centro y 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, este mes, se sitúa trece puntos porcentuales por debajo de nivel de equilibrio, lo que equivale a una proporción superior de insatisfechos que de satisfechos. El índice de Satisfacción con el Gobierno de este mes es superior respecto al mes pasado y disminuye respecto al valor de hace un año, auque es el más alto de los últimos 4 meses.

Este mes el 36% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 50% están insatisfechos.

Al analizar el Sistema de Indicadores ya se mostró la relación entre este Indice 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 este mes algo satisfechos con el Gobierno, concretamente los entrevistados de más edad, los de centro y derecha y los votantes del PP, que parecen realmente satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales
(% que conocen)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Las Fuerzas Armadas	99	99	100	100	100	99	100	99	99	99	99	100
- Los Bancos	100	99	100	100	100	99	100	99	99	99	100	100
- El Gobierno de la Nación	100	99	100	100	100	100	100	99	100	100	99	100
- La Corona	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	99	100
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	96	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-
- Los Partidos Políticos	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	98	-
- La Universidad	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	100	-	-	-	99	-	100	-	99
- La OTAN	98	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	98
- La ONU	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	98
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-
- La Administració Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-

Cuadro 4.2.2.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
(% que conocen y valoran)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Las Fuerzas Armadas	95	91	96	95	97	93	95	91	93	91	91	93
- Los Bancos	97	92	97	96	98	95	97	94	95	92	93	94
- El Gobierno de la Nación	98	95	97	97	97	97	97	96	96	95	94	94
- La Corona	97	95	98	97	97	97	97	95	96	95	93	96
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	81	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-
- Los Partidos Políticos	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de Diputados	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	97	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	97	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	90	-
- La Universidad	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	94	-	-	-	92	-	94	-	92
- La OTAN	86	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	89
- La ONU	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	89
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-

Cuadro 4.2.3.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
(Valoración media)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Las Fuerzas Armadas	5,8	4,9	5,4	5,3	5,8	5,4	4,9	5,2	5,1	5,3	4,9	5,0
- Los Bancos	4,9	4,4	4,8	4,6	4,7	5,0	4,4	4,5	4,4	4,8	4,6	4,7
- El Gobierno de la Nación	5,0	4,5	4,7	4,8	4,7	4,8	4,2	4,4	4,1	4,1	3,7	4,5
- La Corona	6,9	6,2	6,4	6,4	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,5	6,1	6,4
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	5,1	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-
- Los Partidos Políticos	-	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	7,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	6,2	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	6,1	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	4,3	-
- La Universidad	-	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	6,3	-	-	-	6,1	-	6,0	-	6,2
- La OTAN	4,8	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-	4,8
- La ONU	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-	5,5
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-

Cuadro 4.2.4.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Las Fuerzas Armadas	42	49	46	45	42	41	49	47	48	46	49	48
- Los Bancos	43	45	45	45	44	39	43	47	49	42	43	43
- El Gobierno de la Nación	52	58	54	53	56	52	63	60	69	72	75	63
- La Corona	40	44	43	44	42	43	44	44	45	42	45	42
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	39	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
- Los Partidos Políticos	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	37	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	39	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	53	-
- La Universidad	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	-	-	30	-	-	-	33	-	34	-	30
- La OTAN	49	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	46
- La ONU	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	38
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

MAYO 2002 – MAYO 2003

	VALORACIÓN		
CONOCIMIENTO	**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 Guardia Civil La Sanidad Pública La Unión Europea	Los Jueces Los Bancos Las Fuerzas Armadas El Gobierno de la Nación Su Ayuntamiento La Administración Autonómica Los Sindicatos Los Periodistas La OTAN El Senado El Congreso de los Diputados La ONU El Tribunal Supremo La Administración Local	Los Políticos Los Partidos Políticos Estado Unidos Marruecos La Iglesia Los Tribunales de Justicia La Administración Pública del Estado
Medio (70-85%)		El Tribunal Constitucional CCOO UGT El Defensor del Pueblo Las Organizaciones Empresariales El Consejo General del Poder Judicial	
Bajo (-70%)		La CEOE	

Cuadro 4.2.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Instituciones y Grupos Sociales

MAYO 2002 - MAYO 2003

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

Cuadro 4.2.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Instituciones y Grupos Sociales

MAYO 2002 - MAYO 2003

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

Cuadro 4.2.8.

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

MAYO 2003	Total	La Unión Europea	La OTAN	Fuerzas Armadas	Los Bancos	La ONU	El Gobierno de la Nación	La Corona
TOTAL	**(1210)**	**6,2**	**4,8**	**5,0**	**4,7**	**5,5**	**4,5**	**6,4**
Edad:								
18 a 29 años	(279)	6,0	4,8	4,8	4,8	5,4	3,9	5,6
30 a 49 años	(444)	6,2	4,7	4,9	4,7	5,5	4,4	6,4
50 a 64 años	(235)	6,1	4,8	5,2	4,7	5,6	4,7	6,8
65 y más años	(251)	6,4	5,0	5,4	4,8	5,7	5,0	7,2
Posición Social:								
Baja	(425)	6,1	4,9	5,2	4,9	5,5	4,5	7,1
Media	(611)	6,2	4,8	5,0	4,7	5,6	4,5	6,2
Alta	(174)	6,2	4,5	4,6	4,4	5,2	4,2	5,7
Ideología:								
Izquierda	(453)	6,1	4,2	4,2	4,3	5,2	2,9	5,8
Centro	(281)	6,4	5,2	5,6	5,1	5,8	5,2	6,7
Derecha	(204)	6,5	5,8	6,1	5,3	6,1	7,0	7,7
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(455)	6,3	4,8	5,0	4,8	5,6	4,5	6,3
Medio	(544)	6,1	4,7	5,0	4,7	5,5	4,4	6,4
Medio Bajo/Bajo	(210)	6,1	4,9	5,2	4,7	5,5	4,5	6,8
Recuerdo de Voto:								
PP	(327)	6,6	5,7	6,1	5,2	5,9	6,6	7,5
PSOE	(334)	6,1	4,6	4,8	4,6	5,5	3,3	6,7
IU	(51)	5,9	3,0	3,3	3,2	4,9	2,3	3,2
Nacionalistas derecha	(49)	6,2	4,0	3,9	4,5	5,4	3,3	5,2
Nacionalistas izquierda	(9)	6,0	4,2	4,4	4,9	4,9	2,7	4,9
Otros, en blanco	(47)	6,1	4,4	4,0	4,1	5,3	3,4	5,2
No votó	(234)	6,0	4,7	4,9	4,9	5,4	4,3	6,0
No sabe	(30)	5,8	4,1	5,0	4,8	5,6	4,5	6,6
No contesta	(129)	5,8	4,6	4,7	4,5	5,3	4,3	6,1
Clientes de:								
Bancos	(338)	6,3	4,9	5,1	4,8	5,6	4,5	6,4
Cajas	(918)	6,2	4,7	5,1	4,8	5,5	4,4	6,5

Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

MAYO 2002 - MAYO 2003

	%Opinan
1. Los Médicos	99
2. La Cruz Roja	98
3. La ONCE	98
4. La Guardia Civil	98
5. La Policía Nacional	98
6. La Sanidad Pública	98
7. Cáritas	97
8. Los Políticos	97
9. El Gobierno de la Nación	96
10. La Corona	96
11. La Constitución	96
12. Los Bancos	95
13. Su Ayuntamiento	95
14. Los Periodistas	95
15. Estados Unidos	94
16. La Administración Local	94
17. Las Fuerzas Armadas	93
18. Los Tribunales de Justicia	93
19. La Unión Europea	93
20. La Iglesia	93
21. La Universidad	93
22. Los Jueces	92
23. Marruecos	92
24. Los Partidos Políticos	91
25. La Administración Autonómica	91
26. La Administración Pública del Estado	90
27. Los Sindicatos	90
28. La ONU	88
29. El Congreso de los Diputados	87
30. El Senado	87
31. La OTAN	87
32. El Tribunal Supremo	86
33. El Defensor del Pueblo	85
34. Las Organizaciones Empresariales	85
35. El Tribunal Constitucional	84
36. UGT	82
37. El Consejo General del Poder Judicial	82
38. CCOO	78
39. La CEOE	63

Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

MAYO 2002 – MAYO 2003

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

Cuadro 4.2.11.
Ranking de Dispersión Opinática

MAYO 2002 - MAYO 2003

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	28
2. La ONCE	30
3. La Universidad	30
4. Los Médicos	31
5. La Unión Europea	31
6. Cáritas	32
7. La Constitución	36
8. La Sanidad Pública	36
9. Los Periodistas	37
10. La Policía Nacional	38
11. La ONU	39
12. La Guardia Civil	40
13. El Defensor del Pueblo	40
14. La CEOE	40
15. La Administración Autonómica	40
16. El Congreso de los Diputados	41
17. El Senado	41
18. La Corona	43
19. CCOO	44
20. El Tribunal Constitucional	44
21. Los Bancos	44
22. UGT	45
23. La Administración Local	45
24. Las Fuerzas Armadas	46
25. Su Ayuntamiento	46
26. Las Organizaciones Empresariales	46
27. El Tribunal Supremo	47
28. La OTAN	48
29. La Administración Pública del Estado	49
30. El Consejo General del Poder Judicial	49
31. Los Sindicatos	50
32. Los Jueces	51
33. Los Tribunales de Justicia	52
34. Los Partidos Políticos	52
35. Estados Unidos	55
36. Los Políticos	60
37. El Gobierno de la Nación	61
38. La Iglesia	61
39. Marruecos	67

Cuadro 4.2.12.

Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia en España

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy Satisfecho	3	3	3	4	4	5	2	3	4	3	2	3
Satisfecho	60	59	62	63	60	66	60	61	53	60	48	54
Indiferente	15	17	15	16	17	11	15	16	15	14	15	14
Insatisfecho	17	17	17	14	14	14	18	15	21	20	27	24
Muy Insatisfecho	2	2	2	2	2	2	3	3	6	3	4	4
NS/NC	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1
ISD	145	143	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128
% Opinan	98	98	98	99	98	99	98	99	98	99	97	99
Valoración Media	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5	3,6	3,4	3,4	3,3	3,4	3,2	3,2
% Discrepancia	27	28	26	26	26	25	28	27	32	28	33	32

Cuadro 4.2.13.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISD	**145**	**143**	**147**	**151**	**147**	**156**	**141**	**146**	**130**	**140**	**119**	**128**
Edad												
18 a 29 años	143	138	138	145	138	146	137	138	115	129	107	115
30 a 49 años	144	139	149	149	150	158	144	142	126	140	115	129
50 a 64 años	141	151	151	155	147	158	139	152	140	152	121	131
65 y más años	154	147	154	156	156	162	144	153	142	138	138	136
Posición Social												
Baja	149	145	151	151	148	158	140	150	136	138	128	126
Media	145	142	143	149	146	152	142	139	123	139	114	130
Alta	134	139	154	154	152	161	139	153	139	143	117	124
Ideología												
Izquierda	126	119	128	134	139	143	127	134	112	123	99	104
Centro	157	161	161	170	162	171	160	164	142	159	131	143
Derecha	172	173	173	173	175	173	155	165	164	169	161	168
Status Socioeconómico Familiar												
Alto	151	154	151	158	153	163	146	151	129	147	117	132
Medio	144	138	148	150	144	152	141	144	129	133	122	128
Medio bajo	131	138	139	134	149	146	132	140	132	142	113	121
Bajo	154	132	136	166	132	166	126	151	145	145	150	74
Recuerdo de Voto												
PP	169	176	179	171	171	180	161	166	164	169	153	163
PSOE	138	131	138	148	148	158	141	144	124	137	117	115
IU	136	131	136	98	144	143	122	112	132	138	102	94
Nac. Derecha	135	84	127	136	140	146	130	128	110	116	82	103
Nac. Izquierda	64	81	93	71	66	101	66	92	53	41	60	78
Otro. en blanco	132	152	115	149	138	152	155	120	106	128	90	115
No votó	137	136	136	145	127	139	124	144	111	128	98	118
NS/NC	138	135	147	156	143	148	150	145	123	125	127	120
Clientes de												
Bancos	150	146	153	153	150	164	143	151	136	148	126	129
Cajas	144	142	149	152	146	155	140	148	129	138	117	125

Cuadro 4.2.14.

Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Muy Satisfecho	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	5
Algo Satisfecho	42	38	36	34	37	40	30	33	32	29	23	31
Indiferente	18	19	20	22	18	16	18	17	14	15	13	13
Algo Insatisfecho	26	29	29	27	28	27	31	28	28	30	33	30
Muy Insatisfecho	9	10	11	11	12	13	17	16	21	22	25	20
NS/NC	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1
ISG	112	103	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87
% Opinan	99	99	99	99	98	100	99	98	99	98	98	99
Valoración Media	3,1	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,7	2,8	2,7	2,6	2,4	2,7
% Discrepancia	37	38	39	39	39	40	43	43	46	47	49	46

Cuadro 4.2.15.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total ISG	**112**	**103**	**99**	**100**	**101**	**102**	**86**	**93**	**85**	**81**	**68**	**87**
Edad:												
- 30 años	108	90	94	90	92	96	76	80	66	72	54	69
30-49 años	106	99	93	94	95	100	76	82	73	75	62	79
50-64 años	112	112	103	103	105	100	92	110	98	94	78	93
65 y más años	127	118	113	123	122	118	110	111	116	92	88	114
Posición Social												
Baja	117	112	105	106	109	107	95	100	103	90	74	93
Media	111	97	96	97	97	99	84	86	75	78	63	83
Alta	102	98	96	97	100	101	67	96	81	70	77	86
Ideología												
Izquierda	58	54	46	52	50	49	40	49	35	36	28	34
Centro	136	130	122	122	126	125	115	119	112	100	80	115
Derecha	176	174	174	175	177	173	152	164	163	167	153	166
Status Socioeconómico Familiar												
Alto	116	101	104	101	105	109	84	97	79	83	66	88
Medio alto	110	102	98	99	100	98	82	88	87	80	71	85
Medio Bajo	104	111	97	98	100	95	100	98	88	82	66	90
Bajo	123	63	82	134	95	143	72	112	155	96	72	69
Recuerdo de Voto												
PP	175	173	171	168	172	172	158	161	154	152	140	164
PSOE	65	52	57	63	56	62	43	50	47	40	35	38
IU	48	44	49	32	48	67	41	30	28	17	28	37
Nac. Derecha	102	58	70	83	57	74	51	70	56	58	34	57
Nac. Izquierda	20	62	30	16	7	4	51	47	5	19	18	11
Otros. en blanco	81	77	71	79	50	83	77	93	68	51	50	64
No votó	104	93	97	83	96	94	74	82	69	66	50	72
NS/NC	109	109	94	100	90	108	93	98	93	89	70	88
Clientes de												
Bancos	121	106	109	104	114	110	86	100	87	85	73	92
Cajas	110	102	99	101	100	97	83	92	86	78	67	81

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 dos principales partidos políticos son conocidos por una gran mayoría de los entrevistados. Más del 90% opinan este mes sobre José Mª Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero, más del 60% valoran a Gaspar Llamazares y menos de la mitad de los entrevistados califican a Jesús Caldera, Trinidad Jiménez y José Blanco. 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 80% de los entrevistados suelen opinar sobre José Mª Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y alrededor del 60% califican a Gaspar Llamazares. El porcentaje de los que opinan sobre otros personajes públicos varía mucho de unos a otros.

c. En cuanto a la imagen de personajes públicos, el ranking de valoración de este mes es el siguiente: Felipe González (5,0 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), José Luis Rodríguez Zapatero (4,9 puntos), Trinidad Jiménez (4,5 puntos), Jesús Caldera (4,4 puntos), José Blanco (4,3 puntos), José Mª Aznar (4,1 puntos) y Gaspar Llamazares (3,8 puntos). Este mes Aznar aumenta su valoración respecto al mes pasado, y Rodríguez Zapatero disminuye la diferencia con él, superándole en 0,8 puntos, e incluso Felipe González se sitúa por encima de Aznar en 0,9 puntos también, repitiéndose la situación de los últimos meses.

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, y se observa que este mes ningún personaje público tiene una imagen realmente controvertida.

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. Parece existir una relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general. Es frecuente que la valoración sea más alta en los grupos de más edad.

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. La valoración José Mª Aznar es más alta cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Rodríguez Zapatero, Gaspar Llamazares, Jesús Caldera, José Blanco y Trinidad Jiménez 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.

Cuadro 4.3.1.

Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Felipe González	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99
- José Mª Aznar	99	100	99	100	99	100	100	100	100	100	100	99
- José Luis Rodríguez Zapatero	96	97	97	98	98	98	99	98	99	99	98	98
- Gaspar Llamazares	72	77	77	78	66	66	76	76	82	81	84	77
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	-	94	95	94	-	-	-	-	96	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	-	94	-	-	-	-	-	96	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	94	-	-	-	-	-	95	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	-	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	-	88	-	-	-	-	-	95	-	-	-
- Federico Trillo	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	-	87	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	-	94	-	-	-	-	99	99	-
- Loyola de Palacio	-	-	90	90	-	-	-	-	-	-	-	-
-Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-
-Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-
- Francisco Álvarez Cascos	90	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jean Marie Le Pen	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	78	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-
- Patxi López	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	76	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	85	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-	76	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	47	-	-	-	-	-	54
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-	56
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-
- Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44

Cuadro 4.3.2.

