

INFORME A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
FEBRERO - 2004

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.202 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y estratos de municipios según su número de habitantes. Selección aleatoria de municipios y secciones censales dentro de cada estrato y de cada Comunidad Autónoma. Selección de hogares mediante sistema de rutas aleatorias dentro de cada sección censal. Selección final del entrevistado en cada hogar mediante cuotas de sexo y edad.

Trabajo de Campo: Realizado durante los días 16 al 21 de Febrero de 2.004, 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 4 de Marzo 2.004.

**DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS**

COPYRIGHT ASEP S.A., 2004. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

	<u>Págs.</u>
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	11
2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA	22
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES	24
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	30
2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD	39
3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS	41
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA	42
3.2. PAUTAS DE AHORRO	57
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	60
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	63
4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS	71
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	72
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES	86
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS	106
4.4. INTENCIONES DE VOTO	120
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	143
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN	146
5.2. PRENSA DIARIA	149
5.3. RADIO	153
5.4. TELEVISION	160
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	168
6. LA ACTUALIDAD	176
6.1. LA CAMPAÑA ELECTORAL	178
6.2. LA OPINÓN DE UNOS ESPAÑOLES SOBRE OTROS	210

1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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

La idea de disponer de un sistema de indicadores que reflejen de manera válida y fiable, a la vez que de forma resumida y cuantificable, la realidad de una sociedad en un momento determinado, así como su evolución en el tiempo, ha constituido una firme aspiración de los científicos sociales desde hace ya varias décadas, durante las cuales han sido muchos los intentos, individuales y colectivos, por construir un sistema de indicadores sociales, habiéndose llegado a algunas conclusiones que se resumen a continuación:

- a. Conviene diferenciar entre indicadores objetivos (tasa de natalidad, proporción de analfabetos, etc.), generalmente obtenidos de fuentes estadísticas, e indicadores subjetivos (número ideal de hijos, intención de voto, etc.), generalmente obtenidos mediante encuestas o sondeos.

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

- b. Una segunda conclusión general respecto a los problemas para construir un sistema de indicadores sociales es la de que ciertos indicadores pueden fluctuar en períodos cortos de tiempo, como semanas o meses (p. ej., el consumo de ciertos productos), mientras que otros varían a lo largo de períodos más largos, como años o décadas (p. ej., las actitudes básicas, como las ideológicas o las religiosas). En este caso conviene recordar una vez más que la investigación puede detectar un cambio en las opiniones (actitudes verbalizadas) aún en el supuesto de que no haya existido cambio en las actitudes.

c. Y una tercera conclusión general es la de que, al menos por el momento, no existe un sistema único de indicadores sociales que haya sido aceptado por toda la comunidad de científicos e investigadores sociales como más idóneo. El objetivo principal de esta investigación, concebida como de periodicidad mensual, es el de proporcionar una panorámica general de los estados actitudinales y de opinión de la sociedad española, (y de los cambios que se produzcan), sobre aquellos aspectos que suelen tomar en consideración quienes tienen la responsabilidad de adoptar las decisiones sobre directrices en los niveles más altos del sector público y del privado.

Se ha optado por construir un sistema de indicadores subjetivos (en el sentido de que son los propios individuos quienes proporcionan la información), aunque a veces existe posibilidad de contrastarlos con indicadores objetivos procedentes de fuentes estadísticas. En segundo lugar, se ha optado por construir un sistema de indicadores que incluye algunos susceptibles de variación en cortos períodos de tiempo para que los responsables de tomar decisiones sobre directrices conozcan de manera casi inmediata los cambios que puedan estar produciéndose en las actitudes, opiniones y comportamientos de los españoles, y otros que suelen variar a lo largo de periodos más largos de tiempo, y cuya justificación es precisamente ésta, la de proporcionar cierta seguridad sobre la validez y fiabilidad del instrumento de investigación utilizado (el cuestionario mensual) sobre la base de la ausencia de cambios.

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

La elección de este sistema de indicadores no implica, por otra parte, que se considere que es el único o el mejor posible. En este sentido, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.999-2.000, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años. Los criterios para seleccionar dichos indicadores han sido y son los siguientes:

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

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho indicadores utilizados son:

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

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

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

- Los dos indicadores principales relativos a la situación económica nacional, el Sentimiento del Consumidor y la Evaluación de la Situación Económica, han disminuido un poco, cuatro y seis puntos respectivamente, de manera que continúan por debajo del nivel de equilibrio, lo que indica que hay más insatisfechos y pesimistas que satisfechos y optimistas respecto a la economía española.
- De los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), muestran también pérdidas significativas de cuatro y cinco puntos respectivamente, lo que sugiere una reducción de los niveles de ahorro.
- 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, pierde cuatro puntos y se sitúa otra vez por debajo del nivel de equilibrio, lo que indica una reducción de la confianza de los españoles sobre su propio futuro. La proporción de post-materialistas supera otra vez ligeramente el nivel del 40% (que es más o menos el nivel que ha tenido desde hace más de un año), lo que implica que 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..
- Los indicadores políticos también reflejan un cierto empeoramiento respecto al mes pasado, hasta el punto de que la Satisfacción con el funcionamiento de la Democracia pierde 14 puntos (el nivel más bajo desde mayo del 2003), la Satisfacción con el Gobierno pierde cinco puntos, y vuelve a situarse por debajo del nivel de equilibrio, como durante los últimos doce meses con la excepción del pasado mes de enero.
- El hecho de que la mayoría de los indicadores, económicos, sociales y políticos, hayan empeorado moderada pero significativamente respecto al pasado mes de enero debería constituir una seria preocupación para el PP, no solo porque invierten la tendencia favorable que se había observado en los últimos meses, sino porque contradice la experiencia de todos los sondeos pre-electorales desde las elecciones

generales de 1993. En efecto, en los tres sondeos pre-electorales celebrados a partir de entonces se pudo comprobar que todos los indicadores, económicos, sociales y políticos, experimentaron un incremento significativo respecto a meses anteriores, mientras que este sondeo pre-electoral de febrero sugiere un empeoramiento moderado de todos ellos respecto al mes precedente, es decir, el de enero.

- La exposición a la información se mantiene, como en meses pasados, alrededor del nivel de equilibrio.
- En cuanto a la satisfacción por la pertenencia de España a la Unión europea, se mantiene también en un nivel similar al de meses precedentes, y continúa siendo muy mayoritaria la opinión de que pertenecer a la UE ha supuesto más beneficios que perjuicios para España, la Comunidad Autónoma y el propio entrevistado, todo lo cual sugiere que los españoles siguen estando muy satisfechos con la pertenencia de España a esa institución europea.
- En cuanto a los indicadores de intención de voto, si se compara la estimación de voto con los resultados reales de las pasadas elecciones del 12 de marzo de 2.000 se observan los siguientes cambios:
 - Disminución de la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones), PP y partidos nacionalistas de centro y derecha,
 - Ligero incremento para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda,
 - Estabilidad de voto para "otros" partidos.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	80	81	85	90	92	91	88	87	90	87	96	92
2 –IESE	63	65	71	83	87	82	82	79	84	80	92	86
3 –IPA	125	129	123	128	130	127	122	121	123	123	129	125
4 –IA	34	35	31	36	38	34	30	31	33	30	37	32
SOCIALES												
5 –ISCV	174	181	176	177	178	179	180	177	178	176	176	179
6 –IO	88	90	92	96	96	96	92	92	96	92	100	96
7 –IPR	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
8 –IPM	40	40	40	43	41	41	42	39	40	40	39	42
POLITICOS												
9 –ISD	130	140	119	128	136	143	139	134	141	146	147	133
10 –ISG	85	81	68	87	93	100	94	94	95	90	101	96
11 –IAP	30	32	34	31	27	28	28	29	32	26	24	26
12 –IPI	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,6	3,6	3,6
13 –ISN	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,3	3,2
14 -ISUE	110	115	116	116	117	114	112	109	113	116	116	112
15 -IBUE	167	176	177	172	182	179	179	-	176	-	-	180
16 -IBCA	164	170	173	169	181	177	171	-	169	-	-	172
17. IBEN	160	165	167	165	177	172	166	-	166	-	-	167
EXPOSICION A INFORMACION												
18 –IEI	108	107	99	112	102	103	102	99	109	101	101	99
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7	27,6	27,5	27,7	27,6	29,1	31,4	31,1
- PSOE	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0	30,5	33,4	28,1	25,7	30,4	29,8	27,3
- IU	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8	5,3	3,1	4,6	4,5	4,0	5,2	6,0
- Otros	11,4	12,9	12,7	10,7	11,8	10,9	9,9	12,5	12,9	11,8	11,8	11,1
- No Votará	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6	10,9	8,2	8,7	9,5	10,5	7,3	8,0
- NS/NC	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1	14,8	17,9	18,4	19,8	14,2	14,5	16,5
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	26,9	25,7	22,5	27,7	29,0	30,5	30,8	29,8	30,3	30,6	31,2	30,1
- PSOE	31,0	30,2	32,3	28,4	27,0	27,2	26,9	24,9	24,2	25,0	24,1	24,1
- IU	3,6	3,9	4,4	4,3	4,1	4,0	3,9	4,1	4,1	4,1	4,3	5,2
- Nacional. Derecha	4,9	6,0	5,3	5,1	5,8	4,9	5,6	5,7	5,9	5,4	4,7	4,4
- Nacional. Izquierda	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5	2,4	2,4	2,3	2,6	2,6	3,0	3,1
- Otros	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6	3,7	3,5	3,9	3,7	3,6	3,7	3,5
- Abstención	27,8	27,5	29,4	28,5	28,0	27,3	26,9	29,3	29,2	28,7	29,0	29,6

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:	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	9	11	12	13	14	12	13	14	14	14	18	16
Pesimistas	46	46	41	30	27	30	31	35	30	34	26	30
Propensión al Ahorro												
Ahorran	34	35	31	36	38	34	30	31	33	30	37	32
Se Endeudan	9	6	9	8	8	7	8	10	10	8	8	7
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	83	86	83	84	84	85	86	84	86	84	85	84
Insatisfechos	9	5	8	7	6	6	6	8	8	8	9	6
Optimismo Personal												
Optimistas	16	15	15	16	15	16	16	16	18	17	19	19
Pesimistas	27	24	23	19	19	20	23	24	22	24	19	23
Práctica Religiosa												
Alta	18	17	16	17	18	19	18	18	17	18	19	18
Baja	58	58	56	58	57	60	56	59	58	58	58	57
Postmaterialismo												
Materialistas	60	60	60	57	59	59	58	61	60	60	61	58
Post-materialistas	40	40	40	43	41	41	42	39	40	40	39	42
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	56	62	50	56	58	63	62	59	62	66	66	59
Insatisfechos	27	23	31	29	22	21	23	25	21	20	19	26
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	35	32	26	36	38	42	40	40	40	38	43	39
Insatisfechos	50	51	58	49	45	42	46	46	44	48	42	44
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	38	41	40	37	42	37	38	40	37	40	40	38
Centro	22	23	24	23	20	25	23	22	24	23	20	22
Derecha	16	16	14	17	19	18	18	17	18	18	23	21
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	19	20	20	19	17	17	16	16	17	19	19	16
Más españoles	25	21	19	19	23	24	26	23	27	25	30	26
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	17	21	23	22	22	20	18	20	20	21	23	18
Insatisfechos	8	6	7	6	5	7	6	10	7	6	7	6
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	85	85	81	89	85	86	86	-	84	-	-	86
Perjudica	9	8	9	6	6	7	7	-	8	-	-	6
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	82	83	79	88	84	81	83	-	80	-	-	81
Perjudica	11	9	10	7	7	10	10	-	12	-	-	9
Beneficio del Entrevistado en la UE:												
Beneficia	76	77	75	84	79	76	78	-	75	-	-	75
Perjudica	11	10	10	7	7	10	8	-	9	-	-	8
Exposición a Información												
Alta	54	54	50	56	51	51	51	50	54	51	51	50
Ninguna	8	7	7	8	9	9	7	9	8	8	8	7
Posición Social												
Alta	13	14	15	14	15	16	14	16	15	13	14	16
Baja	35	36	34	35	37	35	35	35	35	36	34	34
Intención de Voto Directa												
PP	24	23	19	25	28	28	28	28	28	29	31	31
PSOE	32	32	34	31	30	30	33	28	26	30	30	27
IU	4	3	4	5	5	5	3	5	4	4	5	6

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

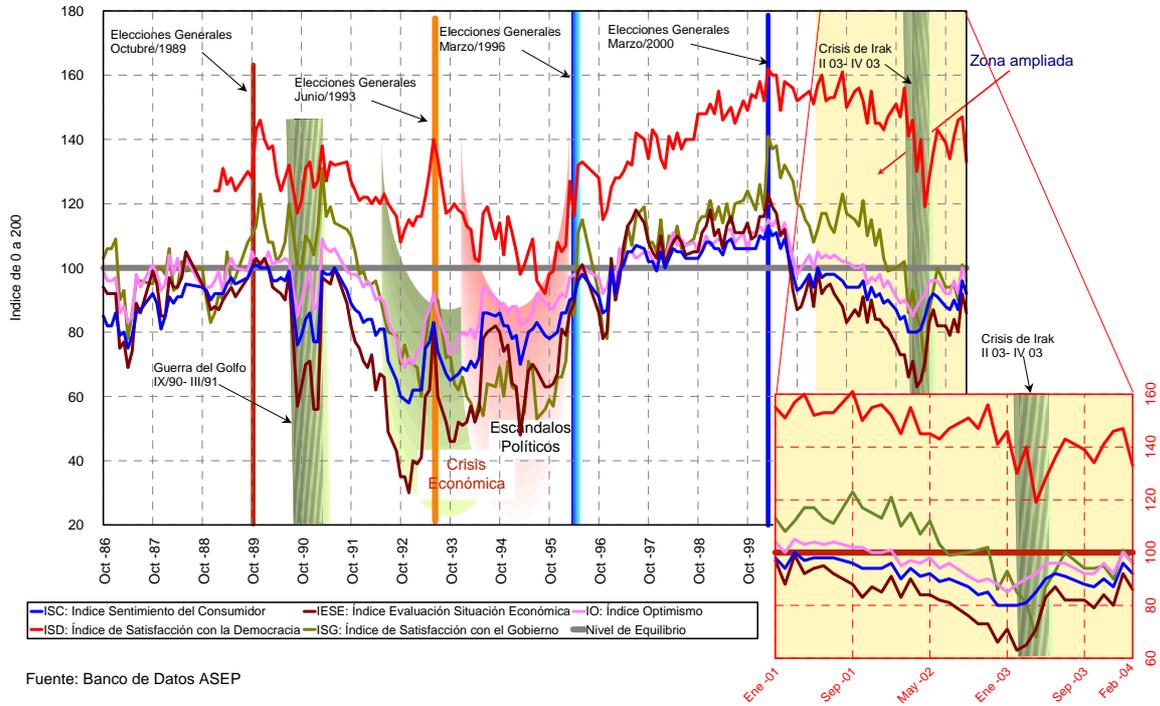
FEBRERO 2004	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1202)	92	86	125	32	179	96	2,2	42%
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(188)	150	200	133	40	187	143	2,5	34%
Pesimistas	(358)	46	-	114	23	168	58	2,0	48%
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(383)	105	98	200	100	190	113	2,3	46%
Prestan dinero	(87)	84	79	-	-	146	94	2,0	34%
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1015)	95	90	129	35	200	100	2,2	42%
Insatisfecho	(70)	69	66	90	14	-	70	2,3	49%
Optimismo Personal:									
Optimista	(230)	140	127	127	40	183	200	2,1	41%
Pesimista	(273)	39	38	103	15	161	-	2,1	38%
Práctica Religiosa:									
Alta	(221)	95	94	128	32	175	93	4,4	33%
Media	(231)	101	102	123	33	177	104	3,0	31%
Baja	(681)	90	80	124	31	181	96	1,3	47%
Postmaterialismo:									
Materialistas	(692)	95	91	122	30	179	95	2,4	-%
Post-materialistas	(510)	89	79	128	34	178	98	2,0	100%
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(710)	99	96	127	34	186	102	2,4	35%
Insatisfechos	(308)	82	66	123	31	170	90	1,9	57%
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(473)	105	110	126	35	189	102	2,7	29%
Insatisfechos	(527)	82	67	124	30	172	92	1,8	56%
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(456)	84	68	127	32	177	95	1,7	57%
Centro	(261)	96	95	123	32	176	96	2,2	30%
Derecha	(252)	106	110	128	34	187	104	3,0	28%
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(192)	87	76	126	33	177	94	2,0	53%
Igual	(666)	91	87	123	30	180	94	2,3	42%
Más españoles	(308)	98	89	128	36	179	104	2,4	36%
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(213)	100	97	131	39	182	106	2,4	41%
Insatisfechos	(73)	77	66	110	21	159	77	1,6	40%
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(1036)	94	88	127	33	181	98	2,2	43%
Perjudica	(70)	68	59	113	25	161	68	2,0	32%
Beneficio de las CC.AA. en la UE:									
Beneficia	(976)	93	86	127	34	182	96	2,3	42%
Perjudica	(112)	86	83	113	24	167	95	1,9	46%
Beneficio del Entrevistado en la UE:									
Beneficia	(901)	94	88	127	34	182	98	2,2	41%
Perjudica	(92)	77	63	112	25	159	85	2,0	40%
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(596)	97	90	132	39	180	103	2,2	46%
Baja, Ninguna	(606)	87	82	118	25	177	90	2,3	39%
Posición Social:									
Baja	(404)	91	87	118	24	170	93	2,8	36%
Media	(611)	92	85	124	33	182	97	2,0	44%
Alta	(187)	96	86	142	46	184	102	1,9	51%
Intención de Voto:									
PP	(375)	106	112	127	34	188	104	2,8	27%
PSOE	(328)	81	70	123	29	177	88	1,9	45%
IU	(72)	90	68	127	36	167	114	1,6	77%

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

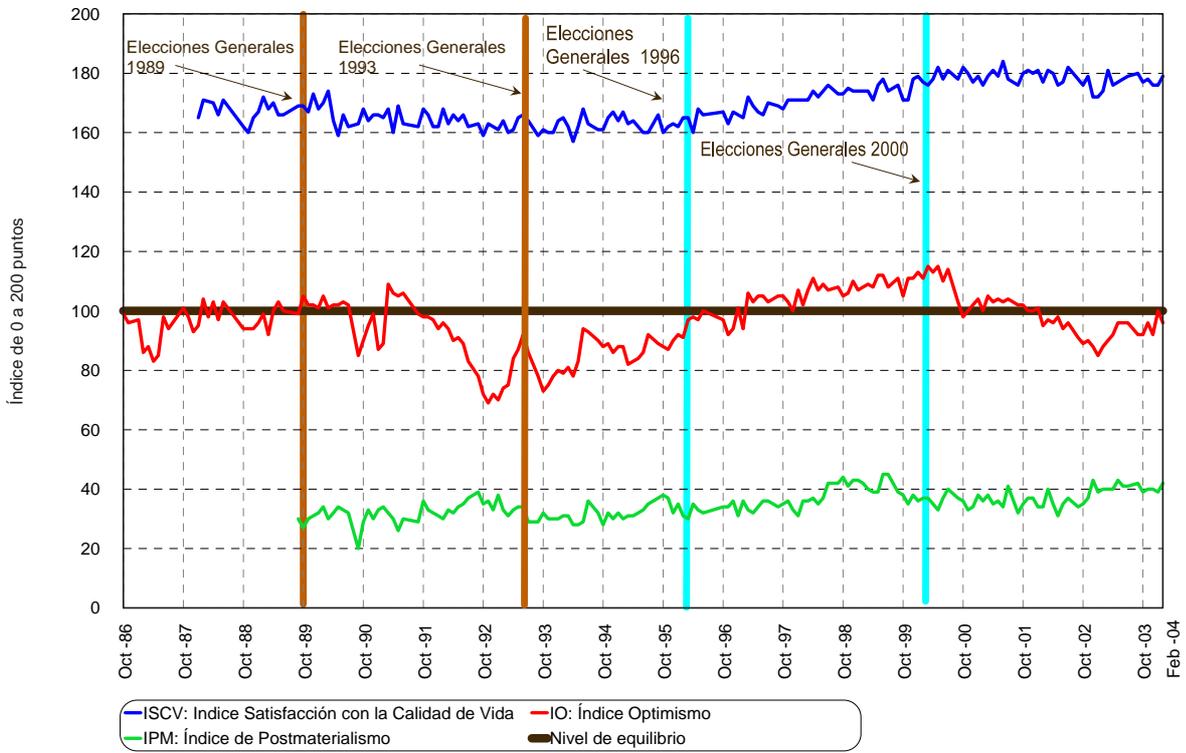
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

FEBRERO 2004	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1202)	133	96	26%	3,6	3,2	112	180	172	167	99	31	27	6
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(188)	159	144	20%	4,4	3,5	119	185	171	174	110	55	15	3
Pesimistas	(358)	109	62	28%	3,2	3,2	105	171	169	159	92	16	36	8
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(383)	138	102	24%	3,7	3,3	117	186	180	174	122	33	25	7
Prestan dinero	(87)	130	111	34%	3,7	3,3	110	172	161	156	102	31	22	8
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1015)	139	101	25%	3,7	3,2	113	183	175	170	100	34	27	5
Insatisfecho	(70)	96	54	34%	3,2	3,3	101	161	151	142	97	17	28	10
Optimismo Personal:														
Optimista	(230)	144	100	23%	3,7	3,4	120	182	163	161	114	34	25	11
Pesimista	(273)	120	81	30%	3,5	3,2	105	167	165	153	84	23	35	5
Práctica Religiosa:														
Alta	(221)	149	140	27%	4,6	3,3	116	184	176	167	84	53	12	2
Media	(231)	158	124	24%	4,1	3,4	120	179	176	170	91	41	26	3
Baja	(681)	123	78	27%	3,3	3,1	107	180	169	166	104	23	32	7
Postmaterialismo:														
Materialistas	(692)	148	115	25%	3,9	3,3	112	178	173	168	93	40	26	2
Post-materialistas	(510)	114	69	27%	3,2	3,1	111	184	171	166	107	20	29	11
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(710)	200	131	22%	4,0	3,4	119	185	180	176	97	45	24	4
Insatisfechos	(308)	-	25	26%	2,8	2,8	98	173	158	152	117	7	35	9
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(473)	183	200	16%	4,6	3,5	120	189	183	180	100	70	8	1
Insatisfechos	(527)	89	-	25%	2,7	3,0	106	177	166	160	107	3	47	10
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(456)	101	33	13%	2,4	3,2	107	183	171	165	119	1	59	14
Centro	(261)	158	127	29%	4,0	3,3	117	182	178	173	95	44	14	1
Derecha	(252)	176	181	7%	5,5	3,4	121	188	179	179	97	89	1	*
Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(192)	83	55	26%	3,4	1,7	103	176	160	157	113	17	15	8
Igual	(666)	139	96	26%	3,6	3,0	113	181	175	169	93	32	31	6
Más españoles	(308)	154	120	26%	3,9	4,7	114	182	171	169	104	38	27	5
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(213)	153	107	23%	3,8	3,2	200	194	193	190	100	41	25	5
Insatisfechos	(73)	62	38	31%	2,9	2,8	-	79	38	44	97	11	29	11
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(1036)	136	99	23%	3,6	3,2	117	200	189	184	105	33	28	6
Perjudica	(70)	94	61	42%	3,3	3,1	43	-	17	13	84	17	29	4
Beneficio de las CC,AA, en la UE:														
Beneficia	(976)	139	101	24%	3,6	3,2	119	199	200	189	103	34	27	6
Perjudica	(112)	92	66	29%	3,3	3,1	52	88	-	46	103	22	31	5
Beneficio del Entrevistado en la UE:														
Beneficia	(901)	141	103	24%	3,7	3,3	121	199	198	200	105	35	27	5
Perjudica	(92)	91	62	32%	3,1	3,2	50	64	43	-	96	15	36	9
Exposición a la Información:														
Alta, Media	(596)	128	92	19%	3,5	3,3	112	186	175	172	200	31	29	8
Baja, Ninguna	(606)	139	99	33%	3,7	3,2	111	175	169	163	-	31	26	4
Posición Social:														
Baja	(404)	145	106	28%	3,9	3,2	109	177	168	162	67	35	27	3
Media	(611)	128	93	26%	3,5	3,2	112	180	172	169	107	30	26	7
Alta	(187)	128	79	23%	3,3	3,3	117	189	181	175	145	27	31	8
Intención de Voto:														
PP	(375)	180	185	-%	5,0	3,4	121	188	181	179	100	100	-	-
PSOE	(328)	119	36	-%	2,6	3,3	110	181	170	163	105	-	100	-
IU	(72)	104	32	-%	2,2	3,1	103	181	172	155	136	-	-	100

EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS

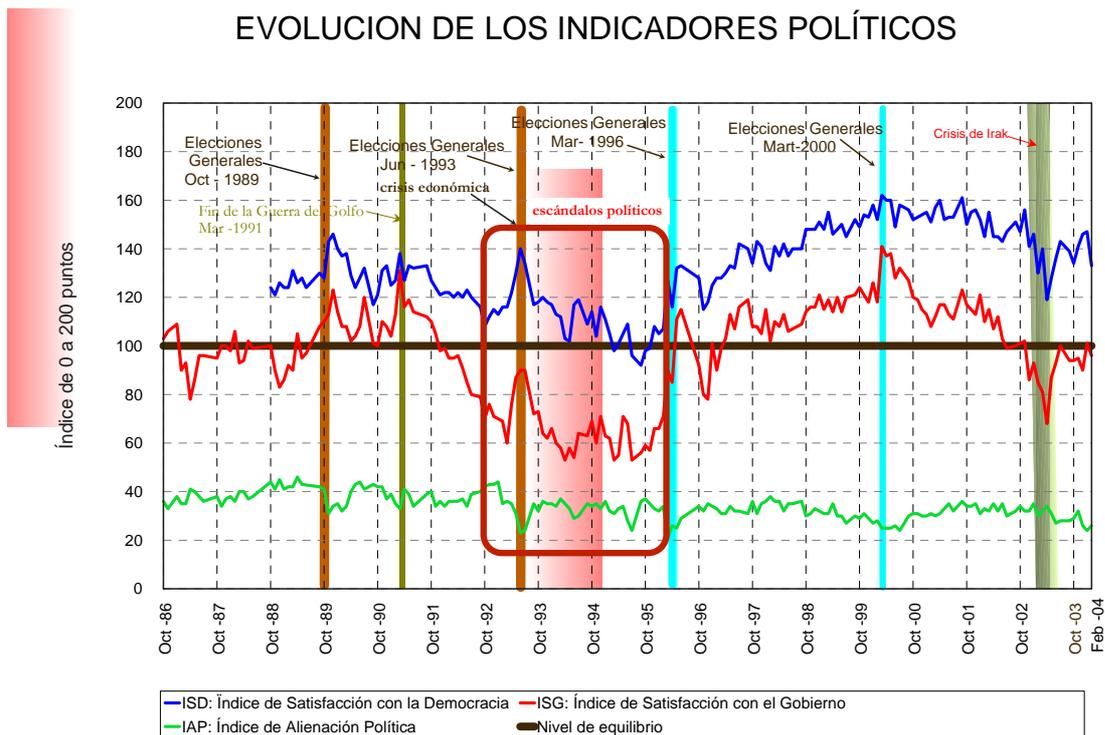


EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



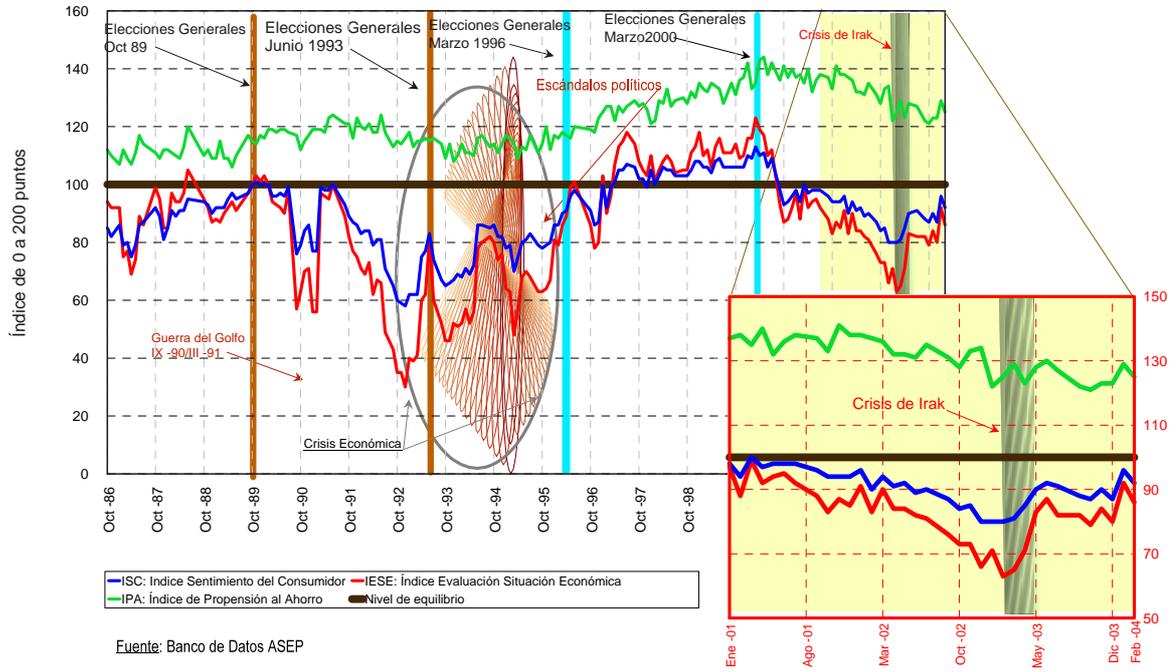
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLÍTICOS



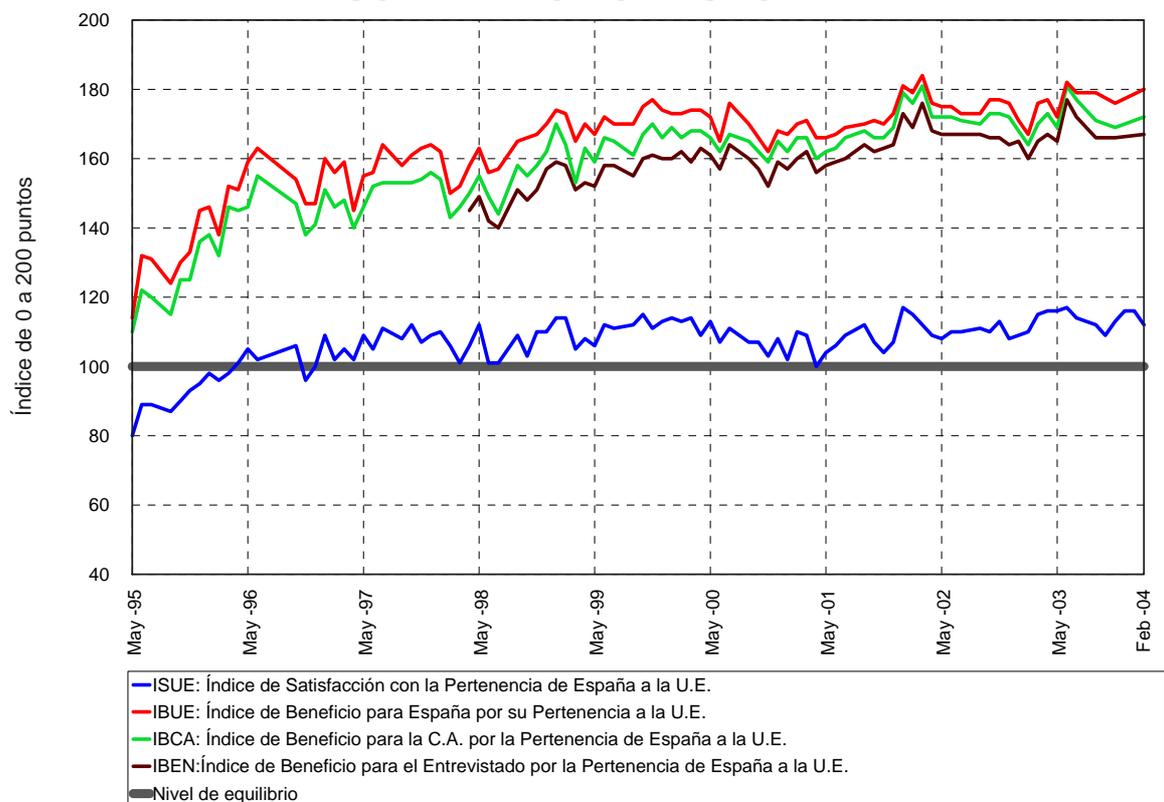
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



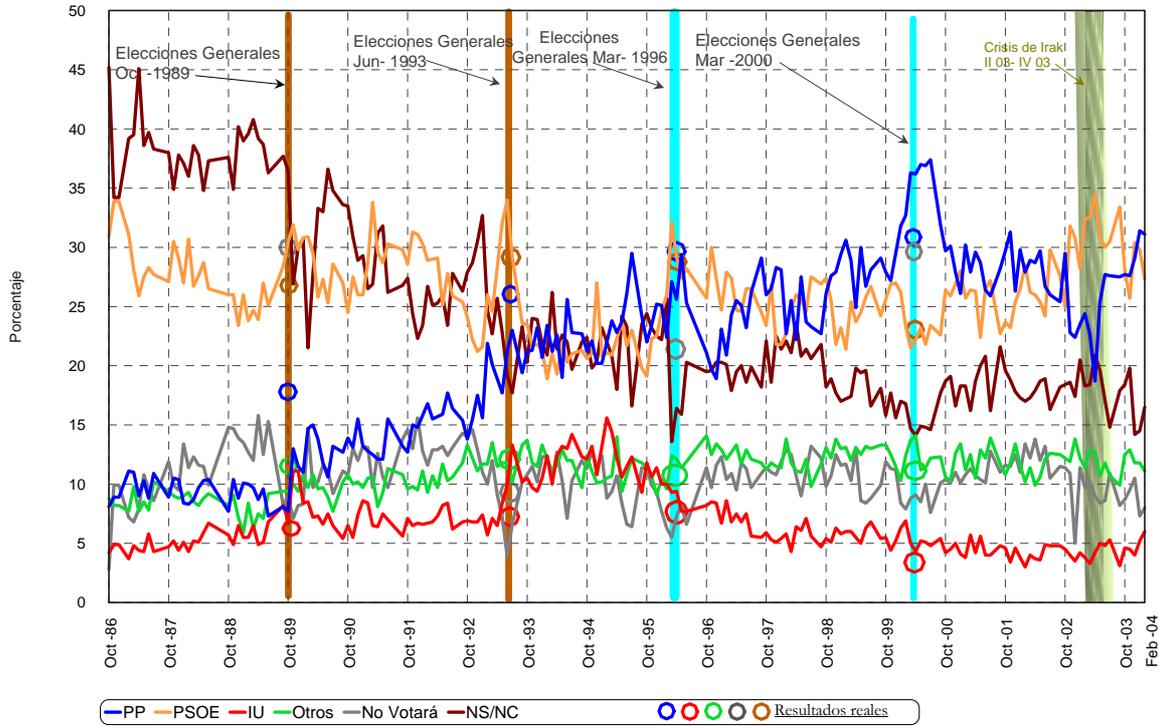
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



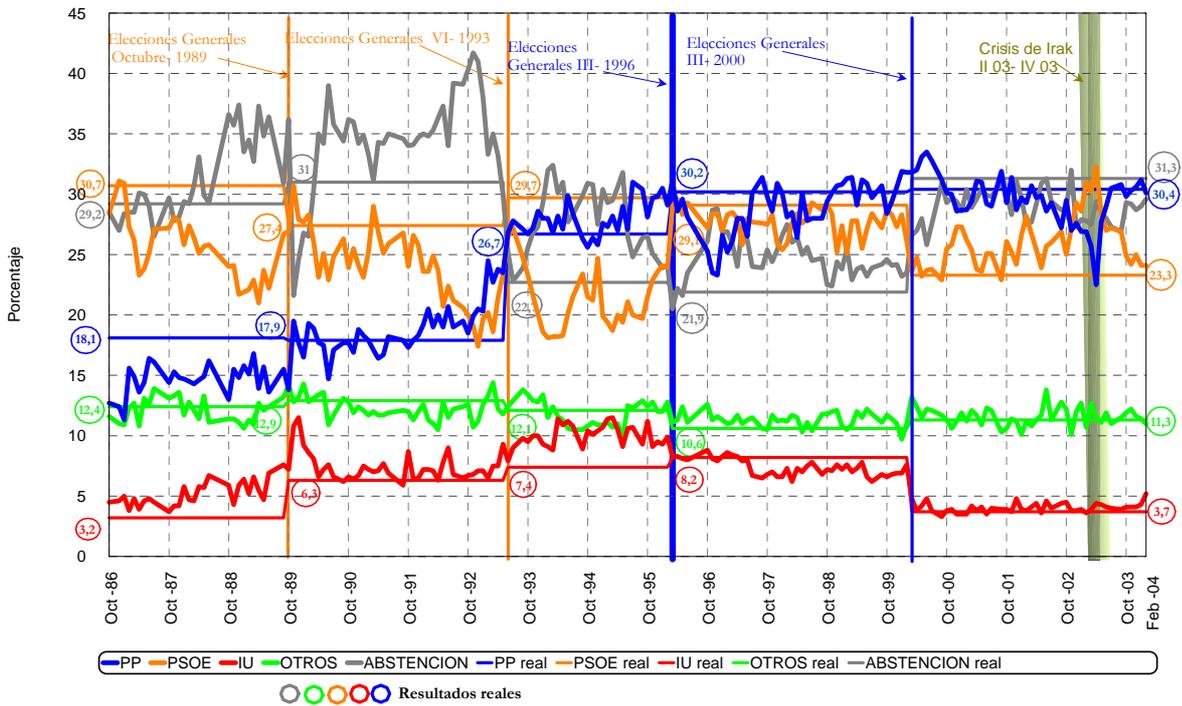
Fuente: Banco de Datos ASEP

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 6,7 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 38% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard).