Imagen de Personajes Públicos
(% que conocen y valoran)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Felipe González	92	92	94	93	96	96	95	94	96	94	93	91
- José Mª Aznar	93	92	93	94	96	96	96	96	97	96	94	93
- José Luis Rodríguez Zapatero	86	87	90	91	93	92	94	93	94	93	91	91
- Gaspar Llamazares	58	61	64	64	58	56	66	66	70	69	71	67
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	96	96	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	-	82	84	81	-	-	-	-	87	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	-	84	-	-	-	-	-	88	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	84	-	-	-	-	-	86	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	-	74	-	-	-	-	-	86	-	-	-
- Federico Trillo	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	-	70	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	-	84	-	-	-	-	92	91	-
- Ana de Palacio	-	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-
-Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-
- Francisco Alvarez Cascos	77	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jean Marie Le Pen	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	62	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-
- Patxi López	-	29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	63	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	-	52	-	-	-	-	-	59	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	41
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	44
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-
- Vladirmir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32

Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos
(Valoración Media)

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Felipe González	5,0	4,7	5,0	4,9	5,1	5,4	5,0	5,2	5,1	5,1	4,9	5,0
- José Mª Aznar	4,8	4,5	4,5	4,7	4,6	4,6	3,9	4,1	4,0	3,5	3,1	4,1
- José Luis Rodríguez Zapatero	5,0	4,8	5,1	5,2	5,1	5,6	5,1	5,0	5,1	4,8	4,7	4,9
- Gaspar Llamazares	4,1	3,8	4,0	4,1	3,9	4,3	3,9	3,6	3,8	3,6	3,5	3,8
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	6,8	6,5	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	-	4,8	5,0	5,1	-	-	-	-	4,4	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	-	4,5	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	4,4	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	-	4,5	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Federico Trillo	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	-	3,3	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	-	2,9	-	-	-	-	1,7	1,7	-
- Ana de Palacio	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,0	-
- Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	-
- Francisco Alvarez Cascos	4,2	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jean Marie Le Pen	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-
- Patxi López	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	3,2	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-	-	3,8	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	4,4
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-	4,5
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	-	3,2	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-
- Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3

Cuadro 4.3.4.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
- Felipe González	50	52	49	51	50	46	52	52	52	52	55	52
- José María Aznar	56	59	60	59	60	56	72	71	74	85	96	73
- José Luis Rodríguez Zapatero	43	47	43	42	44	40	47	48	47	52	57	51
- Gaspar Llamazares	49	56	50	48	57	48	53	62	58	62	65	57
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	37	40	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	-	51	48	48	-	-	-	-	57	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	-	-	50	-	-	-	-	-	60	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	51	-	-	-	-	-	69	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-
- Luisa Fernanda Rudi	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	-	-	51	-	-	-	-	-	66	-	-	-
- Federico Trillo	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	-	70	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	-	-	88	-	-	-	-	131	137	-
- Ana de Palacio	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	113	-
-Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-
- Francisco Alvarez Cascos	54	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jean Marie Le Pen	137	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	57	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-
- Patxi López	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Adolfo Suárez Illana	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	-	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	69	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-	61	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	47
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-	-	49
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	-	-	81	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48	-	-
- Vladimir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48

Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MAYO 2002 – MAYO 2003

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+5,5)	**MEDIA (4,0-5,5)**	**BAJA (-4,0)**
Alto (+70%)	Reina Dª Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena	Felipe González José Mª Aznar Jaime Mayor Oreja Rodrigo Rato Javier Arenas José Luis Rodríguez Zapatero Mariano Rajoy Loyola de Palacio Francisco Alvarez Cascos Ana Palacio Alberto Ruíz Gallardón Tony Blair	Juan José Ibarretxe George W. Bush Manuel Fraga Esperanza Aguirre Ana Botella
Medio (50-70%)		Miguel Ángel Acebes Gerard Schröder Jacques Chirac Kofi Annan Federico Trillo Luisa Fernanda Rudi Adolfo Suárez Illana	Ariel Sharon Jean Marie Le Pen Gaspar Llamazares Silvio Berlusconi Vladimir Putin Yasir Arafat
Bajo (-50%)		Jesús Caldera Juan Fernando López Aguilar Patxi López Trinidad Jiménez Romano Prodi José Blanco	

Cuadro 4.3.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MAYO 2002 - MAYO 2003

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
CONOCIMIENTO	**ALTA (+65%)**	**MEDIA (50-65%)**	**BAJA (-50%)**
Alto (+70%)	Juan José Ibarretxe George W. Bush Mariano Rajoy José Mª Aznar Ana Botella Manuel Fraga	Felipe González Ana Palacio Rodrigo Rato Javier Arenas Loyola de Palacio Francisco Álavarez Cascos Esperanza Aguirre Jaime Mayor Oreja Tony Blair	Reina Dª Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena José Luis Rodríguez Zapatero Alberto Ruíz Gallardón
Medio (50-70%)	Jean Marie Le Pen Silvio Berlusconi Ariel Sharon Vladimir Putin Yasir Arafat	Gaspar Llamazares Luisa Fernanda Rudi Jacques Chirac Adolfo Suárez Illana Miguel Ángel Acebes Gerard Schröder	Federico Trillo Kofi Annan
Bajo (-50%)		Romano Prodi Patxi López Trinidad Jiménez	Jesús Caldera Juan Fernando López Aguilar José Blanco

Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MAYO 2002 - MAYO 2003

	IMAGEN CONTROVERTIDA		
VALORACION	**ALTA (+65%)**	**MEDIA (50-65%)**	**BAJA (-50%)**
Alta (+5,5)			Reina Dª Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena
Media (4,0-5,5)	José Mª Aznar Mariano Rajoy	Luisa Fernanda Rudi Felipe González Jaime Mayor Oreja Ana Palacio Rodrigo Rato Javier Arenas Jacques Chirac Trinidad Jiménez Loyola de Palacio Francisco Alvarez Cascos Romano Prodi Patxi López Adolfo Suárez Illana Miguel Ángel Acebes Tony Blair Gerard Schröder	Juan Fernando López Aguilar Jesús Caldera José Luis Rodríguez Zapatero Kofi Annan Federico Trillo Alberto Ruíz Gallardón José Blanco
Baja (-4,0)	Jean Maire Le Pen Juan José Ibarretxe George W. Bush Ariel Sharon Yasir Arafat Silvio Berlusconi Ana Botella Manuel Fraga Esperanza Aguirre Vladimir Putin	Gaspar Llamazares	

Cuadro 4.3.8.

Valoración Media de Personajes Públicos, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	TOTAL	Jesús Caldera	Felipe González	José Blanco	Gaspar LLamazares	J.L. Rodríguez Zapatero	Trinidad Jiménez	José María Aznar
TOTAL	**(1210)**	**4,4**	**5,0**	**4,3**	**3,8**	**4,9**	**4,5**	**4,1**
Edad:								
18 a 29 años	(279)	4,3	4,7	4,2	3,9	4,5	4,4	3,4
30 a 49 años	(444)	4,4	5,2	4,3	4,0	5,1	4,8	3,9
50 a 64 años	(235)	4,5	4,9	4,2	3,7	4,9	4,3	4,4
65 y más años	(251)	4,2	5,2	4,4	3,5	5,0	4,1	4,8
Posición Social:								
Baja	(425)	4,7	5,6	4,5	3,7	5,3	4,6	4,3
Media	(611)	4,3	4,8	4,1	3,9	4,7	4,5	4,0
Alta	(174)	4,4	4,7	4,4	3,8	4,7	4,4	3,7
Ideología:								
Izquierda	(453)	4,9	5,9	4,6	4,7	5,9	5,2	2,3
Centro	(281)	4,3	4,7	4,1	3,5	4,4	4,2	5,0
Derecha	(204)	3,5	3,4	3,8	2,2	3,3	3,2	6,7
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(455)	4,3	4,9	4,3	3,8	4,7	4,5	4,1
Medio	(544)	4,5	5,2	4,2	3,9	5,1	4,5	4,0
Medio Bajo/Bajo	(210)	4,3	4,9	4,6	3,7	4,9	4,4	4,2
Recuerdo de Voto:								
PP	(327)	3,7	3,8	3,9	2,5	3,7	3,7	6,5
PSOE	(334)	5,2	6,8	4,9	4,6	6,5	5,6	2,7
IU	(51)	4,2	4,7	4,1	5,6	5,1	4,7	1,9
Nacionalista derecha	(49)	4,1	4,5	3,9	4,2	4,1	4,0	3,1
Nacionalista izqda.	(9)	3,5	4,2	4,0	3,5	3,6	4,0	1,7
Otros, en blanco	(47)	4,3	5,1	4,7	4,2	5,0	3,9	3,3
No votó	(234)	4,3	4,3	3,8	3,9	4,3	4,1	3,7
No sabe	(30)	5,3	5,1	3,4	3,5	4,7	4,2	4,3
No contesta	(129)	4,0	4,9	4,2	4,0	5,0	4,5	3,8
Clientes de:								
Bancos	(338)	4,4	4,9	4,4	3,8	5,0	4,7	4,2
Cajas	(918)	4,4	5,1	4,3	3,9	4,9	4,5	4,0

Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos.

MAYO 2002 – MAYO 2003	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	97
2. Reina Dña. Sofía	97
3. Príncipe Felipe	96
4. José Mª Aznar	95
5. Infanta Elena	94
6. Felipe González	94
7. Infanta Cristina	93
8. Manuel Fraga	93
9. José Luis Rodríguez Zapatero	91
10. Ana Botella	91
11. George W. Bush	89
12. Rodrigo Rato	88
13. Xabier Arzallus	86
14. Javier Arenas	85
15. Jaime Mayor Oreja	84
16. Mariano Rajoy	80
17. Francisco Alvarez Cascos	80
18. Ana Palacio	77
19. Juan José Ibarretxe	74
20. Loyola de Palacio	74
21. Esperanza Aguirre	72
22. Alberto Ruíz Gallardón	71
23. Tony Blair	71
24. Jasir Arafat	70
25. Federico Trillo	68
26. Jacques Chirac	68
27. Ariel Sharon	66
28. Vladimir Putin	66
29. Gaspar Llamazares	64
30. Silvio Berlusconi	63
31. Jean Marie Le Pen	62
32. Miguel Ángel Acebes	61
33. Luisa Fernanda Rudi	59
34. Gerard Schröder	56
35. Adolfo Suárez Illana	54
36. Kofi Annan	52
37. Romano Prodi	48
38. Trinidad Jiménez	43
39. Jesús Caldera	38
40. José Blanco	32
41. Patxi López	29
42. Juan Fernando López Aguilar	22

Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos.

MAYO 2002 – MAYO 2003	Valoración Media (x)
1. El Rey Juan Carlos	7,1
2. Reina Dña. Sofía	7,1
3. Infanta Cristina	6,6
4. Príncipe Felipe	6,6
5. Infanta Elena	6,3
6. Kofi Annan	5,2
7. José Luis Rodríguez Zapatero	5,0
8. Felipe González	5,0
9. Jaime Mayor Oreja	4,8
10. Juan Fernando López Aguilar	4,8
11. Alberto Ruíz Gallardón	4,7
12. Jesús Caldera	4,6
13. Federico Trillo	4,6
14. Luisa Fernanda Rudi	4,5
15. Adolfo Suarez Illana	4,4
16. Ana Palacio	4,4
17. Trinidad Jiménez	4,4
18. Loyola de Palacio	4,3
19. Mariano Rajoy	4,3
20. Rodrigo Rato	4,3
21. Miguel Ángel Acebes	4,3
22. José Blanco	4,3
23. Romano Prodi	4,3
24. José Mª Aznar	4,2
25. Javier Arenas	4,1
26. Francisco Alvarez Cascos	4,1
27. Jacques Chirac	4,1
28. Gerard Schröder	4,0
29. Tony Blair	4,0
30. Patxi López	4,0
31. Gaspar Llamazares	3,9
32. Esperanza Aguirre	3,6
33. Ana Botella	3,6
34. Juan José Ibarretxe	3,2
35. Silvio Berlusconi	3,2
36. Manuel Fraga	3,2
37. Vladimir Putin	3,2
38. Yasir Arafat	2,4
39. George W. Bush	2,1
40. Xabier Arzallus	2,0
41. Ariel Sharon	2,0
42. Jean Marie Le Pen	1,6

Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

MAYO 2002 - MAYO 2003	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina Dª Sofía	35
2. El Rey Juan Carlos	36
3. Príncipe Felipe	38
4. Infanta Cristina	40
5. Infanta Elena	41
6. Juan Fernando López Aguilar	45
7. Jesús Caldera	46
8. José Luis Rodríguez Zapatero	47
9. Alberto Ruíz Gallardón	47
10. Kofi Annan	48
11. José Blanco	48
12. Federico Trillo	49
13. Jaime Mayor Oreja	51
14. Felipe González	51
15. Romano Prodi	51
16. Miguel Ángel Acebes	52
17. Trinidad Jiménez	52
18. Luisa Fernanda Rudi	53
19. Ana Palacio	53
20. Loyola de Palacio	54
21. Gaspar Llamazares	55
22. Rodrigo Rato	55
23. Adolfo Suárez Illana	55
24. Francisco Alvarez Cascos	56
25. Jacques Chirac	56
26. Tony Blair	57
27. Gerard Schröder	58
28. Patxi López	58
29. Javier Arenas	60
30. Mariano Rajoy	66
31. José Mª Aznar	68
32. Esperanza Aguirre	68
33. Silvio Berlusconi	69
34. Ana Botella	70
35. Vladimir Putin	71
36. Juan José Ibarretxe	74
37. Manuel Fraga	81
38. Yasir Arafat	99
39. Ariel Sharon	113
40. George W. Bush	119
41. Xabier Arzallus	120
42. Jean Marie Le Pen	137

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 32% y 38% respectivamente, porcentaje que nos muestra cierta estabilidad de la proporción de ambos partidos. En IU se observa también cierta estabilidad, ya que 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 el PP (33%) y los partidos nacionalistas de izquierda (24%) 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 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 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 (19,6%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

La intención de voto hacia PSOE, IU y "otros" partidos es este mes superior a sus resultados reales en las últimas elecciones, mientras que para el PP y partidos nacionalistas, la intención de voto es inferior.

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 20% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (8,4% frente al 31,3% real de las elecciones del 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 (28,0%) sería tres 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 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.

PSOE, IU y "otros" partidos muestran este mes un recuerdo de voto superior a sus resultados reales, mientras que el PP y partidos nacionalistas muestran un recuerdo de voto inferior. Por otra parte, la intención es este mes superior al recuerdo de voto para todos los partidos excepto para el PP. Otro dato a resaltar es que la intención de voto a "otros" partidos suele estar muy sobre-estimada. Todo esto nos lleva a pensar que el PSOE es un partido que crece, ya que es el partido que aspira a gobernar y que tiene un líder que está mejor valorado por la sociedad española que los líderes de otros partidos (y hay que tener en cuenta, que normalmente muchos se apuntan al carro del caballo ganador, y parece ser que el PSOE vuelve a serlo). Asimismo, podemos decir que IU es un partido que gana votantes, aunque la ganancia es muy pequeña y habrá que ver como evoluciona en los próximos meses.

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 que tienen más de 50 años, los de posición social alta, los de centro y derecha.

b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los entrevistados de 30 a 49 años y los de izquierda.

c. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de izquierda y los de posición social alta.

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 es mayor entre los de izquierda y los de posición social alta.

f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, están relativamente más representados entre los entrevistados de posición social alta.

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 69% 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 PSOE 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 pocos meses antes de las elecciones alrededor del 30% 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 31%.

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 usadas 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 con el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, el autoposicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

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

a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto respecto a todos los partidos excepto el PP. Y recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los resultados reales de 2000) para PSOE, IU y "otros" partidos y recuerdo de voto sub-estimado para el PP y partidos nacionalistas.

b) Intención de voto superior a los resultados reales de marzo '00 para PSOE, IU y "otros" partidos.

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
MAYO 2003

	Resultados Reales en marzo 2000	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
		%		
PP	30,4	27,0	25,4	27,7
PSOE	23,3	27,6	30,9	28,4
IU	3,7	4,2	5,0	4,3
Nac. Centro y Dcha.	5,5	4,1	4,3	5,1
Nac. Izqda.	2,1	0,8	1,6	2,3
Otros	3,7	3,9	4,8	3,7
Abstención	31,3	19,3	8,4	28,5
NS/NC	-	13,1	19,6	-
Total Electores	100,0	100,0	100,0	100,0

*** A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).**

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:

- Estabilidad de voto para partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos,
- Ligero incremento para PSOE e IU,
- Y ligera disminución para el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y la abstención estimada.

Cuadro 4.4.1.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	(1.208)	(1.222)	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)
	%											
Podría Votar:												
PP	36	32	33	31	33	28	27	29	30	27	22	32
PSOE	32	31	39	35	31	38	37	35	40	39	39	38
IU	7	8	9	8	8	7	8	8	9	8	7	10
Nacionalistas Derecha	6	6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6
Nacionalistas Izquierda	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2
Otros	5	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7
No Votará	11	12	10	10	11	10	12	11	9	10	9	8
NS	9	11	8	9	10	9	8	10	8	8	10	7
NC	6	6	5	6	7	7	6	7	7	7	9	9
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	40	42	39	45	41	43	39	42	38	40	39	35
PSOE	59	60	52	56	59	54	52	58	52	52	50	54
IU	79	80	76	78	79	80	80	80	77	80	79	73
Nacionalistas Derecha	87	87	83	84	84	84	82	84	82	86	80	88
Nacionalistas Izquierda	67	72	64	64	66	66	74	75	68	74	90	74
Otros	93	92	90	92	92	91	92	92	91	92	91	91
Nunca Votaría:												
PP	24	26	28	24	26	29	34	29	32	33	39	33
PSOE	9	9	9	9	10	8	11	7	8	9	11	8
IU	14	12	15	14	13	13	12	12	14	12	14	17
Nacionalistas Derecha	7	7	10	9	10	10	11	10	11	7	7	6
Nacionalistas Izquierda	30	26	33	33	32	32	22	22	29	23	17	24
Otros	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2
No Votará	6	7	6	6	6	7	7	7	5	6	7	5
NS	18	20	13	15	17	13	14	18	14	14	12	12
NC	7	6	7	7	7	8	6	9	9	9	10	11

(*) 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 III-00	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
PP	**30,4**	29,7	26,7	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4
PSOE	**23,3**	25,4	24,2	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9
IU	**3,7**	3,6	4,9	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0
Nacionalistas Derecha	**5,5**	4,7	5,0	5,7	5,9	4,4	4,0	5,3	5,0	4,6	5,1	4,6	4,3
Nacionalistas Izquierda	**2,1**	2,4	2,0	2,3	2,2	2,0	2,5	3,5	2,6	2,3	2,2	2,4	1,6
Otros	**3,7**	4,5	5,1	4,6	4,4	5,7	5,4	5,0	4,6	4,5	5,6	5,7	4,8
No (Votó) Votará	**31,3**	12,0	13,2	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4
NS/NC	-	17,7	18,9	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6

*** A partir de abril de 2000 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2000. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, PNV, PA, EA, CC y PAR (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, EH/HB, IC-V y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2000 representación parlamentaria).**

Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 1996 y de 2000.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-0,7	-3,7	-4,4	-5,0	-2,8	-7,6	-8,0	-6,9	-6,0	-7,7	-11,7	-5,0
PSOE	+2,1	+0,9	+6,5	+4,3	+1,5	+8,5	+7,5	+4,9	+9,1	+9,2	+11,2	+7,6
IU	-0,1	+1,2	+1,1	+1,1	+0,9	+0,3	-0,2	+0,5	+0,1	-0,4	+0,5	+1,3
Nacionalistas Derecha	-0,8	-0,5	+0,2	+0,4	-1,1	-1,5	-0,2	-0,5	-0,9	-0,4	-0,9	-1,2
Nacionalistas Izquierda	+0,3	-0,1	+0,2	+0,1	-0,1	+0,4	+1,4	+0,5	+0,2	+0,1	+0,3	-0,5
Otros	+0,8	+1,4	+0,9	+0,7	+2,0	+1,7	+1,3	+0,9	+0,8	+1,9	+2,0	+1,1
No Votará	-19,3	-18,1	-20,8	-19,8	-19,9	-20,4	-19,2	-19,9	-21,6	-21,1	-22,3	-22,9
NS/NC	+17,7	+18,9	+16,3	+18,2	+19,5	+18,6	+17,4	+20,5	+18,3	+18,4	+20,9	+19,6
Indice Discrepancia	20,9	22,4	25,2	24,8	23,9	29,5	27,6	27,3	28,5	29,6	34,9	29,6
Diferencia en porcentaje respecto a 1996 y 2000												
PP	-2	-12	-14	-16	-9	-25	-26	-23	-20	-25	-38	-16
PSOE	+9	+4	+28	+18	+6	+36	+32	+21	+39	+40	+48	+33
IU	-3	+32	+30	+30	+24	+8	-5	+14	+3	-11	+14	+35
Nacionalistas Derecha	-14	-9	+4	+8	-20	-27	-4	-9	+16	-7	-16	-22
Nacionalistas Izquierda	+14	-5	+10	+5	-5	+19	+67	+24	+10	+5	+14	-24
Otros	+22	+38	+24	+19	+54	+46	+35	+24	+22	+51	+54	+30
No Votará	-62	-58	-66	-63	-64	-65	-61	-64	-69	-67	-71	-73

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	+0,6	-0,5	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6
PSOE	+0,8	+1,6	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3
IU	+0,5	+0,5	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8
Nacionalistas Derecha	+0,6	+0,7	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2
Nacionalistas Izquierda	+0,3	0	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8
Otros	+1,9	+1,3	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9
No Votará	-8,0	-8,6	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9
NS/NC	+3,3	+5,0	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5
Indice Discrepancia	8,0	9,1	9,2	11,8	12,8	12,8	11,9	12,4	11,2	12,1	16,2	12,5
Diferencia en Porcentaje respecto a Recuerdo de Voto:												
PP	+2	-2	0	-8	-1	-7	-5	-6	-8	-16	-24	-6
PSOE	+3	+7	+10	+11	+7	+20	+17	+16	+17	+16	+24	+12
IU	+16	+11	0	+17	+15	+43	0	+2	0	0	+20	+19
Nacionalistas Derecha	+15	+16	+4	+16	+2	-13	+18	+11	-8	+11	-12	+5
Nacionalistas Izquierda	+14	0	+28	+29	+100	+25	+67	+24	+44	+22	+4	+100
Otros	+73	+34	+53	+22	+90	+15	+2	+21	+2	+27	+58	+23
No Votará	-40	-39	-46	-46	-52	-49	-47	-49	-47	-43	-52	-56
NS/NC	+23	+36	+35	+52	+54	+38	+43	+48	+45	+42	+46	+50

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

MAYO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	**(1210)**	**25%**	**31**	**5**	**4**	**2**	**5**	**8**	**10**	**10**
Edad:										
18 a 29 años	(279)	18%	29	7	4	3	7	16	11	6
30 a 49 años	(444)	22%	35	7	3	2	7	8	9	8
50 a 64 años	(235)	32%	29	3	6	1	1	4	10	14
65 y más años	(251)	34%	28	1	5	*	2	5	13	13
Posición Social:										
Baja	(425)	25%	33	2	5	1	3	8	12	10
Media	(611)	25%	31	6	4	2	5	8	9	10
Alta	(174)	27%	25	8	2	3	8	11	8	6
Ideología:										
Izquierda	(453)	3%	60	11	4	4	4	3	7	5
Centro	(281)	33%	16	3	8	1	7	13	11	7
Derecha	(204)	83%	4	-	2	-	2	*	3	5
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(455)	28%	31	8	3	2	7	9	8	4
Medio	(544)	24%	33	4	4	2	4	9	10	10
Medio Bajo/Bajo	(210)	23%	24	3	7	*	3	5	15	19
Recuerdo de Voto:										
PP	(327)	78%	7	-	1	*	4	1	7	2
PSOE	(334)	3%	84	2	1	*	1	1	7	2
IU	(51)	4%	6	78	-	-	-	2	10	-
Nacionalistas derecha	(49)	2%	8	-	72	4	4	-	8	2
Nacionalistas izquierda	(9)	-%	11	-	-	55	11	-	11	12
Otros, en blanco	(47)	4%	15	11	2	4	39	6	11	9
No votó	(234)	12%	20	4	2	3	6	35	13	6
No sabe	(30)	14%	7	3	-	3	7	3	43	20
No contesta	(129)	4%	6	-	4	1	3	7	15	60
Clientes de:										
Bancos	(338)	28%	32	4	5	1	7	7	9	7
Cajas	(918)	24%	31	5	5	2	5	9	11	9

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	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
PP	+0,6	-0,5	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6
PSOE	+0,8	+1,6	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3
IU	+0,5	+0,5	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8
Nacionalistas Derecha	+0,6	+0,7	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2
Nacionalistas Izquierda	+0,3	0	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8
Otros, blanco	+1,9	+1,3	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9
No Votará	-8,0	-8,6	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9
NS/NC	+3,3	+5,0	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5
Indice de Discrepancia	**8,0**	**9,1**	**9,2**	**11,8**	**12,8**	**12,8**	**11,9**	**12,4**	**11,2**	**12,1**	**16,2**	**12,5**
Voto Estable	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
PP	24,3	21,7	21,2	22,0	22,5	18,8	18,2	18,8	20,1	19,4	15,4	21,0
PSOE	19,8	18,3	22,7	21,2	18,5	23,4	22,6	21,3	23,7	24,1	24,2	23,1
IU	2,2	3,0	3,0	3,0	3,1	1,8	2,1	3,0	2,6	1,9	2,3	3,3
Nacionalistas Derecha	3,2	3,8	4,1	4,3	3,4	2,9	3,3	3,2	3,2	3,7	3,6	3,0
Nacionalistas Izquierda	1,8	1,5	1,5	1,4	0,6	1,4	1,6	1,6	1,3	1,5	1,6	0,4
Otros, blanco	1,8	1,6	1,5	1,6	1,2	2,1	2,5	1,8	2,4	2,0	2,0	1,5
No Votará	8,3	8,4	6,0	7,9	7,8	7,6	8,0	7,6	6,2	6,4	5,4	6,7
NS/NC	9,0	8,8	6,3	7,9	7,7	8,4	7,3	8,7	7,9	8,5	10,3	9,6
Total	**70,4**	**67,1**	**66,3**	**69,3**	**64,8**	**66,4**	**65,6**	**66,0**	**67,4**	**67,5**	**64,8**	**68,6**

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:	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
PP	5,4	5,0	4,8	3,4	5,1	4,0	4,2	4,7	4,3	3,3	3,3	4,4
PSOE	5,6	5,9	7,1	6,4	6,3	8,4	8,2	6,9	8,7	8,4	10,3	7,8
IU	1,4	1,9	1,8	1,8	1,5	2,2	1,4	1,2	1,2	1,4	1,9	1,7
Nacionalistas Derecha	1,5	1,2	1,6	1,6	1,0	1,1	2,0	1,8	1,4	1,4	1,0	1,3
Nacionalistas Izquierda	0,6	0,5	0,8	0,8	1,4	1,1	1,9	1,0	1,0	0,7	0,8	1,2
Otros, blanco	2,7	3,5	3,1	2,8	4,5	3,3	2,5	2,8	2,1	3,6	3,7	3,3
No Votará	3,7	4,8	4,5	3,6	3,6	3,3	4,1	3,8	3,5	3,8	3,6	1,7
NS/NC	8,7	10,1	10,0	10,3	11,8	10,2	10,1	11,8	10,4	9,9	10,6	10,0
Total	**29,6**	**32,9**	**33,7**	**30,7**	**35,2**	**33,6**	**34,4**	**34,0**	**32,6**	**32,5**	**35,2**	**31,4**

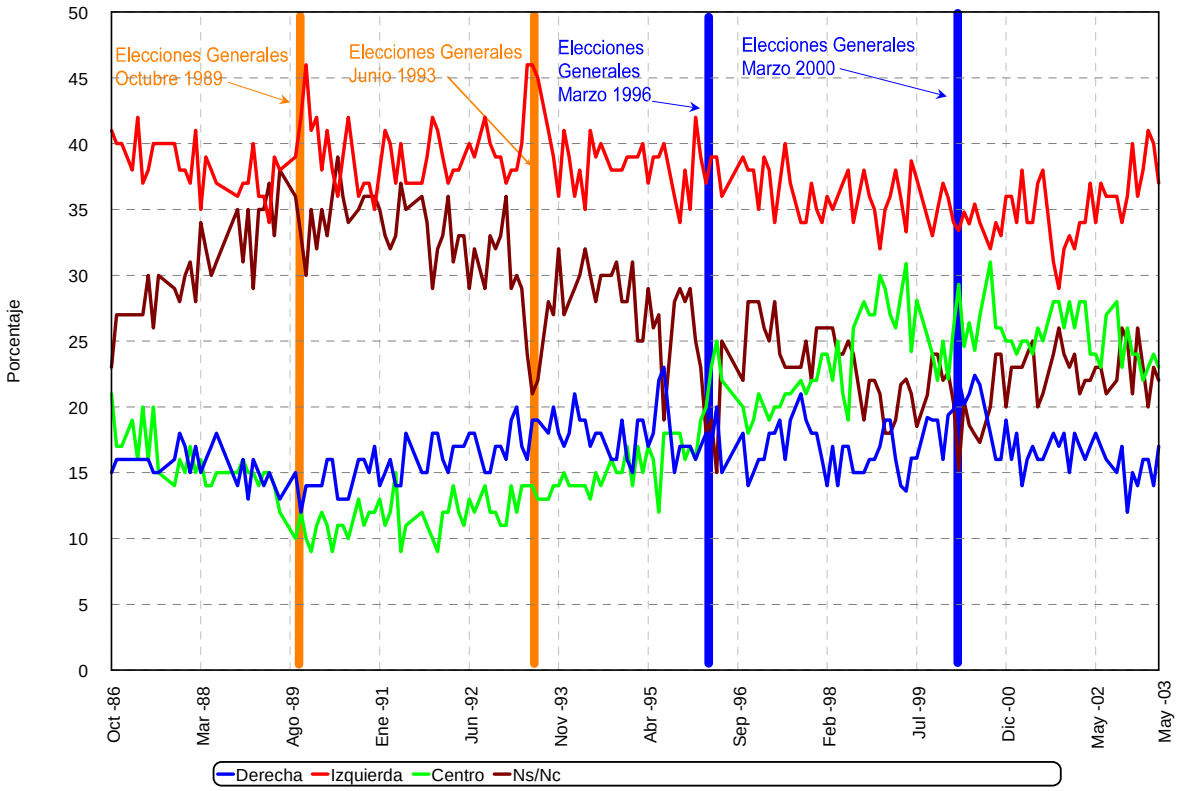
Pérdidas hacia Otros Partidos:	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
PP	4,8	5,5	4,9	5,6	5,4	5,7	5,4	6,3	6,5	7,6	9,2	6,0
PSOE	4,8	4,3	4,4	3,6	4,7	3,1	3,8	3,0	4,0	3,8	3,6	4,5
IU	0,9	1,4	1,8	1,1	0,9	1,0	1,4	1,1	1,2	1,4	1,2	0,9
Nacionalistas Derecha	0,9	0,5	1,4	0,8	0,9	1,7	1,2	1,3	1,8	0,9	1,6	1,1
Nacionalistas Izquierda	0,3	0,5	0,3	0,3	0,4	0,6	0,5	0,5	0,3	0,3	0,7	0,4
Otros, blanco	0,8	2,2	1,5	2,0	1,8	2,6	2,4	2,0	2,0	2,4	1,6	2,4
No Votará	11,7	13,4	13,6	13,2	16,1	13,8	14,8	14,6	12,1	11,6	13,3	12,6
NS/NC	5,4	5,1	5,8	4,1	5,0	5,1	4,9	5,2	4,7	4,5	4,0	3,5
Total	**29,6**	**32,9**	**33,7**	**30,7**	**35,2**	**33,6**	**34,4**	**34,0**	**32,6**	**32,5**	**35,2**	**31,4**

Cuadro 4.4.6.

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

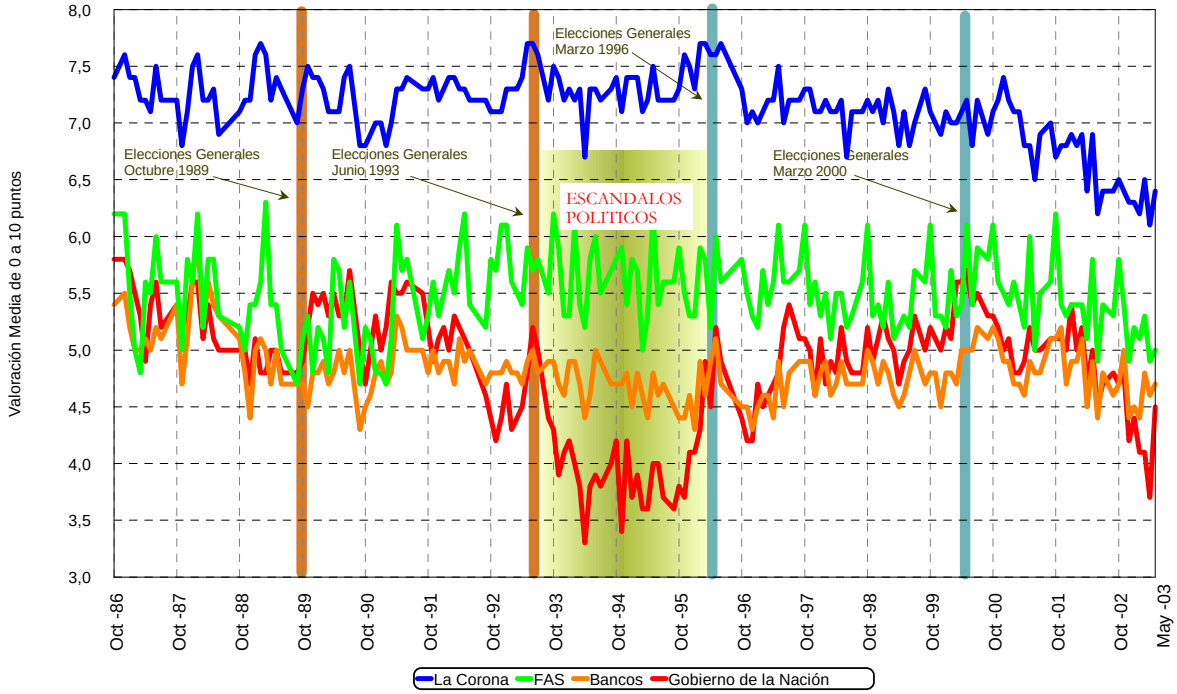
	Resultados Reales en III-00	**V-02**	**VI-02**	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
PP	**30,4**	29,9	28,1	29,3	27,2	29,5	27,0	27,6	26,9	26,9	25,7	22,5	27,7
PSOE	**23,3**	23,9	25,2	26,0	26,9	25,0	27,1	29,3	28,6	31,0	30,2	32,3	28,4
IU	**3,7**	3,6	4,1	4,0	4,4	4,5	3,8	3,8	3,9	3,6	3,9	4,4	4,3
Nacional.Drcha	**5,5**	5,6	5,5	5,1	6,4	5,5	4,9	5,8	5,3	4,9	6,0	5,3	5,1
Nac. Izda.	**2,1**	2,4	2,2	2,3	2,5	2,8	2,1	2,7	2,8	2,4	2,5	2,4	2,3
Otros	**3,7**	3,7	3,6	3,9	3,9	3,9	3,1	3,5	4,6	3,4	4,2	3,7	3,7
Abstención	**31,3**	30,9	31,3	29,4	28,7	28,8	32,0	27,3	27,9	27,8	27,5	29,4	28,5

AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO



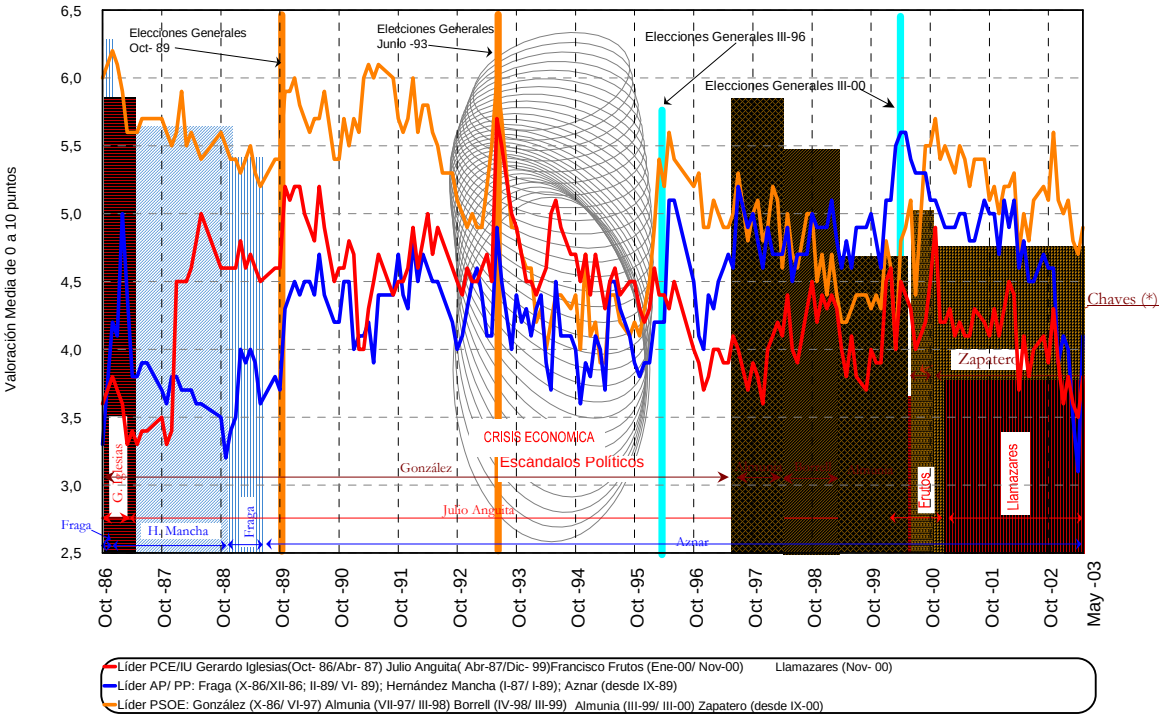
Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES



Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LOS LÍDERES DE LAS PRINCIPALES FORMACIONES POLÍTICAS

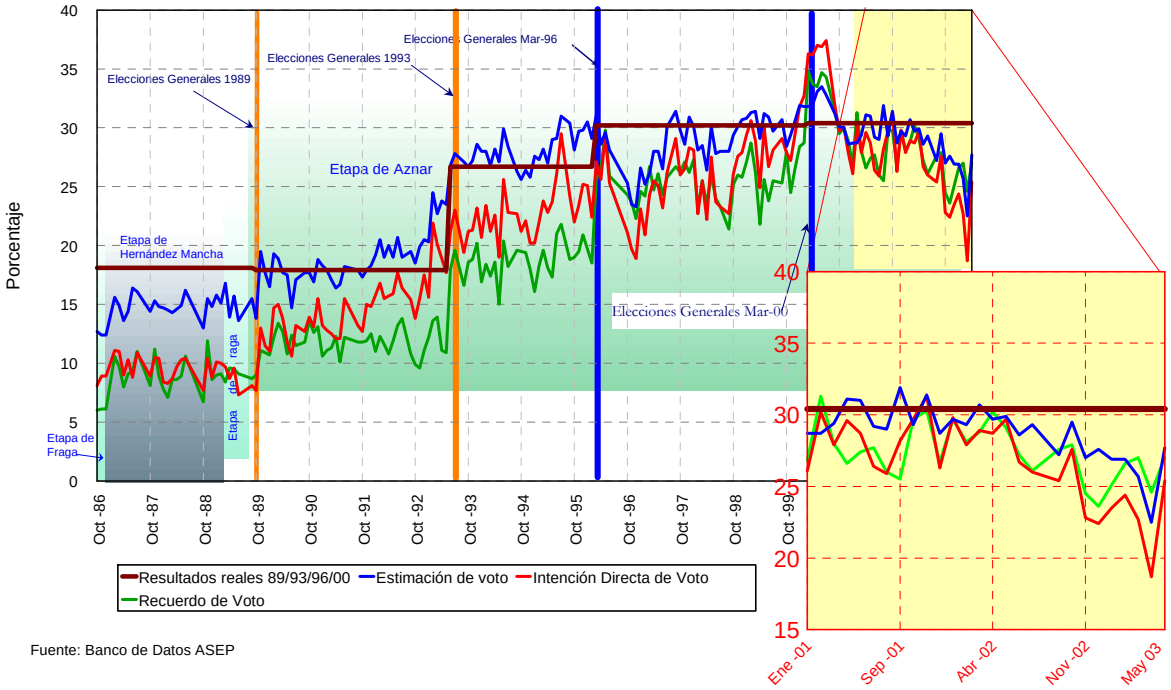


Líder PCE/IU Gerardo Iglesias(Oct- 86/Abr- 87) Julio Anguita(Abr-87/Dic- 99)Francisco Frutos (Ene-00/ Nov-00) Llamazares (Nov- 00)
Líder AP/ PP: Fraga (X-86/XII-86; II-89/ VI- 89); Hernández Mancha (I-87/ I-89); Aznar (desde IX-89)
Líder PSOE: González (X-86/ VI-97) Almunia (VII-97/ III-98) Borrell (IV-98/ III-99) Almunia (III-99/ III-00) Zapatero (desde IX-00)