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

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

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

Alrededor de una quinta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, alrededor de una tercera parte 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.**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Alto	11	12	12	11	12	10	8	12	12	8	11	12
Medio	37	36	36	34	33	37	37	34	33	33	35	32
Bajo	17	17	16	18	18	18	19	19	19	19	18	19
En Paro	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4
Ama de Casa	*	1	1	2	*	1	1	1	*	1	1	*
Jubilado	30	30	30	32	32	31	31	31	31	34	30	30
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2

Cuadro 2.1.2.**Sector Económico del Cabeza de Familia.**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
No Activos	31	32	32	34	33	33	33	33	32	35	32	32
En Paro	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4
Sector Público	10	9	8	8	7	10	8	8	8	8	9	9
Sector Privado												
Cuenta Ajena	39	42	42	40	42	42	42	42	42	39	40	41
Cuenta Propia	16	14	15	14	13	12	13	13	14	13	14	14
NS/NC	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Menos de 300 euros	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
De 301 a 450 euros	5	6	7	5	4	5	6	7	5	7	5	4
De 451 a 600 euros	10	9	9	10	9	9	10	9	9	7	8	7
De 601 a 900 euros	16	17	14	17	16	13	16	16	17	15	16	14
De 901 a 1.200 euros	15	14	15	16	14	15	16	17	15	15	14	17
De 1.201 a 1.650 euros	9	9	11	11	12	10	11	10	11	12	11	9
De 1.651 a 2.100 euros	5	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6	8
De 2.101 a 3.000 euros	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3
Más de 3.000 euros	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2
Sin Respuesta	34	35	34	31	34	36	31	29	32	34	35	34

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
T.V. en color	99	98	98	98	98	97	99	99	98	98	98	98
1 T.V. en color	54	55	52	52	52	55	53	53	54	54	50	54
2 T.V. en color	34	35	36	38	35	34	38	35	36	36	40	34
3 o más T.V. en color	11	7	10	8	10	7	8	11	8	9	9	10
Vivienda Propia	84	83	84	86	86	80	85	84	85	86	84	84
Teléfono	82	84	84	84	84	82	81	80	82	81	81	78
Teléfono Móvil (celular)	67	69	68	69	68	68	70	69	70	68	72	71
Automóvil	73	73	71	70	72	73	72	70	72	72	74	73
Equipo de Sonido	62	63	62	66	62	62	62	63	64	60	63	63
Vídeo	78	80	79	79	81	79	77	78	78	76	78	80
Lavavajillas	25	25	28	32	26	25	28	30	30	26	27	28
Ordenador Personal	38	41	39	40	36	40	39	40	40	37	42	40
Media (x) artículos por Hogar	6,7	6,7	6,7	6,8	6,7	6,6	6,7	6,7	6,7	6,6	6,8	6,7
Coefficiente de Variación (%)	37	36	37	37	37	37	38	39	37	38	36	38

Cuadro 2.1.5.
Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

FEBRERO 2004	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	TV Color	TV Vídeo	Teléfono Fono	Teléfono Móvil	Lavavajillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	(1202)	84%	73	98	80	78	71	28	63	40	6,7	38
Edad												
18 a 29 años	(278)	75%	79	98	89	73	88	32	82	52	7,4	33
30 a 49 años	(441)	83%	86	99	90	78	84	33	75	52	7,4	31
50 a 64 años	(233)	91%	80	98	81	83	68	33	59	37	6,8	36
65 y más años	(250)	92%	39	95	51	81	30	12	24	11	4,6	46
Posición Social:												
Baja	(404)	86%	54	96	62	74	47	15	38	18	5,2	47
Media	(611)	82%	82	99	88	79	81	33	73	46	7,2	32
Alta	(187)	88%	88	98	91	85	88	41	84	70	8,1	26
Ideología:												
Izquierda	(456)	84%	79	97	84	80	76	28	68	47	7,0	35
Centro	(261)	86%	75	99	84	78	76	33	69	41	7,0	37
Derecha	(252)	90%	73	98	72	81	61	32	56	35	6,5	40
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(491)	90%	92	99	95	87	88	46	82	59	8,1	24
Medio	(482)	81%	68	97	72	72	65	17	54	31	6,0	41
Medio Bajo/Bajo	(230)	79%	45	97	63	74	46	15	42	20	5,1	48
Clientes de:												
Bancos	(276)	88%	83	99	86	86	80	43	71	51	7,5	32
Cajas	(916)	85%	73	98	80	79	69	27	62	39	6,7	39

Cuadro 2.1.6.
Indice de Status Socioeconómico Familiar

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.214)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Alto, Medio Alto	35	34	37	38	39	37	37	39	37	36	38	41
Medio	47	49	44	45	45	46	46	41	46	42	43	40
Medio Bajo	16	15	17	16	15	15	15	18	16	20	18	17
Bajo	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

2.2. STATUS SOCIOECONÓMICO 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, observándose una reducción durante los cuatro últimos años. Este mes es similar a la del mes pasado, concretamente un 8% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 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%, (8% 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 Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSEF) se ha utilizado para resumir en un solo indicador de fácil manejo e interpretación diversas características socioeconómicas de los hogares, el Índice de Posición Social (IPS) se utiliza para resumir un conjunto de variables que constituyen propiedades del individuo, y que son además las generalmente utilizadas para intentar explicar las variaciones que se observan en las actitudes y comportamientos de los individuos. El IPS, construido originariamente por el sociólogo noruego Johan Galtung, y replicado en diversas investigaciones en España por Juan Díez Nicolás desde los años '60, va muy estrechamente ligado a la teoría "centro- periferia" sobre la creación y el cambio de las actitudes sociales.

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

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

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

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

- La distribución según la clase social subjetiva, demuestra una vez más la enorme tendencia de las personas en las sociedades desarrolladas avanzadas a considerarse de clase media, evitando identificarse con la clase alta o con la baja.

Al poner en relación entre sí las cinco variables explicativas fijas utilizadas a lo largo de este informe, conviene resaltar los siguientes aspectos:

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

Cuadro 2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Demográficas**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
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	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3
20 a 29 años	19	19	19	19	19	19	18	19	19	18	19	20
30 a 39 años	20	20	21	20	20	20	20	20	20	20	20	20
40 a 49 años	17	17	16	17	17	17	17	17	17	16	17	16
50 a 59 años	12	12	13	12	13	12	12	13	13	12	13	14
60 a 64 años	7	7	7	8	7	7	8	7	7	8	6	6
65 y más años	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	26	27	27	26	28	27	25	26	25	26	27	25
Casado/a	58	59	59	59	58	59	60	58	61	59	59	59
En Pareja	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	4
Viudo/a	7	9	8	7	7	7	8	9	7	8	7	8
Divorciado/a	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
Separado/a	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2
NS/NC	*	-	*	*	*	*	-	*	-	*	*	*

Cuadro 2.2.2.

Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2
Sabe Leer	13	15	14	16	14	16	12	14	13	15	13	13
Primarios	25	24	25	24	25	21	19	22	20	25	24	21
Bachiller Elemental/EGB	26	27	28	27	30	29	27	28	29	28	25	24
Formación Profesional	9	8	9	7	8	9	12	8	12	8	9	11
Bachiller Superior/BUP	7	7	7	8	7	6	8	7	8	7	7	8
PREU / COU	3	4	4	4	3	4	6	4	4	4	4	6
Titulado Grado Medio	8	6	5	4	4	5	7	6	4	6	5	6
Universitarios	6	7	7	8	8	8	6	9	8	5	9	8
NC	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	*
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	6	7	8	7	7	6	6	7	8	5	6	7
Medio	23	24	25	21	24	25	24	23	23	24	22	25
Bajo	14	14	14	16	15	14	16	15	14	15	16	15
En Paro	8	7	6	7	7	6	8	8	7	7	8	8
Ama de Casa	23	23	22	24	22	22	20	23	22	23	21	21
Jubilado	17	19	18	18	17	18	19	18	19	20	18	18
Estudiantes	7	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	6
NS/NC	1	1	1	1	*	*	*	*	1	1	1	*
Sector Económico:												
No Activos	49	49	47	49	47	48	47	47	48	50	47	45
En Paro	8	7	6	7	7	6	8	8	7	7	8	8
Sector Público	7	6	6	6	7	9	6	6	6	6	6	8
Privado C. Ajena	27	30	31	30	30	30	32	30	29	28	31	31
Privado C. Propia	9	8	9	8	8	7	6	8	10	8	8	8
NS/NC	1	1	1	1	*	*	*	*	1	1	1	*

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17	17	18	18	17	17	18	18	18	18	17	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	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
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	13	12	13	13	13	13	14	13
Murcia	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
P. Vasco	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	5	6
C. Valenciana	10	10	9	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	24	24	23	22	23	26	23	23	24	24	23	24
Urbano	50	51	52	52	50	48	52	53	52	52	52	51
Metropolitano	26	25	25	26	26	27	25	24	24	24	25	25
Movilidad Geográfica												
No Móviles	74	73	72	72	76	75	74	73	74	76	74	75
Móviles	26	27	28	28	24	25	26	27	26	24	26	25

Cuadro 2.2.4.
Indice de Posición Social

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Muy Baja	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
Baja	32	32	30	32	34	32	32	31	31	32	30	30
Media	52	50	52	50	48	49	50	50	50	51	52	51
Alta	12	13	14	13	13	14	13	14	13	12	13	14
Muy Alta	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Alta	1	-	*	*	-	*	*	*	1	-	*	1
Media Alta	4	3	3	4	3	7	2	4	3	3	4	3
Media Media	63	64	62	62	62	80	62	61	63	61	62	66
Media Baja	26	27	26	26	28	9	27	27	27	26	27	25
Baja	4	4	5	6	6	*	4	4	4	5	3	4
NS/NC	2	1	4	2	2	4	4	3	3	4	3	1

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.

(En porcentaje)

FEBRERO 2004	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	Bajo/Bajo
TOTAL	(1202)	23%	36	20	21	34	51	15	38	22	21	41	40	19
Edad:														
18 a 29 años	(278)	100%	-	-	-	29	63	8	43	21	13	46	41	13
30 a 49 años	(441)	-	100	-	-	14	55	30	45	22	16	56	35	9
50 a 64 años	(233)	-	-	100	-	28	59	13	37	23	26	38	41	21
65 y más años	(250)	-	-	-	100	78	21	*	22	21	34	11	47	43
Posición Social:														
Baja	(404)	20%	16	16	48	100	-	-	29	21	25	12	53	35
Media	(611)	29%	40	22	9	-	100	-	39	23	19	47	39	14
Alta	(187)	12%	72	16	1	-	-	100	53	18	19	83	16	1
Ideología:														
Izquierda	(456)	26%	43	19	12	26	53	21	100	-	-	46	40	14
Centro	(261)	22%	37	21	20	32	55	13	-	100	-	46	37	18
Derecha	(252)	14%	29	24	34	40	46	14	-	-	100	44	33	24
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(491)	26%	50	18	5	10	58	32	43	24	22	100	-	-
Medio	(482)	24%	32	20	24	45	49	6	38	20	17	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(230)	16%	17	21	46	61	38	1	27	20	26	-	-	100
Cientes de:														
Bancos	(276)	20%	39	22	19	24	53	23	37	22	26	52	35	13
Cajas	(916)	22%	37	20	22	35	50	15	40	21	20	40	40	20

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 ha utilizado un indicador. 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 31% de los entrevistados este mes se identifican con su pueblo o ciudad (proporción que parece haberse estabilizado estos últimos meses, estabilizándose en torno al 30-34%), y alrededor de un tercio se identifican con España (este mes es superior 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.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
TOTAL	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Su pueblo o ciudad	33	32	41	34	36	38	37	32	36	33	29	31
Su provincia	8	6	5	6	7	7	6	7	5	6	6	7
Su Comunidad Autónoma	20	20	18	17	18	18	16	20	18	18	18	19
España	33	34	27	34	31	32	34	34	34	38	39	34
Europa (UE)	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2
Occidente	*	*	-	*	-	-	*	*	*	-	*	-
El Mundo	4	5	4	6	4	4	5	5	5	4	5	5
Ninguno	*	*	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*
NS/NC	1	1	1	*	*	*	*	*	1	*	1	1

Cuadro 2.3.2.

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

FEBRERO 2004	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	(1202)	31%	7	19	34	7	1
Edad:							
18 a 29 años	(278)	33%	9	21	28	9	1
30 a 49 años	(441)	28%	6	18	36	9	2
50 a 64 años	(233)	24%	9	20	40	6	1
65 y más años	(250)	40%	6	18	33	2	1
Posición Social:							
Baja	(404)	38%	5	19	35	2	1
Media	(611)	28%	8	21	33	8	1
Alta	(187)	24%	8	14	38	14	1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(192)	37%	6	42	6	8	1
Tan nac. como esp.	(666)	36%	8	16	33	5	1
Más españoles	(308)	17%	6	14	52	9	2
Cientes de:							
Bancos	(276)	31%	8	20	32	8	1
Cajas	(916)	31%	7	18	35	7	1

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA

Recordatorio Previo

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

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

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

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

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

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

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

Pautas 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 Febrero 2004

Las expectativas positivas que despertaba el inicio del 2004 no se han confirmado en febrero. Muy al contrario, la pre- campaña electoral, salpicada por la incursión de ETA en el debate político a través del lazo extendido por ERC en Catalunya parece haber empañado una actualidad en la que los buenos resultados económicos y la ausencia de conflictos externos e internos solamente contribuían a aumentar un optimismo refrendado por la excelente evolución de la Bolsa de valores, marcando nuevos máximos en su índice general y en el del Ibex 35 semana tras semana. Sin embargo, ni siquiera la correcta valoración de los indicadores macroeconómicos ha sido suficiente para atenuar el estado de crispación renovada, generando una disminución de todos los

índices del sentimiento del consumidor, tanto los relativos a la economía personal como los referidos a la economía de España en su conjunto.

Solamente un segmento de la población ha alcanzado a situar su índice por encima del nivel de equilibrio en todos los casos: Los individuos de ideología de derecha, es decir los que comulgan con las líneas generales de actuación gubernamental, a diferencia de los de izquierda, cuyas expectativas se ven mermadas por los sondeos que les consolidan en la oposición tras las próximas elecciones generales de marzo.

Al igual que este segmento, los que ahorran también alcanzan a superar el nivel de equilibrio en todos los casos excepto cuando se mide el sentimiento sobre la economía del país en relación con seis meses atrás.

De este modo, los únicos segmentos que presentan un IO por encima de 100 son los de derecha (IO = 104), los que ahorran (IO = 113), los menores de 30 años (IO = 111) y los de alto status socioeconómico familiar (IO = 108) y alta posición social (IO = 102). En resumen, cinco segmentos con un IO no lo suficientemente elevado como para contrarrestar el IO de todos los grupos restantes, motivo por el que se afirma que el equilibrio es relativo y no pasa del IO = 96 a nivel global.

De hecho, si se analizan todos los ISC`s, se observará que los individuos con ideología de derecha y los que ahorran son los únicos no solamente en presentar cifras superiores a 100 sino con índices muy pronunciados:

	ISC1	ISC2	ISC3	ISC4	ISC5
Derecha	102	106	108	106	106
Ahorran	108	112	100	102	105

Tan sólo cuando se habla de la situación personal futura se extiende el predominio del optimismo a otros grupos como los de alta posición social (ISC2= 102), los menores de 30 años (ISC2= 111), los de alto status socioeconómico familiar (ISC2= 108). En ningún caso aparecen por encima del nivel de equilibrio los individuos con ideología de izquierda, quizás porque intuyen que los próximos cuatro años permanecerán bajo un gobierno del Partido Popular.

El ISC1 es de 90, es decir 5 puntos por encima del nivel de hace un año.

El ISC2 es de 102, es decir 8 puntos por encima que hace un año.

En relación con los sentimientos de cara a la economía española, los datos también tienden a mejorar:

El ISC3 está en el nivel 84, es decir 19 puntos superior al registrado hace un año.

El ISC4 que mide la previsión para dentro de seis meses queda establecido en un nivel 93, es decir 19 puntos por encima que hace un año.

El ISC5 queda pues situado en un $ISC5= 92$, es decir 12 puntos por encima que hace un año.

Cuando los avances con respecto a hace un año varían entre 8 y 19 puntos a favor, excepto el ISC1 que se eleva en 5 puntos, solamente se puede interpretar que los españoles han recuperado una buena parte de su esperanza en que la economía general y particular sale adelante sin crisis, un sentimiento en todo caso selectivo, como ya se ha indicado, pero mayoritario.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
ISC-1												
Econ. Person. Presente	85	86	87	91	93	93	89	87	88	84	93	90
ISC-2												
Econ. Person. Futura	94	96	96	99	100	100	97	97	100	99	103	102
ISC-3												
Econ. País Presente	65	65	72	81	85	82	81	80	83	78	88	84
ISC-4												
Econ. País Futura	74	78	83	90	91	88	88	84	90	88	98	93
ISC-5	80	81	85	90	92	91	88	87	90	87	96	92

Cuadro 3.1.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISC-5	80	81	85	90	92	91	88	87	90	87	96	92
Edad:												
Menos de 30 años	86	88	92	97	100	97	100	92	98	94	97	99
30 a 49 años	78	81	82	90	93	92	89	89	90	90	98	90
50 a 64 años	75	79	83	87	86	90	83	80	82	79	92	90
65 y más años	79	76	81	86	88	83	80	85	88	83	93	90
Posición Social:												
Baja	78	79	81	87	91	88	84	85	86	80	91	91
Media	79	82	86	91	94	92	89	86	91	89	98	92
Alta	83	82	89	96	92	93	98	93	96	97	99	96
Ideología:												
Izquierda	73	74	80	85	86	82	82	82	84	80	83	84
Centro	86	87	86	92	95	96	95	90	96	94	98	96
Derecha	88	90	94	104	105	99	100	102	102	100	113	106
Propensión al ahorro:												
Endeudados	66	75	75	83	85	81	75	82	76	81	80	84
Vive al día	77	76	82	88	88	86	84	82	85	82	92	86
Ahorran	86	90	92	96	99	100	102	98	102	98	105	105
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	83	84	88	96	96	93	94	93	96	94	100	97
Medio	79	81	84	89	90	89	88	86	88	87	94	90
Medio bajo	73	78	80	82	88	90	80	78	84	77	92	87
Bajo	89	70	75	65	99	78	66	67	66	73	70	69
Clientes de:												
Bancos	83	83	88	89	91	93	92	90	91	92	95	99
Cajas	79	81	83	91	93	90	89	88	91	87	95	92

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Mejor	10	10	10	10	11	11	12	11	11	9	13	13
Igual	65	66	68	70	70	70	66	65	65	65	68	64
Peor	25	24	23	19	18	18	22	24	23	25	19	23
NS/NC	*	*	*	*	-	*	*	*	*	*	1	-
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	85	86	87	91	93	93	89	87	88	84	93	90

Situación del País respecto a hace seis meses:

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Mejor	7	8	9	10	11	9	11	11	11	10	14	12
Igual	49	46	49	58	61	62	58	55	58	56	59	58
Peor	42	43	38	29	26	27	30	32	28	32	25	28
NS/NC	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2
ISC-3 (Econ. del País Presente)	65	65	72	81	85	82	81	80	83	78	88	84

Cuadro 3.1.4.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISC-1	85	86	87	91	93	93	89	87	88	84	93	90
Edad:												
Menos de 30 años	97	97	98	99	105	106	107	94	98	96	99	99
30 a 49 años	85	88	86	90	94	94	91	90	89	86	97	87
50 a 64 años	77	78	87	89	87	88	82	74	77	70	85	86
65 y más años	77	79	76	86	85	79	72	85	83	78	89	86
Posición Social:												
Baja	77	82	78	86	88	88	80	82	81	74	86	88
Media	87	87	90	91	95	94	92	86	90	88	96	89
Alta	95	93	98	102	99	99	101	99	97	97	100	94
Ideología:												
Izquierda	81	82	85	90	89	87	86	86	86	82	83	87
Centro	92	90	88	89	94	96	94	88	89	89	92	87
Derecha	88	88	91	104	104	96	94	92	98	92	108	102
Propensión al ahorro:												
Endeudados	63	81	70	80	80	73	70	73	70	77	72	70
Viven al día	79	78	83	86	89	86	83	81	81	77	90	82
Ahorran	98	101	99	100	101	107	106	103	104	98	103	108
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	94	90	96	98	101	95	95	93	95	90	102	97
Medio	82	87	83	88	88	93	88	86	86	85	90	88
Medio bajo	72	76	79	85	89	89	78	78	77	71	85	81
Bajo	83	73	79	57	90	64	79	68	65	70	67	46
Cientes:												
Bancos	87	90	93	92	91	94	92	87	87	88	94	96
Cajas	84	86	85	92	94	92	91	89	90	84	93	89

Cuadro 3.1.5.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISC-3	65	65	72	81	85	82	81	80	83	78	88	84
Edad:												
Menos de 30 años	66	66	74	82	86	83	88	81	90	76	83	89
30 a 49 años	60	63	67	79	84	82	81	79	80	79	89	78
50 a 64 años	64	67	73	81	83	83	75	77	77	75	90	88
65 y más años	72	65	76	82	87	79	77	81	85	79	93	86
Posición Social:												
Baja	70	65	72	77	84	81	77	80	80	76	86	87
Media	62	66	71	84	87	84	81	78	85	77	90	82
Alta	62	60	74	80	82	77	86	82	82	86	88	87
Ideología:												
Izquierda	53	53	92	71	76	71	70	68	73	68	68	68
Centro	74	77	77	85	88	92	88	84	94	85	96	94
Derecha	83	79	85	104	106	96	100	110	101	98	114	108
Propensión al ahorro:												
Endeudados	56	60	61	77	78	73	64	73	67	64	72	74
Viven al día	65	60	70	79	81	78	78	75	80	73	84	78
Ahorran	65	72	77	85	91	89	92	90	93	89	98	98
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	65	66	72	85	86	80	87	85	90	83	89	85
Medio	63	63	74	79	84	81	78	79	78	77	88	83
Medio bajo	66	70	66	74	85	87	74	71	85	70	90	86
Bajo	89	54	72	73	100	81	54	54	60	67	62	68
Clientes de:												
Bancos	68	66	74	79	84	82	85	87	84	88	87	91
Cajas	64	65	69	82	86	81	80	79	84	77	89	84

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Mejor	11	10	11	10	11	11	10	12	13	13	14	14
Igual	66	69	68	72	74	72	71	70	68	68	70	67
Peor	17	15	15	12	11	11	14	15	13	14	10	13
NS/NC	6	6	6	6	4	6	4	4	6	4	6	6
ISC-2 (Economía Personal Futura)	94	96	96	99	100	100	97	97	100	99	103	102

Situación de España dentro de seis meses:

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Mejor	6	8	9	9	10	8	8	9	10	10	14	11
Igual	52	52	55	61	63	64	62	59	62	60	62	60
Peor	32	30	26	19	18	19	21	24	20	22	16	18
NS/NC	10	10	10	11	9	9	8	7	8	7	9	11
ISC-4 (Economía del País Futura)	74	78	83	90	91	88	88	84	90	88	98	93

Cuadro 3.1.7.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISC-2	94	96	96	99	100	100	97	97	100	99	103	102
Edad:												
Menos de 30 años	106	109	109	113	113	109	108	106	111	113	110	113
30 a 49 años	96	98	95	101	103	101	98	100	103	102	108	105
50 a 64 años	86	90	93	88	92	99	90	88	87	86	98	91
65 y más años	85	83	88	88	88	88	86	90	93	88	92	93
Posición Social:												
Baja	90	91	90	96	96	95	93	94	95	88	98	98
Media	96	98	99	98	102	101	96	96	100	103	106	102
Alta	100	99	102	109	103	106	108	109	111	110	108	109
Ideología:												
Izquierda	92	92	96	96	97	95	93	96	97	94	98	100
Centro	97	98	96	100	103	102	103	101	103	105	102	103
Derecha	95	101	102	104	104	102	103	102	105	106	112	106
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	78	96	90	92	94	96	89	98	88	100	89	99
Vive al día	91	91	93	95	96	96	90	91	95	93	99	96
Ahorran	104	103	104	105	107	107	110	108	111	108	112	112
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	101	100	102	107	107	105	101	104	105	107	109	110
Medio	94	97	95	97	97	99	97	97	101	98	101	98
Medio bajo	80	85	92	88	92	93	87	86	87	87	97	92
Bajo	100	87	82	52	100	77	74	82	70	74	86	77
Clientes de:												
Bancos	99	99	103	96	100	104	100	96	100	100	104	108
Cajas	94	96	96	100	101	99	98	100	102	98	103	101

Cuadro 3.1.8.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISC-4	74	78	83	90	91	88	88	84	90	88	98	93
Edad:												
Menos de 30 años	75	79	87	94	94	89	96	86	93	89	96	96
30 a 49 años	72	76	82	90	93	89	87	85	89	90	100	90
50 a 64 años	72	82	79	89	83	88	84	83	87	86	96	94
65 y más años	80	77	86	88	93	86	84	84	89	86	97	95
Posición Social:												
Baja	77	79	83	88	94	87	84	84	90	84	96	92
Media	72	78	83	91	91	89	88	85	88	90	98	94
Alta	74	75	83	94	85	90	95	84	93	95	100	96
Ideología:												
Izquierda	65	68	76	82	84	77	78	76	81	77	83	82
Centro	81	84	84	96	94	97	96	87	99	96	100	99
Derecha	84	93	100	105	106	101	103	105	104	105	118	106
Propensión al ahorro												
Endeudados	65	64	77	82	87	80	76	85	81	81	89	92
Vive al día	74	75	81	90	88	86	83	81	86	85	93	89
Ahorran	76	86	88	92	96	95	100	91	98	97	106	102
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	72	79	84	94	91	92	93	90	94	95	102	96
Medio	76	77	83	90	92	84	87	82	88	86	96	93
Medio Bajo	74	81	85	83	87	92	80	79	86	82	96	89
Bajo	84	68	68	78	105	90	58	64	70	82	67	86
Clientes de												
Bancos	77	77	81	88	90	91	90	89	92	94	97	100
Cajas	74	78	83	92	92	88	88	86	89	88	97	94

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Optimista	16	15	15	16	15	16	16	16	18	17	19	19
Indiferente	57	61	62	65	66	65	61	60	60	59	62	58
Pesimista	27	24	23	19	19	20	23	24	22	24	19	23
IO	88	90	92	96	96	96	92	92	96	92	100	96

Indice de Evaluación de la Situación Económica

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Optimistas	9	11	12	13	14	12	13	14	14	14	18	16
Indiferentes	45	43	47	57	60	59	56	52	56	52	55	55
Pesimistas	46	46	41	30	27	30	31	35	30	34	26	30
IESE	63	65	71	83	87	82	82	79	84	80	92	86

Cuadro 3.1.10.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total IO	88	90	92	96	96	96	92	92	96	92	100	96
Edad:												
Menos de 30 años	108	109	110	113	114	114	112	105	110	110	111	111
30 a 49 años	90	93	92	97	98	98	96	96	101	98	105	100
50 a 64 años	76	80	89	86	86	91	81	78	80	75	90	84
65 y más años	75	76	77	86	82	78	74	86	84	80	88	86
Posición Social:												
Baja	81	85	81	92	90	90	85	88	86	79	92	93
Media	90	92	96	95	99	98	93	92	98	98	104	97
Alta	102	98	105	109	103	105	107	104	111	107	107	102
Ideología:												
Izquierda	87	85	91	94	92	90	88	91	93	88	92	95
Centro	95	93	94	95	99	98	97	96	99	101	98	96
Derecha	85	100	100	108	104	100	98	99	102	103	113	104
Propensión Ahorro:												
Endeudado	60	90	74	87	80	89	81	88	80	89	77	94
Vive al Día	82	82	89	91	92	89	84	85	90	86	96	88
Ahorra	104	104	103	104	104	110	110	109	110	105	111	113
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	99	95	102	106	106	101	98	100	106	102	109	108
Medio	86	92	89	93	91	96	92	91	93	93	97	92
Medio bajo	74	77	84	86	89	88	80	81	81	78	92	85
Bajo	77	73	75	42	90	68	79	78	65	67	81	55
Cientes de:												
Bancos	92	95	98	96	94	101	96	92	94	94	102	106
Cajas	88	91	91	96	98	94	94	95	98	92	99	95

Cuadro 3.1.11.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total IESE	63	65	71	83	87	82	82	79	84	80	92	86
Edad:												
Menos de 30 años	64	67	72	87	90	82	91	79	92	80	88	93
30 a 49 años	61	63	67	82	87	82	81	79	83	82	94	79
50 a 64 años	58	67	70	83	80	83	77	79	80	75	90	87
65 y más años	71	63	78	83	90	78	77	80	82	80	95	88
Posición Social:												
Baja	66	64	70	78	89	80	78	80	82	78	89	87
Media	60	66	71	86	87	83	83	79	85	80	93	85
Alta	68	61	74	88	80	82	88	78	85	89	95	86
Ideología:												
Izquierda	51	50	60	71	77	67	68	67	73	67	71	68
Centro	74	78	74	92	91	92	89	84	95	93	100	95
Derecha	76	82	94	107	109	101	106	109	104	100	120	110
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	53	52	62	78	84	73	66	78	68	73	79	79
Vive al día	64	59	70	81	83	78	77	74	80	75	86	80
Ahorran	64	75	75	87	92	90	95	88	94	92	103	98
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	62	66	72	88	87	80	88	84	90	87	95	88
Medio	63	63	72	83	86	81	80	77	80	78	91	85
Medio bajo	63	69	68	75	86	89	74	75	84	74	92	85
Bajo	89	54	61	68	100	81	48	54	60	67	57	68
Cientes de:												
Bancos	67	64	72	83	86	82	86	86	85	88	91	93
Cajas	62	64	69	84	87	81	82	80	84	80	92	85

3.2. PAUTAS DE AHORRO

Recordatorio Previo

Para conocer las pautas de ahorro y consumo, se pregunta a los entrevistados acerca de la situación financiera de su hogar y más concretamente, se sondea si piden dinero prestado, si gastan sus ahorros, gastan lo que ganan y finalmente, si ahorran dinero al final de mes. La diferencia entre quienes gastan menos de lo que ingresan y quienes gastan más proporciona el IPA (Índice de Propensión al Ahorro), un indicador que puede variar entre 0 (endeudamiento máximo) y 200 (ahorro máximo), siendo 100 el punto neutro. Para conocer el comportamiento de los españoles ante el consumo, se pide a los entrevistados que se sitúen en una escala de 1 a 7, donde 1 expresa "máxima cautela ante el consumo" y 7 "máxima predisposición al consumo".

Pautas Estables de Ahorro

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

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

En sintonía con la mayor estabilidad económica, el IPA se ha mantenido en el mismo nivel de hace un año, es decir que se sitúa en un IPA= 125, lo que indica que los españoles han visto en este mes unas mejores condiciones para aventurarse en el gasto tras la mayor contención de enero, o lo que es lo mismo, los españoles podrían haberse recuperado un poco del "ayuno consumista" que sigue a los excesos de la Navidad, mientras que la propensión a endeudarse ha avanzado poco, un dato positivo en un periodo en el que muchas familias disparan su consumo con motivo de las rebajas.

Como se ha dicho anteriormente, las condiciones inmejorables de los créditos están abaratando el importe de las letras, a la vez que se adquieren mayores riesgos a la hora de invertir, aprovechando que la Bolsa muestra unos índices muy claros de recuperación.

Con todo, es normal que la gran mayoría de los entrevistados siga defendiendo que gasta lo que gana en estas fechas.

Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Me prestan dinero	3	2	3	3	2	2	2	4	2	3	4	2
Gasto mis ahorros	6	4	5	5	5	4	6	6	7	5	4	5
Gasto lo que gana	55	58	59	55	53	58	61	57	56	61	54	60
Ahorro algo	32	33	30	34	36	32	29	29	31	29	36	30
Ahorro bastante	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
NS/NC	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
IPA	125	129	123	128	130	127	122	121	123	123	129	125

Cuadro 3.2.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total IPA	125	129	123	128	130	127	122	121	123	123	129	125
Edad:												
18-29 años	128	129	122	130	130	133	122	127	131	124	123	125
30-49 años	127	135	132	134	135	133	129	128	130	128	135	128
50-64 años	124	132	124	127	129	124	122	115	116	121	128	126
65 y más años	118	115	107	115	122	114	111	108	109	114	126	117
Posición Social:												
Baja	118	120	110	120	121	119	115	111	112	117	125	118
Media	125	130	127	129	132	125	122	123	127	125	125	124
Alta	141	147	137	145	146	154	141	139	135	128	151	142
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	138	138	135	135	140	138	133	137	135	128	135	134
Medio	120	128	117	129	130	124	118	116	122	125	128	120
Medio Bajo	111	117	111	113	108	115	114	103	98	112	120	117
Bajo	122	82	107	79	95	104	85	86	110	103	100	86
Cientes de:												
Bancos	133	134	127	130	132	134	125	126	126	128	131	132
Cajas	126	130	123	130	133	128	124	122	126	124	130	124

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El Índice 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 179 de este mes, tres puntos más que el mes anterior y 5 más 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=123).

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Muy Satisfechos	5	6	5	6	6	5	7	5	7	6	5	7
Satisfechos	77	80	78	78	79	80	79	80	79	78	80	77
Indiferentes	8	8	8	9	9	8	8	8	6	8	6	9
Insatisfechos	8	5	7	6	6	6	5	7	7	7	8	6
Muy Insatisfechos	1	*	1	1	*	1	*	1	*	1	1	*
NS/NC	1	1	1	1	1	1	*	*	*	*	*	*
ISCV	174	181	176	177	178	179	180	177	178	176	176	179
Valoración Media	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
% Discrepancia	20	17	19	19	18	17	18	19	18	19	19	18

Cuadro 3.3.2.