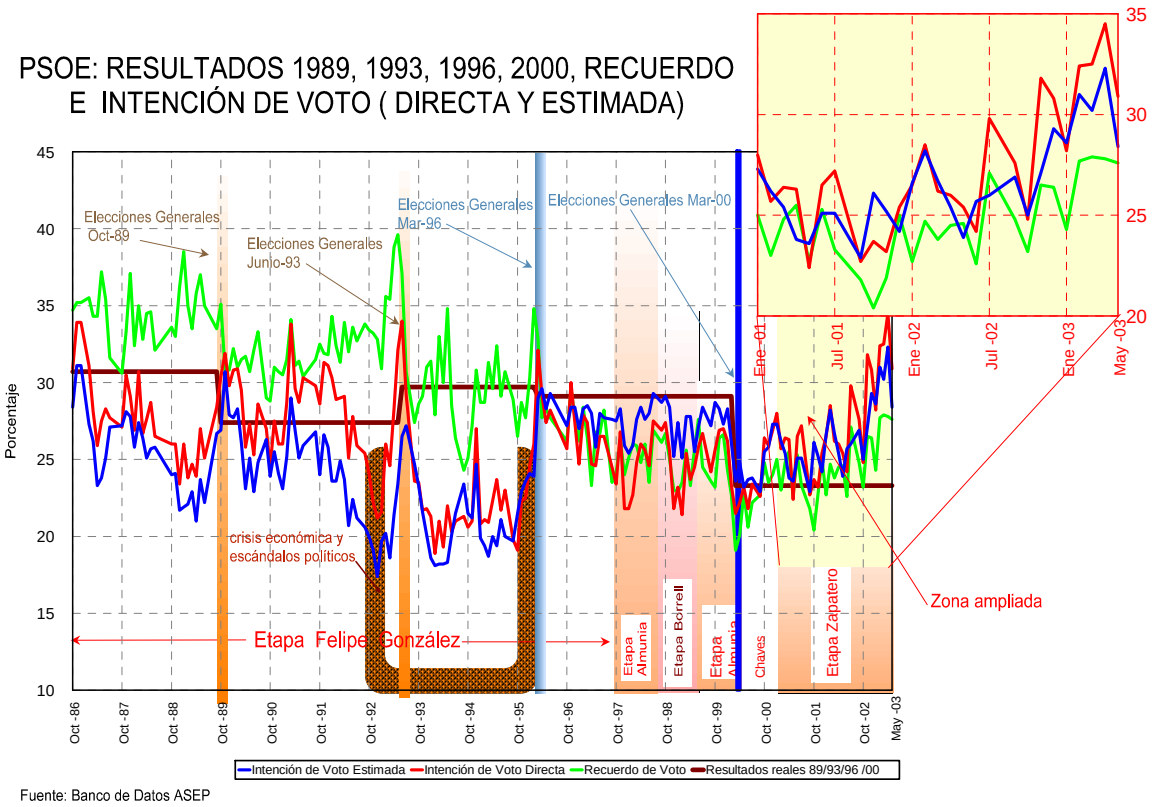
(*) En el mes de Junio, el valor del líder del PSOE corresponde a Felipe González en vez de a Cháves

Fuente: Banco de Datos ASEP

PP: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO DIRECTA Y ESTIMADA

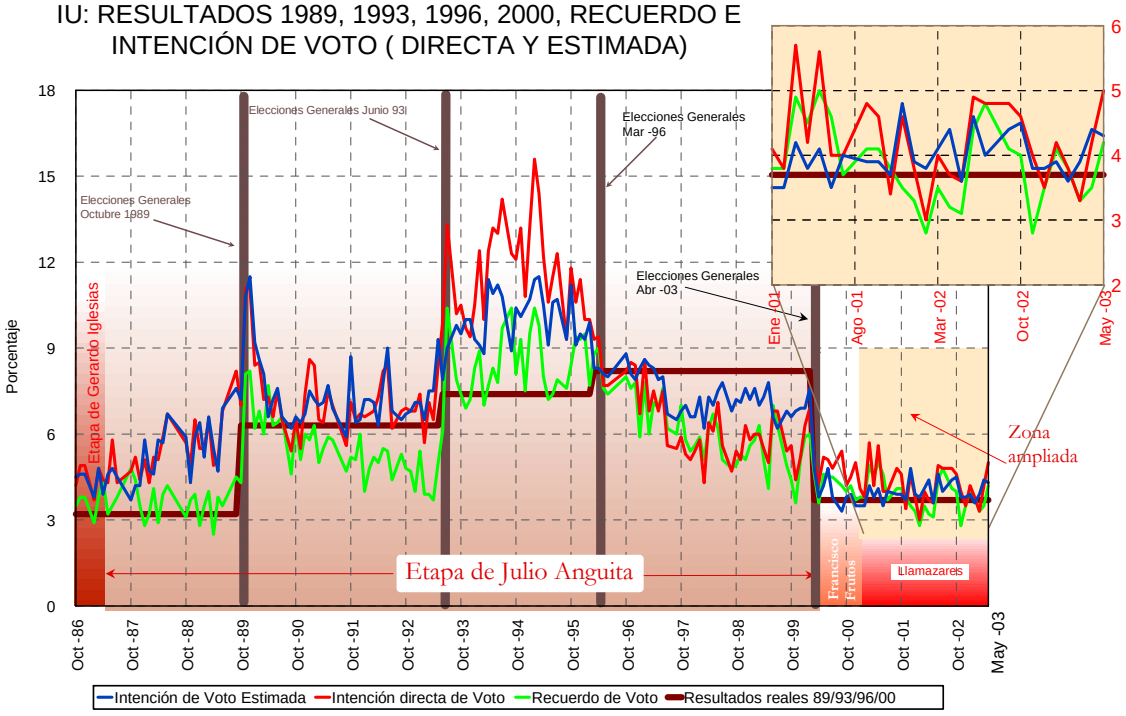


Fuente: Banco de Datos ASEP



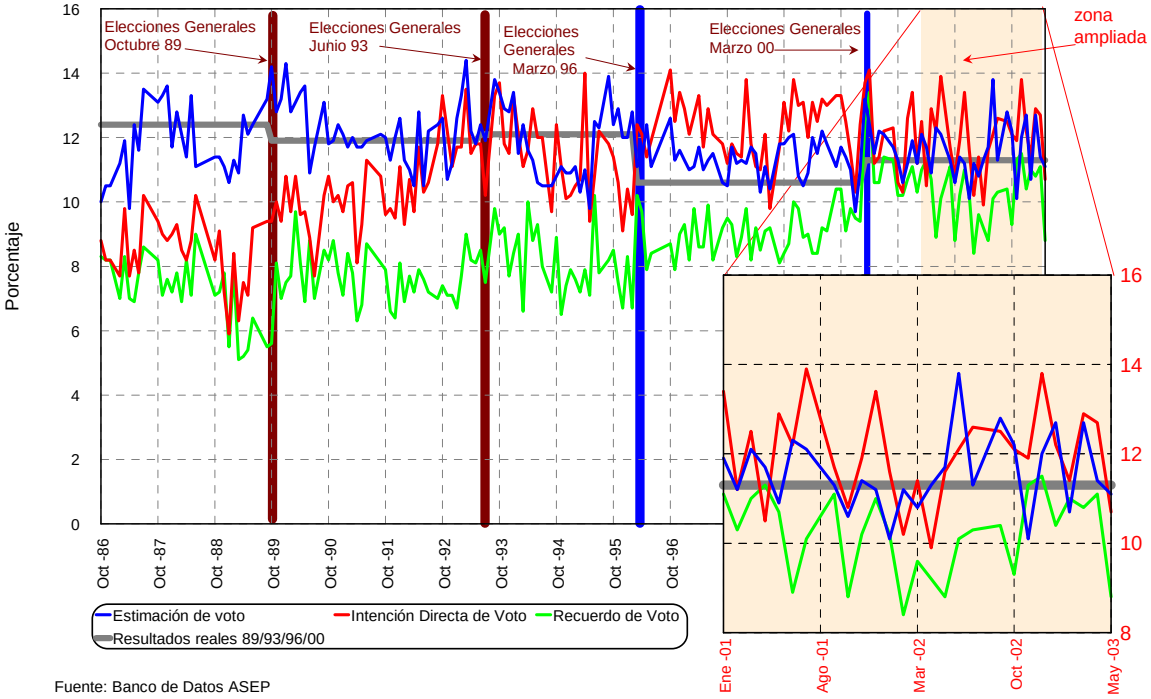
Fuente: Banco de Datos ASEP

IU: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



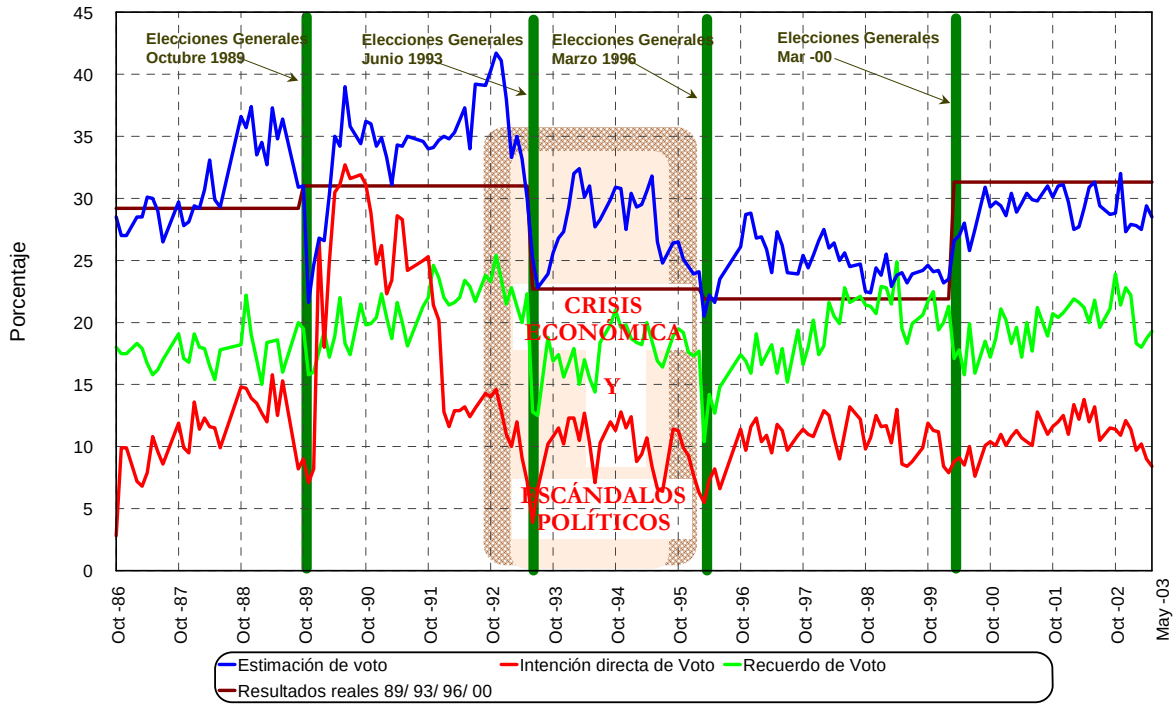
Fuente: Banco de Datos ASEP

OTROS PARTIDOS: RESULTADO 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



Fuente: Banco de Datos ASEP

ABSTENCION: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



Fuente: Banco de Datos ASEP

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

5. Utilización de Medios de Comunicación

Novedades más relevantes en el mes de Mayo de 2003:

En el preciso instante en el que el liderazgo de La Primera de TVE quedaba en evidencia por primera vez el pasado mes de abril, provocando la igualdad de audiencia entre los informativos de TVE y Telecinco durante la tarde- noche, el Ente público ha recibido como agua bendita la visita del Papa, devolviendo temporalmente a La Primera la ventaja que, durante los meses de la guerra de Iraq, había ido perdiendo ininterrumpidamente en beneficio de Telecinco.

La visita del Papa ha sido sin duda el revulsivo que necesitaban los medios de comunicación afines al gobierno Popular, no solamente porque la vocación católica es más intensa en este segmento de la población,- aunque el catolicismo español está muy por encima de las ideologías políticas -, sino también porque es bien sabido que los grandes acontecimientos institucionales son presenciados tradicionalmente a través de los medios de comunicación públicos.

Un segundo motivo para explicar el nuevo incremento de audiencia de los medios de comunicación afines al gobierno obedecería también al final de la guerra si se acepta la tesis de que los españoles tendemos a conectar con los informativos cuyas ideas son más afines a las nuestras, optando igualmente por desconectar cuando lo que nos cuentan disgusta. El público que habitualmente se informa a través de La Primera de TVE, la COPE o el ABC abandonó temporalmente el consumo de información a través de estos medios durante la guerra con Iraq, pero una vez concluida, y con el aliciente adicional de la visita del Papa, vuelven a sintonizar con sus informativos.

La cuestión que habría que analizar es pues doble: Podría aventurarse que la “caza” de audiencia de la que fueron objeto los informativos de La Primera de TVE en abril fueron la consecuencia de una situación extraordinaria adversa para los medios afines al gobierno, mientras que la nueva ventaja del Ente público sobre Telecinco en mayo es igualmente el resultado de otro acontecimiento extraordinario, en este caso favorable a sus intereses mediáticos, como lo es la visita institucional del Papa.

Si se excluyen ambos acontecimientos, cabría suponer que la situación que mejor refleja la situación de los informativos de ambas cadenas es la que tenía lugar antes del hundimiento del Prestige, es decir un Ente público que pierde audiencia lentamente, aún conservando su liderazgo, y una cadena privada como Telecinco, cuyos contenidos, percibidos como mayoritariamente neutrales, le permiten recortar lentamente la distancia que le separan de La Primera de TVE, pero sin la intensidad suficiente como para desplazar a su contrincante, a menos que se sucedan acontecimientos extraordinarios como el hundimiento del Prestige y una guerra como la de Iraq.

En todo caso, sea por el motivo que fuere, lo cierto es que el índice de exposición a la información de los españoles ha alcanzado su nivel más alto en los doce últimos meses (IEI= 112, en contraste con el IEI= 95 de hace un año), un dato que parece más explicable por la mencionada visita del Papa que por la campaña electoral municipal y autonómica. Lo cierto también es que ABC se sitúa en su porcentaje de lectores más alto del último año (2,3%), viviendo El Mundo una situación parecida que le coloca en un 3% de seguidores, sin olvidar tampoco a la cadena de la Conferencia Episcopal COPE, cuyo 6% de audiencia matinal eleva el listón de su audiencia al punto más alto desde mayo de 2002, en un contexto donde se ha detectado que los individuos con ideología de derecha se han expuesto a la información en una proporción de 10 puntos porcentuales superior a la del mes pasado, superando claramente al consumo de información entre los españoles con ideología de izquierda.

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN

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 Indice 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 de 30 - 49 años.
- Con alta posición social y alto status socioeconómico familiar.
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

El índice de mayo de 2003 se ha situado en el IEI = 112, 17 puntos por encima que hace un año y trece más que en abril de este mismo año.

Los medios sin duda se habrían beneficiado del seguimiento de la visita del Papa y del deseo renovado del público con ideología de derecha por consumir información, tras la conclusión inesperada de la guerra antes de lo previsto.

Ello explicaría el incremento general del consumo de informativos en todos los medios y cadenas o cabeceras, especialmente las afines al gobierno.

Las personas con ideología de derecha (+10 puntos) han consumido más información, aunque también los de izquierda (+8 puntos) lo que se refleja en el avance de su IEI.

El avance de 10 puntos en el IEI de los entrevistados con ideología de derecha se refleja con claridad en los incrementos de audiencia conocidos por ABC, La Primera de TVE y COPE.

Cuadro 5.1.1.

Indice de Exposición a la Información

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total	**(1.208)**	**(1.222)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
	%											
Alta	12	12	14	13	15	15	14	14	15	14	13	19
Media	35	37	36	37	36	37	36	39	39	39	36	37
Baja	43	40	42	43	42	40	44	38	38	40	43	36
Ninguna	10	10	9	7	7	8	7	8	8	7	7	8
IEI	95	100	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112

Cuadro 5.1.2.

Indice de Exposición a Información (IEI), por Características Socioeconómicas.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total IEI	**95**	**100**	**99**	**100**	**102**	**105**	**99**	**108**	**108**	**107**	**99**	**112**
Edad:												
- 30 años	87	105	100	90	103	105	96	102	98	99	92	108
30-49 años	105	108	109	111	116	116	114	120	118	120	111	119
50-64 años	98	99	96	104	97	103	97	113	115	113	106	108
65 y más años	84	77	81	89	81	85	79	88	95	90	80	108
Posición Social:												
Baja	70	71	71	76	75	72	70	83	79	77	67	86
Media	105	108	108	108	109	119	112	116	120	113	108	117
Alta	124	151	139	129	151	140	133	151	139	165	142	159
Hábitat:												
Rural	82	92	93	98	98	93	86	94	95	97	96	101
Urbano	97	100	97	95	101	103	98	110	108	111	96	108
Metropolitano	104	107	108	111	109	118	115	117	120	111	107	128
Ideología:												
Izquierda	109	115	110	106	116	124	112	113	119	117	107	120
Centro	97	99	96	97	107	96	101	113	104	107	95	107
Derecha	107	100	113	115	96	102	90	127	116	114	122	133
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	106	117	118	114	122	122	108	128	120	121	117	126
Medio	91	98	96	95	99	97	100	100	102	104	92	104
Medio Bajo	87	77	78	84	84	94	83	97	100	98	84	107
Bajo	35	31	37	83	31	62	46	98	100	55	58	73
Clientes:												
Bancos	103	110	121	123	112	117	117	125	129	127	115	128
Cajas	96	103	98	96	104	107	96	107	108	106	100	111

5.2. PRENSA DIARIA

Los porcentajes de lectura de diarios obtenidos en mayo indicarían que el final de la guerra y la visita del Papa han re impulsado la lectura de prensa, especialmente en aquellos diarios más afines a la derecha ideológica, como ABC, que alcanza su nivel más alto en los doce últimos meses (2,3%), así como en El Mundo (3%).

La esperanza en el cambio positivo de clima (coinciden factores tan favorables como la visita del Papa, las Elecciones Municipales y autonómicas, el mejor clima meteorológico primaveral o los puentes laborales que han interrumpido el ritmo de trabajo cotidiano) explicarían el mayor índice de lectores en el conjunto de la prensa, incluida la regional, de tal manera que el número total de diarios que superan el 0,5% de lectores regresa a los 32, cuando hace un mes era de 26 . El aumento afecta sobre todo a la prensa andaluza, la catalana y la valenciana, que fue precisamente la más perjudicada hace un mes.

Como se ha señalado al inicio de este apartado, parece que los diarios han encontrado en la visita del Papa y el resto de factores mencionados un revulsivo para maquillar la maltrecha tendencia que padece el sector en cuanto a lectores desde hace un año, trasladando el incremento a todos los segmentos de la población sin distinción.

El País sigue siendo el diario líder por excelencia y parece recuperar sus buenos resultados, superando incluso el 3,7% que conoció hace un año en estas fechas.

El Mundo muestra un incremento de 1,4 décimas en este último periodo, mientras que ABC eleva al 2,3% su porcentaje , su mejor dato del último año.

Se advierte una mayor estabilidad y progresión en la prensa de provincias, quizás porque la fidelidad es mayor y porque las cifras de difusión son muy limitadas, dificultando tanto los retrocesos espectaculares como los avances importantes en el número de lectores. Sin embargo, los mal llamados diarios de ámbito nacional están sujetos a una fidelidad más débil y, al contar con cifras de lectores mucho más altas, también experimentan incrementos y retrocesos porcentuales más notorios.

Permanecen los contrastes entre los distintos segmentos de la muestra, de tal manera que los de alta posición social (77%) con edades entre los 30 y los 49 años (56%) y con

ideología de derecha (55%) son quienes se incorporan nuevamente al consumo de este tipo de información impresa. Sin embargo, no deja de llamar la atención que los porcentajes de lectura de los individuos con una exposición mayor a la lectura de diarios coincidan casi con aquellos que caracterizaban hace cuatro años al promedio de la población, agrupando a quienes leen más con quienes leen menos.

El número de diarios que mantienen unos porcentajes de lectores de 18 y más años con un 0,5% se dispara a 32 y sigue existiendo uno solo, El País, que alcance más de un 4% de seguidores, en concreto un 5,2% de seguidores, de la misma forma que 4 cabeceras superan el 2% de lectores: El Mundo (3%), Marca (2,6%), El Periódico (2,4%) y ABC (2,3%).

La Razón no consigue confirmar su recuperación a tenor del 0,7% de lectores actual, 3 décimas menos que hace un mes.

% de Lectores el Día de Ayer

	May-2002	**Abr-2003**	**May`2003**	**Diferencia 04-02 VS 04-03**
El País	3,7	4,2	5,2	+1,5
Marca	2,6	1,8	2,6	=
El Mundo	2,0	1,6	3,0	+1,0
ABC	1,7	1,1	2,3	+0,6
El Periódico	2,1	2,7	2,4	+0,3
Vanguardia	1,3	2,0	1,8	+0,5

Todos los diarios de mayor recuperan lectores de hace un año, especialmente ABC y El País, de tal manera que lo único que realmente no cambia es la facultad de El País para mantenerse como el diario más leído de España, lo que sin duda solamente puede calificarse como un éxito si se considera que no ha perdido dicha condición desde su lanzamiento.

A lo largo del mes, los diarios están beneficiándose sin duda de los efectos de la buena acogida de las promociones iniciadas en enero para incentivar la fidelidad de compra diaria del periódico, lo que sin duda impulsa una vez más a preguntarse si los españoles se informan más o si compran el periódico para iniciar una colección. En mayo de 2003, además de las coincidencias en las colecciones de sellos emprendidas por El País y El Mundo, así como la persistencia de los diarios financieros y El Mundo o ABC por

ofrecer películas en DVD, o el parchís con personajes de El Señor de los Anillos que promueve el diario La Razón, debe recordarse que El País ha mantenido la oferta de CD`s con la reproducción de discos famosos de los años 70 y 80, mientras que El Mundo ofrece equipos DVD a precios muy especiales mediante la obtención de cupones.

Así se explicaría que el porcentaje de lectores de prensa se eleve hasta el 49% actual, el dato más importante del último año, 8 puntos porcentuales superior al de mayo de 2002.

Cuadro 5.2.1.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Total Lectores Periódicos	**41**	**43**	**42**	**43**	**44**	**47**	**45**	**47**	**45**	**45**	**40**	**49**
Edad:												
-30 años	45	46	46	43	47	51	44	48	45	47	39	52
30-49 años	46	48	49	52	52	54	55	54	51	54	49	56
50-64 años	39	42	38	41	37	43	41	44	47	46	37	44
65 y más años	30	29	28	30	31	30	30	33	34	29	28	38
Posición Social:												
Baja	24	26	26	26	27	27	26	31	28	25	23	31
Media	48	47	47	48	48	55	51	52	51	51	43	53
Alta	62	74	64	66	72	70	69	73	68	78	69	77
Ideología:												
Izquierda	47	52	50	46	51	52	52	49	49	50	46	52
Centro	39	40	37	41	45	45	45	48	42	46	40	47
Derecha	50	43	48	50	40	48	36	55	50	49	45	55
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	50	54	51	52	55	59	52	60	54	56	52	57
Medio	38	40	41	41	41	42	45	42	41	42	34	45
Medio bajo	35	33	29	30	33	38	31	38	39	36	31	43
Bajo	14	15	15	5	16	23	8	27	22	22	25	16
Clientes de:												
Bancos	43	50	52	54	50	55	52	55	56	53	47	56
Cajas	42	44	41	41	43	47	44	45	45	45	40	48

Cuadro 5.2.2.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
El País	3,7	4,5	4,8	4,8	5,3	6,5	6,9	5,7	5,5	5,5	4,2	5,2
ABC	1,7	1,7	1,0	1,5	1,2	1,7	1,7	1,5	1,8	1,3	1,1	2,3
El Mundo	2,0	2,1	1,7	2,2	1,9	2,4	2,3	2,3	3,5	1,4	1,6	3,0
El Periódico de Cataluña	2,1	2,3	2,6	3,3	2,0	2,5	2,4	2,8	2,4	2,7	2,7	2,4
La Vanguardia	1,3	1,4	1,8	2,0	1,3	2,3	2,1	2,0	1,6	1,8	2,0	1,8
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	1,5	2,2	2,0	1,6	1,6	1,5	1,7	1,2	1,4	0,9	1,0	1,6
Las Provincias	0,6	-	0,9	0,8	0,5	-	-	0,9	0,5	-	-	0,6
El Faro de Vigo	0,8	1,1	1,5	1,0	0,8	1,1	0,8	1,1	0,5	0,7	1,0	-
La Voz de Galicia	1,9	1,5	1,5	1,2	1,4	1,5	0,6	2,2	1,2	2,2	1,5	1,8
As	-	0,6	-	0,7	-	0,5	-	-	-	-	-	0,9
Heraldo de Aragón	0,8	1,6	0,9	0,9	1,4	1,1	1,2	1,4	1,2	0,8	1,2	1,3
Levante	0,9	0,5	0,7	0,8	0,7	1,5	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6	1,2
Diario Vasco	1,0	0,8	0,9	1,2	1,1	1,2	0,8	0,9	2,2	0,9	0,9	1,6
El Día	0,8	-	-	0,9	-	0,9	0,5	0,7	0,7	0,7	-	0,9
La Verdad	0,9	1,2	0,7	0,5	0,8	0,8	0,6	0,8	0,5	0,5	0,9	1,4
Marca	2,6	2,6	2,6	1,8	2,0	2,1	2,4	2,4	2,3	2,1	1,8	2,6
La Nueva España	0,8	1,2	1,1	1,2	1,4	1,6	1,2	1,2	0,9	1,3	1,7	0,7
Diario Montañés	0,7	-	-	0,6	0,9	0,5	0,5	0,8	-	-	0,7	1,0
Diario de Navarra	0,6	0,5	-	0,5	0,6	-	0,7	0,8	-	0,5	0,5	0,8
Información	0,5	0,7	0,5	1,1	0,6	-	0,6	-	-	1,2	1,2	1,3
Norte de Castilla	0,6	-	1,1	0,5	0,9	0,5	1,0	0,5	0,9	1,1	1,3	0,6
Sur	1,3	1,2	1,0	0,8	1,1	1,1	1,3	1,3	1,1	1,3	0,9	0,9
Diario de Mallorca	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-
Diario de León	0,8	-	0,8	0,6	0,5	0,5	0,9	0,5	-	-	-	1,0
Ultima Hora	0,7	0,6	0,6	0,7	0,8	0,5	0,9	0,8	-	0,5	0,7	0,8
El Ideal	0,5	0,6	-	0,9	0,6	-	0,8	0,7	0,5	0,6	-	0,6
Hoy	0,5	0,8	0,7	0,5	1,5	0,8	-	0,9	0,7	0,8	0,8	0,6
Diario de Cádiz	-	0,7	-	-	-	-	0,8	-	0,5	0,7	-	-
Progreso	0,6	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,5	-	0,5
Canarias-7	0,5	0,6	0,8	0,7	0,5	-	-	-	-	-	-	-
El Segre	-	0,7	-	-	1,0	-	-	0,5	0,6	-	-	-
Sport	-	0,6	0,5	-	-	-	0,6	-	-	0,5	-	0,6
La Región	-	-	0,8	0,6	-	-	-	-	-	-	-	0,5
Deia	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	0,7	-	-
La Provincia	-	0,6	0,7	0,6	-	0,7	0,5	0,8	0,7	0,5	0,6	-
La Opinión	0,6	-	0,5	0,6	-	-	-	-	0,7	-	0,6	0,8
La Razón	1,0	-	-	0,5	0,7	0,5	-	0,7	0,7	0,9	1,0	0,7
Mediterráneo	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,6	-	-
Correo Andaluz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-
Egin/ Gara	-	0,5	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-
Crónica de León	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
La Voz de Asturias	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Córdoba	-	0,7	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Diario de Tarragona	-	-	0,9	0,6	-	0,5	-	-	-	-	-	-
Punt Diari	-	-	-	-	0,5	-	0,5	-	-	0,6	-	-
Diario Jerez	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-		-	-
La Voz de Almería	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-
Metro	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,8	0,7	0,8	0,7
20 Minutos	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,6	0,8	1,5
Mundo Deportivo	-	-	-	-	-	-	-	-	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.).

Al igual que con los medios de comunicación restantes, la radio no es ajena a las condiciones ni a las actitudes sociales que determinan que la radio sea aceptada más o menos como un vehículo de información atractivo en la actualidad. En este sentido, está claro que las estructuras de los boletines radiofónicos son exactamente iguales que a principios de los años 90, hasta el punto de que los cambios presentados por las distintas cadenas estudiadas no pasan del cambio de conductor, en casos como el de Radio Nacional por las mañanas, o de algunos de sus contertulios, tal como se observa en los restantes.

Cuando concluyó el año 2002, se habló de “descalabro” de audiencias generalizadas al conjunto de cadenas, con menos intensidad en la Cadena Ser, que mantuvo su liderazgo en todas las franjas horarias. En mayo de 2003 se ha percibido una recuperación clara de la audiencia, beneficiando tanto a la Cadena Ser como a Onda Cero, Cope y, en menor medida, Radio Nacional de España, que no “levanta cabeza” desde que Julio César Iglesias abandona el espacio ”Buenos Días”.

Por otra parte, sigue siendo preocupante el uno por ciento que caracteriza a la audiencia de las tertulias nocturnas de Radio Nacional y de Onda Cero en dicha franja. Estos resultados indicarían el rechazo frontal de la audiencia a la persistencia de las cadenas de radio por contratar a contertulios que, día tras día, comparten una misma línea ideológica y afín a la cadena que les contrató, pretendiendo dar una imagen de debate de

ideas, cuando la audiencia sabe perfectamente que los contenidos terminan siendo diariamente los mismos, es decir defensas sistemáticas de la política del gobierno en Onda Cero, COPE y Radio Nacional o ataques frontales contra su gestión en la Cadena Ser, sea cual sea el asunto debatido.

La recuperación coyuntural vivida en Mayo se explicaría por las mismas razones que en la prensa y la televisión, adquiriendo quizás un mayor peso los debates electorales, más apropiados para este medio, dado que nos encontramos ante elecciones municipales, es decir en una situación en la que la televisión local no puede responder con la misma eficacia ante la demanda de información ciudadana en la misma medida que la radio, mucho mejor preparada en coberturas restringidas.

En mayo de 2003, la audiencia total de informativos radiofónicos entre los españoles de 18 y más años se ha elevado hasta el 29%, un dato esperanzador si se compara con el 24% de hace un año, más aún si se tiene en cuenta que, al igual que sucede con la prensa, es el dato mayor conocido en los doce últimos meses.

Con carácter excepcional seguramente, se ha detectado un leve incremento en el nivel de la audiencia en el programa “La Tarde” de Gemma Nierga, tanto en relación con la situación de hace un mes como de hace un año. Apenas uno de cada cuatro españoles conecta con los informativos matinales (24%), descendiendo hasta un ridículo 12% por las tardes y cayendo hasta un 9% por las noches.

La audiencia de las mañanas vuelve temporalmente a escuchar los informativos, quizás por los debates electorales ya mencionados, motivo por el que habrá que esperar al sondeo de junio para verificar si se trata de un cambio estructural o coyuntural.

El programa “Hoy por Hoy” de Iñaki Gabilondo en la Ser es el único que mantiene una audiencia superior al 10%, en concreto un 11%, por delante de su compañera de cadena Gemma Nierga (6%) y de los informativos matinales de COPE y Onda Cero (ambos con otro 6%).

Si se analiza el conjunto de la audiencia, se observa que los españoles con edades entre los de 50-64 años y 65 y más años escuchan los informativos matinales en proporciones algo superiores con respecto al promedio de la audiencia, mientras que las tertulias de la tarde tienen un grupo de seguidores especialmente amplio en las poblaciones rurales y

entre los individuos con media y baja posición social. En otras palabras, los individuos con edades comprendidas entre los 18-29 años y los 30-49 años no muestran una atracción especial por este medio, mientras que los de mayor edad son los que mantienen la fidelidad a los esquemas actuales, que son los que imperaban hace doce años, cuando estaban en la parte alta del abanico de los 30-49 años.

En síntesis, los informativos de la radio no se renuevan y, en consecuencia, las personas con actitudes más conservadoras, con independencia de la ideología pero con dependencia del inmovilismo propio de los mayores, mantienen su fidelidad a los informativos, en contraste con los nuevos públicos, reacios a un formato de informativo que quizás no se ajusta a su demanda.

No debe extrañar por lo tanto que la Cadena SER conserve el liderazgo en todas las franjas horarias, aumentando su ventaja sobre las cadenas restantes gracias a la reciente y progresiva captación de un público más joven, lo que le permite distanciarse en seis puntos por las mañanas en relación con COPE y Onda Cero, y en siete con respecto a Radio Nacional.

El índice general sigue siendo por lo tanto muy bajo y confirma 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.

No se producen sin embargo variaciones en 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 con ideología de izquierda es superior a la que tiene lugar en los otros dos programas citados.

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.

MAYO 2003	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.	Noche 8-12 h.
TOTAL	**(1210)**	**(343)**	**(297)**	**(145)**	**(88)**
			%		
Edad:					
18 a 29 años	23	16	14	15	11
30 a 49 años	37	39	39	44	46
50 a 64 años	19	21	21	18	21
65 y más años	21	25	26	23	21
Posición Social:					
Baja	35	29	31	31	25
Media	50	49	49	48	40
Alta	14	22	20	21	36
Ideología:					
Izquierda	37	42	42	45	42
Centro	23	22	21	16	22
Derecha	17	21	22	17	17
Hábitat de Residencia:					
Rural	22	19	19	23	13
Urbano	52	49	50	47	52
Metropolitano	26	32	31	30	35
Educación del entrevistado:					
Baja	35	32	35	34	32
Media	51	47	45	49	42
Alta	14	20	20	17	25
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	38	41	39	39	49
Medio	45	43	45	46	34
Medio Bajo/Bajo	17	16	17	15	17
Clientes de:					
Bancos	28	35	36	38	38
Cajas	76	75	73	74	74
Exposición a la Información:					
Alta	19	64	63	66	66
Media	37	35	36	33	31
Baja	36	1	1	1	3

Cuadro 5.3.2.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
TOTAL	**(1.208)**	**(1.221)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**
Entre 6 y 10 h. Mañana												
-"La Mañana" de Luis Herrero (COPE)	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	6
-"Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO)	6	6	6	6	7	6	5	6	7	6	5	6
-"Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER)	7	7	8	7	8	9	9	9	8	10	11	11
- "Buenos días" con Antonio Jiménez (RNE) (*)	5	3	3	5	4	5	3	5	5	3	4	5
% Radioyentes de Mañana	**22**	**19**	**19**	**21**	**21**	**22**	**19**	**22**	**23**	**22**	**21**	**24**
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
-"La Ventana", de Gemma Nierga (SER)	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	6
-"Al tran tran", de José Antonio Abellán (COPE)	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2
-"Herrera y Punto" con Carlos Herrera (Onda Cero)	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2
- "Lo que es la vida", de Nieves Herrero (RNE)	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2
% Radioyentes de Tarde	**8**	**9**	**9**	**8**	**9**	**10**	**9**	**8**	**11**	**9**	**9**	**12**
Entre las 8 y las 12 h. Noche												
-"La Brújula", de Carmen Martínez Castro (ONDA CERO)	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
-"Hora 25", de Carlos Llamas (SER)	3	2	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4
-"La Linterna", de Federico Jiménez Losantos (COPE)	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2
- "El Ojo crítico", de Paz Ramos (RNE)	*	*	1	1	1	1	*	1	1	*	1	1
-"24 horas", de Manuel Antonio Rico (RNE)	1	*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de Radioyentes de Noche	**7**	**5**	**9**	**7**	**7**	**7**	**7**	**7**	**7**	**6**	**7**	**9**
% Total de Oyentes de Informativos	**24**	**23**	**24**	**25**	**25**	**27**	**23**	**25**	**28**	**26**	**26**	**29**

(*) Hasta Septiembre 2002 estaba Julio Cesar Iglesias

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Siguientes Programas de Radio.

MAYO 2003	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)**	**(66)**	**(74)**	**(132)**	**(55)**	**(74)**	**(28)**	**(23)**	**(22)**	**(16)**	**(54)**	**(22)**	**(12)**	**(16)**
						%								
Edad:														
18 a 29 años	23	10	17	17	11	16	14	17	13	24	9	5	16	12
30 a 49 años	37	38	29	39	38	39	55	32	56	58	44	54	52	26
50 a 64 años	19	21	23	22	23	18	17	17	22	6	22	27	16	31
65 y más años	21	31	31	23	29	26	14	34	9	12	25	14	16	31
Posición Social:														
Baja	35	33	31	30	34	29	24	39	31	24	29	9	32	37
Media	50	45	51	49	45	55	47	34	45	31	38	42	59	31
Alta	14	22	18	21	21	15	29	27	23	44	33	49	9	32
Ideología:														
Izquierda	37	21	31	62	29	57	21	40	36	32	56	20	24	44
Centro	23	18	22	18	25	19	18	13	9	25	22	19	34	6
Derecha	17	44	30	8	27	5	42	26	22	32	5	33	9	37
Hábitat de Residencia:														
Rural	22	21	11	21	18	23	21	17	27	19	9	19	24	19
Urbano	52	38	53	49	51	45	58	39	50	37	54	62	59	44
Metropolitano	26	41	36	30	31	32	21	44	23	44	37	19	16	37
Educación del entrevistado:														
Baja	35	36	40	32	38	32	32	47	32	18	36	23	42	18
Media	51	40	38	50	44	50	61	31	46	44	41	37	32	50
Alta	14	25	22	17	19	18	7	22	23	38	19	39	25	26
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	38	37	30	39	40	37	40	27	51	50	49	53	33	32
Medio	45	41	46	45	45	44	46	56	45	43	29	38	42	37
Medio Bajo/Bajo	17	22	24	16	14	19	14	17	4	6	22	9	25	31
Clientes de:														
Bancos	28	47	33	34	38	39	36	31	45	45	35	38	42	38
Cajas	76	65	76	76	67	76	75	82	59	69	76	76	58	57
Exposición a la Información:														
Alta	19	67	65	63	51	65	75	57	64	76	59	76	83	81
Media	37	33	35	36	47	33	25	43	32	24	35	24	8	19
Baja	36	-	-	2	2	1	-	-	5	-	5	-	9	-

5.4 TELEVISION

Tal como se apuntaba en la introducción, el protagonismo de la guerra de Iraq se ha diluido rápidamente, quedando apagada su notoriedad con el efecto contundente de la visita del Papa a España y la campaña electoral municipal y autonómica.

Efectivamente, cuando el liderazgo de La Primera de TVE quedaba en evidencia por primera vez el pasado mes de abril, provocando la igualdad de audiencia entre los informativos de TVE y Telecinco durante la tarde- noche, el Ente público ha recibido como agua bendita la visita del Papa, devolviendo temporalmente a La Primera la ventaja que, durante los meses de la guerra de Iraq, había ido perdiendo ininterrumpidamente en beneficio de Telecinco.

Un segundo motivo para explicar el nuevo incremento de audiencia de La Primera de TVE obedecería también al final de la guerra si se acepta la tesis de que los españoles tendemos a conectar con los informativos cuyas ideas son más afines a las nuestras, optando igualmente por desconectar cuando lo que nos cuentan disgusta. El público que habitualmente se informa a través de La Primera de TVE abandonó temporalmente el consumo de información a través de estos medios durante la guerra con Iraq, pero una vez concluida, y con el aliciente adicional de la visita del Papa, vuelven a sintonizar con sus informativos. La mejor prueba que refuerza esta tesis estriba en que Telecinco ha mantenido su audiencia de abril, mientras que La Primera de TVE ha ganado 5 puntos porcentuales.