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

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISCV	174 (3,8)	181 (3,9)	176 (3,8)	177 (3,8)	178 (3,8)	179 (3,8)	180 (3,9)	177 (3,8)	178 (3,8)	176 (3,8)	176 (3,8)	179 (3,8)
Edad:												
Menos de 30 años	182 (3,9)	188 (4,0)	183 (3,9)	186 (3,9)	188 (3,9)	183 (3,9)	187 (3,9)	183 (3,9)	190 (4,0)	184 (3,9)	177 (3,8)	187 (3,9)
30 a 49 años	176 (3,8)	182 (3,9)	178 (3,8)	177 (3,8)	177 (3,8)	185 (3,9)	184 (3,9)	179 (3,8)	182 (3,9)	180 (3,8)	179 (3,8)	182 (3,9)
50 a 64 años	163 (3,7)	182 (3,9)	172 (3,7)	173 (3,8)	170 (3,7)	177 (3,8)	173 (3,8)	174 (3,8)	170 (3,7)	169 (3,7)	171 (3,7)	176 (3,8)
65 y más años	171 (3,7)	171 (3,7)	166 (3,6)	171 (3,7)	173 (3,8)	166 (3,7)	173 (3,7)	170 (3,7)	166 (3,7)	166 (3,7)	174 (3,8)	167 (3,7)
Posición social:												
Baja	167 (3,7)	174 (3,8)	168 (3,7)	174 (3,8)	176 (3,8)	175 (3,8)	175 (3,8)	172 (3,7)	172 (3,8)	172 (3,7)	177 (3,8)	170 (3,7)
Media	177 (3,8)	184 (3,9)	179 (3,8)	178 (3,8)	179 (3,8)	181 (3,8)	182 (3,9)	178 (3,8)	181 (3,9)	177 (3,8)	174 (3,8)	182 (3,9)
Alta	180 (3,8)	188 (3,9)	183 (3,9)	177 (3,8)	177 (3,8)	183 (3,9)	188 (4,0)	181 (3,9)	184 (3,9)	184 (3,9)	182 (3,8)	184 (3,9)
Ideología:												
Izquierda	172 (3,7)	181 (3,8)	178 (3,8)	176 (3,8)	175 (3,8)	177 (3,8)	180 (3,9)	178 (3,8)	179 (3,8)	171 (3,7)	173 (3,8)	177 (3,8)
Centro	180 (3,9)	183 (3,9)	180 (3,8)	182 (3,9)	180 (3,8)	182 (3,9)	184 (3,9)	182 (3,8)	182 (3,9)	181 (3,9)	180 (3,8)	176 (3,8)
Derecha	178 (3,8)	185 (3,9)	177 (3,8)	179 (3,9)	185 (3,9)	180 (3,8)	181 (3,9)	180 (3,8)	181 (3,8)	183 (3,9)	181 (3,9)	187 (4,0)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	185 (3,9)	186 (3,9)	184 (3,9)	180 (3,9)	186 (3,9)	183 (3,9)	185 (3,9)	185 (3,9)	189 (3,9)	182 (3,9)	180 (3,8)	188 (4,0)
Medio	170 (3,7)	182 (3,8)	174 (3,8)	176 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,8)	182 (3,9)	176 (3,8)	178 (3,8)	178 (3,8)	179 (3,8)	178 (3,8)
Medio bajo	161 (3,6)	173 (3,8)	164 (3,6)	175 (3,8)	169 (3,7)	171 (3,7)	171 (3,8)	164 (3,7)	157 (3,6)	159 (3,6)	168 (3,7)	163 (3,7)
Bajo	144 (3,5)	136 (3,4)	168 (3,6)	126 (3,2)	152 (3,5)	144 (3,4)	121 (3,1)	136 (3,4)	151 (3,7)	177 (3,9)	119 (3,3)	123 (3,2)
Cientes de:												
Bancos	178 (3,8)	182 (3,9)	179 (3,8)	179 (3,8)	180 (3,8)	180 (3,8)	184 (3,9)	181 (3,8)	185 (3,9)	176 (3,8)	181 (3,8)	182 (3,9)
Cajas	176 (3,8)	181 (3,9)	176 (3,8)	178 (3,8)	177 (3,8)	180 (3,8)	179 (3,8)	178 (3,8)	178 (3,8)	178 (3,8)	175 (3,8)	180 (3,8)

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Los resultados de febrero 2004 son sensiblemente inferiores a los de enero en todos los casos, lo que debería interpretarse por lo tanto como una leve fluctuación sin trascendencia, dado que las diferencias básicas entre unas entidades y otras no sufren alteraciones, de modo que BBVA sigue duplicando la clientela declarada del Santander, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

%	Feb 2003	Feb 2004	Dif
SCH	7,4	5,5	- 1,9
BBVA	15,0	11,9	- 3,1
Popular	2,1	2,0	-0,1
Banesto	2,6	2,4	-0,2
Otros Bancos	5,1	4,8	-0,3
Caja de Madrid	9,3	10,6	+1,3
La Caixa	16,5	17,1	+0,6

De acuerdo con los datos disponibles desde hace años, y especialmente durante los últimos meses, algo más de un 80 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener cuenta corriente o libreta de ahorros en algún Banco o Caja de Ahorros, lo que significa una cobertura bastante completa de la población, especialmente cuando se tiene en cuenta que buena parte de la población entre 18 y 30 años no son todavía económicamente (y en muchas ocasiones familiarmente) independientes. La clientela total de Bancos o Cajas ha sido del 91% este mes).

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

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco (25%) y un 10% 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 (35%).

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 (84%) un 35% 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 (11,9%) y La Caixa (17,1%) son las entidades financieras que más clientes están captando en los últimos años, hasta el punto de que La Caixa alcanza la cifra sobresale 6,4 puntos por encima del 10,6% de Caja Madrid.

La clientela del BBVA supera una vez más a la del Santander Central Hispano (5,5%). Por su parte, Banesto, con un 2,4% supera al Banco Popular (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 tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales.

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

Cuadro 3.4.1.

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

(Tiene C/C o libreta en un Banco o Caja)

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total Clientes	90	92	90	93	91	93	92	94	93	94	95	91
Edad:												
Menos de 30 años	89	90	88	88	90	93	86	88	90	91	93	88
30 a 49 años	92	96	92	94	92	93	94	96	96	93	96	92
50 a 64 años	92	89	91	95	89	93	94	95	90	97	94	92
65 y más años	89	91	90	94	90	91	94	95	93	96	96	92
Posición Social:												
Baja	90	89	88	92	90	90	90	92	90	93	95	90
Media	91	93	90	92	90	95	92	94	93	94	95	91
Alta	92	96	93	96	96	93	98	98	98	97	96	94
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	93	95	93	96	94	95	95	98	95	96	97	94
Medio	90	91	90	92	90	92	91	93	94	92	94	90
Medio bajo	87	90	85	88	84	89	88	89	87	93	96	88
Bajo	78	86	78	89	71	91	84	86	75	93	76	81

Cuadro 3.4.2.**Clientela de Instituciones Bancarias
(En Porcentajes)**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total I.B.	30	31	29	30	32	29	27	30	28	30	26	25
Edad:												
Menos de 30 años	28	28	28	27	34	25	29	30	23	30	28	23
30 a 49 años	36	36	29	33	34	36	31	37	33	33	32	26
50 a 64 años	29	34	36	32	32	25	25	25	27	31	24	28
65 y más años	21	22	23	26	25	24	20	21	23	23	17	23
Posición Social:												
Baja	21	26	21	23	25	22	20	21	18	21	17	18
Media	31	30	31	32	33	30	28	32	30	33	27	26
Alta	46	49	39	38	46	41	39	40	41	44	43	36
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	37	38	37	35	40	33	32	36	34	39	32	31
Medio	26	28	26	27	25	26	28	26	24	28	25	22
Medio bajo	24	26	19	27	32	28	15	24	21	20	18	18
Bajo	22	10	27	29	27	15	19	16	27	20	19	17
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	15	13	14	14	14	12	10	13	11	13	10	10

Cuadro 3.4.3.**Clientela de Cajas de Ahorro
(En Porcentajes)**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total C.A.	82	80	82	82	79	81	82	81	82	80	82	84
Edad:												
Menos de 30 años	78	79	82	83	76	84	79	82	83	81	79	83
30 a 49 años	81	79	83	81	78	78	80	78	80	78	81	82
50 a 64 años	85	76	80	81	82	84	84	84	83	78	82	84
65 y más años	86	84	84	82	81	83	83	83	83	85	86	86
Posición Social:												
Baja	87	82	86	85	81	84	85	84	87	87	86	89
Media	80	82	80	81	80	81	82	79	80	79	81	82
Alta	76	68	82	75	72	76	74	79	75	70	74	77
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	81	78	81	79	75	81	80	80	78	76	78	80
Medio	82	80	82	84	82	82	81	82	85	81	83	85
Medio bajo	84	81	86	82	80	79	88	82	84	87	87	90
Bajo	86	95	78	71	73	85	81	84	73	80	87	83
Clientes de:												
Bancos	40	34	40	39	34	35	32	36	34	34	31	35
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Cuadro 3.4.4.

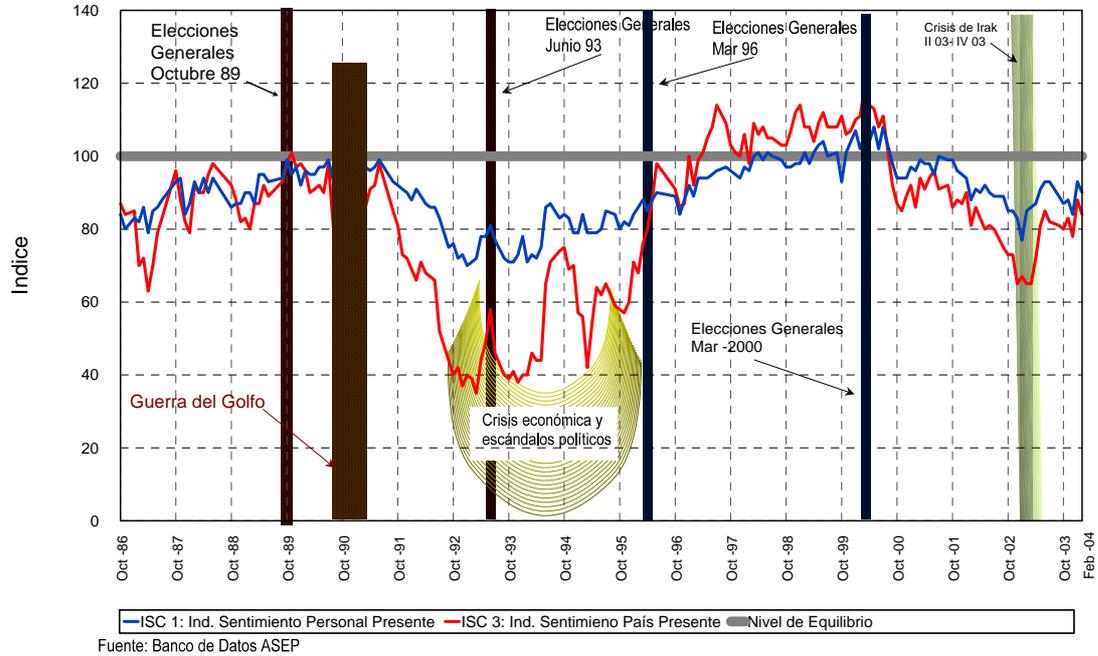
Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

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

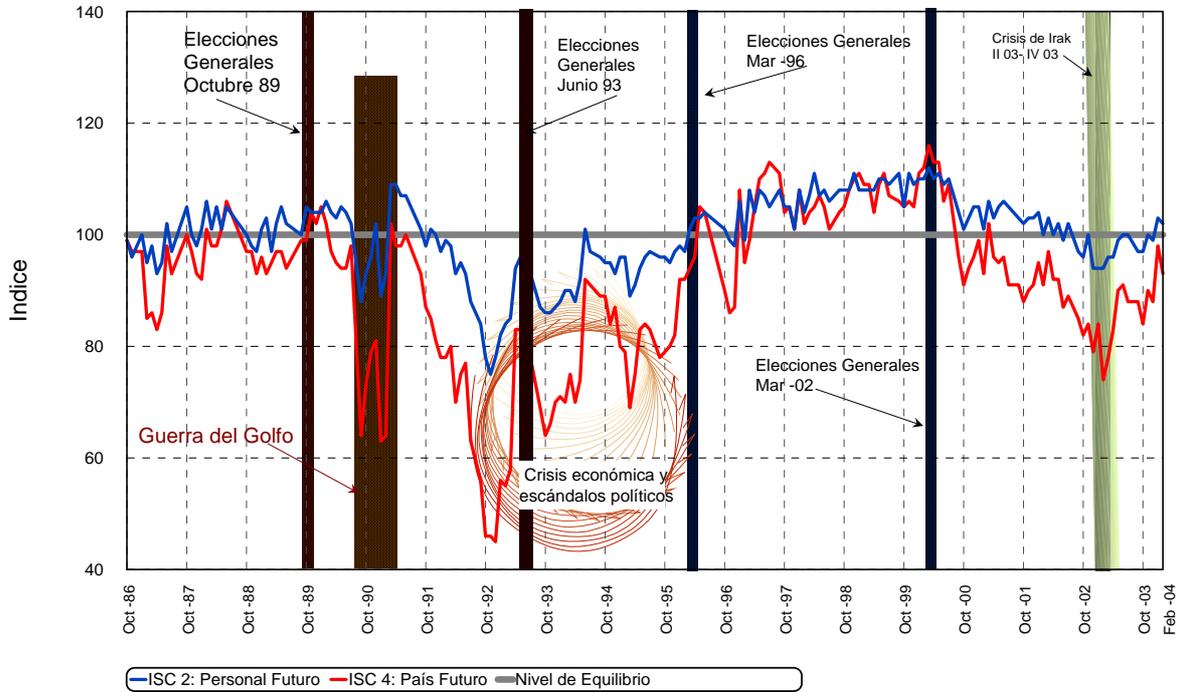
INSTITUCION FINANCIERA	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.093)	(1.114)	(1.086)	(1.124)	(1.101)	(1.123)	(1.117)	(1.128)	(1.117)	(1.134)	(1.143)	(1.096)
SCH	7,4	7,9	6,8	7,2	8,3	6,6	6,3	7,6	6,1	7,8	6,6	5,5
BBVA	15,0	15,8	15,3	14,0	15,6	14,1	14,8	13,5	13,3	13,7	11,5	11,9
Popular	2,1	1,6	1,5	2,0	1,9	1,4	2,5	1,6	2,5	3,1	2,5	2,0
Banesto	2,6	2,6	2,5	3,4	2,5	2,3	2,7	2,8	2,2	2,0	1,7	2,4
Otros Bancos	5,1	5,1	4,6	5,4	5,4	5,7	2,9	6,2	5,2	4,6	5,3	4,8
Caja de Madrid	9,3	8,6	10,3	9,9	10,1	9,6	10,2	9,4	8,0	8,6	10,1	10,6
La Caixa	16,5	15,3	16,1	15,5	16,4	16,8	17,4	15,7	19,4	17,5	17,0	17,1
Caja de Cataluña	2,7	2,0	2,9	2,3	3,1	2,4	2,2	2,3	1,9	2,8	2,2	2,6
Caja de Galicia	5,0	2,0	5,0	4,1	4,6	4,7	5,1	4,6	3,5	4,9	3,2	4,8
Ibercaja	3,0	2,9	3,2	3,2	3,9	3,9	3,4	2,4	4,4	2,6	3,1	3,4
Bancaja	5,0	4,2	2,0	4,3	2,7	2,9	3,0	3,0	2,5	4,1	3,5	4,7
BBK	2,3	2,4	3,5	2,9	3,6	3,3	3,1	2,8	3,0	1,3	4,0	2,9
Caixa Orense	0,5	0,3	-	-	0,5	0,6	0,1	0,4	0,2	0,2	-	0,3
Unicaja	3,9	4,0	3,6	3,2	3,1	2,9	3,8	5,7	2,9	1,8	4,1	4,0
Caja Rural	8,0	7,1	8,3	4,7	6,2	5,3	5,4	7,2	6,7	6,3	7,4	6,9
CAM	3,8	4,1	4,5	3,7	4,1	4,9	4,0	4,1	4,9	3,2	3,5	2,8
Caja San Fernando	2,8	1,6	1,7	1,8	2,2	1,2	2,0	1,3	2,0	1,2	2,8	1,9
Caja España	1,5	1,4	2,0	1,5	2,6	2,4	2,3	1,8	1,7	1,6	1,7	3,6
Cajas de Ahorros (Otras)	24,8	27,3	26,9	31,5	23,7	27,0	26,6	26,6	28,1	31,2	25,8	25,3

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

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

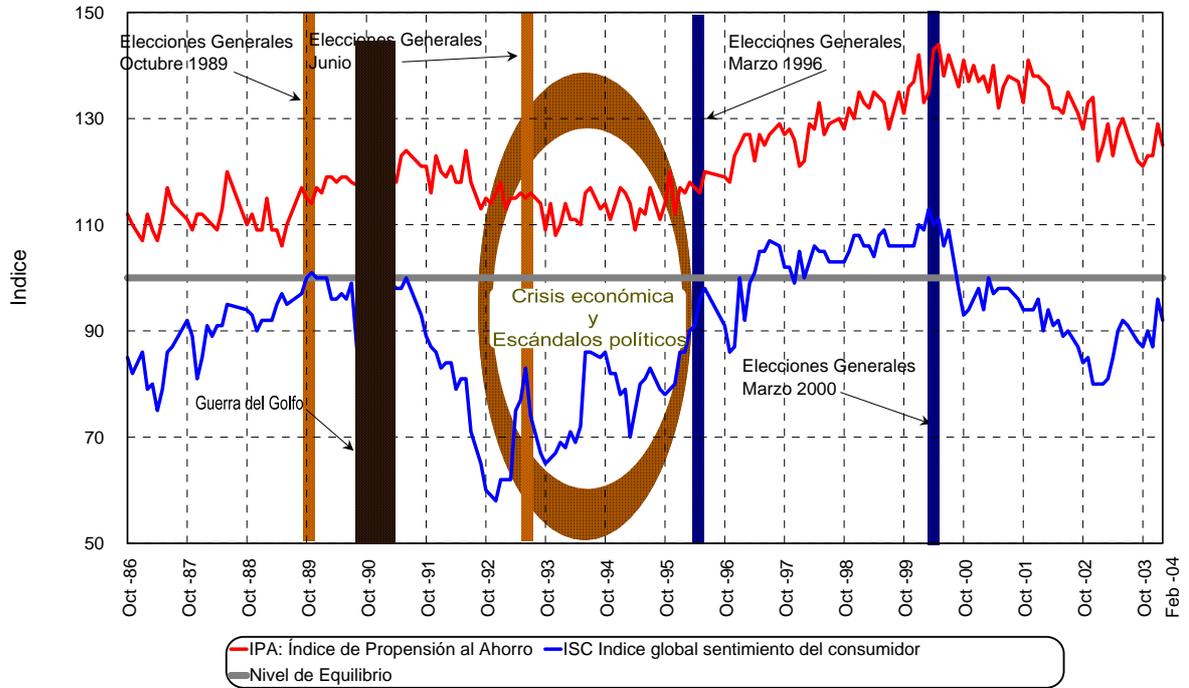


EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR FUTURO (PERSONAL Y DEL PAÍS)



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 IDEOLÓGICAS BÁSICAS

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

Se ha utilizado una escala de auto-posicionamiento ideológico de siete puntos, en la que el 1 corresponde a la extrema izquierda y el 7 a la extrema derecha, con posiciones intermedias de izquierda (2), centro-izquierda (3), centro (4), centro-derecha (5) y derecha (6), pero se suelen agregar las siete categorías en solo tres a efectos analíticos, agrupando las tres primeras como izquierda y las tres últimas como derecha.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, pero similar al de la suma del centro y la derecha, pero desde 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 21%, más de la mitad que la proporción que se declara de izquierda (40%), y la proporción que se declara de centro es del 22%, de manera que la suma de centro y derecha es este cuatro 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 saben y los que no contestan lo que votaron en las últimas elecciones y los que votan a partidos nacionalistas de centro y derecha (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 menores de 50 años, los de posición social media, los más nacionalistas, los de práctica religiosa baja, los votantes del PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda.

El "izquierdismo" suele estar positivamente relacionado con la posición social, lo que sugiere que las minorías del "centro social" suelen seguir identificándose con la izquierda, y 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 (18% 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 18% este mes). Tomando en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el sentimiento español supera claramente al nacionalista.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 55% 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 y "otros" partidos.

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, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos, ya que el recuerdo de voto hacia PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda 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 12% este mes) no suelen contestar lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

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

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

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de luchar contra la subida de precios y dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas y en tercer lugar mantener el orden en la nación (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", "dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas" y "mantener el orden en la nación". Así pues, entre los dos objetivos más citados como prioritarios este mes parecen predominar los materialistas, por utilizar la terminología de Inglehart.

En la segunda lista, los ítems más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de mantener una economía estable, luchar contra la delincuencia y dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes de su comunidad o trabajo. 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.

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, en un nivel inferior que el 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 IU y de partidos nacionalistas de izquierda.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Extrema Izquierda	1	1	*	*	1	1	*	1	1	1	1	1
Izquierda	21	23	22	21	27	21	22	23	20	22	25	23
Centro Izquierda	17	18	17	17	14	15	16	16	16	18	14	15
Centro	22	23	24	23	20	25	23	22	24	23	20	22
Centro Derecha	10	9	8	9	10	9	8	8	8	8	11	10
Derecha	6	7	6	8	9	9	9	10	9	10	12	10
Extrema Derecha	*	*	*	-	*	-	*	*	*	*	1	1
NS/NC	23	20	23	22	18	20	21	20	21	19	18	19
Posicionamiento Medio (IPI)	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5	3,6	3,6	3,5	3,6	3,6	3,6	3,6

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

FEBRERO 2004	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1202)	39%	22	21
Edad:				
18 a 29 años	(278)	43%	21	13
30 a 49 años	(441)	45%	22	16
50 a 64 años	(233)	37%	23	26
65 y más años	(250)	22%	21	34
Posición Social:				
Baja	(404)	29%	21	25
Media	(611)	39%	23	19
Alta	(187)	53%	18	19
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(491)	43%	24	22
Medio	(482)	38%	20	17
Medio Bajo/Bajo	(230)	27%	20	26
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(192)	43%	19	15
Tan nacionalista como español	(666)	39%	21	20
Más español	(308)	32%	24	28
Práctica Religiosa:				
Alta	(221)	13%	19	44
Media	(231)	27%	24	30
Baja	(681)	48%	23	12
Recuerdo de Voto:				
PP	(362)	3%	31	57
PSOE	(302)	82%	11	1
IU	(59)	93%	3	2
Nacionalista derecha	(52)	35%	40	14
Nacionalista izquierda	(27)	89%	4	-
Otros, en blanco	(42)	33%	33	9
No votó	(216)	28%	21	9
No sabe	(42)	18%	19	12
No contesta	(99)	19%	23	5
Clientes de:				
Bancos	(276)	37%	22	26
Cajas	(916)	40%	21	20

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Alta	18	17	16	17	18	19	18	18	17	18	19	18
Media	17	17	19	18	17	16	19	16	17	16	16	19
Baja	58	58	56	58	57	60	56	59	58	58	58	57
NS/NC	6	7	9	7	7	6	7	8	7	8	7	6
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

FEBRERO 2004	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1202)	18%	19	57
Edad:				
18 a 29 años	(278)	5%	14	73
30 a 49 años	(441)	9%	18	64
50 a 64 años	(233)	20%	26	52
65 y más años	(250)	48%	20	30
Posición Social:				
Baja	(404)	33%	24	41
Media	(611)	12%	17	65
Alta	(187)	8%	16	63
Ideología:				
Izquierda	(456)	6%	14	71
Centro	(261)	16%	21	59
Derecha	(252)	39%	27	33
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(491)	11%	19	61
Medio	(482)	21%	18	56
Medio Bajo/Bajo	(230)	27%	23	48
Recuerdo de Voto:				
PP	(362)	32%	27	39
PSOE	(302)	8%	17	68
IU	(59)	7%	12	66
Nacionalista derecha	(52)	23%	21	52
Nacionalista izquierda	(27)	4%	4	82
Otros, en blanco	(42)	14%	12	60
No votó	(216)	13%	12	66
No sabe	(42)	22%	33	45
No contesta	(99)	19%	19	58
Cientes de:				
Bancos	(276)	19%	19	55
Cajas	(916)	19%	18	57

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Sólo Nacionalista	5	4	7	4	4	3	4	5	6	5	5	4
Más Nac. que español	14	16	14	15	13	14	12	11	12	14	14	12
Tan Nac. como español	53	57	57	59	57	57	57	59	52	55	48	55
Más español que Nac.	10	9	7	9	10	11	10	10	10	10	9	8
Sólo se siente español	16	13	12	10	14	12	16	14	17	15	21	18
NS/NC	3	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3
Media Nacionalismo (ISN)	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,3	3,2

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

FEBRERO 2004	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1202)	16%	55	26
Edad:				
18 a 29 años	(278)	22%	53	20
30 a 49 años	(441)	14%	56	27
50 a 64 años	(233)	15%	56	27
65 y más años	(250)	14%	57	27
Posición Social:				
Baja	(404)	13%	60	26
Media	(611)	18%	54	25
Alta	(187)	16%	51	28
Ideología:				
Izquierda	(456)	18%	57	21
Centro	(261)	14%	54	28
Derecha	(252)	11%	52	34
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(491)	17%	55	25
Medio	(482)	13%	59	25
Medio Bajo/Bajo	(230)	20%	49	29
Recuerdo de Voto:				
PP	(362)	8%	59	31
PSOE	(302)	8%	61	28
IU	(59)	15%	59	22
Nacionalista derecha	(52)	63%	25	12
Nacionalista izquierda	(27)	74%	18	4
Otros, en blanco	(42)	29%	54	17
No votó	(216)	18%	58	20
No sabe	(42)	12%	61	24
No contesta	(99)	18%	45	30
Cientes de:				
Bancos	(276)	13%	55	30
Cajas	(916)	16%	55	26

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2000.

	Resultados Reales de 2000	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total Electores	(33.969.640)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
PP	30,4	26,6	27,0	24,6	27,0	25,1	26,1	25,3	27,6	27,4	25,7	29,2	30,1
PSOE	23,3	27,7	27,9	27,8	27,6	28,2	27,5	31,5	28,1	25,7	27,4	27,1	25,1
IU	3,7	3,8	3,3	3,5	4,2	4,0	4,9	2,5	3,9	4,5	3,3	4,8	4,9
Nacionalistas Derecha	5,5	5,0	4,6	5,2	4,1	5,1	4,5	3,9	4,7	4,2	6,1	5,7	4,3
Nacionalistas Izquierda	2,1	1,6	1,8	2,3	0,8	2,7	1,7	1,4	1,6	2,2	2,0	1,8	2,2
Otros	3,7	4,4	4,4	3,6	3,9	3,0	3,2	2,8	3,4	3,6	2,9	3,2	3,5
No Votó	31,3	18,3	18,0	18,7	19,3	19,1	19,2	19,1	19,2	19,4	21,6	18,9	18,0
NS/NC	-	12,6	13,0	14,3	13,1	12,8	12,9	13,5	11,5	13,0	11,0	9,3	11,9

* 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.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Diferencias en puntos												
Porcentuales:												
PP	-3,8	-3,4	-5,8	-3,4	-5,3	-4,3	-5,1	-2,8	-3,0	-4,7	-1,2	-0,3
PSOE	+4,4	+4,6	+4,5	+4,3	+4,9	+4,2	+8,2	+4,8	+2,4	+4,1	+3,8	+1,8
IU	+0,1	-0,4	-0,2	+0,5	+0,3	+1,2	-1,2	+0,2	+0,8	-0,4	+1,1	+1,2
Nacionalistas Derecha	-0,5	-0,9	-0,3	-1,4	-0,4	-1,0	-1,6	-0,8	-1,3	+0,6	+0,2	-1,2
Nacionalistas Izquierda	-0,5	-0,3	+0,2	-1,3	+0,6	-0,4	-0,7	-0,5	+0,1	-0,1	-0,3	+0,1
Otros	+0,7	+0,7	-0,1	+0,2	-0,7	-0,5	-0,9	-0,3	-0,1	-0,8	-0,5	-0,2
No Votó	-13,0	-13,3	-12,6	-12,0	-12,2	-12,1	-12,2	-12,1	-11,9	-9,7	-12,4	-13,3
NS/NC	+12,6	+13,0	+14,3	+13,1	+12,8	+12,9	+13,5	+11,5	+13,0	+11,0	+9,3	+11,9
Indice de Discrepancia	17,8	18,3	19,0	18,1	18,6	18,3	21,7	16,5	16,3	15,7	14,4	15,0
Diferencias en porcentajes respecto a 1996 y a 2000:												
PP	-12	-11	-19	-11	-17	-14	-17	-9	-10	-16	-4	-1
PSOE	+19	+20	+19	+18	+21	+18	+35	+21	+10	+18	+16	+8
IU	+3	-11	-5	+14	+8	+32	-32	+5	+22	-11	+30	+32
Nacionalistas Derecha	-9	-16	-5	-25	-7	-18	-29	-14	-24	+11	+4	-22
Nacionalistas Izquierda	-24	-14	+10	-62	+29	-19	-33	-24	+5	-5	-14	+5
Otros	+19	+19	-3	+5	-19	-14	-24	-8	-3	-22	-14	-5
No Votó	-42	-42	-40	-38	-39	-39	-39	-39	-38	-31	-40	-42

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
FEBRERO 2004	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Última Mención
Total	(1.202)	(1.202)	(1.202)
%			
- Mantener el orden en la nación.....	22	40	17
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	25	50	20
- Luchar contra la subida de los precios.....	34	69	14
* - Proteger la libertad de expresión.	17	34	20
- Ninguno.....	1	1	16
- NS/NC.....	2	2	13

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
FEBRERO 2004	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
Total	(1.202)	(1.202)	(1.202)
%			
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	13	29	15
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	3	11	37
* - Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	18	46	14
* - Proteger el medio ambiente.....	10	43	16
- Mantener una economía estable.....	20	60	10
- Luchar contra la delincuencia.....	21	53	15
* - Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	9	35	24
* - Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	3	15	24
- Ninguno.....	*	1	13
- NS/NC.....	2	2	8

* Items de carácter postmaterialista.

Cuadro 4.1.10.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total PM	40	40	40	43	41	41	42	39	40	40	39	42
Edad												
18 a 29 años	50	53	51	54	53	54	50	48	53	50	52	52
30 a 49 años	43	47	44	47	46	45	47	41	41	44	42	48
50 a 64 años	36	31	34	39	34	31	35	34	32	35	32	32
65 y más años	26	25	26	28	28	31	31	31	29	27	27	32
Posición Social												
Baja	28	31	32	38	38	36	34	35	35	36	33	36
Media	47	44	44	44	41	44	46	42	40	41	41	44
Alta	43	55	45	51	51	46	48	39	49	48	49	51
Ideología												
Izquierda	51	52	48	55	48	54	53	48	49	46	50	57
Centro	35	33	34	32	41	34	33	30	32	32	32	30
Derecha	26	26	25	33	28	35	38	33	39	36	31	28
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	44	46	44	46	46	42	47	42	43	43	43	47
Medio	39	41	37	41	40	43	42	39	40	42	39	40
Medio bajo	38	32	40	42	35	39	29	34	34	34	34	39
Bajo	11	9	22	42	28	22	31	41	15	29	14	32
Clientes de												
Bancos	47	40	39	39	40	42	42	36	37	35	41	42
Cajas	40	42	41	44	42	41	43	39	41	42	40	44

Cuadro 4.1.11.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Muy Satisfecho	17	21	23	22	22	20	18	20	20	21	23	18
Algo Satisfecho	69	68	63	69	66	69	71	65	68	67	64	70
Nada Satisfecho	8	6	7	6	5	7	6	10	7	6	7	6
NS/NC	6	5	8	4	6	4	4	5	6	6	6	6
ISUE	110	115	116	116	117	114	112	109	113	116	116	112

Cuadro 4.1.12.

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

FEBRERO 2004	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1202)	18%	70	6	6	112
Edad:						
18 a 29 años	(278)	19%	66	9	5	110
30 a 49 años	(441)	19%	73	5	3	114
50 a 64 años	(233)	18%	68	7	7	112
65 y más años	(250)	12%	71	4	13	108
Posición Social:						
Baja	(404)	14%	70	4	12	109
Media	(611)	19%	70	7	4	112
Alta	(187)	22%	70	6	2	117
Ideología:						
Izquierda	(456)	15%	73	8	4	107
Centro	(261)	22%	67	5	6	117
Derecha	(252)	23%	71	2	4	121
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(491)	22%	69	6	2	116
Medio	(482)	13%	72	6	8	107
Medio Bajo/Bajo	(230)	17%	66	6	11	112
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(192)	16%	67	13	3	103
Tan nacionalista como español	(666)	18%	70	5	7	113
Más español	(308)	19%	70	5	7	114
Práctica Religiosa:						
Alta	(221)	18%	69	2	11	116
Media	(231)	23%	67	3	6	120
Baja	(681)	15%	72	8	5	107
Recuerdo de Voto:						
PP	(362)	23%	71	2	4	121
PSOE	(302)	16%	73	6	4	110
IU	(59)	12%	65	15	8	97
Nacionalista derecha	(52)	8%	83	4	6	104
Nacionalista izquierda	(27)	8%	69	23	-	84
Otros, en blanco	(42)	24%	67	7	2	117
No votó	(216)	14%	69	9	9	105
No sabe	(42)	15%	55	7	24	108
No contesta	(99)	22%	62	6	10	116
Cientes de:						
Bancos	(276)	26%	66	4	4	121
Cajas	(916)	16%	72	6	6	110

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

	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	XI-03	II-04
Total	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.205)	(1.202)
	%									
Muy beneficioso	17	18	18	17	22	20	17	20	17	20
Algo beneficioso	62	67	67	64	67	66	68	67	67	66
Algo perjudicial	9	7	6	8	6	5	5	6	7	5
Muy perjudicial	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
NS/NC	9	6	7	10	4	9	8	6	8	8
IBUE	167	176	177	172	182	179	179	179	176	180

COMUNIDAD AUTONOMA

	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	XI-03	II-04
Total	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.205)	(1.202)
	%									
Muy beneficioso	16	16	17	17	21	19	16	20	17	18
Algo beneficioso	60	65	66	62	67	64	65	64	63	64
Algo perjudicial	10	8	7	9	6	6	8	8	9	8
Muy perjudicial	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2
NS/NC	11	7	8	11	5	10	8	6	8	10
IBCA	164	170	173	169	181	177	171	173	169	172

ENTREVISTADO

	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	XI-03	II-04
Total	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.205)	(1.202)
	%									
Muy beneficioso	14	14	14	14	18	17	14	17	14	15
Algo beneficioso	59	63	62	61	66	62	63	62	61	60
Algo perjudicial	10	8	7	9	6	6	7	6	8	6
Muy perjudicial	4	3	3	2	1	1	2	2	2	2
NS/NC	14	12	14	15	9	14	14	13	16	17
IBENT	160	165	167	165	177	172	166	170	166	167

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.**

FEBRERO 2004	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	(1202)	180	172	167
Edad:				
18 a 29 años	(278)	181	167	169
30 a 49 años	(441)	184	178	172
50 a 64 años	(233)	179	173	166
65 y más años	(250)	175	166	157
Posición Social:				
Baja	(404)	177	168	162
Media	(611)	180	172	169
Alta	(187)	189	181	175
Ideología:				
Izquierda	(456)	183	171	165
Centro	(261)	182	178	173
Derecha	(252)	188	179	179
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(491)	187	173	172
Medio	(482)	178	171	165
Medio Bajo/Bajo	(230)	172	171	163
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(192)	176	160	157
Tan nacionalista como español	(666)	181	175	169
Más español	(308)	182	171	169
Práctica Religiosa:				
Alta	(221)	184	176	167
Media	(231)	179	176	170
Baja	(681)	180	169	166
Recuerdo de Voto:				
PP	(362)	187	181	179
PSOE	(302)	181	172	162
IU	(59)	175	172	154
Nacionalista derecha	(52)	186	186	183
Nacionalista izquierda	(27)	200	146	170
Otros, en blanco	(42)	181	181	174
No votó	(216)	175	162	161
No sabe	(42)	153	146	144
No contesta	(99)	174	167	162
Clientes de:				
Bancos	(276)	181	178	173
Cajas	(916)	181	172	168

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 ocho instituciones o grupos sociales, cuatro de ellas fijas (Fuerzas Armadas, Bancos, Gobierno de la Nación y Corona) y otras cuatro que son los Jueces, el Tribunal Constitucional, el Tribunal Supremo y el Consejo General del Poder Judicial. En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas ocho 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, excepto los Bancos 4,4 punto y el Gobierno de la Nación 4,3.
- La valoración de las cuatro instituciones fijas este mes es similar a la del mes anterior, de manera que el ranking de este mes es el siguiente: la Corona (5,9 puntos en una escala de 0 10 puntos), el Tribunal Supremo (5,0 puntos), las Fuerzas Armadas y el Consejo General del Poder Judicial (4,9 puntos en ambos casos), el Tribunal Constitucional (4,7 puntos), los Jueces (4,5 puntos), los Bancos (4,4 puntos) y el Gobierno de la Nación (4,3 puntos). Por comparación con las valoraciones que estas instituciones recibieron en meses pasados, se observa unas

puntuaciones similares en la valoración de todas ellas, 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 todas 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 26% 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 similar 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 Índice 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 por debajo del 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 inferior respecto al mes pasado y es el tercer valor más alto de los últimos doce meses.