Por lo tanto, la "caza" de audiencia de la que fueron objeto los informativos de La Primera de TVE en abril fueron la consecuencia de una situación extraordinaria adversa por ser afin al gobierno, mientras que la nueva ventaja del Ente público sobre Telecinco en mayo es igualmente el resultado de otro acontecimiento extraordinario, en este caso favorable a sus intereses mediáticos, como lo es la visita institucional del Papa.

Si se excluyen ambos acontecimientos, cabría suponer que la situación que mejor refleja la situación de los informativos de ambas cadenas es la que tenía lugar antes del hundimiento del Prestige, es decir un Ente público que pierde audiencia lentamente, aún conservando su liderazgo, y una cadena privada como Telecinco, cuyos contenidos, percibidos como mayoritariamente neutrales, le permiten recortar lentamente la distancia que le separan de La Primera de TVE, pero sin la intensidad suficiente como para desplazar a su contrincante, a menos que se sucedan acontecimientos extraordinarios como el hundimiento del Prestige y una guerra como la de Iraq.

Mientras tanto, A3TV ha confirmado su crisis, cediendo el segundo puesto del ránking a una cadena como Telecinco, cuya fuerza ha residido precisamente en el esquema innovador de su presentación, en el carisma de su conductora Angels Barceló y en el tono marcadamente neutral de su exposición, tal como ratifica la percepción de la opinión pública cuando es consultada sobre el nivel de favoritismo de los principales medios hacia el PP y el PSOE.

Los informativos de televisión, con un 88% de seguidores, son en todo caso los espacios donde mejor se detecta el creciente rechazo de la audiencia hacia los contenidos, claramente supeditados, por una parte, al fútbol y, en segundo lugar, a las cámaras. La Primera de TVE y A3TV están sufriendo la mayor crisis de audiencia en sus informativos desde que las tres cadenas coexisten de una forma estable. Si se analizan los datos de audiencia de los distintos medios de comunicación, uno de los que sin duda llama más la atención es el total de seguidores de espacios televisivos en mayo de 2003. Un 88% afirma seguir alguno de los informativos televisivos, si bien es cuatro puntos superior al dato de hace un año.

No todos los informativos se han beneficiado pues de la recuperación de audiencia en mayo, aunque está por ver si no se trata de una leve "ganancia" coyuntural fruto de la notoriedad de la visita del Papa y de la campaña electoral.

Los altibajos experimentados por los informativos de las distintas cadenas de televisión ponen de manifiesto que TVE ya no compite consigo misma sino con Telecinco, pues el público que se informa a través de las cadenas privadas ha roto el tope histórico del 25% al alcanzar Telecinco un 25% por la tarde y un 28% al mediodía.

A3TV mantiene su audiencia en un 22% al mediodía y en un 17% por la tarde, seis y ocho puntos por debajo de Telecinco. En resumen, si no todos los informativos ganan audiencia en este caso se debe a que la visita del Papa y las Elecciones han beneficiado sobre todo a TVE.

En mayo de 2003, la audiencia de los informativos del mediodía es del 80%, seis puntos más que hace un año. Por la tarde noche se eleva hasta el 77%, siete puntos más que hace un año y tres menos que al mediodía.

Hace un año, La Primera de TVE distanciaba en 11 puntos a su inmediato seguidor al mediodía, mientras que, por la tarde noche lo hacía en 7 puntos. Ahora en mayo de

2003, La Primera aventaja a las privadas en sólo 7 puntos al mediodía y en 6 durante la tarde, lo que confirma que, de no producirse variaciones, la supremacía de los informativos podría estar viviendo sus últimos meses.

% Audiencia en 05/2003	Mediodía	Tarde Noche
La Primera de TVE	35%	31%
Telecinco	28%	25%
Antena 3 TV	22%	17%

El seguimiento de espacios informativos es del 80% al mediodía y del 77% por la tarde, es decir que el porcentaje ha aumentado en 6 y 7 puntos respectivamente con respecto a la situación de mayo de 2002.

La 2 retrocede hasta el 7%, aunque hubo alguna ocasión en que dicha cifra parecía estabilizarse entre un 10% y un 12% hace dos años. La audiencia total de informativos de televisión es ahora de un 88%, es decir cuatro puntos más que hace un año.

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 (36%), de posición social media (51%), con ideología de izquierda (37%) y de status socioeconómico medio (46%). 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.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, la progresiva pérdida de televidentes que se apuntaba en meses pasados no impide que este mes todas las cadenas hayan experimentado un “respiro” de entre 1 y 4 puntos más de seguidores por franja horaria, aumentando la diferencia entre La Primera de TVE y sus competidores.

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Boletín Informativo del Mediodía:												
TVE1	32	32	31	35	35	36	32	32	35	35	31	35
Antena 3 TV	21	22	21	24	24	20	18	21	22	21	21	22
Tele 5	23	20	21	20	20	21	24	22	24	25	28	28
Boletín Informativo de la Noche												
TVE1	26	25	27	32	32	30	30	28	30	29	27	31
Antena 3 TV	17	18	15	19	19	15	22	17	19	17	17	17
Tele 5	19	17	18	20	20	19	14	23	24	23	27	25

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 que afirman ver el informativo de TV3 (431) y el 31% de vascos que ven ETB.

Por la noche, la proporción de seguidores del informativo de TV3 (35%) no supera en este caso a la de los vascos que ven ETB (31%). En ambos casos, los porcentajes indican que las autonómicas no son ajenas a este proceso de pérdida de seguidores de informativos.

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.

Finalmente, ha de subrayarse el nuevo retroceso de los informativos de la madrugada, quizás porque los españoles no están dispuestos a trasnochar para ver un espacio informativo.

Cuadro 5.4.1.

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

MAYO 2003	Total Muestra	Total audiencia	Audiencia		
			Mediodía	Noche	Madrugada
TOTAL	**(1210)**	**(1071)**	**(964)**	**(935)**	**(121)**
			%		
Edad:					
18 a 29 años	23	23	22	22	25
30 a 49 años	37	36	34	36	41
50 a 64 años	19	20	21	19	17
65 y más años	21	22	23	23	17
Posición Social:					
Baja	35	35	36	36	41
Media	50	51	50	50	44
Alta	14	15	14	14	15
Ideología:					
Izquierda	37	37	37	38	28
Centro	23	24	25	23	26
Derecha	17	18	18	18	12
Hábitat de Residencia:					
Rural	22	22	22	23	22
Urbano	52	51	52	53	72
Metropolitano	26	26	26	24	6
Educación del entrevistado:					
Baja	35	34	35	36	35
Media	51	52	51	50	53
Alta	14	14	13	13	11
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	38	38	37	37	48
Medio	45	45	45	46	37
Medio Bajo/Bajo	17	17	17	17	15
Clientes de:					
Bancos	28	28	28	29	28
Cajas	76	77	76	77	72
Exposición a la Información:					
Alta	19	21	21	21	16
Media	37	41	41	42	36
Baja	36	38	38	37	48

Cuadro 5.4.2.

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

	V-02		VI-02		VII-02		IX-02		X-02		XI-02	
Total	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
MEDIODÍA												
- TVE-1, Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.208)	32	(1.222)	32	(1.212)	31	(1.212)	35	(1.208)	35	(1.202)	36
- Antena 3 con M. Prats y Susana Griso	(1.208)	21	(1.222)	22	(1.212)	21	(1.212)	24	(1.208)	22	(1.202)	20
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.208)	21	(1.222)	20	(1.212)	21	(1.212)	20	(1.208)	21	(1.202)	21
Canales Autonómicos:												
-Andalucía: Canal Sur	(214)	18	(212)	17	(210)	22	(208)	25	(209)	25	(212)	28
- Cataluña: TV3	(195)	39	(194)	42	(194)	40	(193)	50	(183)	39	(197)	38
- Com. Valenciana: C9	(118)	33	(123)	26	(125)	30	(124)	30	(124)	27	(124)	25
- Galicia: TV G	(87)	8	(87)	3	(87)	5	(87)	9	(85)	5	(84)	30
- Madrid: Telemadrid	(152)	12	(154)	10	(153)	11	(154)	12	(162)	12	(148)	17
- País Vasco: ETB 2	(61)	28	(67)	39	(67)	18	(63)	22	(67)	45	(66)	20
% Televidentes de Mediodía	**(1.208)**	**74**	**(1.222)**	**77**	**(1.212)**	**75**	**(1.212)**	**78**	**(1.208)**	**78**	**(1.202)**	**77**
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y M. Escario	(1.208)	26	(1.222)	25	(1.212)	27	(1.212)	32	(1.208)	29	(1.202)	30
- La 2, con Lorenzo Milá.	(1.208)	6	(1.222)	8	(1.212)	8	(1.212)	8	(1.208)	8	(1.202)	8
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.208)	17	(1.222)	18	(1.212)	15	(1.212)	19	(1.208)	19	(1.202)	15
- Tele 5, Ángeles Barceló	(1.208)	19	(1.222)	17	(1.212)	18	(1.212)	20	(1.208)	20	(1.202)	19
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.208)	1	(1.222)	1	(1.212)	1	(1.212)	1	(1.208)	1	(1.202)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(214)	20	(212)	18	(210)	13	(208)	20	(209)	16	(212)	17
- Cataluña: TV3	(195)	41	(194)	40	(194)	37	(193)	44	(183)	41	(197)	36
- Comunidad Valenciana:C9	(118)	29	(123)	18	(125)	26	(124)	21	(124)	14	(124)	13
- Galicia: TVG	(87)	7	(87)	-	(87)	6	(87)	9	(85)	2	(84)	22
- Madrid: Telemadrid	(152)	8	(154)	8	(153)	8	(154)	7	(162)	8	(148)	8
- País Vasco: ETB 2	(61)	24	(67)	39	(67)	24	(63)	24	(67)	46	(66)	16
% Televidentes de Noche	**(1.208)**	**70**	**(1.222)**	**68**	**(1.212)**	**71**	**(1.212)**	**78**	**(1.208)**	**75**	**(1.202)**	**71**
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.208)	4	(1.222)	3	(1.212)	4	(1.212)	4	(1.208)	3	(1.202)	4
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.208)	2	(1.222)	1	(1.212)	2	(1.212)	4	(1.208)	2	(1.202)	1
- Tele 5, Máximo Huertas	(1.208)	2	(1.222)	2	(1.212)	1	(1.212)	4	(1.208)	1	(1.202)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(214)	3	(212)	5	(210)	2	(208)	4	(209)	4	(212)	5
- Cataluña: TV3	(195)	1	(194)	-	(194)	1	(193)	4	(183)	2	(197)	-
- Galicia: TVG	(87)	1	(87)	-	(87)	-	(87)	-	(85)	-	(84)	-
- País Vasco: ETB 2	(61)	-	(67)	6	(67)	2	(63)	2	(67)	1	(66)	2
% Televid.de Madrugada	**(1.208)**	**8**	**(1.222)**	**7**	**(1.212)**	**8**	**(1.212)**	**11**	**(1.208)**	**6**	**(1.202)**	**7**
% Total de Televidentes	**(1.208)**	**84**	**(1.222)**	**86**	**(1.212)**	**86**	**(1.212)**	**88**	**(1.208)**	**91**	**(1.202)**	**87**

Cuadro 5.4.2. (Continuación)

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

	XII-02		I-03		II-03		III-03		IV-03		V-03	
Total	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
MEDIODIA												
- TVE-1: Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.210)	32	(1.215)	32	(1.209)	35	(1.210)	35	(1.205)	31	(1.210)	35
- Antena 3 M. Prats y Susana Griso	(1.210)	18	(1.215)	21	(1.209)	22	(1.210)	21	(1.205)	21	(1.210)	22
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.210)	24	(1.215)	22	(1.209)	24	(1.210)	25	(1.205)	28	(1.210)	28
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(212)	29	(213)	22	(211)	20	(211)	26	(212)	21	(213)	20
- Cataluña: TV3	(189)	42	(192)	47	(191)	31	(191)	46	(193)	48	(194)	31
- Com. Valenciana: C9	(123)	22	(125)	26	(123)	28	(124)	28	(113)	25	(124)	12
- Galicia: TV G	(86)	11	(87)	9	(87)	27	(87)	16	(87)	22	(87)	6
- Madrid: Telemadrid	(156)	13	(156)	16	(154)	12	(154)	10	(154)	8	(160)	8
- País Vasco: ETB 2	(64)	45	(68)	27	(65)	35	(64)	44	(64)	45	(68)	31
% Televidentes de Mediodía	**(1.210)**	**76**	**(1.215)**	**79**	(1.209)	**79**	(1.210)	**81**	(1.205)	**77**	(1.210)	**80**
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y Mario Escario	(1.210)	30	(1.215)	28	(1.209)	30	(1.210)	29	(1.205)	27	(1.210)	31
- La 2, con Lorenzo Milá	(1.210)	7	(1.215)	8	(1.209)	7	(1.210)	7	(1.205)	6	(1.210)	7
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.210)	14	(1.215)	17	(1.209)	19	(1.210)	17	(1.205)	17	(1.210)	17
- Tele 5, con Ángeles Barceló	(1.210)	22	(1.215)	23	(1.209)	24	(1.210)	23	(1.205)	27	(1.210)	25
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.210)	1	(1.215)	1	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	2	(1.210)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(212)	19	(213)	14	(211)	16	(211)	20	(212)	13	(213)	17
- Cataluña: TV3	(189)	39	(192)	42	(191)	35	(191)	48	(193)	46	(194)	35
- Comunidad Valenciana: C9	(123)	15	(125)	24	(123)	27	(124)	29	(113)	11	(124)	13
Galicia: TVG	(86)	6	(87)	6	(87)	22	(87)	8	(87)	10	(87)	3
-Madrid: Telemadrid	(156)	8	(156)	11	(154)	9	(154)	8	(154)	2	(160)	8
- País Vasco: ETB 2	(64)	50	(68)	22	(65)	40	(64)	34	(64)	47	(68)	31
% Televidentes de Noche	**(1.210)**	**75**	**(1.215)**	**76**	(1.209)	**77**	(1.210)	**76**	(1.205)	**72**	(1.210)	**77**
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.210)	3	(1.215)	4	(1.209)	3	(1.210)	4	(1.205)	2	(1.210)	4
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.210)	1	(1.215)	2	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	1	(1.210)	3
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.210)	3	(1.215)	2	(1.209)	3	(1.210)	2	(1.205)	3	(1.210)	3
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(212)	2	(213)	2	(211)	2	(211)	4	(212)	2	(213)	3
- Cataluña: TV3	(189)	1	(192)	1	(191)	1	(191)	2	(193)	1	(194)	1
- Galicia: TVG	(86)	-	(87)	-	(87)	1	(87)	-	(87)	-	(87)	-
- País Vasco: ETB 2	(64)	-	(68)	4	(65)	5	(64)	-	(64)	3	(68)	3
% Televidentes de Madrugada	**(1.210)**	**7**	**(1.215)**	**9**	(1.209)	**9**	(1.210)	**10**	(1.205)	**6**	(1.210)	**10**
% Total de Televidentes	**(1.210)**	**88**	**(1.215)**	**89**	(1.209)	**88**	(1.210)	**90**	(1.205)	**89**	(1.210)	**88**

Cuadro 5.4.3.

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

		MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
MAYO 2003	**Total**	**TVE1**	**Antena 3**	**Tele 5**	**TVE1**	**La 2**	**Antena 3**	**Tele 5**	**Canal Plus**	**TVE1**	**Antena 3**	**Tele 5**
TOTAL	**(1210)**	**(420)**	**(263)**	**(338)**	**(371)**	**(90)**	**(206)**	**(304)**	**(14)**	**(48)**	**(32)**	**(32)**
						%						
Edad:												
18 a 29 años	23	14	29	25	14	22	25	28	43	12	34	37
30 a 49 años	37	29	36	39	29	44	37	41	22	39	42	54
50 a 64 años	19	25	17	19	24	13	19	18	7	27	15	3
65 y más años	21	32	17	17	33	21	19	14	28	23	9	6
Posición Social:												
Baja	35	44	32	29	46	27	32	26	21	47	43	18
Media	50	47	52	51	45	54	53	54	49	40	44	53
Alta	14	9	16	20	9	20	15	20	29	13	13	28
Ideología:												
Izquierda	37	23	29	53	25	51	30	53	79	17	16	62
Centro	23	27	28	19	25	18	27	18	7	33	34	16
Derecha	17	27	17	9	28	16	18	10	-	15	16	10
Hábitat de Residencia:												
Rural	22	23	16	22	27	18	16	19	7	21	18	23
Urbano	52	51	58	50	48	48	58	57	58	75	75	68
Metropolitano	26	26	26	28	25	34	27	23	35	4	6	9
Educación del entrevistado:												
Baja	35	46	26	24	50	22	29	25	7	43	34	12
Media	51	42	61	56	40	51	58	57	58	53	60	60
Alta	14	12	13	19	9	26	13	17	35	4	6	25
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	38	30	44	43	28	42	42	46	44	38	50	69
Medio	45	51	42	41	53	43	41	40	49	48	41	19
Medio Bajo/Bajo	17	19	14	16	19	15	16	15	7	14	9	12
Clientes de:												
Bancos	28	29	25	31	28	25	29	33	43	29	19	34
Cajas	76	74	74	78	76	81	73	77	57	69	84	69
Exposición a la Información:												
Alta	19	19	24	28	16	32	29	25	21	11	13	28
Media	37	39	40	41	40	46	38	42	72	32	31	44
Baja	36	42	35	31	44	22	33	33	7	58	56	28

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.

En relación con el tema de los favoritismos ideológicos hacia el PP o el PSOE, mayo de 2003 no ha sido un mes distinto a los anteriores por cuanto presenta nuevamente un cuadro bastante radical en la percepción de los españoles. Con la posición de defensa a ultranza de la posición de EEUU en el conflicto de Iraq, se han agudizado las posiciones entre defensores y detractores de la política del gobierno. La Cadena SER y Onda Cero tienden a ser vistos menos neutrales, mientras que se agudizan las sensaciones de favoritismo de medios como ABC, El Mundo y El País, de tal manera que El País, la Cadena SER son claramente vistos como mayoritariamente favorables al PSOE, mientras que todos los medios restantes son vistos como favorables al PP, excepto Telecinco, el único medio que aún es visto como mayoritariamente neutral.

El porcentaje de españoles que piensa que La Primera de TVE favorece al PSOE es prácticamente nulo , sucediendo lo mismo con RNE y el diario ABC.

En el polo opuesto, también han observado los españoles que El País se está decantando con mayor claridad por su partido más afín históricamente, de tal manera que el porcentaje de individuos que lo señala como favorable al PSOE ya se dispara hasta un 25%, mientras que en la Cadena SER se sitúa en un 17%.

El Mundo (23%) y A3TV (33%) han confirmado, con su línea editorial, su ya no oculta tendencia a favorecer al PP, mientras que la COPE (22%) regresa a sus orígenes.

☞ **En resumen, La Primera de TVE (55%), A3TV (33%), RNE (36%), ABC (40%) , Onda Cero (19%) y El Mundo (23%) son vistos como mayoritariamente pro- PP, mientras que El País (25%) y la Cadena SER (17%) son percibidos mayoritariamente como pro- PSOE.**

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.

MAYO 2003	Más favorable al PSOE	Más bien neutro	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	1%	16	55	*	29
Antena 3	3%	28	33	1	35
Tele 5	18%	39	6	2	35
Canal Plus	12%	35	4	4	46
Canal Autonómico	7%	22	15	16	40
Cadenas de Radio					
RNE	1%	9	36	*	53
La SER	17%	20	4	1	57
COPE	4%	14	22	2	59
Onda Cero	2%	16	19	2	62
Periódicos					
ABC	1%	6	40	*	52
El País	25%	13	3	3	55
El Mundo	2%	14	23	3	58

Cuadro 5.5.2.