Este mes el 40% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 44% están insatisfechos.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que sólo algunos pocos segmentos sociales se muestran este mes algo satisfechos con el Gobierno, concretamente los entrevistados mayores de 50 años, los de posición social baja, los de centro y derecha, los de status socioeconómico medio y los votantes del PP, que parecen realmente satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Las Fuerzas Armadas	99	99	99	100	99	99	99	100	100	100	100	99
- Los Bancos	99	99	100	100	99	100	99	100	100	100	100	99
- El Gobierno de la Nación	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	99
- La Corona	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100
- Los Jueces	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99
- El Tribunal Constitucional	96	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	97
- El Tribunal Supremo	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- La CEOE	-	88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	98	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	-	100	100	-	-
- La Unión Europea	-	100	-	99	-	-	-	-	99	-	100	-
- La OTAN	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	100	-
- La ONU	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	100	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96
- La Administración Autonómica	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.2.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Las Fuerzas Armadas	93	91	91	93	94	96	93	95	96	95	94	94
- Los Bancos	95	92	93	94	94	96	94	96	96	97	94	95
- El Gobierno de la Nación	96	95	94	94	94	97	96	98	97	97	96	95
- La Corona	96	95	93	96	95	98	96	97	97	97	95	95
- Los Jueces	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93
- El Tribunal Constitucional	86	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	87
- El Tribunal Supremo	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88
- La CEOE	-	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	-	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de Diputados	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	90	-	-	-	-	96	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	-	94	96	-	-
- La Unión Europea	-	94	-	92	-	-	-	-	94	-	93	-
- La OTAN	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-	92	-
- La ONU	-	-	-	89	-	-	-	-	-	-	91	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85
- La Administración Autonómica	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.2.3.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Las Fuerzas Armadas	5,1	5,3	4,9	5,0	5,4	5,4	5,3	5,7	5,3	5,4	5,1	4,9
- Los Bancos	4,4	4,8	4,6	4,7	4,8	4,9	4,6	4,7	4,7	4,6	4,7	4,4
- El Gobierno de la Nación	4,1	4,1	3,7	4,5	4,5	4,5	4,4	4,5	4,6	4,4	4,6	4,3
- La Corona	6,2	6,5	6,1	6,4	6,1	6,5	6,4	6,4	6,6	6,3	6,2	5,9
- Los Jueces	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,5
- El Tribunal Constitucional	4,8	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	4,7
- El Tribunal Supremo	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0
- La CEOE	-	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	-	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	-	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	4,9	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	4,9	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	4,9	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	-	-	-	7,3	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	-	-	-	7,4	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	4,3	-	-	-	-	4,6	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6	6,5	-	-
- La Unión Europea	-	6,0	-	6,2	-	-	-	-	6,3	-	5,3	-
- La OTAN	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-	5,1	-
- La ONU	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	5,7	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9
- 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)**

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Las Fuerzas Armadas	48	46	49	48	45	48	50	45	45	48	49	52
- Los Bancos	49	42	43	43	42	45	45	45	44	42	45	44
- El Gobierno de la Nación	69	72	75	63	60	62	65	63	58	64	60	65
- La Corona	45	42	45	42	44	44	44	44	43	45	44	48
- Los Jueces	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
- El Tribunal Constitucional	48	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	47
- El Tribunal Supremo	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
- La CEOE	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	-	41	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-
- La ONCE	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-	-
- La Cruz Roja	-	-	-	-	-	27	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	53	-	-	-	-	51	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	-	31	34	-	-
- La Unión Europea	-	34	-	30	-	-	-	-	31	-	42	-
- La OTAN	-	-	-	46	-	-	-	-	-	-	46	-
- La ONU	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	39	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47
- La Administración Autonómica	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

FEBRERO 2003 – FEBRERO 2004

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

Cuadro 4.2.6.

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

FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004

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

Cuadro 4.2.7.

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

FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+6,0)			La Corona La ONCE La OTAN Cáritas Los Médicos La Constitución La Cruz Roja
Media (4,5-6,0)		Los Jueces Los Tribunales de Justicia La Iglesia	El Consejo General del Poder Judicial El Tribunal Constitucional El Tribunal Supremo La Guardia Civil 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 La Policía Nacional La ONU La Unión Europea La Administración Autonómica
Baja (-4,5)		Los Políticos El Gobierno de la Nación Los Partidos Políticos	La Administración Pública del Estado

Cuadro 4.2.8.

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

FEBRERO 2004	Total	Los Jueces	El Tribunal Constitucional	Fuerzas Armadas	Los Bancos	El Tribunal Supremo	El Gobierno de la Nación	La Corona	El Consejo General del Poder Judicial
TOTAL	(1202)	4,5	4,7	4,9	4,4	5,0	4,3	5,9	4,9
Edad:									
18 a 29 años	(278)	4,4	4,5	4,5	4,2	4,7	3,8	5,1	4,6
30 a 49 años	(441)	4,5	4,7	4,7	4,4	4,9	4,0	5,6	4,9
50 a 64 años	(233)	4,6	4,8	5,2	4,5	5,1	4,7	6,5	5,1
65 y más años	(250)	4,8	5,0	5,7	4,8	5,2	5,3	7,0	5,3
Posición Social:									
Baja	(404)	4,8	5,0	5,4	4,7	5,3	4,9	6,7	5,3
Media	(611)	4,4	4,6	4,8	4,3	4,8	4,1	5,7	4,8
Alta	(187)	4,4	4,7	4,6	4,2	4,8	3,9	5,0	4,8
Ideología:									
Izquierda	(456)	4,3	4,4	4,2	4,0	4,6	2,6	5,0	4,4
Centro	(261)	4,6	5,0	5,5	4,7	5,3	5,4	6,7	5,4
Derecha	(252)	5,1	5,5	5,9	5,1	5,8	6,6	7,0	5,8
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(491)	4,7	5,0	4,9	4,5	5,2	4,3	5,7	5,0
Medio	(482)	4,4	4,5	4,8	4,3	4,8	4,2	5,9	4,8
Medio Bajo/Bajo	(230)	4,5	4,7	5,2	4,4	4,9	4,7	6,3	5,1
Recuerdo de Voto:									
PP	(362)	5,1	5,5	6,0	5,0	5,8	6,6	7,1	5,9
PSOE	(302)	4,4	4,6	4,8	4,4	4,7	3,1	6,0	4,7
IU	(59)	4,1	4,2	3,3	3,4	4,3	2,0	3,6	4,0
Nacionalistas derecha	(52)	4,7	4,7	4,2	4,4	4,5	3,1	5,2	4,7
Nacionalistas izquierda	(27)	5,2	4,1	3,2	3,8	5,0	2,2	3,6	4,5
Otros, en blanco	(42)	4,9	5,2	4,5	4,2	5,4	3,8	5,5	5,3
No votó	(216)	4,1	4,2	4,3	4,0	4,3	3,8	5,0	4,3
No sabe	(42)	4,0	4,8	5,5	4,3	5,0	4,3	6,5	4,6
No contesta	(99)	3,9	3,9	4,7	3,9	4,1	3,9	5,4	4,2
Cientes de:									
Bancos	(276)	4,5	4,9	5,2	4,6	5,1	4,7	5,9	5,1
Cajas	(916)	4,6	4,7	4,9	4,4	4,9	4,3	6,0	5,0

Cuadro 4.2.9.**Ranking de Notoriedad****FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004**

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

Cuadro 4.2.10.**Ranking de Valoración****FEBRERO 2003 – FEBRERO 2004**

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

Cuadro 4.2.11.
Ranking de Dispersión Opinática

FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	27
2. La ONCE	28
3. Los Médicos	31
4. Cáritas	32
5. La Constitución	32
6. La Unión Europea	34
7. El Defensor del Pueblo	38
8. La ONU	38
9. La Policía Nacional	40
10. La CEOE	40
11. La Administración Autonómica	40
12. El Senado	40
13. El Congreso de los Diputados	41
14. Su Ayuntamiento	42
15. La Guardia Civil	43
16. El Tribunal Constitucional	44
17. La Corona	44
18. CCOO	44
19. Los Bancos	44
20. Las Organizaciones Empresariales	44
21. UGT	45
22. La Administración Local	45
23. Los Sindicatos	46
24. El Tribunal Supremo	46
25. La OTAN	46
26. Las Fuerzas Armadas	48
27. El Consejo General del Poder Judicial	48
28. La Administración Pública del Estado	49
29. Los Partidos Políticos	50
30. Los Jueces	50
31. Los Tribunales de Justicia	51
32. La Iglesia	55
33. Los Políticos	61
34. El Gobierno de la Nación	65

Cuadro 4.2.12.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Muy Satisfecho	4	3	2	3	3	3	2	2	3	5	4	4
Satisfecho	53	60	48	54	55	60	60	57	59	61	62	56
Indiferente	15	14	15	14	18	15	14	14	15	12	13	14
Insatisfecho	21	20	27	24	20	17	20	21	18	18	18	22
Muy Insatisfecho	6	3	4	4	2	3	3	4	2	2	2	4
NS/NC	2	1	3	1	1	1	1	2	2	1	2	1
ISD	130	140	119	128	136	143	139	134	141	146	147	133
% Opinan	98	99	97	99	99	99	99	98	98	99	98	99
Valoración Media	3,3	3,4	3,2	3,2	3,4	3,4	3,4	3,3	3,4	3,5	3,5	3,3
% Discrepancia	32	28	33	32	28	28	29	30	28	27	26	31

Cuadro 4.2.13.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISD	130	140	119	128	136	143	139	134	141	146	147	133
Edad												
18 a 29 años	115	129	107	115	131	127	133	114	121	133	128	125
30 a 49 años	126	140	115	129	135	146	136	133	142	144	145	131
50 a 64 años	140	152	121	131	139	145	143	143	145	154	154	134
65 y más años	142	138	138	136	140	151	150	148	158	155	163	148
Posición Social												
Baja	136	138	128	126	139	145	146	140	143	150	150	145
Media	123	139	114	130	134	137	137	130	139	142	141	128
Alta	139	143	117	124	133	156	131	130	142	151	157	128
Ideología												
Izquierda	112	123	99	104	115	126	117	108	120	126	130	101
Centro	142	159	131	143	145	159	151	150	158	164	150	158
Derecha	164	169	161	168	173	169	176	182	172	171	181	176
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	129	147	117	132	143	151	141	133	144	144	153	135
Medio	129	133	122	128	134	139	138	133	135	150	143	131
Medio bajo	132	142	113	121	124	133	140	135	158	138	142	138
Bajo	145	145	150	74	128	140	126	140	166	156	153	123
Recuerdo de Voto												
PP	164	169	153	163	174	170	172	176	175	178	178	178
PSOE	124	137	117	115	127	138	129	124	133	137	143	120
IU	132	138	102	94	111	113	117	124	108	135	130	107
Nac. Derecha	110	116	82	103	108	97	119	110	112	114	119	79
Nac. Izquierda	53	41	60	78	82	129	24	68	73	61	62	14
Otro. en blanco	106	128	90	115	102	144	117	100	137	148	121	115
No votó	111	128	98	118	131	130	135	112	126	138	132	117
NS/NC	123	125	127	120	127	145	136	121	141	141	136	134
Clientes de												
Bancos	136	148	126	129	142	149	143	144	155	154	154	148
Cajas	129	138	117	125	134	141	138	132	138	144	145	132

Cuadro 4.2.14.

Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Muy Satisfecho	3	3	3	5	4	5	5	4	4	5	6	5
Algo Satisfecho	32	29	23	31	33	37	35	36	35	33	37	35
Indiferente	14	15	13	13	16	16	13	14	15	13	14	16
Algo Insatisfecho	28	30	33	30	26	26	30	28	28	30	26	25
Muy Insatisfecho	21	22	25	20	19	16	16	18	16	17	16	19
NS/NC	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
ISG	85	81	68	87	93	100	94	94	95	90	101	96
% Opinan	99	98	98	99	99	99	99	99	99	98	99	99
Valoración Media	2,7	2,6	2,4	2,7	2,8	2,9	2,8	2,8	2,8	2,8	2,9	2,8
% Discrepancia	46	47	49	46	44	42	43	44	43	45	43	44

Cuadro 4.2.15.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total ISG	85	81	68	87	93	100	94	94	95	90	101	96
Edad:												
- 30 años	66	72	54	69	85	77	82	68	74	74	76	83
30-49 años	73	75	62	79	81	91	85	87	87	79	101	83
50-64 años	98	94	78	93	100	119	113	106	105	105	105	111
65 y más años	116	92	88	114	117	123	107	124	125	116	128	117
Posición Social												
Baja	103	90	74	93	102	107	105	113	110	105	114	106
Media	75	78	63	83	89	94	93	85	88	83	93	94
Alta	81	70	77	86	84	103	74	80	84	78	101	80
Ideología												
Izquierda	35	36	28	34	42	48	40	45	39	45	39	34
Centro	112	100	80	115	123	122	115	117	119	108	136	127
Derecha	163	167	153	166	167	177	183	176	177	169	180	181
Status Socioeconómico Familiar												
Alto	79	83	66	88	97	99	90	92	92	92	108	97
Medio alto	87	80	71	85	91	100	93	96	94	91	96	92
Medio Bajo	88	82	66	90	88	99	106	94	107	79	97	102
Bajo	155	96	72	69	119	136	100	92	116	148	119	78
Recuerdo de Voto												
PP	154	152	140	164	177	174	176	172	173	171	179	181
PSOE	47	40	35	38	47	64	45	49	52	48	54	38
IU	28	17	28	37	46	40	38	38	30	43	35	25
Nac. Derecha	56	58	34	57	66	52	68	58	49	52	58	52
Nac. Izquierda	5	19	18	11	42	57	-	10	22	16	33	7
Otros. en blanco	68	51	50	64	64	70	87	74	75	66	72	60
No votó	69	66	50	72	79	88	90	80	81	80	91	77
NS/NC	93	89	70	88	94	97	91	91	95	81	101	99
Clientes de												
Bancos	87	85	73	92	96	98	94	102	110	96	104	108
Cajas	86	78	67	81	94	99	92	94	92	92	100	94

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 M^a Aznar, Felipe González, José Luis Rodríguez Zapatero, la Infanta Elena y Mariano Rajoy, más del 80% califican a Rodrigo Rato, Javier Arenas, José Bono y Manuel Chaves y más del 70% valoran a Gaspar Llamazares, Juan Carlos Rodríguez Ibarra y Eduardo Zaplana. De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., en los cuales se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado durante el último año, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.
- b. Entre los líderes fijos, más del 90% de los entrevistados suelen opinar sobre José M^a Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y alrededor del 80% 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: La Infanta Cristina (6,0 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), Felipe González y José Bono (4,8 puntos en ambos casos), José Luis Rodríguez Zapatero y Manuel Chaves (4,4 puntos los dos líderes), Juan Carlos Rodríguez Ibarra (4,3 puntos), Mariano Rajoy (4,2 puntos), José M^a Aznar y Rodrigo Rato (4,0 puntos los dos), Javier Arenas (3,9 puntos) y Gaspar Llamazares y Eduardo Zaplana (3,8 puntos en ambos casos). Este mes Aznar disminuye su valoración respecto al mes pasado, y Rodríguez Zapatero aumenta la diferencia con él, superándole en 0,4 puntos, e incluso Felipe González se sitúa por encima de Aznar en 0,8 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 el único líder político que tienen una imagen realmente controvertida es José M^a Aznar.

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. Las valoraciones de la Infanta Elena, José M^a Aznar, Mariano Rajoy, Rodrigo Rato, Javier Arenas, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, José Bono y Eduardo Zaplana son más altas cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Rodríguez Zapatero, Gaspar Llamazares y Manuel Chaves 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.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Felipe González	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100
- José M ^a Aznar	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100
- José Luis Rodríguez Zapatero	99	99	98	98	99	99	99	99	100	99	99	99
- Gaspar Llamazares	82	81	84	77	87	86	89	87	89	86	90	92
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-
- Rodrigo Rato	96	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	95
- Javier Arenas	95	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-	94
- Infanta Elena	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
- El Rey Juan Carlos	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	95	-	-	-	-	-	96	95	97	97	98	99
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- George W. Bush	-	99	99	-	-	-	-	98	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Yasir Arafat	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	86	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	76	-	-	-	-	85	-	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladimir Putin	-	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Blanco	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-
- José Bono	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	93
- Ana Pastor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	89
- Pilar Del Castillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-	95
- Ana Palacio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-
- Federico Trillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85	-	92
- Doña Letizia Ortiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-
- El Papa Juan Pablo II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-

Cuadro 4.3.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Felipe González	96	94	93	91	92	94	93	94	95	92	94	94
- José M ^a Aznar	97	96	94	93	95	96	95	96	96	94	96	95
- José Luis Rodríguez Zapatero	94	93	91	91	93	93	92	93	94	92	94	94
- Gaspar Llamazares	70	69	71	67	74	78	77	77	79	75	80	79
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-
- Rodrigo Rato	88	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	88
- Javier Arenas	86	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	84
- Infanta Elena	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93
- El Rey Juan Carlos	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	86	-	-	-	-	-	85	87	89	87	91	92
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-
- George W. Bush	-	92	91	-	-	-	-	90	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Yasir Arafat	-	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	74	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	-	-	-	73	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	59	-	-	-	-	68	-	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladirmir Putin	-	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Blanco	-	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-
- José Bono	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	82
- Ana Pastor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	75
- Pilar Del Castillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	82
- Ana Palacio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
- Federico Trillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	77
- Doña Letizia Ortiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
- El Papa Juan Pablo II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-

Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos (Valoración Media)

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Felipe González	5,1	5,1	4,9	5,0	5,2	5,1	5,0	4,9	5,1	4,7	4,8	4,8
- José M ^a Aznar	4,0	3,5	3,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,0	4,2	3,9	4,3	4,0
- José Luis Rodríguez Zapatero	5,1	4,8	4,7	4,9	5,0	4,8	4,8	4,5	4,7	4,5	4,5	4,4
- Gaspar Llamazares	3,8	3,6	3,5	3,8	3,9	3,9	3,7	3,8	3,9	3,7	3,8	3,8
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	-
- Rodrigo Rato	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	4,0	-	4,0
- Javier Arenas	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	-	3,9
- Infanta Elena	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0
- El Rey Juan Carlos	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	4,1	-	-	-	-	-	4,4	4,5	4,4	4,1	4,4	4,2
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-
- George W. Bush	-	1,7	1,7	-	-	-	-	2,3	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	2,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Yasir Arafat	-	-	2,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	4,3	-	-	-	-	-	3,7	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	-	-	-	2,8	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	-	-	-	3,1	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	3,8	-	-	-	-	3,9	-	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladimir Putin	-	-	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Blanco	-	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-
- José Bono	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	4,8
- Ana Pastor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	4,3
- Pilar Del Castillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,5	-	4,4
- Ana Palacio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-
- Federico Trillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,7	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,0	-	3,8
- Doña Letizia Ortiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9	-
- El Papa Juan Pablo II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	-

Cuadro 4.3.4.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
- Felipe González	52	52	55	52	52	52	55	55	52	56	56	54
- José María Aznar	74	85	96	73	73	70	74	76	69	78	72	78
- José Luis Rodríguez Zapatero	47	52	57	51	52	51	54	55	51	57	56	56
- Gaspar Llamazares	58	62	65	57	57	57	56	61	58	62	60	61
- Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-
- Rodrigo Rato	60	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-	64
- Javier Arenas	69	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	66
- Infanta Elena	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43
- El Rey Juan Carlos	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	66	-	-	-	-	-	57	58	58	65	62	65
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-	-
- George W. Bush	-	131	137	-	-	-	-	108	-	-	-	-
- Ariel Sharon	-	-	113	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Yasir Arafat	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	56	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	61	-	-	-	-	57	-	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	-	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladimir Putin	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Blanco	-	-	-	48	-	-	-	-	-	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-
- José Bono	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	50
- Ana Pastor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	-	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-	54
- Pilar Del Castillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	54
- Ana Palacio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-
- Federico Trillo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	66
- Doña Letizia Ortiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-
- El Papa Juan Pablo II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-

Cuadro 4.3.5.**Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos****FEBRERO 2003 – FEBRERO 2004**

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+5,5)	MEDIA (4,0-5,5)	BAJA (-4,0)
Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Letizia Ortiz El Papa Juan Pablo II	Felipe González Pascual Maragall Jaime Mayor Oreja Rodrigo Rato Jacques Chirac José Luis Rodríguez Zapatero Mariano Rajoy Javier Solana José Bono Manuel Chaves Alberto Ruíz Gallardón José M ^a Aznar	Eduardo Zaplana George W. Bush Federico Trillo Esperanza Aguirre Ana Botella Javier Arenas Tony Blair Gaspar Llamazares Silvio Berlusconi Ana Palacio
Medio (50-70%)		Kofi Annan Juan Carlos Rodríguez Ibarra	Ariel Sharon Yasir Arafat Vladimir Putin Gerard Schröder Ana Pastor Pilar Del Castillo
Bajo (-50%)		Jesús Caldera Romano Prodi José Blanco Trinidad Jiménez	

Cuadro 4.3.6.**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos****FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004**

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+70%)	George W. Bush Tony Blair Eduardo Zaplana Ana Botella José M ^a Aznar Javier Arenas Silvio Berlusconi Ana Palacio Federico Trillo Alberto Ruíz Gallardón	Felipe González Jacques Chirac Rodrigo Rato Mariano Rajoy José Luis Rodríguez Zapatero Jaime Mayor Oreja Esperanza Aguirre Gaspar Llamazares Javier Solana José Bono Manuel Chaves Pascual Maragall	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Letizia Ortiz El Papa Juan Pablo II
Medio (50-70%)	Ariel Sharon Vladimir Putin Yasir Arafat	Ana Pastor Gerard Schröder Juan Carlos Rodríguez Ibarra Pilar Del Castillo	Kofi Annan
Bajo (-50%)		Romano Prodi	Jesús Caldera José Blanco Trinidad Jiménez

Cuadro 4.3.7.

**Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+5,5)			Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Letizia Ortiz El Papa Juan Pablo II
Media (4,0-5,5)	Alberto Ruíz Gallardón Gerard Schröder José M ^a Aznar	Felipe González Jaime Mayor Oreja Mariano Rajoy Rodrigo Rato Romano Prodi Jacques Chirac Pascual Maragall José Luis Rodríguez Zapatero Javier Solana José Bono Juan Carlos Rodríguez Ibarra Manuel Chaves	Jesús Caldera Trinidad Jiménez Kofi Annan José Blanco
Baja (-4,0)	Tony Blair Federico Trillo George W. Bush Ariel Sharon Yasir Arafat Silvio Berlusconi Ana Botella Ana Palacio Esperanza Aguirre Javier Arenas Vladimir Putin Eduardo Zaplana	Ana Pastor Gaspar Llamazares Pilar Del Castillo	

Cuadro 4.3.8.

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

FEBRERO 2004	TOTAL	La Infanta Elena	Felipe González	Mariano Rajoy	Gaspar Llamazares	J.L. Rodríguez Zapatero	Rodrigo Rato	José María Aznar
TOTAL	(1202)	6,0	4,8	4,2	3,8	4,4	4,0	4,0
Edad:								
18 a 29 años	(278)	5,3	4,5	3,7	3,7	4,1	3,4	3,4
30 a 49 años	(441)	5,7	5,0	3,8	3,9	4,7	3,8	3,4
50 a 64 años	(233)	6,5	4,9	4,7	3,6	4,4	4,4	4,7
65 y más años	(250)	7,0	4,9	5,0	3,9	4,4	4,8	5,0
Posición Social:								
Baja	(404)	6,8	5,1	4,8	4,0	4,8	4,5	4,7
Media	(611)	5,8	4,7	4,0	3,7	4,2	3,8	3,8
Alta	(187)	4,9	4,7	3,7	3,8	4,5	3,6	3,3
Ideología:								
Izquierda	(456)	5,2	5,8	2,5	4,5	5,5	2,5	1,8
Centro	(261)	6,6	4,6	5,1	3,3	4,0	4,9	5,1
Derecha	(252)	7,0	3,8	6,6	3,2	3,4	6,0	7,0
Status Socioeconómico								
Familiar:								
Alto, Medio alto	(491)	5,6	4,7	4,1	3,8	4,3	4,0	3,9
Medio	(482)	6,2	4,9	4,1	3,8	4,5	3,8	3,9
Medio Bajo/Bajo	(230)	6,6	5,0	4,6	3,7	4,6	4,4	4,4
Recuerdo de Voto:								
PP	(362)	7,0	3,9	6,5	3,2	3,5	6,0	6,9
PSOE	(302)	6,1	6,7	3,0	4,3	6,3	3,0	2,3
IU	(59)	3,8	4,5	1,6	5,9	4,5	2,0	1,1
Nacionalista derecha	(52)	5,3	3,8	2,9	3,5	3,6	2,8	2,3
Nacionalista izqda.	(27)	4,6	4,6	1,4	3,9	4,3	1,2	0,7
Otros, en blanco	(42)	5,8	4,0	3,5	3,3	3,3	3,0	2,8
No votó	(216)	5,4	4,2	3,5	3,6	3,7	3,3	3,5
No sabe	(42)	6,8	5,4	4,4	3,4	5,0	4,6	4,4
No contesta	(99)	5,6	4,9	3,9	3,8	4,3	4,0	3,5
Cientes de:								
Bancos	(276)	6,0	4,9	4,7	3,8	4,5	4,4	4,4
Cajas	(916)	6,1	4,9	4,1	3,8	4,5	3,9	3,9

Cuadro 4.3.8. (Continuación)

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

FEBRERO 2004	TOTAL	José Bono	Javier Arenas	Juan Carlos Rodríguez Ibarra	Eduardo Zaplana	Manuel Chaves
TOTAL	(1202)	4,8	3,9	4,3	3,8	4,4
Edad:						
18 a 29 años	(278)	4,3	3,5	3,9	3,3	4,0
30 a 49 años	(441)	4,8	3,6	4,2	3,6	4,4
50 a 64 años	(233)	4,9	4,5	4,3	4,4	4,5
65 y más años	(250)	5,1	4,5	4,8	4,5	5,0
Posición Social:						
Baja	(404)	5,0	4,4	4,6	4,4	5,1
Media	(611)	4,6	3,8	4,2	3,8	4,1
Alta	(187)	4,9	3,3	4,0	3,2	4,1
Ideología:						
Izquierda	(456)	4,8	2,5	4,3	2,4	4,8
Centro	(261)	4,9	4,8	4,2	4,7	4,1
Derecha	(252)	5,2	6,0	4,7	5,9	4,5
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(491)	4,9	4,0	4,2	3,8	4,1
Medio	(482)	4,6	3,6	4,3	3,6	4,6
Medio Bajo/Bajo	(230)	4,7	4,3	4,3	4,4	4,7
Recuerdo de Voto:						
PP	(362)	5,1	6,0	4,6	5,8	4,4
PSOE	(302)	5,6	2,9	5,0	2,8	5,4
IU	(59)	3,8	1,9	3,6	2,0	4,4
Nacionalista derecha	(52)	3,5	2,7	3,1	3,2	3,5
Nacionalista izqda.	(27)	2,7	1,1	2,0	1,1	2,0
Otros, en blanco	(42)	3,8	2,8	3,2	3,0	3,4
No votó	(216)	3,9	3,3	3,7	3,2	3,6
No sabe	(42)	5,3	4,7	4,5	4,1	5,3
No contesta	(99)	4,5	3,6	4,1	3,5	4,1
Clientes de:						
Bancos	(276)	5,4	4,2	4,7	4,2	4,6
Cajas	(916)	4,7	3,9	4,3	3,8	4,4

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

FEBRERO 2003 – FEBRERO 2004	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	97
2. Reina Dña. Sofía	97
3. Príncipe Felipe	97
4. José M ^a Aznar	95
5. El Papa Juan Pablo II	95
6. Infanta Elena	94
7. Felipe González	94
8. Infanta Cristina	94
9. José Luis Rodríguez Zapatero	93
10. George W. Bush	91
11. Letizia Ortiz	91
12. Mariano Rajoy	88
13. Jaime Mayor Oreja	87
14. Ana Botella	86
15. Xabier Arzallus	86
16. Rodrigo Rato	85
17. Javier Arenas	83
18. Javier Solana	80
19. Alberto Ruíz Gallardón	78
20. Manuel Chaves	78
21. Tony Blair	77
22. Pascual Maragall	77
23. Federico Trillo	77
24. José Bono	77
25. Gaspar Llamazares	75
26. Jacques Chirac	74
27. Eduardo Zaplana	74
28. Silvio Berlusconi	73
29. Esperanza Aguirre	72
30. Ana Palacio	71
31. Jasir Arafat	70
32. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	68
33. Ariel Sharon	66
34. Vladimir Putin	66
35. Gerard Schröder	64
36. Pilar Del Castillo	62
37. Ana Pastor	53
38. Kofi Annan	52
39. Romano Prodi	48
40. Trinidad Jiménez	44
41. Jesús Caldera	41
42. José Blanco	32

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

FEBRERO 2003 – FEBRERO 2004	Valoración Media (x)
1. El Rey Juan Carlos	7,1
2. Reina Dña. Sofía	7,1
3. Príncipe Felipe	7,1
4. Infanta Cristina	6,3
5. El Papa Juan Pablo II	6,3
6. Infanta Elena	6,2
7. Letizia Ortiz	5,9
8. Kofi Annan	5,2
9. Felipe González	5,0
10. José Bono	4,8
11. José Luis Rodríguez Zapatero	4,7
12. Javier Solana	4,6
13. Trinidad Jiménez	4,5
14. Manuel Chaves	4,4
15. Jesús Caldera	4,4
16. Jaime Mayor Oreja	4,4
17. Mariano Rajoy	4,3
18. José Blanco	4,3
19. Romano Prodi	4,3
20. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	4,3
21. Pascual Maragall	4,2
22. Alberto Ruíz Gallardón	4,1
23. Rodrigo Rato	4,0
24. Jacques Chirac	4,0
25. José M ^a Aznar	4,0
26. Eduardo Zaplana	3,9
27. Ana Pastor	3,9
28. Gerard Schröder	3,8
29. Javier Arenas	3,8
30. Gaspar Llamazares	3,8
31. Pilar Del Castillo	3,7
32. Federico Trillo	3,7
33. Esperanza Aguirre	3,6
34. Ana Palacio	3,6
35. Ana Botella	3,5
36. Vladimir Putin	3,2
37. Tony Blair	3,1
38. Silvio Berlusconi	2,8
39. Yasir Arafat	2,4
40. Ariel Sharon	2,0
41. Xabier Arzallus	2,0
42. George W. Bush	1,9

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

FEBRERO 2003 - FEBRERO 2004	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina D ^a Sofía	36
2. El Rey Juan Carlos	36
3. Príncipe Felipe	37
4. Infanta Cristina	39
5. Infanta Elena	42
6. Letizia Ortiz	44
7. El Papa Juan Pablo II	45
8. Jesús Caldera	47
9. Kofi Annan	48
10. José Blanco	48
11. Trinidad Jiménez	49
12. José Bono	50
13. Romano Prodi	51
14. Javier Solana	51
15. José Luis Rodríguez Zapatero	53
16. Felipe González	54
17. Manuel Chaves	54
18. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	54
19. Jaime Mayor Oreja	57
20. Jacques Chirac	58
21. Gerard Schröder	59
22. Pascual Maragall	59
23. Gaspar Llamazares	60
24. Ana Pastor	60
25. Mariano Rajoy	62
26. Rodrigo Rato	64
27. Pilar Del Castillo	64
28. Alberto Ruíz Gallardón	66
29. Eduardo Zaplana	66
30. Ana Palacio	67
31. Esperanza Aguirre	68
32. Federico Trillo	68
33. Javier Arenas	68
34. Vladimir Putin	71
35. José M ^a Aznar	76
36. Ana Botella	77
37. Tony Blair	77
38. Silvio Berlusconi	79
39. Yasir Arafat	99
40. Ariel Sharon	113
41. Xabier Arzallus	120
42. George W. Bush	125

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 35% y el 33% 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 (32%) es el más rechazado.

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 (16,5%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

La intención de voto hacia todos los partidos excepto los partidos nacionalistas de centro y derecha es este mes superior a sus resultados reales en las últimas elecciones, mientras que para los partidos nacionalistas de centro y derecha, la intención de voto es inferior.

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 16% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (8,0% 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 (24,5%) sería siete puntos porcentuales inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

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

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales del 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 partidos nacionalistas de izquierda muestra este mes un recuerdo de voto superior a sus resultados reales, mientras que el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos 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 partidos nacionalistas de centro y derecha. 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 64 años, los de centro y derecha.
- b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los de izquierda.
- c. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de izquierda.
- d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los de centro.
- e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero es mayor entre los jóvenes y los de izquierda.
- f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, están relativamente más representados entre los jóvenes y los 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 73% 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 "otros" partidos son este mes los partidos que tienen 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 27%.

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

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

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto respecto a todos los partidos, excepto para partidos nacionalistas de centro y derecha. Y recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los resultados reales de 2000) para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda y recuerdo de voto sub-estimado para el PP, partidos nacionalistas de centro y derecha y "otros" partidos.
- b) Intención de voto superior a los resultados reales de marzo '00 para todos los partidos políticos excepto para los partidos nacionalistas de centro y derecha.

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 FEBRERO 2004

	Resultados Reales en marzo 2000	Recuerdo de Voto %	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	30,4	30,1	31,1	30,1
PSOE	23,3	25,1	27,3	24,1
IU	3,7	4,9	6,0	5,2
Nac. Centro y Dcha.	5,5	4,3	4,2	4,4
Nac. Izqda.	2,1	2,2	2,7	3,1
Otros	3,7	3,5	4,2	3,5
Abstención	31,3	18,0	8,0	29,6
NS/NC	-	11,9	16,5	-
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:

- Ligeramente incremento para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda,
- Ligera disminución para la abstención estimada, PP y partidos nacionalistas de centro y derecha,
- Y estabilidad de voto para "otros" partidos.

Cuadro 4.4.1.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Podría Votar:												
PP	30	27	22	32	31	32	32	33	33	33	34	35
PSOE	40	39	39	38	36	37	39	34	33	37	34	33
IU	9	8	7	10	8	9	7	8	8	7	8	10
Nacionalistas Derecha	7	7	6	6	8	7	6	7	6	7	6	6
Nacionalistas Izquierda	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3
Otros	6	6	6	7	5	6	5	6	6	5	5	6
No Votará	9	10	9	8	8	10	8	10	10	10	6	6
NS	8	8	10	7	6	7	8	7	7	4	8	8
NC	7	7	9	9	8	5	7	7	7	6	5	6
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	38	40	39	35	37	34	38	34	37	34	34	33
PSOE	52	52	50	54	54	52	51	53	60	53	50	53
IU	77	80	79	73	76	74	77	75	75	77	76	74
Nacionalistas Derecha	82	86	80	88	84	86	89	87	89	85	87	84
Nacionalistas Izquierda	68	74	90	74	77	77	78	80	77	76	93	91
Otros	91	92	91	91	93	92	93	92	93	93	93	92
Nunca Votaría:												
PP	32	33	39	33	32	34	30	33	30	33	32	32
PSOE	8	9	11	8	10	11	10	13	10	10	16	14
IU	14	12	14	17	16	17	16	17	17	15	16	16
Nacionalistas Derecha	11	7	7	6	8	7	5	6	5	8	7	10
Nacionalistas Izquierda	29	23	17	24	20	20	20	18	19	21	4	6
Otros	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2
No Votará	5	6	7	5	6	7	5	7	7	5	4	4
NS	14	14	12	12	13	13	18	13	13	13	20	18
NC	9	9	10	11	11	7	7	8	9	7	9	9

(*) 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	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total Electores	(33.969.640)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
PP	30,4	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7	27,6	27,5	27,7	27,6	29,1	31,4	31,1
PSOE	23,3	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0	30,5	33,4	28,1	25,7	30,4	29,8	27,3
IU	3,7	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8	5,3	3,1	4,6	4,5	4,0	5,2	6,0
Nacionalistas Derecha	5,5	4,6	5,1	4,6	4,3	5,6	4,3	4,4	5,2	4,7	5,5	5,1	4,2
Nacionalistas Izquierda	2,1	2,3	2,2	2,4	1,6	3,0	2,7	1,6	2,2	3,0	3,3	2,9	2,7
Otros	3,7	4,5	5,6	5,7	4,8	3,2	3,9	3,9	5,1	5,2	3,0	3,8	4,2
No (Votó) Votará	31,3	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6	10,9	8,2	8,7	9,5	10,5	7,3	8,0
NS/NC	-	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1	14,8	17,9	18,4	19,8	14,2	14,5	16,5

* 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/BB, 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.