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

	V-02	VI-02	VII-02	IX-02	X-02	X-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03
Canales de TV												
TVE 1	51	52	49	48	50	52	44	47	46	48	48	46
Antena 3	79	76	70	72	69	72	68	72	72	73	75	70
Tele 5	102	102	104	104	107	103	102	105	103	106	107	111
Canal Plus	104	107	103	107	104	105	106	107	105	105	103	108
Canal Autonómico	92	93	89	95	94	94	92	90	94	92	93	92
Cadenas de Radio												
RNE	68	70	71	65	66	67	63	66	65	65	66	64
La SER	108	111	110	109	112	113	115	112	111	111	106	113
COPE	84	86	80	86	87	85	82	82	83	81	86	82
Onda Cero	87	86	86	87	87	88	83	85	84	85	86	83
Periódicos												
ABC	62	62	60	60	60	60	58	59	60	63	64	61
El País	119	124	121	125	124	121	126	124	121	119	118	122
El Mundo	76	77	74	78	78	77	73	76	77	76	83	79

Significado del Indice: 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
Canal Plus	12%	4%

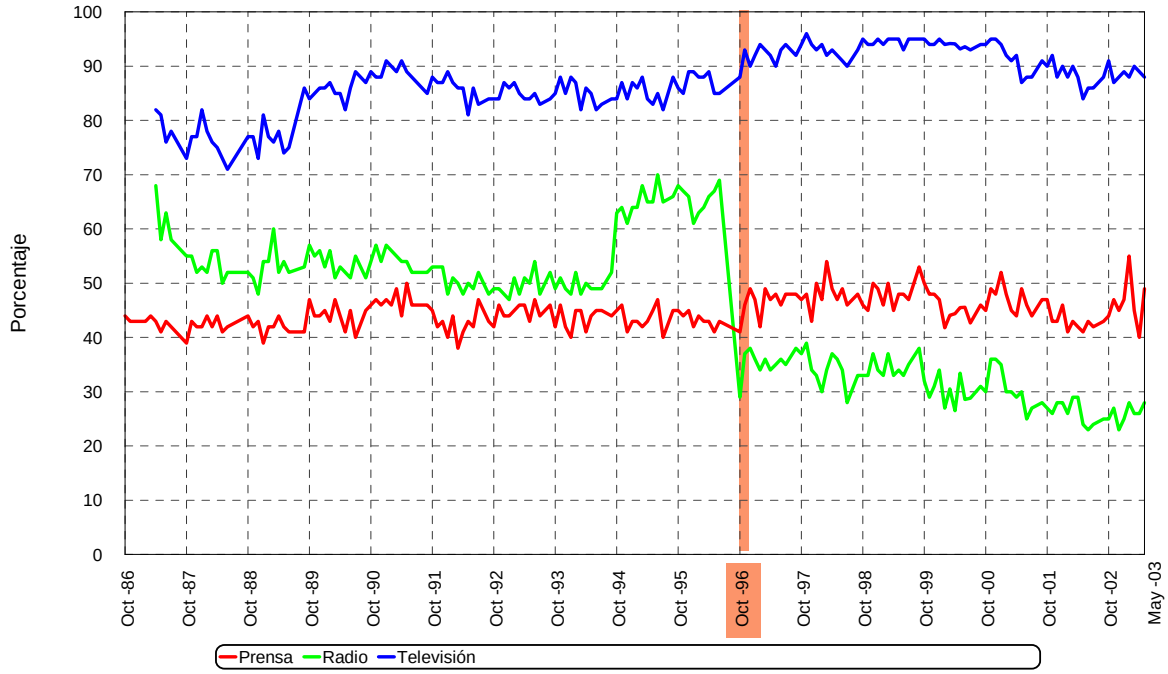
Indice = 100+12-4 = 108

Cuadro 5.5.3

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

		CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO				PERIODICOS		
MAYO 2003	Total	TVE1	A3	Tele 5	Canal Plus	Canales Autonómicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	**(1210)**	**46**	**70**	**111**	**108**	**92**	**64**	**113**	**82**	**83**	**61**	**122**	**79**
Edad:													
18 a 29 años	(279)	38	63	114	112	90	63	114	80	82	59	123	76
30 a 49 años	(444)	39	63	114	108	92	58	115	79	81	55	127	74
50 a 64 años	(235)	51	76	109	107	92	66	112	84	85	61	120	79
65 y más años	(251)	61	83	105	105	96	76	108	86	88	75	115	91
Posición Social:													
Baja	(425)	60	80	107	106	97	76	108	85	87	77	111	88
Media	(611)	43	70	111	108	91	64	113	85	85	59	123	79
Alta	(174)	19	46	123	115	84	37	122	65	67	31	148	55
Ideología:													
Izquierda	(453)	25	54	114	111	89	50	116	74	74	49	127	69
Centro	(281)	55	79	112	104	91	70	113	85	87	64	125	83
Derecha	(204)	57	82	123	115	96	71	120	84	87	65	130	79
Hábitat de Residencia:													
Rural	(268)	55	74	116	113	95	69	118	77	83	72	118	83
Urbano	(626)	46	73	106	105	95	65	112	81	82	62	121	79
Metropolitano	(316)	36	61	118	110	85	59	110	89	85	52	129	74
Educación del entrevistado:													
Baja	(422)	60	82	106	104	95	77	107	90	89	73	113	88
Media	(620)	42	67	111	107	91	63	113	81	82	60	122	76
Alta	(164)	22	49	124	121	90	39	125	64	75	34	145	63
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(455)	36	65	120	114	87	57	120	77	81	52	131	70
Medio	(544)	50	72	108	105	96	68	109	83	84	68	118	83
Medio Bajo/Bajo	(210)	56	75	101	103	94	70	107	91	86	63	115	85
Clientes de:													
Bancos	(338)	42	68	116	109	92	61	112	81	85	59	125	76
Cajas	(918)	44	69	110	107	92	63	113	80	82	60	123	78
Exposición a la Información:													
Alta	(225)	34	62	122	122	86	46	126	66	70	47	138	66
Media	(453)	36	63	115	109	90	59	115	79	81	52	128	75
Baja	(434)	57	77	105	102	96	75	106	87	89	75	112	86

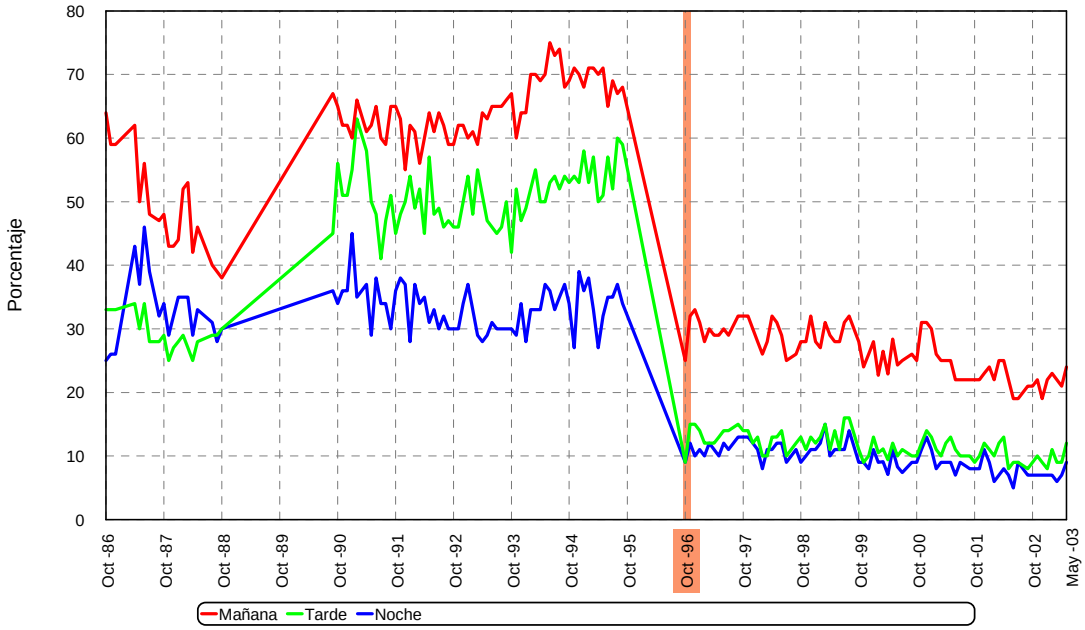
AUDIENCIA DE MEDIOS INFORMATIVOS



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

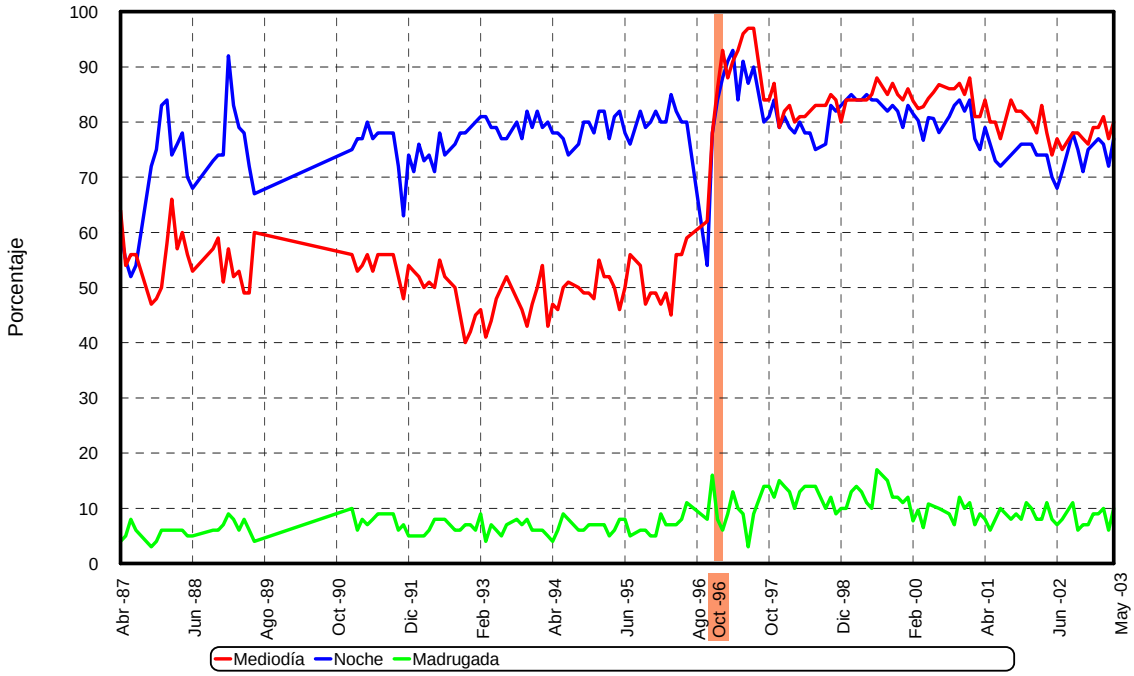
AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO: INFORMATIVOS Y MAGAZINES



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUDIENCIA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN



En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

Fuente: Banco de Datos ASEP

6. LA ACTUALIDAD

6. La Actualidad

Este mes de mayo se han centrado las preguntas de actualidad otra vez en los dos temas que parecen haber acaparado la atención de los españoles y de los medios de comunicación, es decir, la crisis abierta por Irak y las elecciones autonómicas.

6.1. LA CRISIS POR IRAK

Concluidos el derrocamiento de Sadam Hussein y de su régimen, y ocupado Irak por las fuerzas norteamericanas y británicas, se ha vuelto a preguntar este mes por la actuación del Gobierno español en la guerra de Irak por comparación con otras políticas recientes sobre otras cuestiones. Al igual que en abril, la opinión pública española se muestra muy de acuerdo con la ilegalización de Batasuna y con la política antiterrorista, así como con la defensa de la unidad de España, y más bien de acuerdo con la lucha contra la corrupción. Pero los españoles se muestran muy mayoritariamente en desacuerdo con la actuación del Gobierno en el caso Prestige y en la guerra de Irak.

Todos los segmentos sociales están en desacuerdo con la actuación del Gobierno respecto al caso del Prestige (excepto los de derecha) y respecto a la guerra de Irak. Respecto a la política antiterrorista el acuerdo está generalizado excepto entre los de izquierda, los insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia y los votantes de IU y partidos nacionalistas. Estos mismos grupos sociales, junto con los más nacionalistas y los votantes del PSOE tampoco están de acuerdo con la actuación del Gobierno de la Nación en cuanto a la defensa de la unidad de España. Pero sólo los votantes a partidos nacionalistas están en desacuerdo con la ilegalización de Batasuna.

Este mes se ha querido precisar algo más la opinión de los españoles respecto a la posición del Gobierno español en relación con la guerra de Irak, y para ello se pidió que se la comparase con la de otros gobiernos para indicar cuál de ellas reflejaba mejor la propia posición del entrevistado respecto a lo que había que hacer con Irak. Pues bien, un 33% de los entrevistados afirman que su posición personal está más cerca de la adoptada por el gobierno de Francia, un 18% está más cerca de la de España, un 13% de la de Alemania, y proporciones inferiores al 5% dicen haber estado más próximos a la posición del gobierno de Estados Unidos, Rusia, Reino Unido e Irak, mientras que un 30% no contestaron a la pregunta.

Como es lógico esperar los entrevistados de derecha, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP son los tienen una posición personal más cerca de la adoptada por el gobierno de España, mientras que los entrevistados de izquierda, los más nacionalistas y los votantes de partidos nacionalistas mantienen una postura más cercana a la adoptada por el Gobierno de Francia.

Parecía interesante, por otra parte, conocer cómo percibían los españoles el efecto que la guerra de Irak ha tenido sobre los diferentes organismos internacionales, y más concretamente sobre las Naciones Unidas, la Unión Europea y la OTAN. Más del 50% de los entrevistados cree que tanto las Naciones Unidas como la Unión Europea han salido debilitadas, y algo menos del 50% de los entrevistados opinan lo mismo de la OTAN.

No hay ningún segmento social que considere que las Naciones Unidas, la OTAN y la Unión Europea haya sido reforzada después de la guerra de Irak.

En cuanto a la posición de España en esas tres organizaciones internacionales, alrededor de un 50% de los entrevistados opina igualmente que el papel de España resultará debilitado en las tres organizaciones.

Sólo los entrevistados de derecha, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP creen que el papel de España resultará reforzado en las tres organizaciones.

Cuadro 6.1.1.

Acuerdo con la actuación del Gobierno de la Nación en los siguientes acontecimientos.

							INDICE	
MAYO 2003	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se, no tengo información	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	IV-03	V-03
El caso del Prestige	2%	16	6	34	38	3	42	46
La política antiterrorista	12%	41	14	21	8	4	117	123
La lucha contra la corrupción	8%	35	19	24	10	5	105	110
La ilegalización de Batasuna	19%	44	12	13	7	4	141	143
La guerra de Irak	3%	15	5	28	45	3	38	44
La defensa de la unidad de España	8%	37	21	18	9	7	105	118

Cuadro 6.1.2.

Acuerdo con la actuación del Gobierno de la Nación en los siguientes acontecimientos, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1210)	46	123	110	143	44	118
Edad:							
18 a 29 años	(279)	31	105	93	125	37	105
30 a 49 años	(444)	41	119	103	140	46	114
50 a 64 años	(235)	48	138	120	158	41	125
65 y más años	(251)	71	138	130	156	54	133
Posición Social							
Baja	(425)	49	130	114	149	39	123
Media	(611)	44	120	111	143	47	118
Alta	(174)	46	118	93	132	49	107
Ideología							
Izquierda	(453)	15	86	71	117	14	84
Centro	(281)	59	141	122	156	58	137
Derecha	(204)	106	168	166	179	99	165
Status Socioeconómico Familiar							
Alto, Medio alto	(455)	45	119	105	141	53	121
Medio	(544)	43	127	115	148	39	117
Medio Bajo/Bajo	(210)	56	122	107	137	40	114
Clientes de							
Bancos	(338)	56	131	116	146	49	123
Cajas	(918)	43	120	107	141	42	114
Hábitat:							
Rural	(268)	42	128	106	146	38	113
Urbano	(626)	47	121	108	145	48	120
Metropolitano	(316)	49	125	116	138	43	117
Exposición a la Información:							
Alta	(225)	59	137	116	157	58	124
Media	(453)	44	116	103	137	43	113
Baja	(434)	42	122	111	142	38	117
Ninguna	(99)	47	135	117	148	47	126
Nacionalismo							
Más nacionalista	(226)	30	100	89	114	31	92
Tan nac. como esp	(710)	46	121	108	146	44	118
Más español	(234)	61	153	135	169	57	144
Satisfacción con el Gobierno							
Satisfechos	(437)	93	165	157	172	92	164
Indiferentes	(163)	35	126	113	153	32	127
Insatisfechos	(597)	15	93	75	121	13	82
Satisfacción con la Democracia							
Satisfechos	(683)	62	140	127	158	61	140
Indiferentes	(168)	35	110	103	131	30	98
Insatisfechos	(348)	19	98	78	121	18	83
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000							
PP	(327)	96	168	159	179	89	168
PSOE	(334)	19	106	87	141	18	97
IU	(51)	24	80	81	104	33	92
Nacion.derecha	(49)	14	86	82	90	25	60
Nacion.izquierda	(9)	22	33	11	33	-	33
Otros, en blanco	(47)	21	111	92	120	23	98
No votó	(234)	36	106	95	130	39	108
No sabe	(30)	53	150	120	153	37	97
No contesta	(129)	41	126	103	134	34	114

1) El caso del Prestige
2) La política antiterrorista
3) La lucha contra la corrupción
4) La ilegalización de Batasuna
5) La guerra de Irak
6) La defensa de la unidad de España

Cuadro 6.1.3.

Postura de distintos gobierno que cree que debería haber adoptado respecto a Irak, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	España	Estados Unidos	Francia	Rusia	Alemania	Reino Unido	Irak	Otro país	Ns/Nc
Total	(1210)	18%	4	33	1	13	1	1	*	30
Edad:										
18 a 29 años	(279)	13%	4	40	1	15	1	1	*	25
30 a 49 años	(444)	18%	5	35	1	16	1	*	*	23
50 a 64 años	(235)	20%	4	29	2	10	-	*	1	33
65 y más años	(251)	20%	3	23	-	8	*	*	-	45
Posición Social										
Baja	(425)	15%	3	27	1	10	*	1	-	43
Media	(611)	19%	5	36	1	13	*	*	1	25
Alta	(174)	20%	6	35	2	18	1	1	1	15
Ideología										
Izquierda	(453)	6%	3	49	1	19	*	*	*	20
Centro	(281)	25%	5	24	2	12	-	1	*	31
Derecha	(204)	43%	9	14	*	4	1	*	-	28
Status Socioeconómico Familiar										
Alto, Medio alto	(455)	22%	6	34	1	14	1	1	-	21
Medio	(544)	16%	3	32	1	13	*	*	1	34
Medio Bajo/Bajo	(210)	15%	3	32	-	10	*	-	*	39
Clientes de										
Bancos	(338)	18%	5	34	2	11	-	1	-	29
Cajas	(918)	17%	4	33	1	14	1	*	*	29
Hábitat:										
Rural	(268)	16%	3	34	1	11	-	*	-	34
Urbano	(626)	17%	4	33	*	13	1	*	*	31
Metropolitano	(316)	20%	6	32	2	13	1	1	1	24
Exposición a la Información:										
Alta	(225)	24%	4	34	1	13	*	1	-	22
Media	(453)	16%	6	35	1	16	*	*	*	24
Baja	(434)	17%	2	30	1	10	1	*	*	38
Ninguna	(99)	15%	4	31	1	7	-	-	1	41
Nacionalismo										
Más nacionalista	(226)	8%	6	50	*	11	-	*	*	24
Tan nac. como esp	(710)	17%	4	29	2	14	1	1	*	32
Más español	(234)	30%	3	28	-	9	*	-	1	29
Satisfacción con el Gobierno										
Satisfechos	(437)	39%	9	16	1	7	*	*	*	27
Indiferentes	(163)	10%	3	25	1	12	1	-	-	49
Insatisfechos	(597)	5%	1	48	1	17	1	1	1	26
Satisfacción con la Democracia										
Satisfechos	(683)	25%	5	27	1	10	*	*	*	29
Indiferentes	(168)	11%	4	30	-	13	1	-	1	40
Insatisfechos	(348)	6%	2	45	1	18	1	1	1	26
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000										
PP	(327)	39%	8	14	1	6	1	1	1	30
PSOE	(334)	6%	3	44	1	15	1	*	*	30
IU	(51)	10%	-	45	6	16	-	4	-	19
Nacion.derecha	(49)	6%	6	53	-	21	-	-	-	14
Nacion.izquierda	(9)	-%	-	56	-	22	-	-	-	22
Otros, en blanco	(47)	11%	-	46	2	17	-	-	-	24
No votó	(234)	14%	5	32	*	13	*	*	-	36
No sabe	(30)	17%	-	37	3	4	-	-	3	36
No contesta	(129)	12%	2	33	-	19	-	-	1	33

Cuadro 6.1.4.