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-6,0	-7,7	-11,7	-5,0	-2,7	-2,8	-2,9	-2,7	-2,8	-1,3	+1,0	+0,7
PSOE	+9,1	+9,2	+11,2	+7,6	+6,7	+7,2	+10,1	+4,8	+2,4	+7,1	+6,5	+4,0
IU	+0,1	-0,4	+0,5	+1,3	+1,1	+1,6	-0,6	+0,9	+0,8	+0,3	+1,5	+2,3
Nacionalistas Derecha	-0,9	-0,4	-0,9	-1,2	+0,1	-1,2	-1,1	-0,3	-0,8	0	-0,4	-1,3
Nacionalistas Izquierda	+0,2	+0,1	+0,3	-0,5	+0,9	+0,6	-0,5	+0,1	+0,9	+1,2	+0,8	+0,6
Otros	+0,8	+1,9	+2,0	+1,1	-0,5	+0,2	+0,2	+1,4	+1,5	-0,7	+0,1	+0,5
No Votará	-21,6	-21,1	-22,3	-22,9	-22,7	-20,4	-23,1	-22,6	-21,8	-20,8	-24,0	-23,3
NS/NC	+18,3	+18,4	+20,9	+19,6	+17,1	+14,8	+17,9	+18,4	+19,8	+14,2	+14,5	+16,5
Indice Discrepancia	28,5	29,6	34,9	29,6	25,9	24,4	28,2	25,6	25,4	22,8	24,4	24,6
Diferencia en porcentaje respecto a 1996 y 2000												
PP	-20	-25	-38	-16	-9	-9	-10	-9	-9	-4	+3	+2
PSOE	+39	+40	+48	+33	+28	+31	+43	+21	+10	+30	+28	+17
IU	+3	-11	+14	+35	+30	+43	-16	+24	+22	+8	+40	+62
Nacionalistas Derecha	+16	-7	-16	-22	+2	-22	-20	-5	-14	0	-7	-24
Nacionalistas Izquierda	+10	+5	+14	-24	+43	+29	-24	+5	+43	+57	+38	+29
Otros	+22	+51	+54	+30	-14	+5	+5	+38	+40	-19	+3	+14
No Votará	-69	-67	-71	-73	-72	-65	-74	-72	-70	-66	-77	-74

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6	+1,5	+2,2	+0,1	+0,2	+3,4	+2,2	+1,0
PSOE	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8	+3,0	+1,9	0	0	+3,0	+2,7	+2,2
IU	0	0	+0,7	+0,8	+0,8	+0,4	+0,6	+0,7	0	+0,7	+0,4	+1,1
Nacionalistas Derecha	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5	-0,2	+0,5	+0,5	+0,5	-0,6	-0,6	-0,1
Nacionalistas Izquierda	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3	+1,0	+0,2	+0,6	+0,8	+1,3	+1,1	+0,5
Otros	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2	+0,7	+1,1	+1,7	+1,6	+0,1	+0,6	+0,7
No Votará	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5	-8,3	-10,9	-10,5	-9,9	-11,1	-11,6	-10,0
NS/NC	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3	+1,9	+4,4	+6,9	+6,8	+3,2	+5,2	+4,6
Indice Discrepancia	11,2	12,1	16,2	12,5	10,5	8,5	10,9	10,5	9,9	11,7	12,2	10,1
Diferencia en												
Porcentaje respecto a												
Recuerdo de Voto:												
PP	-8	-16	-24	-6	+10	+6	+9	0	+1	+13	+8	+3
PSOE	+17	+16	+24	+12	+6	+11	+6	0	0	+11	+10	+9
IU	0	0	+20	+19	+20	+8	+24	+18	0	+21	+8	+22
Nacionalistas Derecha	-8	+11	-12	+5	+10	-4	+13	+11	+12	-10	-10	-2
Nacionalistas Izquierda	+44	+22	+4	+100	+11	+59	+14	+38	+36	+65	+61	+23
Otros	+2	+27	+58	+23	+7	+22	+39	+50	+44	+3	+19	+20
No Votará	-47	-43	-52	-56	-55	-43	-57	-55	-51	-51	-61	-56
NS/NC	+45	+42	+46	+50	+34	+15	+33	+60	+52	+29	+56	+39

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

FEBRERO 2004	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	(1202)	31%	27	6	4	3	4	8	11	6
Edad:										
18 a 29 años	(278)	24%	26	7	2	6	8	10	12	4
30 a 49 años	(441)	25%	30	7	4	2	5	8	11	7
50 a 64 años	(233)	39%	26	8	5	2	2	5	8	5
65 y más años	(250)	42%	24	2	5	*	1	9	10	6
Posición Social:										
Baja	(404)	35%	27	3	4	1	2	8	12	8
Media	(611)	30%	26	7	5	3	4	8	11	5
Alta	(187)	27%	31	8	3	3	9	7	9	3
Ideología:										
Izquierda	(456)	1%	59	14	2	6	6	4	5	3
Centro	(261)	44%	14	1	9	1	3	7	15	5
Derecha	(252)	89%	1	*	3	-	2	2	2	1
Status Socioeconómico										
Familiar:										
Alto, Medio alto	(491)	34%	30	8	2	3	5	7	9	2
Medio	(482)	27%	29	5	4	2	4	9	12	6
Medio Bajo/Bajo	(230)	33%	18	5	8	2	3	7	11	13
Recuerdo de Voto:										
PP	(362)	88%	3	-	-	-	1	2	5	2
PSOE	(302)	2%	88	2	-	-	1	1	4	1
IU	(59)	2%	7	85	-	-	2	-	5	-
Nacionalistas derecha	(52)	2%	6	6	73	6	2	4	2	-
Nacionalistas izquierda	(27)	-%	18	-	-	71	7	4	-	-
Otros, en blanco	(42)	5%	2	5	12	-	50	5	17	5
No votó	(216)	15%	11	5	1	4	6	33	19	7
No sabe	(42)	17%	19	-	2	-	3	-	46	14
No contesta	(99)	8%	5	-	4	1	4	11	30	37
Clientes de:										
Bancos	(276)	39%	25	8	2	1	4	8	10	4
Cajas	(916)	31%	29	6	4	3	4	7	10	5

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	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
PP	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6	+1,5	+2,2	+0,1	+0,2	+3,4	+2,2	+1,0
PSOE	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8	+3,0	+1,9	0	0	+3,0	+2,7	+2,2
IU	0	0	+0,7	+0,8	+0,8	+0,4	+0,6	+0,7	0	+0,7	+0,4	+1,1
Nacionalistas Derecha	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5	-0,2	+0,5	+0,5	+0,5	-0,6	-0,6	-0,1
Nacionalistas Izquierda	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3	+1,0	+0,2	+0,6	+0,8	+1,3	+1,1	+0,5
Otros, blanco	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2	+0,7	+1,1	+1,7	+1,6	+0,1	+0,6	+0,7
No Votará	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5	-8,3	-10,9	-10,5	-9,9	-11,1	-11,6	-10,0
NS/NC	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3	+1,9	+4,4	+6,9	+6,8	+3,2	+5,2	+4,6
Indice de Discrepancia	11,2	12,1	16,2	12,5	10,5	8,5	10,9	10,5	9,9	11,7	12,2	10,1
Voto Estable	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
PP	20,1	19,4	15,4	21,0	22,0	22,0	21,5	23,3	23,5	22,3	26,1	26,4
PSOE	23,7	24,1	24,2	23,1	23,6	23,0	26,3	22,8	21,1	24,2	23,2	22,2
IU	2,6	1,9	2,3	3,3	3,3	3,5	1,8	3,1	3,2	2,7	3,6	4,2
Nacionalistas Derecha	3,2	3,7	3,6	3,0	3,7	3,3	2,9	3,7	3,6	4,2	4,3	3,2
Nacionalistas Izquierda	1,3	1,5	1,6	0,4	1,9	1,5	1,2	1,3	1,9	1,7	1,2	1,5
Otros, blanco	2,4	2,0	2,0	1,5	1,2	2,0	1,6	1,8	2,3	1,4	1,9	1,7
No Votará	6,2	6,4	5,4	6,7	6,1	7,8	5,7	6,2	6,5	7,7	5,8	5,9
NS/NC	7,9	8,5	10,3	9,6	8,6	7,9	9,2	8,6	9,2	7,2	6,1	7,6
Total	67,4	67,5	64,8	68,6	70,4	71,0	70,2	70,8	71,3	71,4	72,2	72,7

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)**

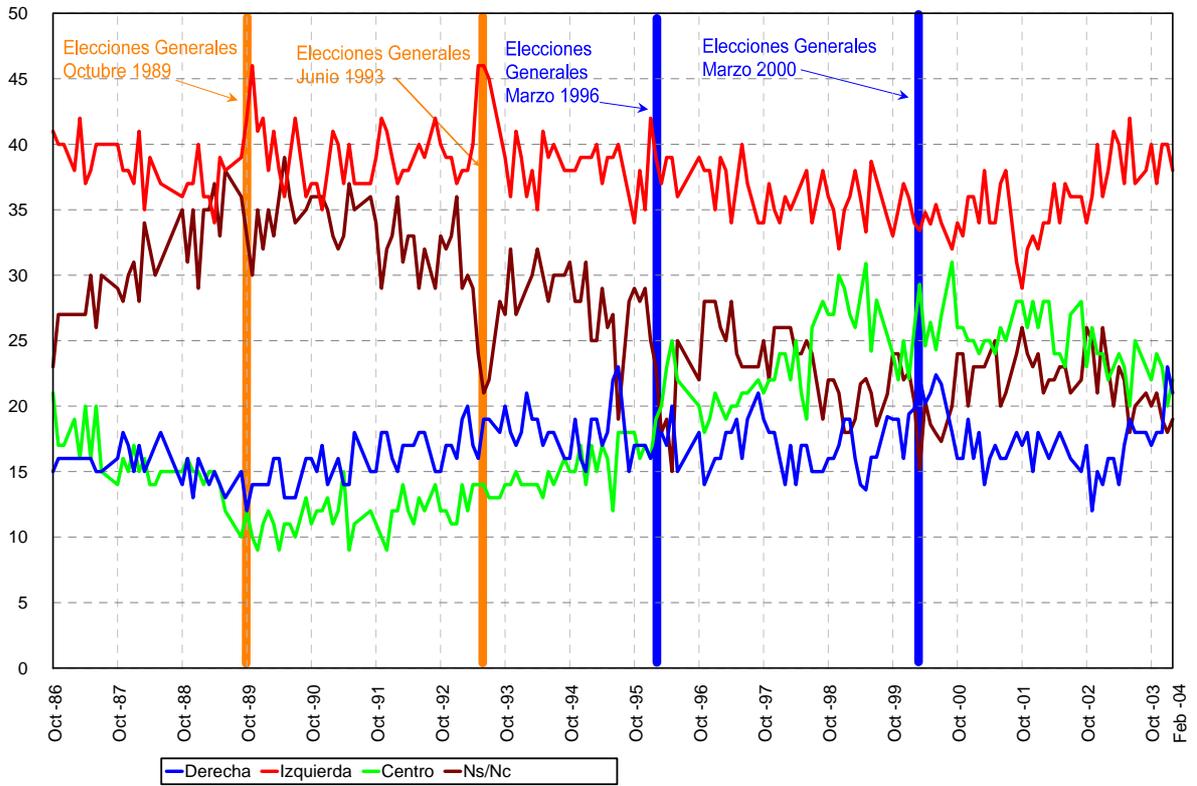
Incrementos procedentes de Otros Partidos:												
	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
PP	4,3	3,3	3,3	4,4	5,7	5,6	6,0	4,4	4,1	6,8	5,3	4,7
PSOE	8,7	8,4	10,3	7,8	6,4	7,5	7,1	5,3	4,6	6,2	6,6	5,1
IU	1,2	1,4	1,9	1,7	1,5	1,8	1,3	1,5	1,3	1,3	1,6	1,8
Nacionalistas Derecha	1,4	1,4	1,0	1,3	1,9	1,0	1,5	1,5	1,1	1,3	0,8	1,0
Nacionalistas Izquierda	1,0	0,7	0,8	1,2	1,1	1,2	0,4	0,9	1,1	1,6	1,7	1,2
Otros, blanco	2,1	3,6	3,7	3,3	2,0	1,9	2,3	3,3	2,9	1,6	1,9	2,5
No Votará	3,5	3,8	3,6	1,7	2,5	3,1	2,5	2,5	3,0	2,8	1,5	2,1
NS/NC	10,4	9,9	10,6	10,0	8,5	6,9	8,7	9,8	10,6	7,0	8,4	8,9
Total	32,6	32,5	35,2	31,4	29,6	29,0	29,8	29,2	28,7	28,6	27,8	27,3
Pérdidas hacia Otros Partidos:												
	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
PP	6,5	7,6	9,2	6,0	3,1	4,1	3,8	4,3	3,9	3,4	3,1	3,7
PSOE	4,0	3,8	3,6	4,5	4,6	4,5	5,2	5,3	4,6	3,2	3,9	2,9
IU	1,2	1,4	1,2	0,9	0,7	1,4	0,7	0,8	1,3	0,6	1,2	0,7
Nacionalistas Derecha	1,8	0,9	1,6	1,1	1,4	1,2	1,0	1,0	0,6	1,9	1,4	1,1
Nacionalistas Izquierda	0,3	0,3	0,7	0,4	0,8	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,6	0,7
Otros, blanco	2,0	2,4	1,6	2,4	1,8	1,2	1,2	1,6	1,3	1,5	1,3	1,8
No Votará	12,1	11,6	13,3	12,6	13,0	11,4	13,4	13,0	12,9	13,9	13,1	12,1
NS/NC	4,7	4,5	4,0	3,5	4,2	5,0	4,3	2,9	3,8	3,8	3,2	4,3
Total	32,6	32,5	35,2	31,4	29,6	29,0	29,8	29,2	28,7	28,6	27,8	27,3

Cuadro 4.4.6.

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

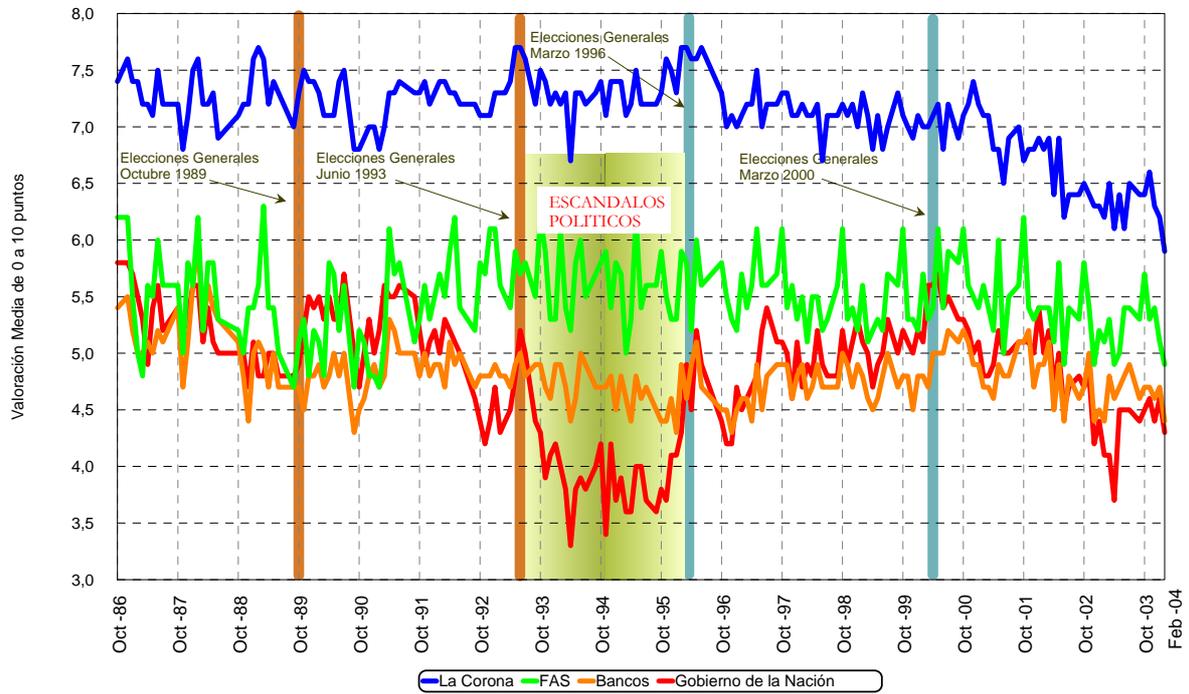
	Resultados Reales en III-00	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total Electores	(33.969.640)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
PP	30,4	26,9	25,7	22,5	27,7	29,0	30,5	30,8	29,8	30,3	30,6	31,2	30,1
PSOE	23,3	31,0	30,2	32,3	28,4	27,0	27,2	26,9	24,9	24,2	25,0	24,1	24,1
IU	3,7	3,6	3,9	4,4	4,3	4,1	4,0	3,9	4,1	4,1	4,1	4,3	5,2
Nacional.Drcha	5,5	4,9	6,0	5,3	5,1	5,8	4,9	5,6	5,7	5,9	5,4	4,7	4,4
Nac. Izda.	2,1	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5	2,4	2,4	2,3	2,6	2,6	3,0	3,1
Otros	3,7	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6	3,7	3,5	3,9	3,7	3,6	3,7	3,5
Abstención	31,3	27,8	27,5	29,4	28,5	28,0	27,3	26,9	29,3	29,2	28,7	29,0	29,6

AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO



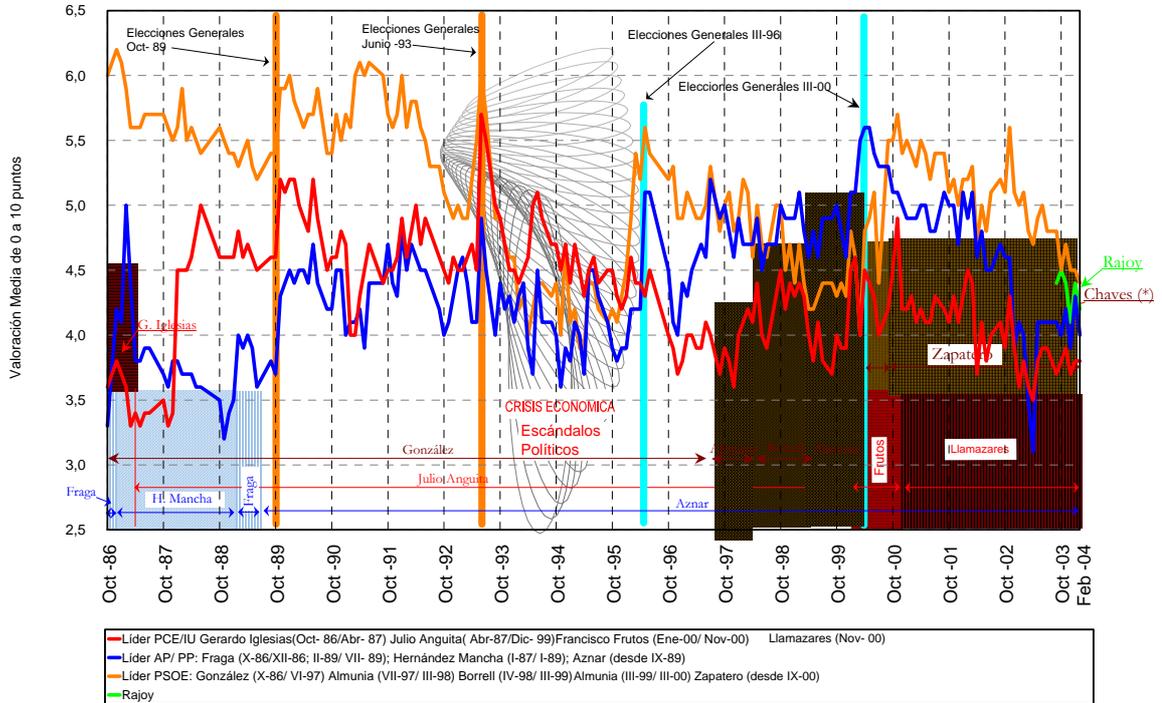
Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES



Fuente: Banco de Datos ASEP

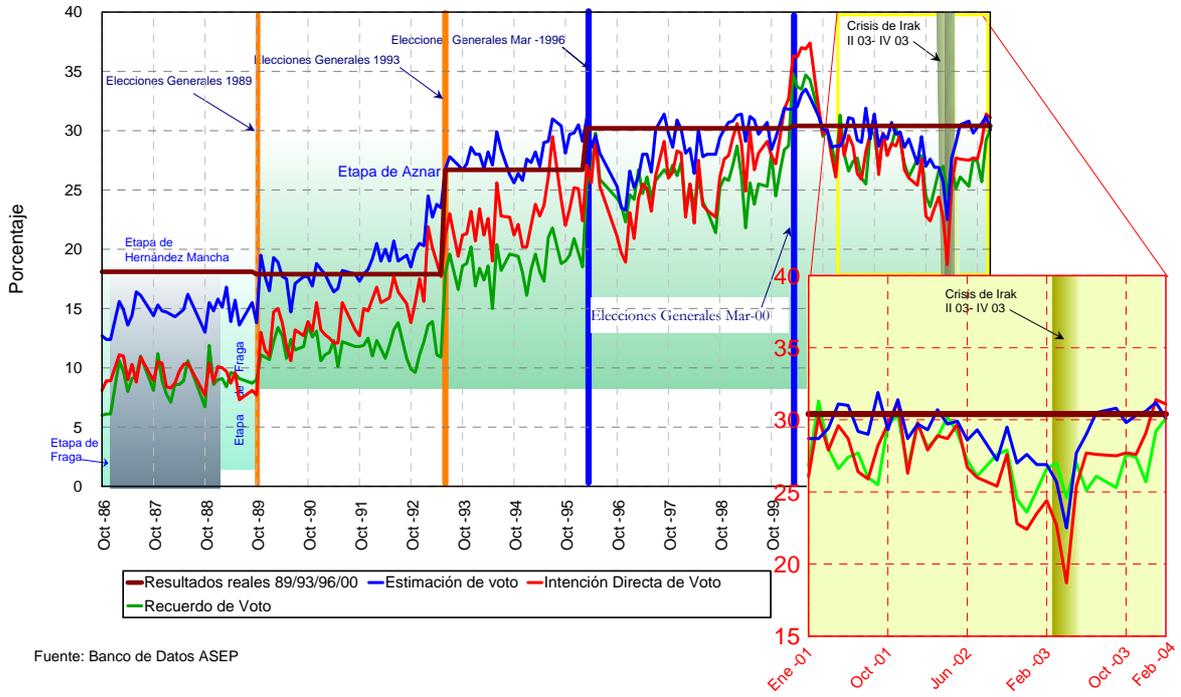
VALORACION DE LOS LÍDERES DE LAS PRINCIPALES FORMACIONES POLÍTICAS



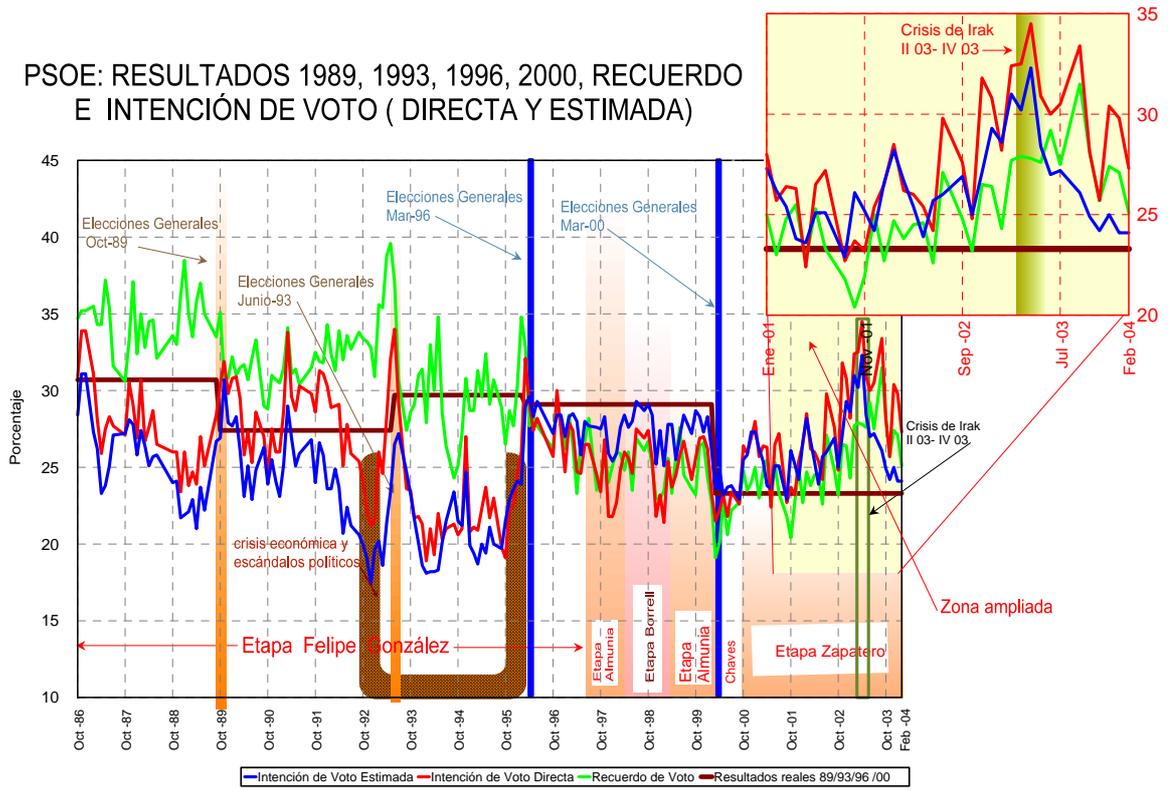
(*) En el mes de Junio, el valor del líder del PSOE corresponde a Felipe González en vez de a Chaves

Fuente: Banco de Datos ASEP

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

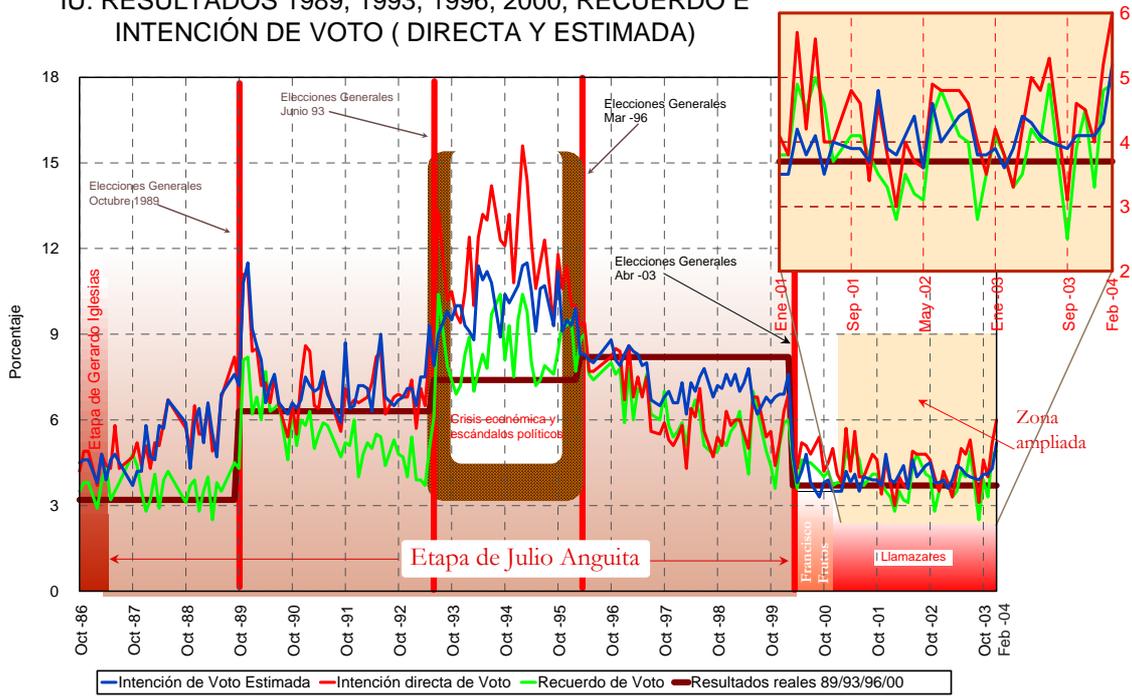


PSOE: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



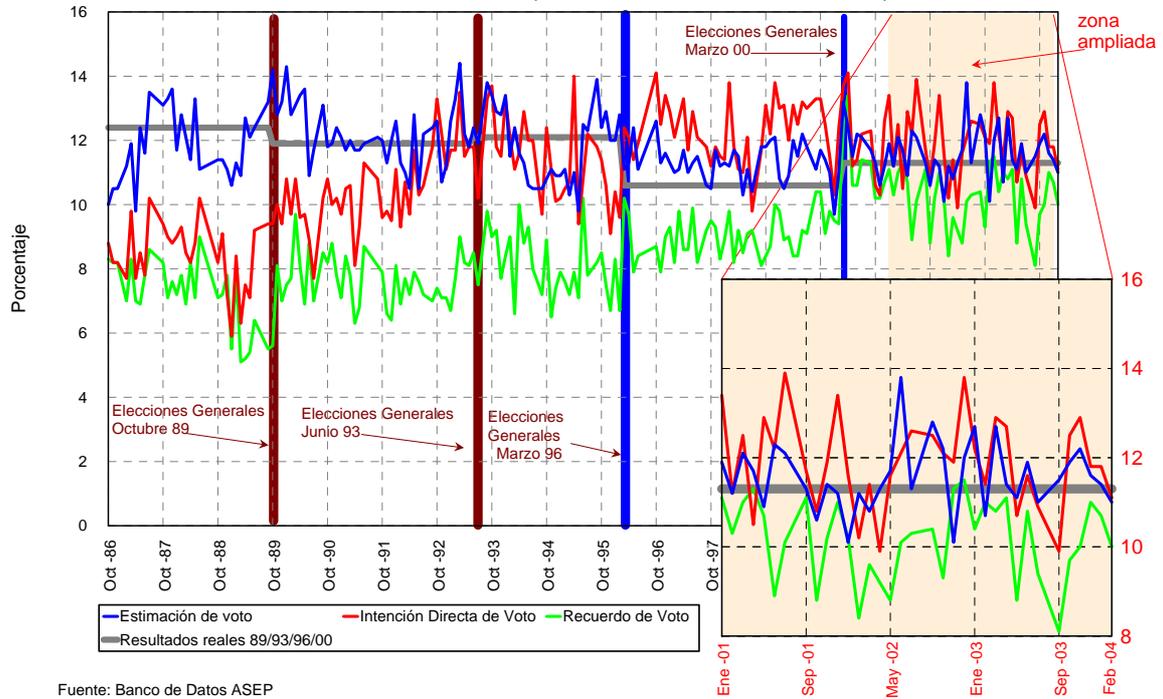
Fuente: Banco de Datos ASEP

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

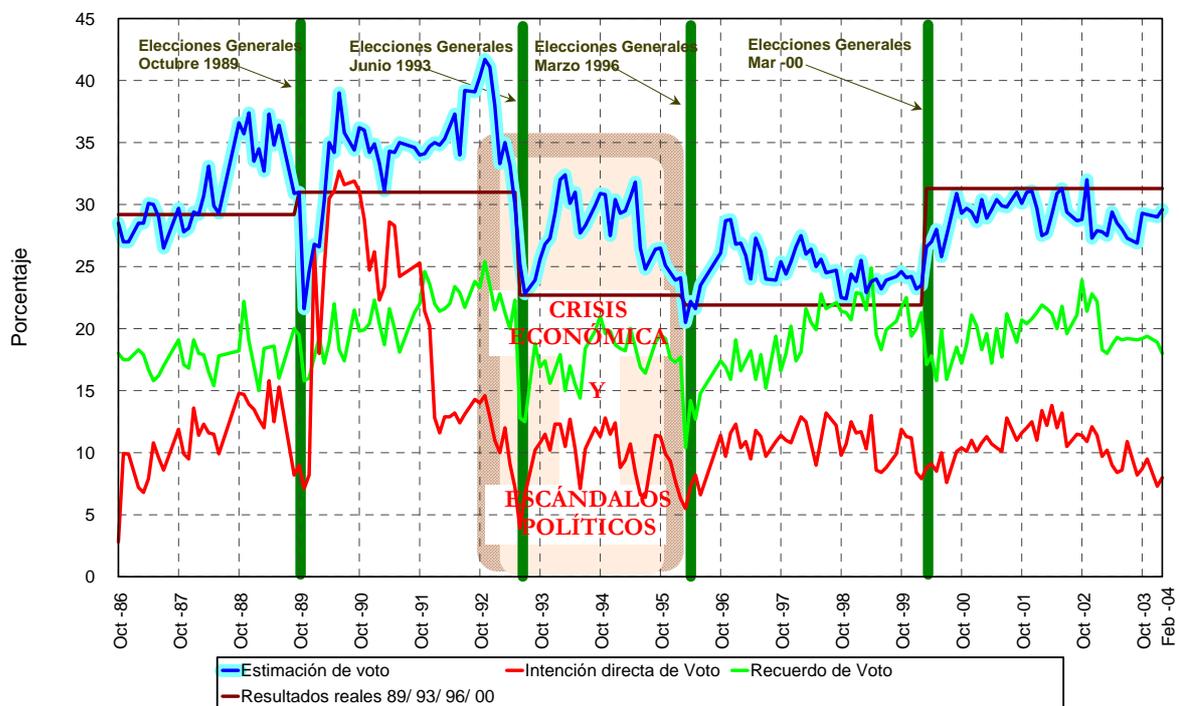


Fuente: Banco de Datos ASEP

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



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 Febrero de 2004:

Los españoles están en su conjunto tan expuestos a la información como hace un mes, pero el IEI se sitúa 7 puntos por debajo del que figuraba en el mismo periodo del año 2003. En otras palabras, el IEI comienza su andadura del 2004 al borde del nivel de equilibrio, lo que se antoja preocupante para una sociedad avanzada y supuestamente en inmejorables condiciones para acceder a la información. Resulta especialmente preocupante el escaso nivel de exposición a la información entre los menores de 30 años, en la población de provincias y en la rural. Al leer los resultados, se diría que los informativos, cualquiera que sea su forma, impresa, radiada o televisada, tan sólo atrae el interés de los centros de decisión, es decir los de 30-49 años, residentes en zonas metropolitanas y con una alta posición social. Los demás ven la tele y escuchan la radio, pero no para seguir un informativo sin duda.

La nueva caída del IEI es especialmente inquietante también por cuanto atravesamos una fase de pre campaña electoral, lo que indicaría que el seguimiento de los programas de los distintos candidatos es bajo. Es digna de reflexión la disminución de audiencia que padecen Televisión española y Antena 3TV, como también lo es el retroceso conjunto de la lectura de diarios y más particularmente El País, El Mundo, El Periódico o La Vanguardia si se compara su situación con la del mismo periodo de hace un año. Solamente la radio se balancea alrededor del 24% de seguidores desde hace un año, quizás porque el porcentaje es tan bajo que se hace por menos que inverosímil sugerir un nuevo retroceso sin poner en peligro la continuidad de sus boletines radiofónicos por falta de rentabilidad.

Enero comienza con un ambiente pre electoral y ello se refleja en la radicalidad de los favoritismos en los medios. Si en la actualidad se aprecian afinidades entre el PP y TVE1 del orden del 59% y de un 27% entre El País y el PSOE, uno no puede por menos que preguntarse hasta donde se elevarán dichas cifras dentro de dos meses en la víspera de la Elecciones Generales.

Enero presenta finalmente la cara positiva de una cadena de televisión que, mes tras mes, afianza su posición y pone en jaque a TVE: Telecinco es la única cadena en

progresar tanto en relación con su situación de hace un mes como de hace un año, especialmente Angels Barceló. Su nivel de neutralidad a ojos de la audiencia (40%) no es alcanzado por ningún otro medio impreso ni audiovisual y ahí repose una buena parte de su éxito. Quizás por ello también los telespectadores han premiado al espacio conducido por Angels Barceló en enero como el mejor informativo del 2003.

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 Índice de Exposición a la Información (IEI), cuyo objeto es distinguir los segmentos sociales en función del nivel de información al que están sometidos. Este índice combina ahora la lectura de diarios, la audiencia de programas de opinión en la radio y la audiencia de boletines de noticias en televisión y puede variar entre 0 y 200, con un nivel de equilibrio en 100.

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

- Personas 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 febrero de 2004 vuelve a situarse por debajo del nivel de equilibrio, en concreto en el IEI = 99. Es un dato desalentador para un estado democrático pues, si bien es cierto que las culturas desarrolladas tienden a asociarse con sociedades donde la estabilidad socioeconómica y política reduce la exposición a la información, no es menos cierto que atravesamos una fase pre electoral en la que los españoles deberían manifestar una mínima preocupación por los programas de actuación de las opciones políticas que concurren en las legislativas del próximo 14 de marzo.

Cuando se analizan más adelante las estructuras de las audiencias, se constata que la información parece acotada a un grupo muy reducido de la población formado por los varones con edades comprendidas entre los 30 y los 49 años, con ideología de izquierda y de alta posición social. En resumen, una proporción muy pequeña de la población de 18 y más años.

El IEI de los mayores de 65 y más años es inferior al promedio de la población, lo cuál entra dentro de la lógica social y humana, dado que este grupo intenta cubrir la última etapa de su vida con ofertas más lúdicas y culturales para su tiempo. Sin embargo, es mucho más inquietante constatar que el IEI de los jóvenes entre 18 y 29 años es el más bajo, resultando particularmente desalentador que solamente un 15% de los mismos siga

un boletín informativo de radio, cualquiera que sea, o que su nivel de lectura de diarios esté por debajo del promedio de la población de 18 y más años. Si la población con edades entre 18 y 29 años no lee diarios ni escucha informativos de radio, cabría preguntarse cuál es el futuro que nos deparan estos individuos destinados a corto plazo a cubrir los puestos de decisión económicos y políticos.

El IEI = 99 ha caído 9 puntos con respecto al mismo periodo de hace un año.

El estancamiento tanto de la prensa como de la televisión y la radio en general, y más particularmente de La Primera de TVE explicarían el estancamiento del IEI, sin olvidar el leve retroceso conocido por los mayores diarios y la Cadena Ser, a excepción del diario El País, que bate un nuevo record al alcanzar el 6,8% de seguidores, un dato que sin duda debe alegrar a los votantes con ideología de izquierda, pues sería un signo de que los simpatizantes de izquierda están recuperando la motivación perdida en los ocho últimos años y atisban la posibilidad de recuperar el poder en marzo de este año. Como se ha indicado en tantas ocasiones, a los españoles les gusta escuchar los medios de comunicación que son afines a sus creencias e ideas. Si la audiencia de dichos medios aumenta, ello obedece sin duda a un incremento de la motivación y del entusiasmo de los españoles que comulgan con las ideas de dichos medios. Por eso, al analizar más adelante el favoritismo de los medios hacia el PP y el PSOE, debe considerarse que la derecha ideológica debe estar inquieta por el hecho de que sus diarios afines ABC y El mundo, así como sus cadenas afines, COPE y Onda Cero, tengan una progresión de seguidores descendente, mientras que los afines a la izquierda como la SER, El País y Telecinco tienen una progresión ascendente.

Cuadro 5.1.1.

Índice de Exposición a la Información

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
	%											
Alta	15	14	13	19	13	15	14	15	17	14	15	16
Media	39	39	36	37	38	37	37	34	37	36	36	34
Baja	38	40	43	36	40	40	41	42	38	41	41	43
Ninguna	8	7	7	8	9	9	7	9	8	8	8	7
IEI	108	107	99	112	102	103	102	99	109	101	101	99

Cuadro 5.1.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total IEI	108	107	99	112	102	103	102	99	109	101	101	99
Sexo:												
Hombre	127	130	117	138	117	123	122	116	131	124	124	117
Mujer	90	86	82	87	88	84	84	84	87	79	80	82
Edad:												
- 30 años	98	99	92	108	99	83	98	86	106	95	87	89
30-49 años	118	120	111	119	113	117	113	114	120	114	118	112
50-64 años	115	113	106	108	108	110	111	106	112	102	107	110
65 y más años	95	90	80	108	81	92	82	82	88	85	83	78
Posición Social:												
Baja	79	77	67	86	77	71	71	66	79	68	63	67
Media	120	113	108	117	109	110	114	107	115	112	112	107
Alta	139	165	142	159	145	152	141	151	156	151	155	145
Hábitat:												
Rural	95	97	96	101	100	93	107	83	91	83	87	92
Urbano	108	111	96	108	98	97	93	97	108	106	100	100
Metropolitano	120	111	107	128	113	123	119	120	127	108	119	104
Ideología:												
Izquierda	119	117	107	120	109	105	111	108	121	112	113	119
Centro	104	107	95	107	106	95	96	100	109	105	105	95
Derecha	116	114	122	133	113	118	121	116	115	109	105	98
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	120	121	117	126	118	118	123	120	125	122	118	114
Medio	102	104	92	104	95	96	93	92	105	94	91	93
Medio Bajo	100	98	84	107	92	93	89	76	89	83	96	83
Bajo	100	55	58	73	48	54	32	64	41	60	57	55
Clientes:												
Bancos	129	127	115	128	103	112	127	113	130	116	111	117
Cajas	108	106	100	111	106	104	103	100	107	100	104	100

5.2. PRENSA DIARIA

La prensa ha recuperado un punto porcentual con respecto a enero y pierde uno con respecto a su situación de hace un año, dilapidando el avance experimentado durante los últimos meses de 2003, cuando el porcentaje de lectores se igualaba con el del periodo equivalente de 2002. Un 44% leyeron un diario en el día de ayer y ello debe ser tomado como negativo, pues indicaría que los diarios no consiguen reciclar con las nuevas generaciones las pérdidas de lectores de las capas de mayor edad que abandonan el hábito de la lectura de prensa..

El País bate un nuevo record al alcanzar el 6,8% de seguidores y su efecto sobre el índice general es similar al que provocan las acciones de Telefónica sobre el Ibex 35. En otras palabras, cuando el País mejora su índice, también suele aumentar el porcentaje general de prensa y viceversa. Es evidente que ese incremento no puede estar atribuido a las promociones. Muy al contrario, el éxito de El País estaría en haber recuperado la motivación informativa de su público natural, el de ideología de izquierda, ante las expectativas renovadas de recuperar el poder en marzo, aunque sea en coalición de partidos PSOE – IU. Hace una década eran frecuentes las comparaciones entre El País y El Mundo por cuanto se consideraba que el segundo había terminado con la hegemonía del primero, cuestión que nunca terminó de suceder. Hoy por hoy, la diferencia entre ambos diarios es tan abismal que El país cuenta con un porcentaje de seguidores superior a la suma de los que tienen El Mundo, ABC, La Razón y La Vanguardia juntos.

El País aglutina al conjunto de lectores de izquierda, pero parece sobrevivir a los cambios generacionales y adaptarse a ellos mejor que los demás diarios de ámbito nacional, pese a la escasa propensión de los menores de 30 años a leer diarios.

La cara más negativa, y la que sin duda explica que el porcentaje de lectores de diarios no supere el 42% se encuentra una vez más en los malos resultados de los diarios de las zonas de España con mayores índices de lectura de periódicos, es decir los diarios de País Vasco, Cantabria, Galicia y Asturias, a excepción de Voz de Galicia.

Lo cierto es que el número de cabeceras que sobrepasan el 0,5% de lectores no supera este mes los 28 diarios, es decir 3 más que hace un mes.

Solamente El País alcanza el 6,8% de lectores, mientras que tan sólo tres diarios superan el 2%, en concreto un diario deportivo, el Marca, así como los mencionados El Periódico y Voz de Galicia. Finalmente, tan sólo siete diarios superan el 1% de lectores: ABC, El Mundo, La Vanguardia, El Correo, Sur de Málaga, Heraldo de Aragón y el periódico revelación del año, el gratuito 20 Minutos que se reparte en las calles y en el metro.

Permanecen los contrastes entre los distintos segmentos de la muestra, de tal manera que los de alta posición social y con edades entre los 30 y los 49 años son quienes muestran un mayor 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.

% de Lectores el Día de Ayer

	feb-2003	feb`2004	Diferencia 02-03 VS 02-04
El País	5,5	6,8	+1,3
Marca	2,3	2,1	- 0,2
El Mundo	3,5	1,6	- 1,9
ABC	1,8	1,8	=
El Periódico	2,4	2,4	=
Vanguardia	1,6	1,7	+ 0,1

La Razón no parece encontrar un buen revulsivo en ninguna de las dos promociones paralelas que ofrece a los lectores, un maletín con objetos de la señorita Pepis o un maletín con 20 miniaturas de coches. Su 0,8% contrasta con el 1% de lectores del diario gratuito 20 Minutos el diario gratuito que muestra un mayor crecimiento y que sin duda más daño están causando a las publicaciones de ámbito nacional en las áreas metropolitanas.

Cuadro 5.2.1.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Total Lectores Periódicos	45	45	40	49	44	45	43	42	47	45	43	44
Edad:												
-30 años	45	47	39	52	46	39	46	37	49	48	42	44
30-49 años	51	54	49	56	52	55	49	51	54	53	51	52
50-64 años	47	46	37	44	43	49	46	43	47	43	43	44
65 y más años	34	29	28	38	27	31	28	29	34	30	32	29
Posición Social:												
Baja	28	25	23	31	26	25	27	22	30	25	24	25
Media	51	51	43	53	48	50	47	46	51	52	48	49
Alta	68	78	69	77	71	77	68	74	76	75	70	69
Ideología:												
Izquierda	49	50	46	52	47	48	49	47	51	51	46	56
Centro	42	46	40	47	50	41	39	38	49	45	45	39
Derecha	50	49	45	55	42	52	51	48	52	46	45	40
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	54	56	52	57	55	56	55	54	59	58	51	52
Medio	41	42	34	45	38	40	40	35	42	40	39	42
Medio bajo	39	36	31	43	33	37	28	32	38	34	38	33
Bajo	22	22	25	16	5	13	11	14	21	19	24	23
Clientes de:												
Bancos	56	53	47	56	46	51	55	48	57	52	50	52
Cajas	45	45	40	48	44	44	43	42	46	45	44	44

Cuadro 5.2.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
El País	5,5	5,5	4,2	5,2	5,3	4,8	4,7	5,2	6,5	3,7	5,3	6,8
ABC	1,8	1,3	1,1	2,3	1,3	1,7	1,8	1,5	1,1	1,7	2,1	1,8
El Mundo	3,5	1,4	1,6	3,0	1,5	1,8	1,5	2,7	2,1	1,7	2,0	1,6
El Periódico de Cataluña	2,4	2,7	2,7	2,4	3,2	4,0	2,5	2,4	2,9	3,2	2,4	2,4
La Vanguardia	1,6	1,8	2,0	1,8	2,1	1,7	1,6	1,7	1,7	1,4	1,8	1,7
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	1,4	0,9	1,0	1,6	2,5	1,5	1,9	1,4	1,8	1,8	1,9	1,7
Las Provincias	0,5	-	-	0,6	-	-	-	0,5	-	-	0,5	0,7
El Faro de Vigo	0,5	0,7	1,0	-	-	0,8	0,9	-	-	-	0,8	-
La Voz de Galicia	1,2	2,2	1,5	1,8	1,6	1,6	1,4	1,1	1,6	1,7	0,7	2,6
As	-	-	-	0,9	0,6	0,7	-	0,6	0,7	-	0,6	-
Heraldo de Aragón	1,2	0,8	1,2	1,3	1,1	1,3	0,9	1,7	0,9	1,1	0,8	1,0
Levante	0,7	0,8	0,6	1,2	1,0	0,9	0,8	0,5	1,0	1,5	-	-
Diario Vasco	2,2	0,9	0,9	1,6	0,9	0,9	1,1	1,0	1,2	1,2	1,2	0,8
El Día	0,7	0,7	-	0,9	-	0,5	0,8	0,7	0,9	0,8	-	-
La Verdad	0,5	0,5	0,9	1,4	0,9	0,8	0,7	0,5	-	-	0,7	0,5
Marca	2,3	2,1	1,8	2,6	1,1	2,0	2,1	2,1	2,5	3,2	2,9	2,1
La Nueva España	0,9	1,3	1,7	0,7	1,1	1,2	1,2	0,8	1,2	0,9	1,1	0,9
Diario Montañés	-	-	0,7	1,0	0,6	0,7	1,1	0,5	0,8	-	0,6	0,6
Diario de Navarra	-	0,5	0,5	0,8	0,7	0,5	0,6	0,8	0,7	0,8	-	0,7
Información	-	1,2	1,2	1,3	-	1,1	1,4	0,8	0,7	1,2	0,7	0,9
Norte de Castilla	0,9	1,1	1,3	0,6	0,8	1,1	0,7	-	1,0	0,7	0,5	-
Sur	1,1	1,3	0,9	0,9	0,8	1,1	1,2	0,9	0,9	1,0	1,4	1,8
Diario de Mallorca	0,6	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-
Diario de León	-	-	-	1,0	-	0,7	0,9	0,7	0,7	-	-	0,8
Última Hora	-	0,5	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	-	0,8	-	1,2	0,6
El Ideal	0,5	0,6	-	0,6	0,8	0,6	-	-	0,5	0,7	0,8	-
Hoy	0,7	0,8	0,8	0,6	-	0,7	-	-	-	0,7	-	0,8
Diario de Cádiz	0,5	0,7	-	-	-	-	-	0,6	-	0,5	-	-
Progreso	-	0,5	-	0,5	0,7	-	-	-	-	0,7	-	-
Canarias-7	-	-	-	-	-	-	0,6	0,5	-	-	-	-
El Segre	0,6	-	-	-	-	-	0,6	-	0,8	0,8	0,6	0,7
Sport	-	0,5	-	0,6	-	0,8	-	-	-	-	-	-
La Región	-	-	-	0,5	0,5	0,8	-	0,9	0,7	-	-	-
Deia	-	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-
La Provincia	0,7	0,5	0,6	-	0,5	0,7	-	-	0,8	0,5	0,5	0,5
La Opinión	0,7	-	0,6	0,8	-	0,6	0,5	0,6	0,5	-	-	0,6
La Razón	0,7	0,9	1,0	0,7	0,5	-	0,7	0,8	0,9	0,6	0,5	0,8
Mediterráneo	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9
Correo Andaluz	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egin/ Gara	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-
Crónica de León	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mundo Deportivo	0,7	-	-	-	0,6	-	-	-	0,7	0,6	0,5	-
Córdoba	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LaVoz de Asturias	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Punt Diari	-	0,6	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-
Gacete Regional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	0,5	-
La Tribuna de Albacete	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Metro	0,8	0,7	0,8	0,7	0,7	0,5	-	0,6	0,8	-	0,8	0,5
20 Minutos	-	0,6	0,8	1,5	1,4	0,5	0,6	1,2	0,8	1,3	1,0	1,0
Diario de Burgos	-	-	-	-	-	0,8	-	-	0,5	-	0,6	-
La Rioja	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	0,6	0,7

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

5.3. RADIO

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

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

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

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.

La radio ha perdido dos puntos porcentuales de audiencia con respecto al mismo periodo de hace un año y queda en un 26% de seguidores de informativos de radio. Ello obedecería a que no se han producido temas que propicien verdaderos debates en el periodo analizado, o que requieran una urgencia profunda de análisis a muy corto plazo. Como ya se indicó en la introducción, uno de los datos más inquietantes reside en las dificultades de las cadenas para atraer al público con edades entre los 18 y los 29 años, cuyo porcentaje es el más bajo, no superando siquiera el 15%, cuando los de 65 y más años, sin ir más lejos, representan un 23%. Huelga decir que el porcentaje de seguidores más jóvenes está muy lejos de alcanzar los porcentajes de radioyentes con edades entre los 30 y los 49 años, que es actualmente de un 39%.

Tampoco se detectan cambios en la estructura de la audiencia de cada cadena ni en el porcentaje general de seguidores, en relación con los datos de hace un año. Un 26% de seguidores de boletines radiofónicos no es sino la expresión de un espacio en crisis en el que la Cadena SER ha confirmado liderar los informativos durante la “era Aznar” sin interrupción, relegando a sus competidores a unas cifras de radioyentes de informativos más que preocupantes. La Cadena SER lidera las tres franjas horarias, con un positivo 9% durante las mañanas y un 4% por la tarde y un 4% por la noche. Por el contrario, exceptuando los boletines matinales de Onda Cero (5%), COPE (4%) y Radio Nacional (4%), ninguno de los espacios restantes supera el 2% de seguidores. Los jóvenes no escuchan los boletines radiofónicos.

“La Tarde” de Gemma Nierga parece ser el único programa de la tarde capaz de mantener cierta fidelidad de sus seguidores, tanto en relación con la situación de hace un mes como de hace un año. Apenas uno de cada cinco españoles conecta con los informativos matinales (21%), descendiendo hasta un preocupante 9% por las tardes y hasta un 6% por las noches.

El porcentaje de audiencia retrocede dos puntos con respecto a hace un año durante las mañanas , y otros dos por la tarde por culpa de la COPE y Onda Cero.

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 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, manteniendo 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 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.

A riesgo de parecer reiterativo, se considera necesario insistir en que los conductores de los informativos de la mañana y la noche en SER, COPE y Onda Cero son los mismos que hace diez años, con el mismo esquema radiofónico y los incombustible Iñaki Gabilondo, Carlos Llamas, Luis del Olmo y Luis Herrero. Quizás no cambian, incluso disminuyen los porcentajes de seguidores de boletines de radio porque la audiencia está cansada de oír siempre a los mismos profesionales, por no hablar de sus tertulios.

Cuadro 5.3.1.

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

FEBRERO 2004	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.	Noche 8-12 h.
TOTAL	(1202)	(305)	(248)	(112)	(66)
	%				
Edad:					
18 a 29 años	23	15	13	14	13
30 a 49 años	37	39	41	38	35
50 a 64 años	19	24	22	26	32
65 y más años	21	23	24	22	20
Posición Social:					
Baja	34	28	30	24	24
Media	51	48	49	50	39
Alta	16	24	22	26	37
Ideología:					
Izquierda	38	42	41	45	56
Centro	22	20	21	20	20
Derecha	21	25	24	27	18
Hábitat de Residencia:					
Rural	24	22	24	15	13
Urbano	51	51	51	51	52
Metropolitano	25	27	25	34	35
Educación del entrevistado:					
Baja	35	27	28	17	33
Media	50	47	47	57	37
Alta	15	26	25	27	30
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	41	47	46	52	39
Medio	40	36	36	34	44
Medio Bajo/Bajo	19	17	19	14	17
Cientes de:					
Bancos	23	28	28	24	30
Cajas	76	76	79	81	76
Exposición a la Información:					
Alta	16	61	61	63	64
Media	34	38	38	36	35
Baja	43	1	1	2	1

Cuadro 5.3.2.
Audiencia de Programas de Radio: Informativos y Magazines
(En Porcentajes)

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
TOTAL	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.204)	(1.205)	(1.207)	(1.201)	(1.202)
Entre 6 y 10 h. Mañana												
- "La Mañana" de Luis Herrero (COPE)	5	5	5	6	4	3	5	4	4	4	3	4
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO)	7	6	5	6	5	5	6	7	6	5	8	5
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER)	8	10	11	11	9	11	9	10	10	9	9	9
- "Buenos días" con Antonio Jiménez (RNE)	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
% Radioyentes de Mañana	23	22	21	24	20	21	21	24	23	19	21	21
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
- "La Ventana", de Gemma Nierga (SER)	4	4	4	6	4	5	4	5	5	4	4	4
- "Al tran tran", de José Antonio Abellán (COPE)	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2
- "Herrera y Punto" con Carlos Herrera (Onda Cero)	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	2
- "Lo que es la vida", de Nieves Herrero (RNE)	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2
% Radioyentes de Tarde	11	9	9	12	8	10	8	10	11	9	10	9
Entre las 8 y las 12 h. Noche												
- "La Brújula", de Juan Pablo Colmenarejo (ONDA CERO)	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	*
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER)	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4
- "La Linterna", de Federico Jiménez Losantos (COPE)	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	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	6	7	9	6	7	8	9	8	6	5	6
% Total de Oyentes de Informativos	28	26	26	29	24	26	25	28	27	23	24	26

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

FEBRERO 2004	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	(1202)	(50)	(63)	(107)	(50)	(50)	(24)	(22)	(20)	(4)	(47)	(20)	(9)	(7)
%														
Edad:														
18 a 29 años	23	13	21	14	8	17	13	19	-	-	16	5	-	15
30 a 49 años	37	32	43	46	32	44	30	46	30	25	38	30	68	57
50 a 64 años	19	23	15	23	25	23	28	22	29	25	29	49	22	27
65 y más años	21	32	21	17	35	16	29	13	41	50	17	15	11	-
Posición Social:														
Baja	34	36	26	24	41	16	33	9	45	50	21	20	33	-
Media	51	44	59	47	43	48	46	59	45	25	36	39	22	71
Alta	16	20	16	29	16	36	21	32	10	25	43	41	45	29
Ideología:														
Izquierda	38	12	30	66	32	68	29	23	25	-	72	20	45	30
Centro	22	28	25	12	25	14	16	27	35	-	12	41	11	42
Derecha	21	50	29	8	31	10	50	50	25	75	7	34	11	29
Hábitat de Residencia:														
Rural	24	28	16	28	21	16	25	5	10	-	12	15	11	14
Urbano	51	44	54	47	61	50	33	50	70	50	51	50	44	44
Metropolitano	25	28	30	25	17	34	42	45	20	50	36	35	45	42
Educación del entrevistado:														
Baja	35	32	28	21	31	10	25	14	25	50	25	40	11	-
Media	50	40	51	49	47	64	42	45	60	50	41	25	67	86
Alta	15	28	21	30	22	26	33	41	15	-	34	35	23	14
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	41	40	52	48	39	54	38	73	45	-	40	50	44	56
Medio	40	32	32	36	37	38	29	13	45	75	51	19	22	44
Medio Bajo/Bajo	19	28	16	16	23	8	33	14	10	25	9	30	33	-
Cientes de:														
Bancos	23	30	32	23	43	18	37	27	30	49	30	35	22	29
Cajas	76	80	74	83	66	86	71	82	80	25	74	80	44	57
Exposición a la Información:														
Alta	16	56	59	68	55	64	70	59	54	75	66	50	34	72
Media	34	42	39	32	45	36	25	36	46	25	32	50	55	28
Baja	43	2	2	-	-	-	4	4	-	-	2	-	11	-

5.4 TELEVISION

Tal como se avanzaba al inicio de este capítulo, febrero no ha aportado apenas modificaciones sobre los resultados de enero, lo que no deja de resultar preocupante a la vista de las Elecciones Generales que tendrán lugar en marzo. Si se exceptúa el leve incremento de 2 puntos porcentuales en las audiencias de las tres cadenas de ámbito nacional al mediodía, el resto de los resultados permanece inalterable. Mantenerse igual no es un dato positivo sino al contrario.

Como se verá más adelante, la causa estaría en la radicalización ideológica de las cadenas, hasta el punto de que Telecinco, incluso apareciendo neutral a ojos de una gran mayoría de los entrevistados, muestra un favoritismo a la izquierda casi cuatro veces superior al que apunta favoritismo de esta cadena hacia la derecha ideológica.

Todas las cadenas nacionales progresan en relación con su situación de hace un mes al mediodía, aunque su estancamiento es total por la tarde noche.

Como ya se subrayó el mes pasado, algo más de un tercio de la audiencia de TVE tiene 65 y más años, mientras que la cifra equivalente de Telecinco no alcanza el 15%. Sin embargo, al comparar sus respectivas audiencias en el segmento de los mayores de 18 años y menores de 49 años, se observa que esta franja representa alrededor de un escaso 40% en TVE, mientras que en Telecinco supera los dos tercios. La consecuencia es evidente: El traspaso generacional conlleva el trasvase de audiencia de una cadena a otra porque los de 30 a 49 años son quienes más información consumen, a la vez que resta valor al efecto de arrastre inherente a la costumbre de ver los actos institucionales a través de la Primera de TVE, pues esa costumbre es propia de los grupos de población que crecieron con una sola cadena de televisión, pero lo es menos en la generación que ha crecido conviviendo con las cadenas privadas, que es precisamente la que ahora apuesta por seguir el espacio conducido por Angels Barceló, aunque se trate de un acontecimiento institucional.

Los informativos de televisión tienen una audiencia igual que hace un año, en concreto un 88%.

Aunque es pronto para vaticinar la evolución en los próximos meses, lo cierto es que todo apunta que los índices de seguidores disminuirán por “hartazgo”, a menos que la actualidad informativa origine un motivo espectacularmente notorio que sirva de gancho para captar nueva audiencia.

Lo cierto es que la audiencia de informativos se mantiene en torno al 88%, cuando cabía esperar lo contrario, dado que la actividad informativa era lo suficientemente intensa como para esperar mejores resultados. En relación con febrero de 2003, La Primera de TVE pierde dos puntos por la tarde noche pero pierde tres al mediodía, mientras que A3TV pierde cuatro puntos al mediodía y tres por la tarde. La diferencia de La Primera de TVE con Telecinco es pues de 7 puntos al mediodía y de 3 por la tarde noche.

Hace un año, los informativos de La Primera de TVE parecían imbatibles, mientras que las dudas recaían en si A3TV se impondría a Telecinco o al revés. La evolución observada durante 2003 y 2004 pone en duda ese liderazgo. La Primera parece vulnerable desde que Telecinco ha consolidado su imagen de imparcialidad, en contraste con el sesgo ideológico percibido en la información facilitada por La Primera de TVE.

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. No todos los informativos se han visto perjudicados de la misma manera pues.

A3TV tiene una audiencia del 18% al mediodía y de otro 16% por la tarde, siete y nueve puntos respectivamente por debajo de Telecinco. En resumen, si los informativos de A3TV y TVE mantienen intacta su audiencia en este caso se debe a que mantienen intacta su estructura, en contraste con el esquema más creativo de Telecinco. Es curioso observar que la distancia que separa a Telecinco de A3TV es muy superior a la que separa a Telecinco de La 1 de TVE por la tarde noche.

En febrero de 2004, la audiencia de los informativos del mediodía es del 76%, tres puntos menos que hace un año. Por la tarde, sucede lo mismo al perder dos puntos desde el 77% hasta el 75%.

Hace un año, La Primera de TVE distanciaba en 11 puntos a su inmediato seguidor al mediodía, es decir Telecinco, mientras que, por la tarde noche lo hacía en otros 6 puntos, también a Telecinco. Ahora en febrero de 2004, dichas distancias son de 7 y 3 puntos.

% Audiencia en 02/2004	Mediodía	Tarde Noche
La Primera de TVE	32%	28%
Telecinco	25%	25%
Antena 3 TV	18%	16%

El seguimiento de espacios informativos es del 76% al mediodía y del 75% por la tarde, es decir que el porcentaje ha mejorado tres puntos en el primer caso.

La 2 pierde dos puntos con respecto a hace un año y se deja notar la ausencia de Lorenzo Milá al frente del mismo.

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 (37%), de posición social media (51%), con ideología de izquierda (38%) y de status socioeconómico medio (50%). 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 persiste:

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Boletín Informativo del Mediodía:												
TVE1	35	35	31	35	31	34	35	31	32	32	30	32
Antena 3 TV	22	21	21	22	17	21	22	18	19	18	16	18
Tele 5	24	25	28	28	24	27	25	22	26	23	23	25
Boletín Informativo de la Noche												
TVE1	30	29	27	31	27	28	30	27	28	30	28	28
Antena 3 TV	19	17	17	17	15	16	26	14	15	17	16	16
Tele 5	24	23	27	25	24	23	24	23	27	22	25	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 del 44% de catalanes que ven TV3.

Por la noche, la proporción de seguidores del informativo de TV3 (42%) no supera en este caso a la de los andaluces que ven Canal Sur (23%), motivados quizás por las Elecciones Autonómicas Andaluzas. En ambos casos, los porcentajes indican que las autonómicas no son ajenas a este proceso de pérdida de seguidores.

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.**

FEBRERO 2004	Total Muestra	Total audiencia	Audiencia		
			Mediodía	Noche	Madrugada
TOTAL	(1202)	(1060)	(918)	(907)	(64)
			%		
Edad:					
18 a 29 años	23	22	22	20	26
30 a 49 años	37	37	36	39	40
50 a 64 años	19	19	19	20	18
65 y más años	21	21	23	21	15
Posición Social:					
Baja	34	33	35	32	31
Media	51	51	51	51	47
Alta	16	16	15	17	22
Ideología:					
Izquierda	38	38	39	39	34
Centro	22	22	23	22	22
Derecha	21	21	21	20	23
Hábitat de Residencia:					
Rural	24	25	26	24	26
Urbano	51	50	49	51	53
Metropolitano	25	25	26	25	20
Educación del entrevistado:					
Baja	35	34	35	34	26
Media	50	50	51	50	52
Alta	15	15	14	16	22
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	41	41	40	41	52
Medio	40	40	41	40	44
Medio Bajo/Bajo	19	19	19	19	5
Cientes de:					
Bancos	23	23	22	22	30
Cajas	76	77	78	78	70
Exposición a la Información:					
Alta	16	18	18	19	14
Media	34	37	37	38	33
Baja	43	45	46	43	53

Cuadro 5.4.2.

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

Total	II-03		III-03		IV-03		V-03		VI-03		VII-03	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1, Ana Blanco y Josep Puigbó	(1.209)	35	(1.210)	35	(1.205)	31	(1.210)	35	(1.215)	31	(1.212)	34
- Antena 3 con Sussana Griso	(1.209)	22	(1.210)	21	(1.205)	21	(1.210)	22	(1.215)	17	(1.212)	21
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.209)	24	(1.210)	25	(1.205)	28	(1.210)	28	(1.215)	24	(1.212)	27
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	20	(211)	26	(212)	21	(213)	20	(211)	21	(209)	19
- Cataluña: TV3	(191)	31	(191)	46	(193)	48	(194)	31	(194)	46	(191)	43
- Com. Valenciana: C9	(123)	28	(124)	28	(113)	25	(124)	12	(123)	12	(124)	14
- Galicia: TV G	(87)	27	(87)	16	(87)	22	(87)	6	(87)	10	(87)	5
- Madrid: Telemadrid	(154)	12	(154)	10	(154)	8	(160)	8	(156)	6	(152)	16
- País Vasco: ETB 2	(65)	35	(64)	44	(64)	45	(68)	31	(68)	37	(68)	28
% Televidentes de Mediodía	(1.209)	79	(1.210)	81	(1.205)	77	(1.210)	80	(1.215)	74	(1.212)	78
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y M. Escario	(1.209)	30	(1.210)	29	(1.205)	27	(1.210)	31	(1.215)	27	(1.212)	28
- La 2, con Fran Llorente.	(1.209)	7	(1.210)	7	(1.205)	6	(1.210)	7	(1.215)	8	(1.212)	9
- Antena 3, Matías Prats	(1.209)	19	(1.210)	17	(1.205)	17	(1.210)	17	(1.215)	15	(1.212)	16
- Tele 5, Ángeles Barceló	(1.209)	24	(1.210)	23	(1.205)	27	(1.210)	25	(1.215)	24	(1.212)	23
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	2	(1.210)	1	(1.215)	1	(1.212)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	16	(211)	20	(212)	13	(213)	17	(211)	18	(209)	14
- Cataluña: TV3	(191)	35	(191)	48	(193)	46	(194)	35	(194)	43	(191)	41
- Comunidad Valenciana: C9	(123)	27	(124)	29	(113)	11	(124)	13	(123)	8	(124)	13
- Galicia: TVG	(87)	22	(87)	8	(87)	10	(87)	3	(87)	7	(87)	7
- Madrid: Telemadrid	(154)	9	(154)	8	(154)	2	(160)	8	(156)	6	(152)	9
- País Vasco: ETB 2	(65)	40	(64)	34	(64)	47	(68)	31	(68)	46	(68)	29
% Televidentes de Noche	(1.209)	77	(1.210)	76	(1.205)	72	(1.210)	77	(1.215)	74	(1.212)	73
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Beatriz Pérez-Aranda	(1.209)	3	(1.210)	4	(1.205)	2	(1.210)	4	(1.215)	4	(1.212)	3
- Antena-3, Felicidad Peláez	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	1	(1.210)	3	(1.215)	2	(1.212)	1
- Tele 5, Máximo Huertas	(1.209)	3	(1.210)	2	(1.205)	3	(1.210)	3	(1.215)	3	(1.212)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	2	(211)	4	(212)	2	(213)	3	(211)	2	(209)	-
- Cataluña: TV3	(191)	1	(191)	2	(193)	1	(194)	1	(194)	1	(191)	2
- Galicia: TVG	(87)	1	(87)	-	(87)	-	(87)	-	(87)	1	(87)	-
- País Vasco: ETB 2	(65)	5	(64)	-	(64)	3	(68)	3	(68)	3	(68)	-
% Televid.de Madrugada	(1.209)	9	(1.210)	10	(1.205)	6	(1.210)	10	(1.215)	9	(1.212)	6
% Total de Televidentes	(1.209)	88	(1.210)	90	(1.205)	89	(1.210)	88	(1.215)	87	(1.212)	87

Cuadro 5.4.2. (Continuación)

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

Total	IX-03		X-03		XI-03		XII-03		I-04		II-04	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1: Ana Blanco y Josep Puigbó	(1.213)	35	(1.204)	31	(1.205)	32	(1.207)	32	(1.201)	30	(1.202)	32
- Antena 3 Sussana Griso	(1.213)	22	(1.204)	18	(1.205)	19	(1.207)	18	(1.201)	16	(1.202)	18
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.213)	25	(1.204)	22	(1.205)	26	(1.207)	23	(1.201)	23	(1.202)	25
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	26	(212)	21	(212)	14	(212)	19	(208)	20	(213)	24
- Cataluña: TV3	(193)	43	(193)	46	(191)	44	(194)	51	(192)	43	(192)	44
- Com. Valenciana: C9	(118)	21	(123)	24	(124)	18	(124)	23	(122)	22	(123)	26
- Galicia: TV G	(88)	1	(84)	-	(84)	1	(84)	1	(84)	4	(84)	5
- Madrid: Telemadrid	(154)	17	(157)	11	(159)	15	(157)	15	(163)	19	(158)	7
- País Vasco: ETB 2	(67)	34	(65)	26	(64)	35	(66)	36	(65)	54	(66)	30
% Televidentes de Mediodía	(1.213)	80	(1.204)	73	(1.205)	78	(1.207)	75	(1.201)	73	(1.202)	76
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y Mario Escario	(1.213)	30	(1.204)	27	(1.205)	28	(1.207)	30	(1.201)	28	(1.202)	28
- La 2, con Fran Llorente	(1.213)	10	(1.204)	9	(1.205)	8	(1.207)	6	(1.201)	6	(1.202)	6
- Antena 3, Matías Prats	(1.213)	16	(1.204)	14	(1.205)	15	(1.207)	17	(1.201)	16	(1.202)	16
- Tele 5, con Angeles Barceló	(1.213)	24	(1.204)	23	(1.205)	27	(1.207)	22	(1.201)	25	(1.202)	25
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.213)	2	(1.204)	2	(1.205)	2	(1.207)	1	(1.201)	1	(1.202)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	17	(212)	19	(212)	10	(212)	20	(208)	16	(213)	23
- Cataluña: TV3	(193)	37	(193)	43	(191)	41	(194)	49	(192)	40	(192)	42
- Comunidad Valenciana: C9	(118)	24	(123)	20	(124)	15	(124)	19	(122)	20	(123)	19
- Galicia: TVG	(88)	-	(84)	-	(84)	1	(84)	1	(84)	4	(84)	5
- Madrid: Telemadrid	(154)	11	(157)	10	(159)	13	(157)	15	(163)	13	(158)	8
- País Vasco: ETB 2	(67)	27	(65)	35	(64)	26	(66)	30	(65)	49	(66)	21
% Televidentes de Noche	(1.213)	75	(1.204)	76	(1.205)	77	(1.207)	76	(1.201)	77	(1.202)	75
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Beatriz Pérez-Aranda	(1.213)	3	(1.204)	2	(1.205)	3	(1.207)	4	(1.201)	3	(1.202)	2
- Antena-3, Felicidad Peláez	(1.213)	2	(1.204)	2	(1.205)	2	(1.207)	2	(1.201)	2	(1.202)	1
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.213)	3	(1.204)	2	(1.205)	3	(1.207)	3	(1.201)	2	(1.202)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(213)	2	(212)	3	(212)	2	(212)	-	(208)	3	(213)	2
- Cataluña: TV3	(193)	1	(193)	1	(191)	1	(194)	1	(192)	3	(192)	1
- Galicia: TVG	(88)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-
- País Vasco: ETB 2	(67)	4	(65)	-	(64)	-	(66)	-	(65)	-	(66)	-
% Televidentes de Madrugada	(1.213)	9	(1.204)	6	(1.205)	8	(1.207)	8	(1.201)	8	(1.202)	5
% Total de Televidentes	(1.213)	90	(1.204)	87	(1.205)	88	(1.207)	88	(1.201)	89	(1.202)	88

Cuadro 5.4.3.