Efecto de la guerra contra Irak en las siguientes organizaciones internacionales.

MAYO 2003	La ha reforzado mucho	La ha reforzado más que la ha debilitado	No se, no tengo información	La ha debilitado más que la ha reforzado	La ha debilitado mucho	Nc	INDICE
- Las Naciones Unidas	1%	12	27	41	12	6	59
- La OTAN	2%	16	29	37	9	7	72
- La Unión Europea	*%	12	25	44	12	6	56

Cuadro 6.1.5.

Efecto de la guerra contra Irak en las siguientes organizaciones internacionales, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	Las Naciones Unidas	La OTAN	La Unión Europea
Total	(1210)	59	72	56
Edad:				
18 a 29 años	(279)	57	70	53
30 a 49 años	(444)	53	70	50
50 a 64 años	(235)	64	75	59
65 y más años	(251)	67	73	65
Posición Social				
Baja	(425)	63	70	63
Media	(611)	60	73	56
Alta	(174)	46	69	39
Ideología				
Izquierda	(453)	44	59	37
Centro	(281)	54	66	52
Derecha	(204)	87	98	89
Status Socioeconómico Familiar				
Alto, Medio alto	(455)	54	73	52
Medio	(544)	63	75	59
Medio Bajo/Bajo	(210)	59	61	56
Clientes de				
Bancos	(338)	67	81	60
Cajas	(918)	55	68	52
Hábitat:				
Rural	(268)	50	60	47
Urbano	(626)	60	73	58
Metropolitano	(316)	65	78	58
Exposición a la Información:				
Alta	(225)	52	69	48
Media	(453)	52	68	46
Baja	(434)	67	75	65
Ninguna	(99)	75	80	77
Nacionalismo				
Más nacionalista	(226)	48	55	40
Tan nac. como esp	(710)	60	72	59
Más español	(234)	63	85	60
Satisfacción con el Gobierno				
Satisfechos	(437)	81	90	76
Indiferentes	(163)	62	73	61
Insatisfechos	(597)	43	58	40
Satisfacción con la Democracia				
Satisfechos	(683)	64	77	63
Indiferentes	(168)	63	72	60
Insatisfechos	(348)	45	60	38
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000				
PP	(327)	80	90	79
PSOE	(334)	46	60	46
IU	(51)	44	92	43
Nacion.derecha	(49)	41	49	24
Nacion.izquierda	(9)	32	54	43
Otros, en blanco	(47)	62	77	48
No votó	(234)	62	73	56
No sabe	(30)	67	69	46
No contesta	(129)	45	52	44

Cuadro 6.1.6.

Efecto de la guerra contra Irak en la posición de España en las organizaciones internacionales.

MAYO 2003	Muy reforzado	Algo reforzado	No se, no tengo información	Algo debilitado	Muy debilitado	Nc	INDICE
- Las Naciones Unidas	2%	17	28	34	11	8	74
- La OTAN	3%	17	29	34	9	8	77
- La Unión Europea	2%	15	25	37	13	8	67

Cuadro 6.1.7.

Efecto de la guerra contra Irak en la posición de España en las organizaciones internacionales, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	Las Naciones Unidas	La OTAN	La Unión Europea
Total	(1210)	74	77	67
Edad:				
18 a 29 años	(279)	65	71	57
30 a 49 años	(444)	71	78	62
50 a 64 años	(235)	76	77	72
65 y más años	(251)	88	84	81
Posición Social				
Baja	(425)	73	73	69
Media	(611)	75	78	66
Alta	(174)	73	86	63
Ideología				
Izquierda	(453)	49	58	39
Centro	(281)	80	78	68
Derecha	(204)	120	119	117
Status Socioeconómico Familiar				
Alto, Medio alto	(455)	76	86	67
Medio	(544)	73	72	65
Medio Bajo/Bajo	(210)	73	73	69
Clientes de				
Bancos	(338)	82	89	77
Cajas	(918)	70	73	61
Hábitat:				
Rural	(268)	66	65	53
Urbano	(626)	72	79	68
Metropolitano	(316)	85	85	76
Exposición a la Información:				
Alta	(225)	80	82	72
Media	(453)	72	75	61
Baja	(434)	74	77	69
Ninguna	(99)	74	80	73
Nacionalismo				
Más nacionalista	(226)	70	67	54
Tan nac. como esp	(710)	70	76	66
Más español	(234)	89	93	82
Satisfacción con el Gobierno				
Satisfechos	(437)	112	112	107
Indiferentes	(163)	71	71	63
Insatisfechos	(597)	47	54	38
Satisfacción con la Democracia				
Satisfechos	(683)	86	91	81
Indiferentes	(168)	77	67	62
Insatisfechos	(348)	50	56	40
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000				
PP	(327)	113	112	107
PSOE	(334)	47	51	44
IU	(51)	63	97	51
Nacion.derecha	(49)	63	49	20
Nacion.izquierda	(9)	55	77	66
Otros, en blanco	(47)	68	70	52
No votó	(234)	70	75	63
No sabe	(30)	83	70	63
No contesta	(129)	64	71	59

6.2. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONOMICAS

En cuanto a las intenciones de voto en las elecciones municipales y autonómicas, se ha preguntado por el partido al que votaron en las elecciones anteriores de 1999 y por el partido al que votarán en las próximas elecciones del 25 de mayo.

Los resultados muestran muy poca variación entre lo que los entrevistados afirman que votaron en las elecciones municipales y autonómicas en 1999, y tampoco parece que el voto entre ambos tipos de elección ahora vaya a ser muy distinto. Y, de manera muy similar, el voto recordado en 1999 y la intención de voto para el 2003, tanto en elecciones municipales como en autonómicas es prácticamente igual. Estos datos parecen sugerir que, como demuestran muchas investigaciones, incluidas las de ASEP, la inmensa mayoría de los españoles votan lo mismo en las elecciones municipales que en las autonómicas cuando ambos comicios tienen lugar el mismo día, aunque difieren algo más cuando se realizan en fechas distintas. La razón no es tanto el tipo de elección, como afirman algunos, sino el hecho de que el contexto social, económico y político de ambos tipos de elección pueden diferir significativamente, al llevarse a cabo en fechas distintas.

Por otra parte, al comparar el recuerdo de voto en 1999 y la intención de voto en el 2003, tanto en las municipales como en las autonómicas, se pone de manifiesto que, aunque los resultados son muy similares, el PP parece perder un punto porcentual de apoyo electoral en el conjunto de España en ambas elecciones, mientras que el PSOE aumenta sus expectativas en uno o dos puntos porcentuales. Sin embargo, debe recordarse que alrededor de uno de cada cuatro entrevistados no opina sobre lo que hará en unas y otras elecciones el día de la votación

Como es lógico las variables donde se observan diferencias por partidos son las variables de ideología, satisfacción con el Gobierno y recuerdo de voto de las elecciones generales de 2000.

Cuadro 6.2.1.

Partido al que votó en las elecciones municipales de 1999, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(1210)	24%	28	4	3	2	4	19	18
Edad:									
18 a 29 años	(279)	15%	18	3	2	1	3	44	13
30 a 49 años	(444)	20%	32	6	2	2	5	15	18
50 a 64 años	(235)	31%	32	2	4	1	4	9	18
65 y más años	(251)	34%	28	1	5	1	2	7	22
Posición Social									
Baja	(425)	26%	28	2	4	1	3	16	21
Media	(611)	23%	27	4	3	2	4	22	17
Alta	(174)	24%	29	7	2	2	5	18	14
Ideología									
Izquierda	(453)	3%	53	7	2	3	5	17	11
Centro	(281)	32%	15	4	7	*	4	21	17
Derecha	(204)	76%	4	-	2	1	*	8	9
Status Socioeconómico Familiar									
Alto, Medio alto	(455)	26%	28	6	2	3	4	20	13
Medio	(544)	24%	28	3	4	1	4	20	17
Medio Bajo/Bajo	(210)	21%	25	1	5	*	3	14	30
Clientes de									
Bancos	(338)	26%	31	4	2	2	4	17	13
Cajas	(918)	23%	28	4	4	2	3	19	17
Hábitat:									
Rural	(268)	24%	31	1	6	2	3	14	18
Urbano	(626)	23%	27	4	3	1	4	21	18
Metropolitano	(316)	25%	26	5	1	2	4	19	17
Exposición a la Información:									
Alta	(225)	30%	33	3	1	2	3	14	14
Media	(453)	25%	24	4	5	1	3	21	16
Baja	(434)	21%	28	4	3	2	4	20	18
Ninguna	(99)	15%	28	3	2	-	5	16	30
Nacionalismo									
Más nacionalista	(226)	13%	28	4	11	4	5	19	17
Tan nac. como esp	(710)	25%	29	4	2	1	3	20	17
Más español	(234)	32%	24	3	1	2	3	16	19
Satisfacción con el Gobierno									
Satisfechos	(437)	52%	13	2	2	1	3	12	17
Indiferentes	(163)	18%	20	3	1	1	3	29	24
Insatisfechos	(597)	5%	41	6	5	2	4	21	16
Satisfacción con la Democracia									
Satisfechos	(683)	33%	26	3	2	1	3	15	17
Indiferentes	(168)	17%	19	4	4	1	2	31	22
Insatisfechos	(348)	10%	36	4	5	2	6	21	16
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000									
PP	(327)	79%	7	-	1	*	1	3	7
PSOE	(334)	2%	83	2	*	1	3	4	6
IU	(51)	2%	8	63	-	2	-	14	12
Nacion.derecha	(49)	2%	2	-	53	6	21	4	12
Nacion.izquierda	(9)	-%	-	-	11	56	22	11	-
Otros, en blanco	(47)	2%	13	9	2	4	28	19	24
No votó	(234)	5%	5	1	1	*	2	74	12
No sabe	(30)	10%	10	-	-	-	7	3	70
No contesta	(129)	5%	5	1	2	-	-	9	77

Cuadro 6.2.2.

Partido al que votó en las elecciones autonómicas de 1999, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(1210)	24%	26	3	4	1	4	20	19
Edad:									
18 a 29 años	(279)	14%	17	2	3	1	2	44	15
30 a 49 años	(444)	21%	27	5	3	2	6	17	19
50 a 64 años	(235)	29%	31	2	4	*	4	10	19
65 y más años	(251)	34%	27	1	7	*	1	6	23
Posición Social									
Baja	(425)	25%	28	1	5	*	2	16	22
Media	(611)	23%	24	4	3	1	4	22	18
Alta	(174)	23%	25	4	3	2	7	20	16
Ideología									
Izquierda	(453)	2%	48	6	3	3	5	19	13
Centro	(281)	32%	14	2	8	-	5	21	18
Derecha	(204)	75%	2	-	2	-	1	10	9
Status Socioeconómico Familiar									
Alto, Medio alto	(455)	26%	24	5	3	2	4	21	15
Medio	(544)	23%	28	2	5	*	3	21	17
Medio Bajo/Bajo	(210)	21%	24	1	5	*	3	13	32
Clientes de									
Bancos	(338)	26%	30	3	3	2	5	16	14
Cajas	(918)	23%	25	3	5	1	3	20	19
Hábitat:									
Rural	(268)	24%	27	1	9	2	2	16	20
Urbano	(626)	23%	25	3	3	1	3	22	19
Metropolitano	(316)	24%	25	5	2	1	6	18	19
Exposición a la Información:									
Alta	(225)	31%	30	1	3	2	5	14	14
Media	(453)	25%	22	3	6	1	3	22	18
Baja	(434)	21%	26	4	3	1	3	22	20
Ninguna	(99)	14%	29	2	3	-	3	15	33
Nacionalismo									
Más nacionalista	(226)	13%	26	4	12	4	6	19	18
Tan nac. como esp	(710)	24%	27	3	2	*	3	21	19
Más español	(234)	34%	22	1	3	1	3	16	19
Satisfacción con el Gobierno									
Satisfechos	(437)	53%	11	1	2	*	4	12	17
Indiferentes	(163)	17%	15	2	3	1	3	31	28
Insatisfechos	(597)	4%	40	5	6	2	4	22	18
Satisfacción con la Democracia									
Satisfechos	(683)	33%	24	3	3	1	3	16	18
Indiferentes	(168)	18%	20	2	5	-	2	29	24
Insatisfechos	(348)	9%	33	4	6	2	5	23	18
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000									
PP	(327)	78%	6	-	1	-	1	4	9
PSOE	(334)	3%	77	1	2	*	2	7	8
IU	(51)	-%	14	57	-	2	2	14	12
Nacion.derecha	(49)	2%	2	-	55	8	19	4	10
Nacion.izquierda	(9)	-%	-	-	11	56	22	-	11
Otros, en blanco	(47)	4%	8	2	4	2	34	19	26
No votó	(234)	4%	6	1	1	*	2	73	13
No sabe	(30)	7%	7	-	3	-	7	7	70
No contesta	(129)	5%	5	-	2	-	-	9	78

Cuadro 6.2.3.

Partido al que votará en las elecciones municipales de este mes de mayo, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(1210)	23%	30	4	3	2	4	11	24
Edad:									
18 a 29 años	(279)	16%	27	4	4	2	6	18	22
30 a 49 años	(444)	18%	32	6	2	2	4	12	24
50 a 64 años	(235)	30%	30	3	3	1	2	6	23
65 y más años	(251)	32%	27	1	4	1	4	4	27
Posición Social									
Baja	(425)	24%	31	1	5	1	3	7	27
Media	(611)	22%	29	4	3	2	5	12	23
Alta	(174)	21%	27	8	2	2	5	15	20
Ideología									
Izquierda	(453)	2%	57	8	2	4	5	4	16
Centro	(281)	29%	17	2	7	1	5	16	24
Derecha	(204)	78%	4	-	2	-	1	3	12
Status Socioeconómico Familiar									
Alto, Medio alto	(455)	26%	29	6	2	3	4	12	18
Medio	(544)	21%	30	3	4	1	5	12	24
Medio Bajo/Bajo	(210)	20%	28	1	5	1	4	5	36
Clientes de									
Bancos	(338)	25%	31	3	3	3	5	10	21
Cajas	(918)	22%	29	4	4	2	4	11	24
Hábitat:									
Rural	(268)	21%	33	1	6	3	3	9	24
Urbano	(626)	23%	29	4	3	1	4	12	24
Metropolitano	(316)	24%	28	6	1	1	6	10	24
Exposición a la Información:									
Alta	(225)	28%	34	3	1	2	3	10	19
Media	(453)	25%	27	4	5	2	5	11	21
Baja	(434)	20%	29	4	3	1	4	12	27
Ninguna	(99)	14%	31	3	3	2	6	6	34
Nacionalismo									
Más nacionalista	(226)	12%	31	4	11	4	7	10	22
Tan nac. como esp	(710)	24%	31	4	2	1	4	11	23
Más español	(234)	30%	25	2	2	2	3	9	27
Satisfacción con el Gobierno									
Satisfechos	(437)	53%	13	1	2	*	2	6	22
Indiferentes	(163)	17%	18	3	-	3	3	21	35
Insatisfechos	(597)	2%	45	6	5	2	6	11	22
Satisfacción con la Democracia									
Satisfechos	(683)	32%	27	4	2	1	3	9	22
Indiferentes	(168)	16%	19	4	5	2	5	20	29
Insatisfechos	(348)	7%	41	4	5	3	7	10	24
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000									
PP	(327)	71%	9	*	2	-	2	3	14
PSOE	(334)	3%	78	2	*	1	3	2	11
IU	(51)	6%	8	59	-	2	-	2	24
Nacion.derecha	(49)	-%	8	-	49	8	27	-	8
Nacion.izquierda	(9)	-%	-	-	11	55	22	-	12
Otros, en blanco	(47)	2%	17	9	6	4	26	7	30
No votó	(234)	11%	17	2	2	1	4	42	22
No sabe	(30)	10%	7	3	-	-	3	3	73
No contesta	(129)	2%	8	-	1	2	-	9	79

Cuadro 6.2.4.

Partido al que votará en las elecciones autonómicas de este mes de mayo, por Características Socioeconómicas.

MAYO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Partidos nacionalistas de derecha	Partidos nacionalistas de izquierda	Otro	No votó	Ns/Nc
Total	(1210)	23%	27	4	3	1	4	12	26
Edad:									
18 a 29 años	(279)	17%	24	4	2	1	6	20	25
30 a 49 años	(444)	18%	27	5	3	2	5	13	26
50 a 64 años	(235)	28%	31	3	4	1	3	6	25
65 y más años	(251)	32%	25	2	5	1	2	5	28
Posición Social									
Baja	(425)	23%	29	2	5	1	3	9	29
Media	(611)	23%	25	4	3	1	5	12	26
Alta	(174)	19%	25	7	2	2	7	17	21
Ideología									
Izquierda	(453)	2%	52	8	2	4	5	7	20
Centro	(281)	30%	14	3	7	*	6	15	25
Derecha	(204)	74%	3	1	2	-	1	5	13
Status Socioeconómico Familiar									
Alto, Medio alto	(455)	26%	23	6	2	2	5	14	21
Medio	(544)	21%	30	3	4	1	4	12	26
Medio Bajo/Bajo	(210)	20%	26	1	4	1	3	6	38
Clientes de									
Bancos	(338)	25%	30	4	3	2	5	10	21
Cajas	(918)	22%	26	4	4	1	4	12	26
Hábitat:									
Rural	(268)	22%	28	1	6	3	2	10	29
Urbano	(626)	23%	27	3	3	1	4	14	25
Metropolitano	(316)	24%	26	7	1	1	7	10	25
Exposición a la Información:									
Alta	(225)	29%	30	3	1	1	4	11	20
Media	(453)	25%	24	4	5	2	5	12	23
Baja	(434)	19%	26	4	3	1	3	14	30
Ninguna	(99)	15%	28	3	3	2	4	6	38
Nacionalismo									
Más nacionalista	(226)	12%	29	3	10	4	7	10	26
Tan nac. como esp	(710)	23%	28	4	2	1	4	13	25
Más español	(234)	32%	21	3	2	2	3	9	28
Satisfacción con el Gobierno									
Satisfechos	(437)	54%	11	1	2	*	3	6	23
Indiferentes	(163)	15%	13	3	1	2	2	23	40
Insatisfechos	(597)	2%	42	6	5	2	5	13	24
Satisfacción con la Democracia									
Satisfechos	(683)	32%	25	3	2	1	3	10	23
Indiferentes	(168)	16%	17	5	5	2	5	19	32
Insatisfechos	(348)	7%	35	4	5	2	6	13	29
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000									
PP	(327)	71%	6	*	1	-	2	5	15
PSOE	(334)	4%	73	2	1	1	1	4	14
IU	(51)	2%	6	61	-	2	4	2	24
Nacion.derecha	(49)	-%	6	-	53	6	22	2	10
Nacion.izquierda	(9)	-%	-	-	-	44	22	-	34
Otros, en blanco	(47)	2%	8	6	6	4	34	4	34
No votó	(234)	11%	16	2	1	1	3	42	24
No sabe	(30)	3%	3	3	3	-	4	3	80
No contesta	(129)	2%	7	-	1	2	-	9	80