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

FEBRERO 2004	Total	MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
		TVE1	Antena 3	Tele 5	TVE1	La 2	Antena 3	Tele 5	Canal Plus	TVE1	Antena 3	Tele 5
TOTAL	(1202)	(382)	(214)	(298)	(339)	(70)	(191)	(296)	(28)	(26)	(17)	(19)
%												
Edad:												
18 a 29 años	23	13	24	27	13	15	26	26	23	16	31	22
30 a 49 años	37	27	41	42	32	52	43	43	53	35	41	47
50 a 64 años	19	23	17	17	23	14	17	19	17	22	17	26
65 y más años	21	36	17	14	32	20	14	12	7	27	11	5
Posición Social:												
Baja	34	46	32	27	43	27	28	25	15	38	23	21
Media	51	45	54	54	45	54	55	55	32	47	53	58
Alta	16	9	14	19	12	19	16	20	54	15	24	21
Ideología:												
Izquierda	38	20	31	59	22	44	31	56	57	15	35	48
Centro	22	27	28	15	24	19	23	18	18	27	35	5
Derecha	21	34	19	13	32	24	25	12	14	38	24	16
Hábitat de Residencia:												
Rural	24	28	26	22	25	30	27	22	15	31	29	21
Urbano	51	46	48	52	53	46	45	54	50	62	41	52
Metropolitano	25	26	26	26	22	24	28	23	36	8	29	27
Educación del entrevistado:												
Baja	35	49	28	24	49	27	24	24	11	38	17	26
Media	50	41	59	59	40	46	59	59	39	46	65	43
Alta	15	9	13	17	11	27	17	17	50	16	18	31
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	41	33	45	45	35	47	45	46	54	50	54	37
Medio	40	43	40	39	43	31	36	38	28	47	29	58
Medio Bajo/Bajo	19	24	15	17	22	21	19	17	18	4	17	5
Clientes de:												
Bancos	23	22	23	20	21	16	24	22	36	35	35	16
Cajas	76	77	79	80	77	77	79	78	71	69	82	68
Exposición a la Información:												
Alta	16	15	19	21	15	26	17	23	46	4	6	27
Media	34	35	35	42	35	37	38	41	39	39	23	31
Baja	43	50	46	37	50	37	45	37	14	58	71	42

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.

La pre-campaña electoral va a incrementar en los próximos meses los niveles de favoritismo de ciertos medios hacia el PP y el PSOE. No es que vayan a producirse cambios sino que las tendencias que se confirman cada mes tenderán a hacerse más pronunciadas.

Así, persisten las asociaciones entre PP y PSOE con los medios de comunicación habituales. La Cadena SER y Telecinco tienden a ser vistos menos neutrales aunque lo siguen siendo para una mayoría, pero la proporción de quienes les asocian con la izquierda es muy superior a la de quienes vinculan estos medios con la derecha ideológica. Por otra parte, persisten las sensaciones de favoritismo de medios como TVE, RNE, 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, como ya se ha mencionado. 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 26%, mientras que en la Cadena SER se sitúa en un 18%.

El Mundo (25%) ha confirmado, con su línea editorial, su ya no oculta tendencia a favorecer al PP, mientras que la COPE (23%) regresa a sus orígenes.

☞ En resumen, La Primera de TVE (58%), RNE (38%), ABC (40%), Onda Cero (17%) y El Mundo (25%) son vistos como mayoritariamente pro- PP, mientras que El País (26%) y la Cadena SER (18%) 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.

FEBRERO 2004	Más favorable al PSOE	Más bien neutro-	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	1%	17	58	*	24
Antena 3	4%	30	32	1	33
Tele 5	18%	44	5	1	33
Canal Plus	12%	34	3	2	48
Canal Autonómico	10%	26	16	11	38
Cadenas de Radio					
RNE	1%	10	38	1	50
La SER	18%	21	4	1	56
COPE	2%	16	23	1	59
Onda Cero	2%	15	17	1	65
Periódicos					
ABC	*%	6	40	1	53
El País	26%	14	4	1	55
El Mundo	4%	12	25	1	58

Cuadro 5.5.2.

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

	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	X-03	XI-03	XII-03	I-04	II-04
Canales de TV												
TVE 1	46	48	48	46	48	48	46	45	46	44	42	43
Antena 3	72	73	75	70	71	75	75	69	74	73	72	73
Tele 5	103	106	107	111	109	108	108	112	112	111	110	113
Canal Plus	105	105	103	108	104	108	104	108	106	105	107	109
Canal Autonómico	94	92	93	92	95	91	91	95	91	89	98	94
Cadenas de Radio												
RNE	65	65	66	64	67	66	66	65	67	65	63	62
La SER	111	111	106	113	111	112	112	111	112	110	113	114
COPE	83	81	86	82	82	85	78	82	80	82	83	80
Onda Cero	84	85	86	83	86	87	84	84	85	86	84	85
Periódicos												
ABC	60	63	64	61	62	66	63	63	66	62	60	60
El País	121	119	118	122	119	120	119	122	118	121	123	122
El Mundo	77	76	83	79	80	78	81	77	81	81	78	79

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

Ejemplo:

	Más favorable al PSOE	Más favorable al PP
Tele 5	18%	5%

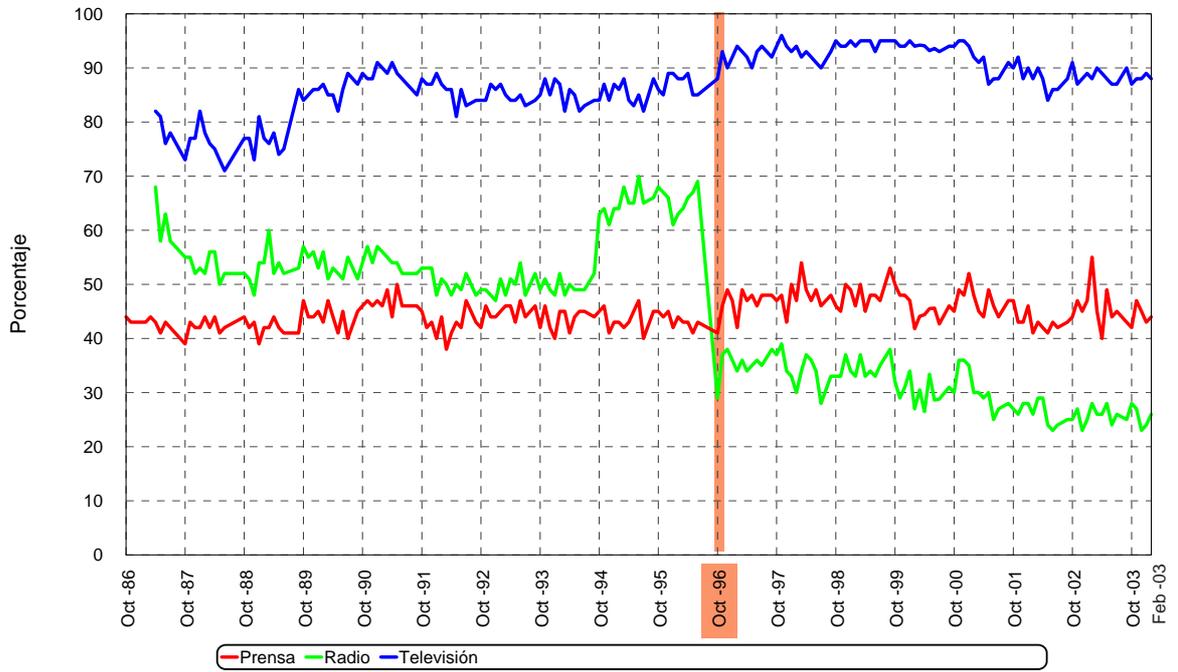
Índice = 100+18-5 = 113

Cuadro 5.5.3

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

FEBRERO 2004	Total	CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO				PERIODICOS		
		TVE1	A3	Tele 5	Canal Plus	Canales Autonomicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	(1202)	43	73	113	109	94	62	114	80	85	60	122	79
Edad:													
18 a 29 años	(278)	38	65	117	112	90	61	114	79	81	60	123	74
30 a 49 años	(441)	33	66	116	113	95	52	116	74	84	50	126	74
50 a 64 años	(233)	42	75	108	106	95	63	115	79	85	60	123	81
65 y más años	(250)	68	91	108	102	97	81	107	91	93	78	112	92
Posición Social:													
Baja	(404)	62	86	110	102	99	76	107	91	91	74	112	91
Media	(611)	37	71	112	111	93	59	115	78	85	57	124	76
Alta	(187)	22	48	123	119	90	45	124	60	74	40	137	62
Ideología:													
Izquierda	(456)	23	52	112	114	90	50	114	67	74	49	125	65
Centro	(261)	50	84	117	105	97	67	120	84	89	59	128	88
Derecha	(252)	53	88	116	110	95	67	116	85	90	63	123	81
Hábitat de Residencia:													
Rural	(292)	47	75	117	111	89	62	111	82	89	64	123	86
Urbano	(608)	44	74	111	109	97	62	116	81	83	64	118	80
Metropolitano	(302)	37	67	114	109	95	63	111	75	86	48	128	71
Educación del entrevistado:													
Baja	(425)	64	85	108	103	97	78	107	91	94	77	112	90
Media	(596)	35	69	113	111	95	57	115	78	81	54	124	76
Alta	(180)	21	58	124	118	87	42	126	59	77	42	137	62
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(491)	33	66	121	116	88	56	120	70	82	53	128	70
Medio	(482)	47	73	109	106	98	64	108	84	87	63	116	84
Medio Bajo/Bajo	(230)	55	85	105	103	100	71	110	92	88	69	120	89
Clientes de:													
Bancos	(276)	43	76	114	111	99	63	113	79	86	59	126	77
Cajas	(916)	42	72	113	110	94	61	115	79	84	59	122	80
Exposición a la Información:													
Alta	(189)	27	60	121	116	86	34	131	53	71	34	138	58
Media	(407)	34	68	112	113	91	57	116	77	79	56	125	75
Baja	(516)	52	79	113	106	99	73	107	90	93	70	117	88

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

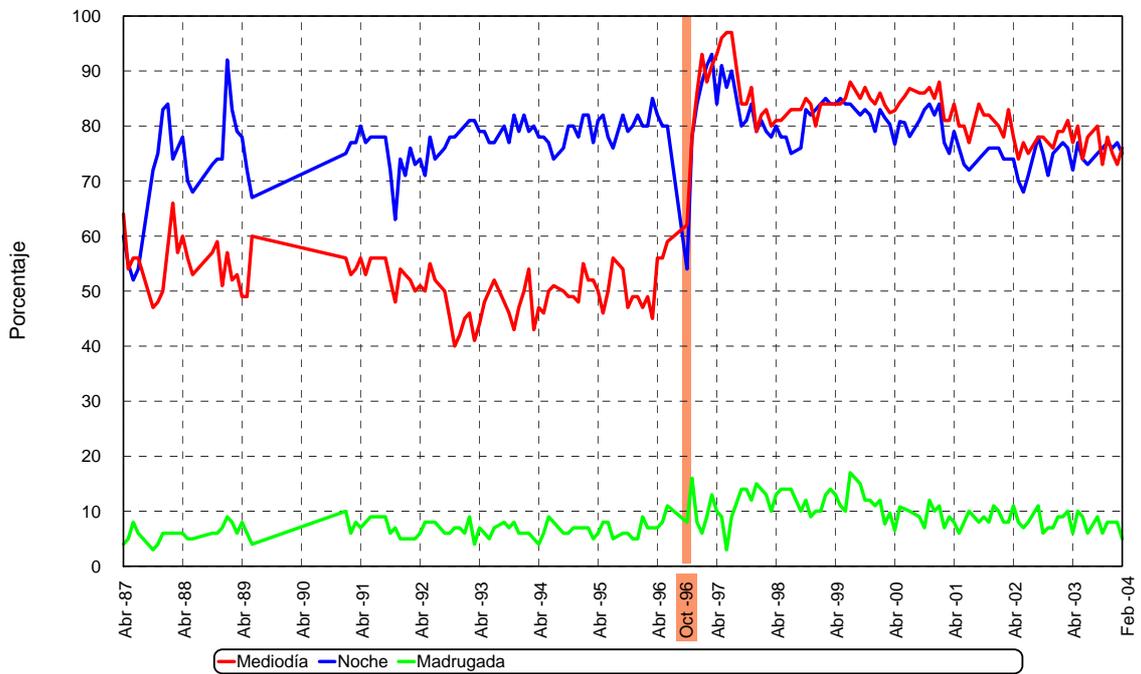
AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO: INFORMATIVOS Y MAGAZINES



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

Las preguntas de este mes de febrero se han centrado sobre la campaña electoral, aunque se ha preguntado también por la valoración que hacen los residentes en cada Comunidad Autónoma de los residentes en todas las demás y también de sí mismos.

6.1. LA CAMPAÑA ELECTORAL

Se han repetido nuevamente las preguntas incluidas en el sondeo de enero, y se han añadido otras preguntas pre-electorales no formuladas en enero pero que fueron incluidas en las pre-electorales de otras elecciones generales recientes.

Se confirma el resultado de enero relativo a que la proporción de entrevistados que se manifiesta próximo al PP es solo algo mayor que la que dice sentirse próximo al PSOE (30% y 26% respectivamente este mes, y 31% y 28% en enero), lo que significa que ambos electorados “potenciales” son relativamente similares, como corresponde a un sistema político que ha cristalizado en esos dos grandes partidos nacionales. La diferencia es, sin embargo, algo inferior a la que se observó en el 2000 (6 puntos porcentuales favorables al PP entonces, y sólo 4 y 3 puntos ahora). En comparación con los datos del 2000, y sobre todo con 1996, se observa una fuerte disminución de los que se sienten próximos a IU y a CiU.

Más del 80% de los entrevistados que votaron en las pasadas elecciones al PP, PSOE e IU se sienten próximos a dicho partido. Los porcentajes son inferiores al 50% para los que votaron al resto de partidos políticos.

Dos de cada tres entrevistados que se dicen próximos a algún partido afirman sentirse algo próximos, y solo uno de cada cinco se siente muy próximo. Los resultados son semejantes a los de enero y también a los de 1996 y 2000.

Un tercio de los que se sienten próximos a ERC afirman sentirse muy próximos a dicho partido. Mientras que uno de cada cinco entrevistados que se sienten próximos al PP, PSOE e IU se sienten muy próximos a ellos. El porcentaje es aún menor en el caso de CiU.

El electorado parece bastante equilibradamente dividido entre los que afirman que a los partidos políticos les importa lo que piensa la gente corriente y los que dicen que no les importa, pero se observa una tendencia decreciente de los primeros desde 1996, cuando un 32% afirmaban que si les importaba, a 28% en el 2000, 26% el pasado enero y 23% ahora en febrero.

Sigue habiendo bastante acuerdo en que los partidos políticos son necesarios para que funcione la democracia, aunque algo menos que en elecciones anteriores. Los resultados de enero y febrero son casi iguales.

También parece haber bastante equilibrio entre los que afirman que los diputados del Congreso saben lo que piensa la gente y los que afirman que no saben nada de lo que piensa la gente, como en elecciones anteriores. Los resultados de enero y febrero son muy semejantes.

Se observa asimismo un acuerdo muy mayoritario respecto a que tiene mucha importancia quién esté en el poder, como en elecciones anteriores. Hay incluso más acuerdo ahora en febrero que en enero, aunque en ambos casos el acuerdo fue muy alto.

Existe igualmente un acuerdo muy amplio en que lo que se vota tiene mucha influencia sobre los acontecimientos, como en elecciones anteriores. Y nuevamente el grado de acuerdo es algo mayor ahora en febrero que en enero.

Se observa también un amplio acuerdo en que la mayoría de la gente dice lo que piensa sobre cuestiones políticas, en proporción algo superior a lo observado en el 2000 y en 1996.

La proporción de los que afirman estar poco o nada interesados por los acontecimientos políticos supera moderadamente (59%) a los que afirman estar muy o bastante interesados (40%). El resultado es algo peor incluso que en enero, y algo peor que la mayor parte de los resultados obtenidos en otras elecciones.

La proporción de entrevistados que afirma que votará con toda seguridad en las elecciones de marzo es muy inferior a la observada en febrero del 2000 y en enero y febrero de 1996, 50% ahora y alrededor de dos tercios en las dos elecciones anteriores, confirmando plenamente el dato obtenido en enero. La suma de estos más los que afirman que probablemente votarán, sin embargo, es semejante en todos los estudios pre-electorales citados e incluso también en los de 1993. Debe subrayarse que el dato de este mes confirma plenamente los temores que se manifestaron en enero, al haberse repetido prácticamente el mismo resultado de entonces.

Más de la mitad de los entrevistados votantes a todos los partidos políticos manifiestan que votarán con toda seguridad en las próximas Elecciones Generales, el porcentaje supera el 70% entre los votantes de IU. Por otra parte sólo uno de cada 5 encuestados

que no votaron en las pasadas elecciones piensan votar con toda seguridad. El porcentaje de entrevistados entre 50 y 64 años que afirma que votará con toda seguridad es mayor que en el resto de las edades. Las diferencias por sexo y posición social no son significativas.

Este año, sin embargo, los que afirman que están seguros de que no irán a votar casi unánimemente no responden si están o no dudando entre varios partidos, aunque tampoco en elecciones anteriores las cifras de los que dudaban eran mucho mayores.

La proporción de entrevistados que cree que Rajoy/PP ganará las elecciones es algo superior a dos tercios de los entrevistados, alcanzando así ahora en febrero un nivel similar al de los estudios pre-electorales del 2000, de 1999 y algo superiores a los de 1996, y superando también la proporción observada en el sondeo de enero, que aunque era mayoritaria (56%) era inferior a la que creía que ganaría Aznar/PP en las elecciones anteriores citadas. Por el contrario, la proporción de quienes creen que ganará Zapatero/PSOE, si bien es muy inferior (12%), es mayor que la creía eso mismo en las elecciones del 2000 y 1996, pero es inferior a la que lo creía así en el sondeo del pasado mes de enero.

Mientras que el 93% de los entrevistados que votaron al PP en las elecciones del 2000 creen que las próximas elecciones las ganará Rajoy/PP, sólo el 54% (la mitad) de los que votaron al PSOE en el 2000 creen que este año ganará Zapatero/PSOE. Por otra parte, más de la mitad de los entrevistados votantes a otros partidos piensan que las elecciones del 14 de marzo las ganará Rajoy/PP.

Un tercio de los que creen que ganará el PP, tanto en febrero como en enero, afirman que lo hará por mayoría absoluta (el doble que en el 2000), mientras que solo un 5% de los que creen ahora en febrero que ganará el PSOE creen asimismo que lo hará por mayoría absoluta, proporción que es muy inferior a la de enero (18%).

El aparente equilibrio de apoyos electorales (al menos en lo que se refiere a proximidad) entre los dos principales partidos se pone de manifiesto otra vez cuando se observa que un 34% de los entrevistados desea que gane las elecciones el PP, y otra proporción igual (35%) desea que las gane el PSOE. Los datos son iguales que en enero (35% para ambos partidos). Esto es aún más sorprendente cuando se comprueba que en todas las fechas anteriores en que se formuló esta pregunta había una clara mayoría que deseaba que ganase el PP.

La mitad de los entrevistados que creen que ganará Rajoy/PP les gustaría que ganase, sin embargo casi nueve de cada diez encuestados que creen que ganará Zapatero/PSOE quieren que gane él. Por otro lado, alrededor del 50% de los votantes de IU y partidos nacionalistas de izquierda quieren que gane Rodríguez Zapatero.

En el supuesto de que ningún partido obtuviese mayoría suficiente para gobernar, la mitad de los entrevistados no contesta por la coalición que preferiría (una proporción más alta que en el 2000 y en 1996), pero la coalición más preferida (por un 20% de los entrevistados) sería la de PSOE-IU, más o menos como en elecciones anteriores, y también igual que en enero.

Como es lógico esperar, los votantes a distintos partidos prefieren una coalición que incluya su partido, pero destacan entre las coaliciones preferidas las del PSOE-IU entre los votantes de IU, PSOE, partidos nacionalistas de izquierda y “otros” partidos, los votantes del PP prefieren las coaliciones PP-CiU, PP-otro partido y PP-PSOE y los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha optan por la alianza entre PSOE-CiU.

La proporción de entrevistados que se sentirían satisfechos de que el PP gane las elecciones es exactamente igual que en enero, y algo inferior (34%) a la de quienes se sentirían insatisfechos (40% enero y 41% ahora en febrero) con su victoria, más o menos como en 1996 (cuando la elección estuvo muy reñida) pero al contrario del 2000 (cuando predominaban los satisfechos con una posible victoria del PP (36% vs. 30%). Por el contrario, predominan los que se sentirían insatisfechos con una derrota del PSOE (34% tanto en enero como en febrero) sobre los que se sentirían satisfechos (26% en enero y 25% en febrero) con su derrota. Debe subrayarse la gran estabilidad de estos resultados, prácticamente iguales en ambos meses.

Por otra parte, existe ahora más inquietud por el hecho de que el PP gane las elecciones (32%) que la que se observó en enero (29%) y en el 2000 (18%) e igual que en 1996, y también existe más inquietud porque el PSOE pierda las elecciones que en las dos elecciones anteriores (25% en febrero y 24% en enero).

La mayoría de los españoles no conoce los programas de los partidos, de manera que los afirman conocerlos poco o nada representan más de tres cuartas partes en el caso de IU y más de dos terceras partes en el caso del PSOE y del PP. A pesar de este bajo

conocimiento, los datos son significativamente mejores que los de estudios pre-electorales anteriores.

En cuanto a la opinión sobre la abstención prevista, la mitad de los entrevistados cree que será igual que en elecciones anteriores, pero un 12% prevé más abstención y un 16% opina que habrá menos abstención.

En cuanto a los temas que, según los entrevistados, serán más importantes para que la gente decida votar a un partido o a otro, los más mencionados han sido el paro (79% en enero y 75% en febrero), las pensiones de jubilación (43% en enero y 45% en febrero), la seguridad ciudadana (36% en enero y 39% en febrero), los impuestos (41% en enero y 38% en febrero), la inmigración (35% en enero y 37% en febrero), la participación de España en la guerra de Irak (24% en enero y 34% en febrero), los presupuestos para educación y sanidad (26% enero y 30% en febrero), y la reforma de los estatutos de autonomía de País Vasco y Cataluña y las relaciones de España con la Unión Europea (13% en enero y 18% en febrero en los dos casos). Los cinco primeros problemas fueron también los mismos y casi en el mismo orden que en las elecciones del 2000, y prácticamente iguales (no se mencionó para nada la inmigración) que en 1996. Resulta interesante subrayar que, aunque los resultados de febrero son casi iguales que los de enero, hay pequeñas variaciones que parecen significativas, en el sentido de que algunos temas son mencionados ahora por una proporción mayor de entrevistados (dos puntos porcentuales en el caso de las pensiones de jubilación, tres puntos en el caso de la seguridad ciudadana, dos puntos en el caso de la inmigración, diez puntos en el caso de la guerra de Irak, y cuatro puntos en el caso de los presupuestos para educación y sanidad). Por el contrario algunos temas son menos citados en febrero que en enero (cuatro puntos porcentuales menos citaron el paro, y tres puntos menos los impuestos). Es evidente que el incremento mayor de notoriedad es el relativo a la guerra de Irak.

La distribución de los entrevistados teniendo en cuenta el partido votado en las Elecciones Generales del 2000 es muy similar a la distribución de la muestra total.

Como en años anteriores, se ha preguntado por qué líder, si el del PP o el del PSOE, está más capacitado para resolver ciertos problemas, concretamente el paro, la delincuencia y la droga, el terrorismo, la inmigración y los nacionalismos. Debe recordarse que en 1996 no se incluyeron ni la inmigración ni los nacionalismos, pero sí se incluyeron la corrupción y la crisis económica, pero en el 2000 se incluyeron los mismos que se han incluido ahora en el 2004, y que se han mencionado al principio.

Pues bien, en 1996 los entrevistados contestaron mayoritariamente que el líder del PP estaba más capacitado para resolver cualquiera de los cinco problemas citados, y con diferencias que variaban entre dos puntos porcentuales (la crisis económica) y diez puntos porcentuales (la corrupción). En el año 2000 el líder del PP era mencionado como más capaz de resolver cualquier problema en proporción muy superior al del PSOE, de manera que las diferencias fluctuaron entre 10 puntos porcentuales (respecto a la inmigración) y 19 puntos porcentuales (en relación con el paro). Ahora en el 2004 el líder del PP aventaja solo en tres puntos porcentuales al del PSOE en relación con la capacidad para resolver los problemas del paro y de la delincuencia/droga, y en seis puntos en relación con el terrorismo, pero el líder del PSOE es más mencionado que el del PP (aunque solo por una diferencia de uno o dos puntos) en cuanto a la resolución del problema de los nacionalismos y de la inmigración respectivamente.

Tres de cada cuatro españoles afirman que lo que escuchan, ven o leen en los medios de comunicación les influye poco o nada en lo que van a votar, y solo un 22% dicen que les influye bastante o mucho.

Como en años anteriores, más del 70% de los entrevistados afirman seguir la campaña por televisión, pero ha disminuido mucho la proporción de los que afirman seguirla por TVE-1, de manera que en 1996 un 24% afirmaba seguirla por esa cadena, frente a un 14% que la seguía por Antena3 y un 6% por Tele-5. En el 2000 las proporciones fueron 27%, 12% y 10%. Y ahora en 2004 las proporciones son 20%, 8% y 15%. Por primera vez, por tanto, la proporción que sigue la campaña por TVE-1 es inferior a la suma de quienes la siguen por Antena-3 y Tele-5. Y la diferencia entre la proporción que sigue la campaña por TVE-1 y la que la sigue ha pasado de 10 puntos porcentuales en 1996 a 15 puntos en el 2000 y a solo 5 puntos porcentuales en el 2004.

Ha aumentado un 50% por relación al año 2000 la proporción de entrevistados que siguen la campaña a través de la radio (se ha pasado de un 3,8% a un 6,0%, que fue también la proporción en 1996). Y ha aumentado respecto al 2000 la proporción de entrevistados que siguen la campaña a través de la prensa (7,3% en 1996, 5,5% en el 2000 y 7,7% ahora en el 2004).

La opinión pública percibe a TVE-1 de forma muy mayoritaria favorable al PP, y algo menos, pero también mayoritariamente a favor del PP a Antena 3, mientras que perciben como algo más favorables al PSOE a Canal + y a Tele-5. De manera similar perciben como claramente favorables al PP a la red de RNE, y en cierta menor medida

también a la COPE y a Onda Cero, pero moderadamente favorable al PSOE a la SER. Y perciben como claramente favorable al PP a ABC, en menor medida también a El Mundo, pero claramente favorable al PSOE a El País.

En cuanto a la evaluación de las campañas electorales, utilizando una escala de 0 a 10 puntos tanto el PP como el PSOE “suspenden” la evaluación de sus campañas en términos de su credibilidad y su eficacia. La campaña del PP es algo mejor evaluada respecto a su eficacia (4,4 puntos) que respecto a su credibilidad (4,2 puntos), y en ambos criterios la evaluación es algo mejor que la del PSOE (4,1 puntos tanto en relación con su credibilidad como de su eficacia).

Un 60% de los entrevistados se sienten poco o nada informados sobre las elecciones, frente a un 35% que se sienten bastante informados y un 3% muy informados.

Sin embargo un 42% de los entrevistados opinan que hay ahora más información que en el año 2000, frente a un 28% que creen que hay menos información que hace cuatro años.

La opinión sobre qué partido representa mejor a las diferentes corrientes ideológicas ha variado significativamente desde 1996. En efecto, en aquel año, un 60% creía que IU era el partido que mejor representaba a la izquierda (frente a un 21% que creía que era el PSOE quién mejor la representaba). En el año 2000 las proporciones fueron 52% para IU y el 25% para el PSOE, y ahora son 47% respecto a IU y 33% para el PSOE. En cuanto al centro ideológico, en 1996 un 27% creían que el CDS era el partido que mejor lo representaba, frente a un 18% que mencionaba al PSOE y un 14% al PP. En el 2000 el PSOE fue el partido más citado como mejor representante del centro (19%), solo algo más que el PP (17%) y el CDS (16%). Ahora en 2004 un 21% señala al PSOE como partido que mejor representa al centro y un 18% menciona al PP. En lo que siempre ha habido un acuerdo muy mayoritario es en que el PP es el partido que mejor representa a la derecha (76% en 1996, 67% en el 2000 y 73% en el 2004).

Están también muy equiparadas las proporciones de entrevistados que opinan que las cosas en España van en la dirección adecuada o que van en dirección equivocada (44% en ambos casos, prácticamente igual que en enero), muy al contrario que en el 2000 (55% vs. 28%) y que en 1996 (27% vs. 54%).

El 89% de los votantes del PP creen que las cosas en España en la actualidad van en la dirección acertada. Este porcentaje contrasta con la opinión de los votantes al resto de los partidos políticos. Casi la totalidad de los votantes a partidos nacionalistas de izquierda creen que las cosas van en la dirección equivocada. El porcentaje ronda el 60-70% entre los entrevistados votantes al resto de los partidos. Si hacemos el análisis según la participación electoral en las próximas elecciones del 14 de marzo, la mitad de los encuestados que votarán creen que las cosas van en la dirección adecuada, por otra parte más de la mitad de los que afirman que no votarán piensan que las cosas van en la dirección equivocada.

Un 38% de españoles perciben que la situación del paro ha empeorado durante el último año (41% en enero) frente a un 25% que opina que ha mejorado (21% en enero), opinión que contrasta con la más optimista del 2000 (17% opinaban que había empeorado frente a 43% que opinaban que había mejorado).

Los votantes del PP es el único segmento social de los analizados que creen que la situación del paro en España ha mejorado. El resto de los grupos de la muestra creen que la situación del Paro en España es peor ahora.

Pero hay incluso mayor unanimidad en creer que ha aumentado significativamente la inflación durante el último año: un 80% opinan que ha aumentado frente a un 5% que opinan que ha disminuido (75% y 7% respectivamente en enero), opinión que ha aumentado considerablemente en comparación con las elecciones del 2000 (43% vs. 15%).

Todos los grupos de la muestra creen que ha aumentado la inflación con índices que superan 160.

En cuanto a la evaluación de la política económica es ahora mucho peor que en el 2000. En efecto, un 39% creen que la política económica del Gobierno ha hecho que la economía española sea peor (37% en enero) y un 21% cree que ha hecho que sea mejor (23% en enero), mientras que en el 2000 las proporciones fueron 14% y 38% respectivamente.

Como sucedía con la situación del paro, sólo los votantes del PP creen que la política económica del gobierno es mejor ahora. En el resto de los segmentos de la población hay unanimidad en pensar que la situación de la política económica es peor en la actualidad.

Cuadro 6.1.1.

Partido político al que se siente más próximo

	II-96	II-00	I-04	II-04
	(472)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- Partido Popular (P.P.)	33	30	31	30
- Centro Democrático Social (CDS)	2	-	-	-
- Partido Socialista Obrero Español (P.S.O.E.)	45	24	28	26
- Izquierda Unida (I.U.)	18	8	6	7
- Convergencia i Unió (C.i.U.)	5	3	2	2
- Partido Nacionalista Vasco (P.N.V.)	2	2	2	1
- Eusko Alkartasuna (E.A.)	*	*	*	*
- Partido Regionalista Cántabro (P.R.C.)	*	-	-	-
- Unión del Pueblo Navarro (U.P.N.)	-	*	-	*
- Partido Andalucista (P.A.)	*	*	1	1
- Unión Valenciana (U.V.)	-	*	*	*
- Cataluña Independiente Canaria (AIC)	*	-	-	-
- Cataluña Canaria (CC)	1	-	1	*
- Partido Socialista de Cataluña (PSM)	*	-	-	-
- Cataluña Republicana de Cataluña (E.R.C.)	2	1	2	2
- Herri Batasuna (H.B.)/Euskal Herritarrok (EH)	*	1	-	-
- Chunta Aragonesista	-	-	*	*
- Bloque Nacionalista Gallego (B.N.G.)	1	1	1	1
- Ecologistas (Verdes)	*	1	2	2
- Grupo Independiente Liberal (G.I.L.)	-	*	-	-
- Otros ¿cuáles?-----	-	1	2	1
- NS	2	9	13	15
- NC		18	9	12

NOTA: Los datos de 1996 se refieren a los entrevistados que dijeron previamente que se consideraban próximos a algún partido político y se contabilizaron las tres menciones.

Cuadro 6.1.2.

Partido político al que se siente más próximo,
por partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	PP	PSOE	IU	CiU	PNV	CC	ERC	Otro	NS	NC
Total	(1202)	30	26	7	2	1	*	2	5	15	12
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>											
PP	(362)	86%	3	-	*	-	-	-	-	6	5
PSOE	(302)	1%	84	3	*	-	*	-	1	6	3
IU	(59)	2%	9	85	-	-	-	-	3	-	2
Nac.Dcha	(52)	2%	6	6	34	25	6	6	12	2	2
Nac.Izq.	(27)	-%	11	4	-	-	-	44	38	-	4
OtroBlan	(42)	5%	5	5	5	-	-	-	27	31	24
No voto	(216)	17%	11	6	-	-	*	3	10	31	23
N.S.	(42)	12%	16	-	2	-	-	-	-	48	22
N.C.	(99)	6%	5	-	2	1	-	2	5	37	42

Cuadro 6.1.3.

Medida en la que se siente próximo a ese partido

	II-96 (718) %	II-00 (883) %	I-04 (931) %	II-04 (886) %
- Muy próximo	19	24	21	22
- Algo próximo	60	62	66	66
- No muy próximo	11	12	10	11
- NS	1	*	*	*
- NC	9	2	3	2
- INDICE	168	174	176	177

NOTA: En febrero de 1996 se realizó a los entrevistados que se sienten más próximo a alguno de los partidos políticos que a los otros. En febrero de 2000 se preguntó a todos los entrevistados excepto a los que no saben o no contestan a qué partido se sienten más próximos.

Cuadro 6.1.4.

Medida en la que se siente próximo a ese partido,
por partido al que se siente más próximo.

FEBRERO 2004	Base: Saben a que partido están más próximos	Muy próximo	Algo próximo	No muy próximo	Ns	Nc	INDICE
Total	(886)	22%	66	11	*	2	177
<u>Partido al que se siente más próximo:</u>							
PP	(367)	22%	65	11	*	1	176
PSOE	(313)	20%	68	10	*	1	178
IU	(79)	24%	57	15	1	3	166
CiU	(25)	16%	80	4	-	-	192
PNV	(14)	7%	85	7	-	-	185
CC	(5)	60%	20	-	-	20	180
ERC	(24)	38%	58	4	-	-	192
Otro	(59)	19%	67	9	-	5	178

Cuadro 6.1.5.

Opinión sobre si a los partidos políticos les interesa lo que piensa la gente corriente

	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- 5: A los partidos políticos en España les importa lo que piensa la gente corriente	11	8	6	7
- 4	21	20	20	16
- 3	20	21	30	25
- 2	22	20	17	21
- 1: A los partidos políticos en España <u>no</u> les importa lo que piensa la gente corriente	24	29	23	28
- NS	2	3	2	2
- NC	1	1	1	1
- MEDIA	2,7	2,5	2,7	2,5

Cuadro 6.1.6.

Opinión sobre la necesidad de los partidos políticos para que funciones el sistema

	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- 5: Los partidos políticos son necesarios para que funcione nuestro sistema político	40	40	27	30
- 4	33	31	37	38
- 3	15	16	23	20
- 2	4	6	6	6
- 1: Los partidos políticos <u>no</u> son necesarios en España	4	4	4	4
- NS	3	3	2	2
- NC	1	1	1	1
- MEDIA	4,0	4,0	3,8	3,8

Cuadro 6.1.7.

Opinión sobre si los Diputados del Congreso saben lo que piensa la gente corriente

	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- 5: Los diputados del Congreso saben lo que piensa la gente corriente	12	7	6	7
- 4	16	17	16	19
- 3	19	22	29	25
- 2	22	20	23	21
- 1: Los diputados del Congreso <u>no</u> saben nada de lo que piensa la gente	26	28	21	24
- NS	5	4	3	3
- NC	1	1	1	1
- MEDIA	2,6	2,5	2,6	2,6

Cuadro 6.1.8.

Opinión sobre el hecho de que tiene mucha importancia quien esté en el poder

	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- 5: Tiene mucha importancia quién esté en el poder	40	36	27	36
- 4	30	29	33	35
- 3	15	16	26	17
- 2	6	6	6	6
- 1: No tiene mucha importancia quién esté en el poder	8	7	4	4
- NS	2	4	2	2
- NC	*	1	1	1
- MEDIA	3,9	3,8	3,7	3,9

Cuadro 6.1.9.

Opinión sobre si lo que se vota tiene o no influencia sobre los acontecimientos

	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%
- 5: Lo que se vota tiene mucha influencia sobre los acontecimientos	31	25	19	25
- 4	34	29	31	34
- 3	17	23	31	22
- 2	7	9	10	10
- 1: Lo que se vota no tiene ninguna influencia sobre los acontecimientos	6	8	5	5
- NS	4	5	3	2
- NC	*	1	1	1
- MEDIA	3,8	3,5	3,5	3,7

Cuadro 6.1.10.

Opinión sobre si la gente dice lo que piensa sobre cuestiones políticas

	II-96	II-00	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.202)
	%	%	%
- 5: La mayoría de la gente dice lo que piensa sobre cuestiones políticas	13	12	17
- 4	20	20	24
- 3	26	23	28
- 2	22	18	19
- 1: La mayoría de la gente oculta lo que piensa sobre cuestiones políticas	15	21	8
- NS	4	6	4
- NC	*	*	1
- MEDIA	2,9	2,8	2,8

Cuadro 6.1.11.

Interés por los acontecimientos políticos

	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%	%	%
- Estoy interesado	10	10	8	12	9	11	9	9
- Estoy bastante interesado	28	35	37	35	32	28	33	31
- Estoy poco interesado	36	36	38	34	36	42	43	40
- No estoy nada interesado	25	17	16	19	21	19	14	19
- NS/NC	3	1	1	1	1	1	1	1
- IP	77	92	90	93	83	78	86	80

Cuadro 6.1.12.

Piensa votar en las próximas Elecciones Generales

	IV-93	V-93	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.217)	(1.222)	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%	%
- Sí, con toda seguridad	65	67	69	72	61	49	50
- Probablemente sí	19	19	18	14	23	35	33
- Probablemente no	6	4	4	4	5	6	5
- No, con toda seguridad	8	6	6	5	6	6	6
- NS	3	3	3	4	4	4	5
- NC	*	1	*	1	1	1	*

Cuadro 6.1.13.

Piensa votar en las próximas Elecciones Generales,
por Características Socioeconómicas.

FEBRERO 2004	Total	Sí, con toda seguridad	Probablemente sí	Probablemente no	No, con toda seguridad	Ns	Nc
Total	(1202)	50%	33	5	6	5	*
<u>Sexo:</u>							
Varones	(583)	52%	31	7	6	4	*
Mujeres	(619)	49%	35	4	7	6	*
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(278)	48%	30	8	9	6	-
30 a 49 años	(441)	49%	35	4	6	5	*
50 a 64 años	(233)	59%	29	3	5	4	*
65 y más años	(250)	46%	36	6	6	7	-
<u>Posición Social:</u>							
Baja	(404)	47%	35	3	6	8	*
Media	(611)	50%	32	6	6	5	*
Alta	(187)	55%	32	4	7	2	-
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>							
PP	(362)	60%	35	2	1	2	-
PSOE	(302)	59%	36	2	1	2	-
IU	(59)	71%	25	3	-	-	-
Nac.Dcha	(52)	52%	38	4	4	2	-
Nac.Izq.	(27)	62%	27	8	4	-	-
OtroBlan	(42)	50%	29	5	2	14	-
No voto	(216)	23%	25	13	28	10	1
N.S.	(42)	38%	35	10	-	17	-
N.C.	(99)	33%	37	10	6	14	-

Cuadro 6.1.14.

Partidos entre los que duda votar

	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Base: Sólo a los que NS o NC si van a votar	(37)	(54)	(49)	(52)	(65)
	%	%	%	%	%
- PSOE - PP	22	7	4	4	6
- PSOE - IU	3	2	2	4	-
- PP - IU	8	-	2	-	2
- PSOE- Otro partido distinto de los anteriores	8	2	-	-	-
- PP - Otro partido distinto de los anteriores	5	2	4	-	1
- IU - Otro partido distinto de los anteriores	-	2	-	-	-
- Otra combinación de partidos	3	7	2	-	2
- NS/NC	52	78	86	92	89

	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Base: Sólo a los que NS o NC que van a votar	(266)	(307)	(206)	(174)	(198)
	%	%	%	%	%
- PSOE - PP	1	11	16	14	14
- PSOE - IU	-	10	7	5	6
- PP - IU	1	5	1	1	1
- PSOE- Otro partido distinto de los anteriores	*	4	1	1	-
- PP - Otro partido distinto de los anteriores	*	2	3	1	4
- IU - Otro partido distinto de los anteriores	-	1	1	2	1
- Otra combinación de partidos	-	5	4	4	2
- NS/NC	97	62	67	72	74

Cuadro 6.1.15.

Candidato que ganará las próximas Elecciones Generales

	XII-95	I-96	II-96	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	I-04	II-04
Total	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
- PP/ Mariano Rajoy	54	59	64	69	66	66	69	63	56	68
- PSOE/ José Luis Rodríguez Zapatero	21	23	16	10	7	8	8	12	17	12
- Ninguno de los dos	-	-	-	3	2	3	3	3	4	2
- IU	2	*	*	-	-	-	-	-	-	-
- Otro, ¿cuál? _____	2	*	*	*	-	*	-	*	-	-
- NS/NC	22	18	20	18	24	23	19	23	24	18

NOTA: Hasta febrero de 1996 se preguntaba por el partido político que cree que ganará las elecciones. A partir de octubre de 1999 se pregunta por los candidatos que creen que ganarán.

Cuadro 6.1.16.

Candidato que ganará las próximas Elecciones Generales,
por partidos votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	Mariano Rajoy/PP	José Luis Rodríguez Zapatero/PSOE	Ninguno	Ns/Nc
Total	(1202)	68%	12	2	18
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>					
PP	(362)	93%	2	-	5
PSOE	(302)	54%	26	1	19
IU	(59)	65%	24	3	8
Nac.Dcha	(52)	57%	10	14	19
Nac.Izq.	(27)	71%	26	-	4
OtroBlan	(42)	69%	10	5	16
No voto	(216)	59%	10	3	28
N.S.	(42)	40%	7	-	53
N.C.	(99)	55%	7	-	38

Cuadro 6.1.17.

Forma como ganará la próximas Elecciones Generales

	XII-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%
- Por mayoría absoluta	14	10	13	11	22	23
- Por mayoría relativa	64	74	69	64	40	47
- NS/NC	22	16	19	25	39	29

	XII-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Base: Ganará el PP	(655)	(714)	(780)	(761)	(668)	(815)
	%	%	%	%	%	%
- Por mayoría absoluta	21	15	17	16	33	34
- Por mayoría relativa	70	81	77	74	48	53
- Ns/Nc	9	4	6	11	20	14

	XII-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Base: Ganará el PSOE	(258)	(279)	(193)	(144)	(202)	(149)
	%	%	%	%	%	%
- Por mayoría absoluta	8	5	10	9	18	5
- Por mayoría relativa	84	92	83	83	66	82
- Ns/Nc	8	4	7	8	16	12

Cuadro 6.1.18.

Candidato que le gustaría que ganase las próximas Elecciones Generales

	X-99	XI-99	XII-99	I-00	II-00	I-04	II-04
Total	(1.213)	(1.211)	(1.209)	(1.213)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%	%
- Mariano Rajoy/PP	36	31	32	38	37	35	34
- José Luis Rodríguez Zapatero/PSOE	26	26	27	29	30	35	35
- Ninguno de los dos primeros	16	18	18	13	14	14	12
- Otro, ¿cuál? _____	2	1	1	2	3	2	3
- NS/NC	21	24	22	20	16	14	16

Cuadro 6.1.19.

Candidato que le gustaría que ganase las próximas Elecciones Generales,
por candidato que ganará las elecciones y partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	Mariano Rajoy/PP	José Luis Rodríguez Zapatero/PSOE	Ninguno	Otro	Ns/Nc
Total	(1202)	34%	35	12	3	16
<u>Candidato que ganará las elecciones:</u>						
Mariano Rajoy/PP	(815)	48%	27	12	3	10
Rodríguez Zapatero/PSOE	(149)	4%	86	5	3	2
Ninguno de los dos	(19)	-%	21	69	5	5
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>						
PP	(362)	90%	3	3	*	4
PSOE	(302)	3%	91	3	1	3
IU	(59)	3%	44	19	29	5
Nac.Dcha	(52)	6%	29	44	9	12
Nac.Izq.	(27)	-%	55	41	4	-
OtroBlan	(42)	7%	24	40	12	17
No voto	(216)	23%	22	20	1	34
N.S.	(42)	19%	23	10	-	48
N.C.	(99)	12%	13	22	-	53

Cuadro 6.1.20.

Coalición de Partidos que preferiría para gobernar

	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- PP y CIU	7	6	13	8	8
- PP y PNV	1	1	1	*	*
- PP, CIU y PNV	1	2	2	1	*
- PP y PSOE	8	9	8	9	7
- PP e IU	10	10	2	1	1
- PP y cualquier otro partido o grupo de partidos, con tal de que no gobierne el PSOE.	7	7	7	6	7
- PSOE y CIU	6	6	2	4	4
- PSOE y PNV	1	1	1	*	1
- PSOE, CIU y PNV	2	1	1	1	1
- PSOE e IU	18	19	21	20	20
- PSOE y cualquier otro partido o grupo de partidos, con tal de que no gobierne el PP.	3	3	3	8	6
- Otra coalición ¿cuál? _____	1	1	3	1	*
- NS/NC	36	35	39	42	45

Cuadro 6.1.21.

Coalición de Partidos que preferiría para gobernar,
por partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	PP y CiU	PP y PNV	PP, CiU y PNV	PP y PSOE	PP e IU	PP y Otro	PSOE y CiU	PSOE y PNV	PSOE, CiU y PNV	PSOE e IU	PSOE y Otro	Otros	NS/NC
Total	(1202)	8%	*	*	7	1	7	4	1	1	20	6	*	45
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>														
PP	(362)	19%	-	*	12	1	20	*	-	*	1	1	*	45
PSOE	(302)	1%	-	-	6	-	1	7	*	*	44	12	-	27
IU	(59)	3%	-	-	2	2	-	2	-	2	70	5	2	14
Nac.Dcha	(52)	6%	-	-	-	-	6	19	12	4	6	14	2	33
Nac.Izq.	(27)	-%	-	-	-	-	-	12	4	4	29	33	-	18
OtroBlan	(42)	-%	-	-	7	-	2	7	2	2	12	5	-	62
No voto	(216)	3%	*	-	8	2	4	1	-	-	18	3	-	60
N.S.	(42)	5%	-	-	2	2	-	-	-	-	7	3	-	81
N.C.	(99)	8%	-	1	3	1	2	2	-	2	6	2	-	73

Cuadro 6.1.22.

Satisfacción con que el PP gane las próximas Elecciones Generales y con que el PSOE
las pierda

	Gane el PP					
	V-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.213)	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%
- Muy satisfecho	14	9	8	12	12	12
- Satisfecho	14	19	19	24	22	22
- Ni satisfecho ni insatisfecho	34	33	32	30	19	21
- Algo insatisfecho	13	14	17	13	12	15
- Muy insatisfecho	21	22	20	17	28	26
- NS/NC	4	3	3	5	6	3
- INDICE	94	92	90	106	94	93

	Pierda el PSOE					
	V-95	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.213)	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%
- Muy satisfecho	16	11	10	8	9	8
- Satisfecho	15	19	20	18	17	17
- Ni satisfecho ni insatisfecho	39	38	39	41	33	37
- Algo insatisfecho	12	15	17	15	16	18
- Muy insatisfecho	13	13	12	13	18	16
- NS/NC	4	3	3	5	6	4
- INDICE	106	102	101	98	91	91

Cuadro 6.1.23.

Inquietud con que el PP gane las próximas Elecciones Generales y con que el PSOE las pierda

	Gane el PP				
	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Muy inquieto	10	11	6	14	16
- Más bien inquieto	18	21	12	15	16
- Ni inquieto ni tranquilo	44	40	44	32	32
- Más bien tranquilo	12	14	21	19	19
- Muy tranquilo	12	11	13	14	14
- NS/NC	3	3	4	7	3
- INDICE	104	107	84	96	100

	Pierda el PSOE				
	I-96	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.216)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Muy inquieto	8	7	6	9	10
- Más bien inquieto	16	18	12	15	15
- Ni inquieto ni tranquilo	49	44	49	43	45
- Más bien tranquilo	13	16	18	15	16
- Muy tranquilo	12	12	10	10	11
- NS/NC	9	3	5	8	4
- INDICE	98	96	89	98	98

Cuadro 6.1.24.

Grado de conocimiento de los programas de los partidos políticos

FEBRERO 2004	Mucho	Algo	Poco	Nada	Ns/Nc	INDICE			
						I-96	II-96	II-00	II-04
- Programa de IU	3%	19	32	45	2	42	37	40	45
- Programa de PSOE	4%	27	33	34	1	57	47	46	64
- Programa de PP	7%	29	30	33	1	53	44	46	73

Cuadro 6.1.25.

Grado de abstención en comparación con las elecciones del 2000

	II-04
Total	(1.202)
	%
- Más abstención	12
- Igual abstención	50
- Menos abstención	16
- NS/NC	23
- INDICE	97

Cuadro 6.1.26.

Temas más importantes que harán que la gente vote a un partido o a otro

	FEBRERO 1996		FEBRERO 2000		ENERO 2004	
	Menciona	No menciona	Menciona	No menciona	Menciona	No menciona
- El paro	83%	17	81%	19	79%	20
- La reforma de los estatutos de Autonomía del País Vasco y de Cataluña	-	-	-	-	13%	86
- Las pensiones de jubilación	44%	55	38%	62	43%	57
- La participación de España en la guerra de Irak	-	-	-	-	24%	75
- Los impuestos	35%	64	33%	66	41%	58
- Los presupuestos para educación y sanidad	23%	77	17%	82	26%	74
- La seguridad ciudadana	29%	71	21%	78	36%	64
- La inmigración	-0%	-	19%	80	35%	65
- Las relaciones de España con la Unión Europea	-0%	-	8%	92	13%	86
- Otro ¿cuál? _____	15%	84	15%	84	10%	88

	FEBRERO 2004	
	Menciona	No menciona
- El paro	75%	25
- La reforma de los estatutos de Autonomía del País Vasco y de Cataluña	18%	82
- Las pensiones de jubilación	45%	55
- La participación de España en la guerra de Irak	34%	66
- Los impuestos	38%	61
- Los presupuestos para educación y sanidad	30%	70
- La seguridad ciudadana	39%	61
- La inmigración	37%	63
- Las relaciones de España con la Unión Europea	18%	82
- Otro ¿cuál? _____	10%	84

Cuadro 6.1.27.

Temas más importantes que harán a la gente votar a un partido o a otro,
por partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	Otro
Total	(1202)	75%	37	18	45	34	18	38	30	39	10
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>											
PP	(362)	74%	40	17	47	30	15	42	27	46	11
PSOE	(302)	74%	40	15	48	37	18	40	32	41	10
IU	(59)	76%	46	19	36	46	20	29	38	41	17
Nac.Dcha	(52)	65%	21	35	48	35	25	31	34	23	10
Nac.Izq.	(27)	78%	41	41	37	56	37	44	29	14	11
OtroBlan	(42)	74%	41	31	43	38	24	54	40	39	12
No voto	(216)	76%	34	18	36	40	17	34	27	34	8
N.S.	(42)	76%	22	10	67	17	16	31	21	38	5
N.C.	(99)	79%	31	16	51	21	15	36	29	35	9

- 1) El paro
- 2) La inmigración
- 3) La reforma de los estatutos de Autonomía del País Vasco y de Cataluña
- 4) Las pensiones de jubilación
- 5) La participación de España en la guerra de Irak
- 6) Las relaciones de España con la Unión Europea
- 7) Los impuestos
- 8) Los presupuestos para educación y sanidad
- 9) La seguridad ciudadana

Cuadro 6.1.28.

Opinión sobre el líder político que resolvería mejor los siguientes problemas

	FEBRERO 1996						FEBRERO 2000					
	Líder de IU	Líder del PP	Líder del PSOE	Otro	Ninguno	NS / NC	Líder de IU	Líder del PP	Líder del PSOE	Otro	Ninguno	NS / NC
- El paro	13%	26	23	1	24	14	6%	35	16	2	23	18
- La delincuencia /droga	10%	31	23	*	21	15	4%	30	14	2	26	23
- El terrorismo	8%	31	22	1	22	16	3%	29	15	2	27	24
- La inmigración	-%	-	-	-	-	-	6%	27	17	2	23	25
- Los nacionalismos	-%	-	-	-	-	-	4%	26	15	3	25	26
- La corrupción	16%	29	19	*	21	14	-%	-	-	-	-	-
- La crisis económica	8%	27	25	1	24	16	-%	-	-	-	-	-

	FEBRERO 2004				
	Líder del PP	Líder del PSOE	Otro	Ninguno	NS / NC
- El paro	32%	29	2	22	14
- La delincuencia /droga	30%	27	3	25	15
- El terrorismo	30%	24	3	26	17
- La inmigración	28%	30	3	23	16
- Los nacionalismos	28%	29	3	23	17

NOTA: En febrero de 1996 se preguntó por José M^a Aznar, Julio Anguita y Felipe González. En febrero de 2000 se preguntó por José M^a Aznar, Francisco Frutos y Joaquín Almunia. En febrero de 2004 se preguntó por Mariano Rajoy y José Luis Rodríguez Zapatero.

Cuadro 6.1.29.

Medida en que lo que escucha, ve o lee en los medios de comunicación influye en lo que vota

	II-04 (1.202) %
Total	
- Mucho	2
- Bastante	20
- Poco	42
- Nada	32
- NS/NC	3
- INDICE	48

Cuadro 6.1.30.

Medio de información por el que sigue la campaña electoral

	VI-93	II-96	II-00	II-04
Total	(1.219)	(1.215)	(1.214)	(1.202)
	%	%	%	%
TELEVISION	(74,9)	(65,8)	(74,7)	(70,7)
- TV en general	19	13	14	17
- TVE 1	22	24	27	20
- La 2	*	1	1	1
- Antena 3	16	14	12	8
- Telecinco	12	6	10	15
- Canal Plus	*	*	1	1
- Canal Autonómico	5	8	11	10
- Otros canales	-	-	*	-
RADIO	(3,4)	(5,9)	(3,8)	(6,0)
- Radio en general	1	1	*	2
- Radio Nacional	1	1	1	1
- SER	*	1	1	2
- COPE	*	2	1	*
- Antena 3 radio	*	*	-	*
- Onda Cero	1	1	*	1
- Cataluña radio	*	*	*	*
- Otras emisoras	-	*	*	*
PERIODICOS	(8,5)	(7,3)	(5,5)	(7,7)
- Periódicos en general	1	1	1	1
- El país	2	1	1	2
- ABC	*	*	*	*
- El Mundo	1	1	*	*
- Diario 16	*	*	*	-
- Ya	-	*	-	-
- La Vanguardia	*	*	*	*
- El Periódico	1	1	*	*
- Faro de Vigo	*	*	*	*
- Las Provincias	*	-	*	*
- Avui	*	*	*	*
- Voz de Galicia	*	*	*	1
- Heraldo de Aragón	*	*	*	*
- Norte de Castilla	*	-	-	-
- La Opinión	*	-	*	*
- Correo Español	-	1	-	*
- Diario Vasco	*	*	-	*
- Levante	*	*	-	-
- Nueva España	*	*	*	*
- La Verdad	*	*	*	-
- El Día	*	-	-	-
- Otros periódicos	1	1	1	2
REVISTAS	(0,2)	(0,1)	(0,0)	(0,2)
- Revistas en general	*	-	-	-
- Tiempo	-	-	-	*
- Interviú	-	-	-	*
- Panorama	-	-	-	-
- Tribuna	-	-	-	-
- Cambio 16	-	-	-	-
- Época	*	-	-	-
- País Semanal	-	*	-	-
- Blanco y Negro	-	-	-	-
- Otras revistas	-	-	-	-
INTERNET	-	-	-	(0,2)
- Ninguno	10	14	15	17
- NS/NC	4	6	1	1

Cuadro 6.1.31.

Tratamiento informativo a la campaña electoral

	Más favorable al PSOE	Más bien neutral y objetivo	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC	INDICE		
						II-96	II-00	II-04
<u>CADENAS DE TV</u>								
- TVE	1%	17	58	*	24	140	60	43
- Antena 3	4%	30	32	1	33	76	82	73
- Tele 5	18%	44	5	1	33	86	101	113
- Canal Plus	12%	34	3	2	48	100	103	109
- Canal Autonómico	10%	26	16	11	38	104	95	94
<u>CADENAS DE RADIO</u>								
- RNE	1%	10	38	1	50	121	80	62
- la SER	18%	21	4	1	56	105	105	114
- COPE	2%	16	23	1	59	82	88	80
- Onda Cero	2%	15	17	1	65	94	95	85
<u>PERIODICOS</u>								
- ABC	*%	6	40	1	53	70	72	60
- El País	26%	14	4	1	55	118	119	122
- El Mundo	4%	12	25	1	58	81	85	79

Cuadro 6.1.32.

Valoración de la eficacia y credibilidad de la campaña electoral del PP y PSOE

FEBRERO 2004	PP		PSOE	
	Credibilidad	Eficacia	Credibilidad	Eficacia
Total	(1.202) %	(1.202) %	(1.202) %	(1.202) %
Mínima 0	14	12	7	8
1	7	6	6	6
2	10	9	8	8
3	8	8	12	12
4	7	7	13	11
5	15	16	21	20
6	8	8	11	10
7	11	12	6	7
8	8	7	3	3
9	3	4	1	1
Máxima 10	3	3	1	1
NS/NC	8	9	9	12
MEDIA	4,2	4,4	4,1	4,1

Cuadro 6.1.33.

Grado de información sobre las elecciones del 2004

	II-04
Total	(1.202) %
- Muy informado	3
- Bastante informado	35
- Poco informado	47
- Nada informado	13
- NS/NC	2
- INDICE	78

Cuadro 6.1.34.

Información político en comparación con las elecciones del 2000

	II-04
Total	(1.202) %
- Mucho más	2
- Algo más	40
- Algo menos	25
- Mucho menos	3
- NS/NC	30
- INDICE	113

Cuadro 6.1.35.

Partido político que representa mejor la izquierda, el centro y la derecha

	Izquierda			Centro			Derecha		
	II-96	II-00	II-04	II-96	II-00	II-04	II-96	II-00	II-04
Total	(1.215)	(1.214)	(1.202)	(1.215)	(1.214)	(1.202)	(1.215)	(1.214)	(1.202)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
- PP	1	2	1	14	17	18	76	67	73
- CDS-UC	*	1	-	27	16	-	1	1	-
- PSOE	21	25	33	18	19	21	2	2	1
- IU	60	52	47	1	2	3	*	*	*
- Otro, ¿cuál?	*	1	*	2	2	1	1	1	1
- Ninguno	4	5	5	14	15	24	5	7	8
- NS/NC	14	15	15	24	29	32	15	21	17

Cuadro 6.1.36.

Opinión sobre cómo van las cosas actualmente en España

	V-93	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.222)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Dirección adecuada	36	27	55	44	44
- Dirección equivocada	50	54	28	42	44
- NS/NC	15	18	18	14	13

Cuadro 6.1.37.

Opinión sobre cómo van las cosas actualmente en España,
por participación electoral y partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	En la dirección adecuada	En la dirección equivocada	Ns/Nc
TOTAL	(1202)	44%	44	13
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000:</u>				
PP	(362)	89%	6	4
PSOE	(302)	18%	71	11
IU	(59)	8%	88	3
Nac.Dcha	(52)	15%	67	17
Nac.Izq.	(27)	4%	92	4
OtroBlan	(42)	39%	52	9
No voto	(216)	35%	45	20
N.S.	(42)	26%	28	45
N.C.	(99)	30%	41	29
<u>Participación Electoral en las Elecciones Generales:</u>				
Sí, con toda seg.	(601)	45%	45	10
Probablemente sí	(396)	50%	38	12
Probablemente no	(61)	33%	54	13
No, con toda seg.	(77)	17%	65	18

Cuadro 6.1.38.

Evaluación de la situación del Paro en España

	V-93	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.222)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Ha empeorado mucho	44	12	3	6	7
- Ha empeorado algo	36	31	14	35	31
- Ha seguido igual	10	36	34	35	34
- Ha mejorado algo	4	16	39	19	22
- Ha mejorado mucho	5	2	4	2	3
- NS/NC	1	2	5	2	4
- INDICE	30	76	126	81	88

Cuadro 6.1.39.

Evaluación de la situación del Paro en España,
por participación electoral y partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	Ha empeorado mucho	Ha empeorado algo	Ha seguido igual	Ha mejorado algo	Ha mejorado mucho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1202)	7%	31	34	22	3	4	88
<u>Recuerdo de Voto</u>								
<u>Elecciones</u>								
<u>Generales 2000:</u>								
PP	(362)	2%	13	39	37	7	2	129
PSOE	(302)	9%	43	35	9	1	3	58
IU	(59)	14%	38	30	17	2	-	67
Nac.Dcha	(52)	8%	44	25	13	-	10	62
Nac.Izq.	(27)	4%	71	11	14	-	-	40
OtroBlan	(42)	9%	33	31	22	3	2	82
No voto	(216)	8%	34	30	21	3	4	83
N.S.	(42)	7%	24	48	10	2	9	81
N.C.	(99)	8%	30	36	17	2	7	81
<u>Participación</u>								
<u>Electoral en las</u>								
<u>Elecciones</u>								
<u>Generales:</u>								
Sí, con toda seg.	(601)	6%	29	30	26	5	4	96
Probablemente sí	(396)	6%	33	37	20	2	2	84
Probablemente no	(61)	6%	34	43	13	-	3	72
No, con toda seg.	(77)	12%	33	31	13	3	8	71

Cuadro 6.1.40.

Evaluación de la situación de la Inflación en España

	V-93	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.222)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Ha reducido mucho	2	1	1	1	1
- Ha reducido algo	8	10	14	6	4
- Ha seguido igual	19	30	32	17	13
- Ha aumentado algo	44	44	36	35	34
- Ha aumentado mucho	23	12	7	40	46
- NS/NC	4	3	11	2	2
- INDICE	156	145	127	168	175

Cuadro 6.1.41.

Evaluación de la situación de la Inflación en España,
por participación electoral y partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	Ha reducido mucho	Ha reducido algo	Ha seguido igual	Ha aumentado algo	Ha aumentado mucho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1202)	1%	4	13	34	46	2	175
<u>Recuerdo de Voto</u>								
<u>Elecciones Generales 2000:</u>								
PP	(362)	1%	6	17	40	34	2	168
PSOE	(302)	1%	3	11	25	59	2	180
IU	(59)	2%	10	5	17	64	2	169
Nac.Dcha	(52)	-%	4	15	40	36	4	173
Nac.Izq.	(27)	-%	4	-	29	63	4	189
OtroBlan	(42)	-%	12	7	38	43	-	169
No voto	(216)	*%	2	13	33	49	2	179
N.S.	(42)	2%	-	10	38	50	-	186
N.C.	(99)	2%	3	11	43	37	4	175
<u>Participación Electoral en las Elecciones Generales:</u>								
Sí, con toda seg.	(601)	1%	5	10	35	47	2	176
Probablemente sí	(396)	*%	3	18	32	44	2	173
Probablemente no	(61)	2%	10	15	27	46	2	161
No, con toda seg.	(77)	-%	4	10	29	52	5	176

Cuadro 6.1.42.

Evaluación de la Política Económica del Gobierno durante el último año

	V-93	II-96	II-00	I-04	II-04
Total	(1.222)	(1.215)	(1.214)	(1.201)	(1.202)
	%	%	%	%	%
- Mucho peor	16	8	3	7	6
- Algo peor	43	28	11	30	33
- Ni peor ni mejor	23	47	40	37	35
- Algo mejor	8	11	34	19	17
- Mucho mejor	1	2	4	4	4
- NS/NC	8	5	8	3	5
- INDICE	50	77	124	86	82

Cuadro 6.1.43.

Evaluación de la Política Económica del Gobierno durante el último año,
por participación electoral y partido votado en el 2000.

FEBRERO 2004	Total	Mucho peor	Algo peor	Ni peor ni mejor	Algo mejor	Mucho mejor	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1202)	6%	33	35	17	4	5	82
<u>Recuerdo de Voto</u>								
<u>Elecciones Generales 2000:</u>								
PP	(362)	2%	16	38	32	9	4	122
PSOE	(302)	8%	46	31	8	3	4	58
IU	(59)	19%	42	25	10	-	3	49
Nac.Dcha	(52)	6%	44	34	8	-	8	58
Nac.Izq.	(27)	4%	56	33	4	-	4	44
OtroBlan	(42)	7%	31	45	12	5	-	79
No voto	(216)	9%	33	37	13	1	7	73
N.S.	(42)	7%	38	38	2	5	10	62
N.C.	(99)	4%	32	34	17	1	12	82
<u>Participación Electoral en las</u>								
<u>Elecciones Generales:</u>								
Sí, con toda seg.	(601)	7%	34	29	21	5	4	85
Probablemente sí	(396)	4%	31	43	15	4	4	83
Probablemente no	(61)	5%	30	46	13	-	7	79
No, con toda seg.	(77)	15%	32	37	8	-	9	62

6.2. LA OPINIÓN DE UNOS ESPAÑOLES SOBRE OTROS

En diversas ocasiones a lo largo de estos últimos diecisiete años ASEP ha preguntado a los entrevistados, utilizando una escala de 0 a 10, cuál es su valoración de los españoles de las diferentes Comunidades Autónomas, incluida la suya. Los resultados más generales se resumen a continuación.

En primer lugar, más del 88% de los entrevistados valora a los oriundos de cualquier comunidad, lo que equivale casi a unanimidad total.

En segundo lugar, los entrevistados en cada Comunidad se auto-valoran siempre significativamente más alto que como les valoran los residentes en todas las demás comunidades. La diferencia entre la auto-valoración y la valoración por otros es máxima respecto a Catalanes y Vascos, que son valorados por los demás 2,8 y 2,7 puntos por debajo de cómo se valoran a sí mismos, y mínima respecto a Riojanos, Mallorquines y Madrileños, con diferencias inferiores a un punto entre la auto-valoración y la valoración por otros.

Asturianos, Cántabros y Andaluces son los que se auto-evalúan más alto (puntuaciones superiores a los 9 puntos), mientras que Madrileños y Riojanos son los que se auto-valoran más bajo (por debajo de los 7,7 puntos).

Andaluces y Asturianos son los mejor valorados por los demás (7,5 puntos en ambos casos), mientras que Catalanes y Vascos son los peor valorados por el resto de españoles (6,2 y 6,0 respectivamente). En cualquier caso, debe resaltarse el hecho de que incluso estos dos grupos de españoles reciben una valoración muy alta, de al menos 6 puntos. Y que la diferencia entre los mejor y los peor valorados es solo de 1,5 puntos en una escala de 0 a 10 puntos, lo que indica que existen pocas diferencias respecto a la estima que unos españoles sienten por otros.

Cuadro 6.2.1.

Valoración de los habitantes de las diferentes Comunidades Autónomas

	% VALORAN						
	IX-94	XI-95	I-97	X-97	IX-98	IX-00	II-04
- Andaluces	91	94	92	95	97	97	94
- Aragoneses	81	89	84	88	90	92	90
- Asturianos	82	90	87	89	92	93	91
- Mallorquines	77	86	83	85	89	92	89
- Canarios	81	88	86	86	92	91	90
- Cántabros	79	88	85	87	90	90	89
- Castellano- Leoneses	83	90	86	89	91	92	92
- Castellano-Manchegos	81	90	86	87	92	93	90
- Catalanes	88	94	91	94	96	96	93
- Extremeños	81	89	86	89	91	94	91
- Gallegos	87	92	90	92	94	94	92
- Riojanos	79	88	84	86	88	92	88
- Madrileños	87	93	90	92	96	95	93
- Murcianos	79	87	85	87	93	93	89
- Navarros	81	88	84	87	90	92	90
- Vascos	86	91	89	91	94	95	92
- Valencianos	84	90	87	90	94	94	92

	VALORACION MEDIA						
	IX-94	XI-95	I-97	X-97	IX-98	IX-00	II-04
- Andaluces	7,2	7,8	7,4	7,6	7,7	8,1	7,8
- Aragoneses	6,9	7,5	7,2	7,4	7,3	7,7	7,3
- Asturianos	6,8	7,7	7,3	7,4	7,4	7,8	7,5
- Mallorquines	6,6	7,4	7,0	7,2	7,1	7,5	7,3
- Canarios	6,7	7,4	7,1	7,2	7,2	7,6	7,3
- Cántabros	6,6	7,4	7,0	7,2	7,2	7,6	7,3
- Castellano- Leoneses	6,8	7,5	7,1	7,3	7,3	7,6	7,3
- Castellano-Manchegos	6,8	7,5	7,1	7,3	7,2	7,7	7,3
- Catalanes	5,8	6,0	5,9	6,4	6,2	7,2	6,7
- Extremeños	6,6	7,4	7,1	7,3	7,1	7,7	7,2
- Gallegos	6,7	7,3	7,1	7,1	7,1	7,7	7,4
- Riojanos	6,7	7,5	7,1	7,2	7,2	7,6	7,2
- Madrileños	6,6	7,2	6,8	6,9	6,9	7,6	7,0
- Murcianos	6,6	7,3	6,8	7,1	7,0	7,6	7,1
- Navarros	6,6	7,3	7,0	7,1	7,1	7,5	7,1
- Vascos	5,9	6,7	6,3	6,6	6,5	6,9	6,2
- Valencianos	6,6	7,3	6,9	7,2	7,1	7,7	7,2

	% DISCREPANCIA						
	IX-94	XI-95	I-97	X-97	IX-98	IX-00	II-04
- Andaluces	32	29	30	27	27	24	28
- Aragoneses	30	27	29	27	26	25	28
- Asturianos	30	27	27	26	25	24	26
- Mallorquines	33	29	30	28	28	26	27
- Canarios	32	29	29	27	27	26	27
- Cántabros	33	28	29	27	28	25	27
- Castellano- Leoneses	30	28	29	26	27	26	27
- Castellano-Manchegos	29	28	28	27	27	25	27
- Catalanes	51	52	50	44	45	34	43
- Extremeños	32	29	30	28	28	25	28
- Gallegos	34	32	30	31	29	27	28
- Riojanos	30	28	28	28	27	25	27
- Madrileños	35	34	34	33	33	27	33
- Murcianos	32	31	30	29	29	26	30
- Navarros	33	31	30	28	28	27	29
- Vascos	48	43	45	38	39	38	46
- Valencianos	36	32	32	29	29	27	30

	Valoración por la Población Española Total				Auto-valoración				Valoración por los no-residentes en Comunidades Autónomas			
	X-97	IX-98	IX-00	II-04	X-97	IX-98	IX-00	II-04	X-97	IX-98	IX-00	II-04
Andaluces	7,6	7,7	8,1	7,8	8,7	9,3	9,0	9,1	7,4	7,3	7,9	7,5
Aragoneses	7,4	7,3	7,7	7,3	8,9	8,8	9,5	8,6	7,3	7,3	7,7	7,2
Asturianos	7,4	7,4	7,8	7,5	7,8	8,7	8,7	9,5	7,3	7,4	7,8	7,5
Mallorquines	7,2	7,1	7,5	7,3	8,7	7,3	8,6	8,0	7,1	7,1	7,5	7,3
Catalanes	6,4	6,2	7,6	6,7	8,9	8,3	8,8	9,0	5,9	5,7	6,9	6,2
Canarios	7,2	7,2	7,6	7,3	9,1	8,1	8,1	8,4	7,2	7,2	7,6	7,3
Cántabros	7,2	7,2	7,6	7,3	7,7	9,2	8,3	9,4	7,2	7,1	7,6	7,3
Castellano-Leoneses	7,3	7,3	7,7	7,3	8,0	8,6	8,8	8,4	7,3	7,2	7,5	7,3
Castellano-Manchegos	7,3	7,2	7,2	7,3	8,8	8,1	8,5	9,0	7,2	7,2	7,6	7,2
Extremeños	7,3	7,1	7,7	7,2	8,6	9,5	8,0	8,6	7,2	7,0	7,7	7,2
Gallegos	7,1	7,1	7,7	7,4	8,6	8,2	8,7	8,9	7,0	7,0	7,6	7,2
Riojanos	7,2	7,2	7,6	7,2	10,0	9,0	9,6	7,4	7,2	7,2	7,6	7,2
Madrileños	6,9	6,9	7,6	7,0	7,7	8,4	8,4	7,6	6,8	6,6	7,4	6,9
Murcianos	7,1	7,0	7,6	7,1	7,4	8,3	8,2	8,6	7,1	7,0	7,6	7,1
Navarros	7,1	7,1	7,5	7,1	9,2	9,4	8,9	8,1	7,1	7,1	7,5	7,1
Vascos	6,6	6,5	6,9	6,2	7,9	8,4	7,8	8,7	6,6	6,4	6,8	6,0
Valencianos	7,2	7,1	7,7	7,2	8,0	8,0	9,1	8,8	7,1	7,0	7,5	7,0